



**ΙΔΡΥΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ**  
**FOUNDATION FOR ECONOMIC & INDUSTRIAL RESEARCH**

---

Τσάμη Καρατάσου 11, 117 42 Αθήνα, Τηλ.: 210 92 11 200-10, Fax: 210 92 33 977, [www.iobe.gr](http://www.iobe.gr)

11 Tsami Karatassou, 117 42 Athens, Greece, Tel.: +30 210-9211 200-10, Fax: +30210-9233 977

## **Επιχειρηματικότητα 2014-15:**

**Η Δυναμική του Επιχειρηματικού Συστήματος**

**στην Ελλάδα της Κρίσης**

**Σταύρος Ιωαννίδης**

**Ευθυμία Κόρρα**

**Ιωάννης Γιωτόπουλος**



**Global Entrepreneurship Monitor**



**Φεβρουάριος 2016**



Global Entrepreneurship Monitor



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

**Copyright © 2016 Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών - IOBE**

ISSN 1790-1731

ISBN 978-960-7536-64-8

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

**Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE)**

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

<http://www.iobe.gr>

**Χορηγός Έκδοσης**



## ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ IOBE

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

### **Εθνική ερευνητική ομάδα GEM**

**Σταύρος Ιωαννίδης**, Καθηγητής, Πάντειο Πανεπιστήμιο, Τμήμα Πολιτικής Επιστήμης και Ιστορίας –  
Υπεύθυνος Έρευνας Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας IOBE

**Άγγελος Τσακανίκας**, Επίκουρος Καθηγητής, ΕΜΠ, Τμήμα Χημικών Μηχανικών

**Ιωάννης Γιωτόπουλος**, Επίκουρος Καθηγητής, Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου, Τμήμα Οικονομικών  
Επιστημών

Ευθυμία Κόρρα, Ερευνήτρια IOBE

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



## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Το IOBE συμμετέχει για 12<sup>η</sup> χρονιά στο διεθνές ερευνητικό πρόγραμμα Global Entrepreneurship Monitor (GEM) και δημοσιεύει την Ετήσια Έκθεση για την Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα αναλύοντας εμπειρικά δεδομένα του 2014. Το GEM αποτελεί μία κοινοπραξία σε διεθνές επίπεδο από ερευνητικά ινστιτούτα και πανεπιστήμια στο πλαίσιο της οποίας συλλέγονται στοιχεία από διεξαγωγή ερευνών πεδίου σε ένα μεγάλο πλήθος χωρών. Το GEM δημοσιεύει παγκόσμιες, αλλά και ειδικές θεματικές εκθέσεις που αναλύουν διάφορες πτυχές και διαστάσεις της επιχειρηματικότητας, συνεισφέροντας έτσι στην παγκόσμια συζήτηση για την υποστήριξη και την προώθηση της επιχειρηματικότητας. Το IOBE, είναι ο αποκλειστικός ελληνικός εταίρος στη διεθνή ερευνητική κοινοπραξία του GEM, και έχει την ευθύνη για την επιστημονική διεξαγωγή των αναγκαίων ερευνών στον ελληνικό πληθυσμό, τη συλλογή και την επεξεργασία των στοιχείων σύμφωνα με την κοινή εναρμονισμένη μεθοδολογία και την ένταξη των εμπειρικών ευρημάτων στο διεθνές αναλυτικό πλαίσιο του GEM, έτσι ώστε να είναι εφικτή με ορθό τρόπο η σύγκριση των στοιχείων τόσο σε διεθνές επίπεδο όσο και σε διαχρονική βάση.

Το ερευνητικό πρόγραμμα του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας (GEM) ξεκίνησε για πρώτη φορά το 1999 και από τότε διεξάγει ετησίως την έρευνα επιχειρηματικότητας σε διεθνές επίπεδο, φθάνοντας έτσι το 2014 να μετράει 16 συνεχή έτη ερευνητικής δραστηριότητας. Αναφορικά με την Ελλάδα το πρώτο έτος ελληνικής συμμετοχής στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM ήταν το 2003 και εξακολουθεί να συμμετέχει μέχρι σήμερα συστηματικά σε ετήσια βάση, μετρώντας δηλαδή το 2014 δώδεκα συμμετοχές. Αυτό σημαίνει πως έχει δημιουργηθεί πλέον μια σημαντική χρονοσειρά δεδομένων που επιτρέπει να διερευνηθεί ο τρόπος με τον οποίο εξελίσσονται διάφορες πτυχές της επιχειρηματικής δραστηριότητας σε ένα δυναμικό πλαίσιο ανάλυσης. Ως εκ τούτου, δίνεται η δυνατότητα να υλοποιηθούν συγκριτικές αναλύσεις των δεικτών επιχειρηματικότητας προ και μετά την έναρξη της οικονομικής κρίσης και να διερευνηθεί ο τρόπος με τον οποίο η κρίση επηρέασε διαρθρωτικά χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών.

Το ΙΟΒΕ ευχαριστεί όλους αυτούς που συνέβαλαν στην επιτυχία του έργου και κυρίως τους ειδικούς εμπειρογνώμονες, οι οποίοι ο καθένας στον τομέα του βοήθησαν στην ερμηνεία διαφόρων διαστάσεων της επιχειρηματικότητας και κυρίως στον εντοπισμό των βασικών υστερήσεων της Ελλάδας σε θέματα επιχειρηματικότητας. Τέλος, ευχαριστούμε τον βασικό χορηγό του έργου, τη Siemens A.E., που χρηματοδότησε τη φετινή ερευνητική προσπάθεια.

## Περιεχόμενα

|                                                                                                 |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Επιτελική Σύνοψη .....</b>                                                                   | <b>1</b>  |
| <b>1 ΚΕΦΑΛΑΙΟ: Χαρακτηριστικά των νέων επιχειρηματιών στην Ελλάδα το 2014 .....</b>             | <b>9</b>  |
| 1.1 Γενική Εισαγωγή .....                                                                       | 9         |
| 1.2 Βασικοί δείκτες επιχειρηματικότητας .....                                                   | 10        |
| 1.2.1 Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων .....                                                  | 10        |
| 1.2.2 Καθιερωμένη και συνολική επιχειρηματικότητα .....                                         | 13        |
| 1.2.3 Διακοπή λειτουργίας επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στην Ελλάδα .....                      | 15        |
| 1.2.4 Επιχειρηματικά κίνητρα: επιχειρηματικότητα ανάγκης και επιχειρηματικότητα ευκαιρίας ..... | 17        |
| 1.2.5 Χρηματοδότηση επιχειρηματικών εγχειρημάτων: ο ρόλος των άτυπων επενδυτών .....            | 21        |
| 1.2.6 Η κλαδική διάσταση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων .....                          | 24        |
| 1.3 Επιχειρηματικές προδιαθέσεις και αντιλήψεις.....                                            | 27        |
| 1.3.1 Εισαγωγή .....                                                                            | 27        |
| 1.3.2 Επιχειρηματικές ευκαιρίες το επόμενο εξάμηνο .....                                        | 30        |
| 1.3.3 Η επιχειρηματικότητα ως καλή επιλογή σταδιοδρομίας .....                                  | 31        |
| 1.3.4 Κοινωνική καταξίωση και σεβασμός στους επιτυχημένους επιχειρηματίες .....                 | 33        |
| 1.3.5 Προβολή επιχειρηματικότητας από τα μέσα ενημέρωσης.....                                   | 34        |
| 1.3.6 Γνώσεις, ικανότητες και εμπειρία για την ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας.....      | 34        |
| 1.3.7 Φόβος αποτυχίας για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας.....                        | 35        |
| 1.4 Δημογραφικά χαρακτηριστικά επιχειρηματιών.....                                              | 37        |
| 1.4.1 Εισαγωγή .....                                                                            | 37        |
| 1.4.2 Ηλικία.....                                                                               | 37        |
| 1.4.3 Φύλο και επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων .....                                         | 39        |
| 1.4.4 Επίπεδο εκπαίδευσης και επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων.....                           | 40        |
| 1.5 Τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων.....                       | 42        |
| 1.5.1 Εισαγωγή .....                                                                            | 42        |
| 1.5.2 Καινοτομικότητα και επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων .....                              | 43        |
| 1.5.3 Τεχνολογική αναβάθμιση και επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων.....                        | 44        |
| 1.5.4 Προοπτικές ανάπτυξης και επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων .....                         | 49        |
| 1.5.5 Ένταση ανταγωνισμού και επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων.....                           | 51        |
| 1.5.6 Εξωστρέφεια και επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων.....                                   | 53        |
| 1.5.7 Επιχειρηματικό περιβάλλον βάσει έρευνας εθνικών εμπειρογνομόνων .....                     | 56        |
| <b>2 ΚΕΦΑΛΑΙΟ Η εξέλιξη της «καθιερωμένης» επιχειρηματικότητας .....</b>                        | <b>61</b> |
| 2.1 Εισαγωγή .....                                                                              | 61        |

|          |                                                                                                            |           |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.2      | Μια χώρα «καθιερωμένων» επιχειρηματιών .....                                                               | 63        |
| 2.3      | Τα ποιοτικά χαρακτηριστικά της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας .....                                      | 69        |
| 2.3.1    | Επιχειρηματικά κίνητρα των καθιερωμένων επιχειρηματιών: επιχειρηματικότητα<br>ανάγκης και ευκαιρίας.....   | 69        |
| 2.3.2    | Καινοτομικότητα και καθιερωμένη επιχειρηματικότητα.....                                                    | 71        |
| 2.3.3    | Ένταση ανταγωνισμού και καθιερωμένη επιχειρηματικότητα.....                                                | 75        |
| 2.3.4    | Τεχνολογική αναβάθμιση και καθιερωμένη επιχειρηματικότητα.....                                             | 77        |
| 2.3.5    | Εξωστρέφεια και καθιερωμένη επιχειρηματικότητα.....                                                        | 79        |
| 2.3.6    | Απασχόληση και καθιερωμένη επιχειρηματικότητα .....                                                        | 83        |
| 2.4      | Το προφίλ του καθιερωμένου επιχειρηματία στην Ελλάδα .....                                                 | 85        |
| 2.4.1    | Εισαγωγή .....                                                                                             | 85        |
| 2.4.2    | Φύλο και καθιερωμένη επιχειρηματικότητα .....                                                              | 86        |
| 2.4.3    | Επίπεδο εκπαίδευσης και καθιερωμένη επιχειρηματικότητα.....                                                | 87        |
| 2.4.4    | Εισοδηματικά κλιμακία και καθιερωμένη επιχειρηματικότητα .....                                             | 89        |
| 2.5      | Επιχειρηματικές προδιαθέσεις και αντιλήψεις καθιερωμένων επιχειρηματιών .....                              | 92        |
| <b>3</b> | <b>Βιβλιογραφία .....</b>                                                                                  | <b>95</b> |
| <b>4</b> | <b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ.....</b>                                                                                    | <b>97</b> |
| 4.1.1    | Το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο για την Επιχειρηματικότητα (GEM).....                                           | 98        |
| 4.1.2    | Το εννοιολογικό μοντέλο του GEM .....                                                                      | 99        |
| 4.1.3    | Βασικοί ορισμοί και δείκτες επιχειρηματικότητας: μεθοδολογικό πλαίσιο του<br>GEM .....                     | 103       |
| 4.1.4    | Γιατί διαφέρουν τα στοιχεία του GEM από τα επίσημα δημογραφικά στοιχεία<br>(μητρώα) των επιχειρήσεων;..... | 109       |
| 4.1.5    | Το εμπειρικό μέρος του ερευνητικού προγράμματος GEM.....                                                   | 111       |
| 4.1.6    | Ο ρόλος του IOBE στο GEM .....                                                                             | 112       |
| 4.1.7    | Οι διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος.....                                                       | 113       |



Στην Ελλάδα το ποσοστό πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών που είναι σε αρχικά στάδια επιχειρηματικής ενεργοποίησης παρουσιάζει σημαντικές διακυμάνσεις. Το 2014 το ποσοστό επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων αυξήθηκε από μόλις 5,2% το 2013 σε 7,8% το 2014, σε επίπεδα υψηλότερα δηλαδή από το μακροχρόνιο μέσο όρο του δείκτη (2003-2014). Στον αντίποδα, τα πρώτα αποτελέσματα από την ανάλυση των στοιχείων για το 2015 καταγράφουν εκ νέου πτώση του δείκτη στο επίπεδο του 6,9%. Η διόρθωση όμως είναι ηπιότερη, καθώς ο δείκτης κυμαίνεται στα επίπεδα του μακροχρόνιου μέσου όρου -σε αντίθεση με προηγούμενα έτη στα οποία είχε αντίστοιχα σημειωθεί πτώση, ένδειξη πιθανής άμβλυνσης της αβεβαιότητας που έχει επιφέρει η οικονομική κρίση.

Την υψηλή αυτή διακύμανση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων πιθανώς να ερμηνεύουν αντικρουόμενες τάσεις. Αν και εξακολουθεί να είναι υψηλό το ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που αναφέρει ότι ο φόβος επιχειρηματικής αποτυχίας θα αποτελούσε εν δυνάμει αποτρεπτικό παράγοντα έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας, το ποσοστό ατόμων που εντοπίζουν και αναγνωρίζουν την ύπαρξη επιχειρηματικών ευκαιριών στην Ελλάδα το επόμενο εξάμηνο είναι σταθερά αυξανόμενο. Γεγονός ακόμα είναι ότι αν και διαχρονικά στην Ελλάδα καταγράφεται υψηλότερη επίδοση στον δείκτη που αφορά στις ικανότητες, στις γνώσεις και στην εμπειρία για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας σε σύγκριση με το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας η πορεία του δείκτη ειδικά την περίοδο της κρίσης είναι φθίνουσα.

Στην πράξη η συνεχιζόμενη ύφεση οδηγεί, συγκριτικά με άλλες χώρες, περισσότερους πολίτες στον επιχειρηματικό στίβο από ανάγκη, παρά για λόγους αξιοποίησης πραγματικών επιχειρηματικών ευκαιριών. Η ελληνική επιχειρηματικότητα που κινητοποιείται από τον εντοπισμό ευκαιριών (30,5%) κινείται σε πολύ χαμηλότερα επίπεδα από τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (54,9%), ενώ στον αντίποδα το ποσοστό επιχειρηματικής δραστηριοποίησης στην Ελλάδα λόγω ανάγκης (43,6%) κινείται σε πολύ υψηλότερα επίπεδα συγκριτικά με τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (23,9%). Δεν είναι τυχαίο ότι η Ελλάδα

βρίσκεται στη τελευταία θέση της κατάταξης μεταξύ των χωρών καινοτομίας μελών της Ε.Ε. σε όρους επιχειρηματικότητας ευκαιρίας και στην πρώτη θέση της κατάταξης σε όρους επιχειρηματικότητας ανάγκης.

Φαίνεται όμως ότι η επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα έχει αρχίσει να θωρακίζεται απέναντι στην κρίση. Αναλυτικότερα, το ποσοστό του πληθυσμού που δηλώνει πως έχει διακόψει ή αναστείλει την επιχειρηματική του δραστηριότητα το 2014 ανέρχεται στο 2,8% του πληθυσμού χαμηλότερα δηλαδή από το αντίστοιχο ποσοστό το 2013 (4,8%) και σε μικρή απόσταση από το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας. Πιθανώς τα επιχειρηματικά εγχειρήματα που αναπτύχθηκαν στην Ελλάδα εντός της κρίσης να είχαν καλύτερα διαρθρωτικά χαρακτηριστικά που να διασφαλίζουν σε μεγαλύτερο βαθμό την βιωσιμότητά τους. Οι οικονομικοί παράγοντες και ειδικότερα η έλλειψη κερδοφορίας με ποσοστό 68% σημειώνεται ως ο βασικότερος παράγοντας διακοπής ή αναστολής λειτουργίας της επιχείρησης.

Με δεδομένη τη συρρίκνωση των εισοδημάτων και της ζήτησης στην οποία έχει οδηγήσει η μακροχρόνια και βαθιά ύφεση της ελληνικής οικονομίας, η εξωστρέφεια των επιχειρήσεων, η αναζήτηση δηλαδή πελατών εκτός των εθνικών συνόρων, συνιστά σημαντικό ζητούμενο. Αν και διαχρονικά τα μεγαλύτερα ποσοστά των επιχειρηματιών στην Ελλάδα δηλώνουν πως δεν εξάγουν καθόλου ή εξάγουν σε μικρό βαθμό (δηλαδή 1%-25% των πωλήσεών τους προέρχεται από εξαγωγές) σταδιακά το ποσοστό των επιχειρήσεων αρχικών σταδίων που απευθύνεται μόνο ή κυρίως σε εγχώριους πελάτες μειώνεται. Το ποσοστό των επιχειρηματιών που απευθύνονται αποκλειστικά σε εγχώριους πελάτες είναι 41,8% έναντι 43,1% το 2013 ενώ το ποσοστό εκείνων που εξάγουν σε μικρό βαθμό είναι 40,5% σε σύγκριση με 43,1% το 2013. Το 2014 διαφαίνεται μια στροφή στην εξωστρέφεια ένδειξη που όμως ακόμα δεν έχει αποκτήσει σταθερά χαρακτηριστικά ώστε να μπορούμε με ασφάλεια να πούμε ότι η νέα επιχειρηματικότητα στη Ελλάδα συμβάλει σε μια συνολική αλλαγή στα χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας.

Η καινοτομικότητα όμως της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων όπως αντανakλάται στο ποσοστό των επιχειρηματιών που δηλώνει ποια μερίδα πελατών (όλοι/μερικοί/κανένας) θεωρεί το προϊόν/υπηρεσία της επιχείρησης νέο και

πρωτοποριακό είναι χαμηλή. Για το 2014 το ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που δηλώνει πως μερικοί ή όλοι οι πελάτες θεωρούν το προϊόν/υπηρεσία της επιχείρησης νέο και πρωτοποριακό ανέρχεται στο 37,4%, επίδοση χαμηλότερη από το διαχρονικό μέσο όρο που κυμαίνεται στο 49%. Το εύρημα πιθανόν σε ένα βαθμό να συσχετίζεται με το γεγονός ότι οι νέες επιχειρηματικές προσπάθειες εντοπίζονται πρωτίστως στους τομείς υπηρεσιών προς τον καταναλωτή όπου η καινοτομία προϊόντος ή διεργασιών είναι εκ φύσεως αρκετά περιορισμένη.

Από την άλλη πλευρά αν και το 2014 οι επιχειρηματίες αρχικών-σταδίων στην Ελλάδα φαίνεται πως μένουν προσκολλημένοι σε μεγαλύτερο βαθμό στις παλαιότερες τεχνολογίες/διεργασίες (61,9%) αρχίζει όμως σταδιακά να διαγράφεται μια τάσης ενίσχυσης των άκρων. Φαίνεται δηλαδή τα τελευταία δύο χρόνια να ενισχύεται το ποσοστό των επιχειρήσεων που κατέχουν τεχνολογία αιχμής και σταδιακά να εξασθενεί το ποσοστό των επιχειρήσεων που διαθέτει τεχνολογία πενταετίας (νέες τεχνολογίες).

Εκτός όμως από την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων το GEM, ήδη από τα πρώτα χρόνια της λειτουργίας του, συμπεριέλαβε στο ερευνητικό του πρόγραμμα τη μελέτη της «καθιερωμένης επιχειρηματικότητας». Στην κατηγορία των καθιερωμένων επιχειρηματιών κατατάσσονται άτομα τα οποία είναι ιδιοκτήτες και διοικούν μian επιχείρηση που έχει υπερβεί την ηλικία των 3,5 ετών, η οποία θεωρείται έτσι ως «καθιερωμένη επιχείρηση». Με την συμπερίληψη αυτής της κατηγορίας επιχειρηματιών, το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM έχει πλέον τη δυνατότητα να προσεγγίζει ολόκληρο τον πληθυσμό που δραστηριοποιείται επιχειρηματικά, συμπεριλαμβανομένου μάλιστα εκείνου του μέρους που είναι φορέας πολύτιμης επιχειρηματικής εμπειρίας.

Η Ελλάδα καταγράφει έναν από τους υψηλότερους δείκτες καθιερωμένης επιχειρηματικότητας ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας (12,8% το 2014). Το συγκεκριμένο εύρημα αντανακλά την πραγματική δομή της ελληνικής οικονομίας στην οποία κυριαρχούν μικρές και ως επί το πλείστον οικογενειακές επιχειρήσεις. Ωστόσο, το ενδιαφέρον είναι ότι ακόμα και μετά από πέντε χρόνια κρίσης –με ό,τι

αυτό συνεπάγεται για τη βιωσιμότητα των μικρών επιχειρήσεων- η αντοχή της μικρής –ως προς το μέγεθος- επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα παραμένει αξιοσημείωτη.

Τα δεδομένα του GEM στο παρελθόν έχουν αποκαλύψει ότι σε όλες τις χώρες το βασικό κίνητρο για την επιχειρηματικότητα είναι η ευκαιρία. Αυτό ισχύει τόσο για την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, όσο και για την καθιερωμένη. Η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα φαίνεται πράγματι να προσαρμόζεται σε αυτό τον κανόνα την περίοδο πριν την κρίση, αφού η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας υπερτερεί σημαντικά της επιχειρηματικότητας ανάγκης. Ωστόσο, η εικόνα αυτή διαφοροποιείται σημαντικά από το 2009 και μετά, με την έναρξη δηλαδή της κρίσης, καθώς τα ποσοστά εκείνων που παραμένουν στον επιχειρηματικό στίβο για λόγους ανάγκης –επειδή δηλαδή κρίνουν ότι δεν έχουν άλλη δυνατότητα εξασφάλισης εισοδήματος- πλησιάζουν πολύ τα ποσοστά εκείνων που παραμένουν με σκοπό την εκμετάλλευση ευκαιριών. Πρόκειται προφανώς για ένα αρνητικό χαρακτηριστικό της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας στη χώρα μας, καθώς περίπου το ένα τρίτο των καθιερωμένων επιχειρηματιών μετά το 2009 δηλώνουν ότι συνεχίζουν να δρουν επιχειρηματικά όχι γιατί επιδιώκουν την εκμετάλλευση επιχειρηματικών ευκαιριών, αλλά επειδή κρίνουν ότι δεν είναι σε θέση να εξασφαλίσουν τον βιοπορισμό τους σε κάποια άλλη απασχόληση.

Το 2014 σημειώνεται το χαμηλότερο ποσοστό (3,5%) καθιερωμένων επιχειρηματιών που απαντούν ότι όλοι οι πελάτες τους θεωρούν το προϊόν/υπηρεσία που προσφέρουν ως νέο και καινοτόμο, και το υψηλότερο (87,3%) εκείνων που απαντούν ότι κανένας πελάτης δεν το θεωρεί καινοτόμο. Ωστόσο, είναι εντυπωσιακή η εξέλιξη του αθροίσματος όσων θεωρούν ότι όλοι οι πελάτες τους κρίνουν το προϊόν καινοτομικό και όσων πιστεύουν ότι αυτό ισχύει μόνο για κάποιους από τους πελάτες τους. Με το ξέσπασμα της κρίσης το άθροισμα αυτό μειώνεται ραγδαία από 39,8% το 2008, στο 12,8% το 2014. Με άλλα λόγια, η κρίση έχει επηρεάσει αρνητικά την καινοτομικότητα των καθιερωμένων επιχειρήσεων.

Η εισαγωγή μιας καινοτομίας δημιουργεί μια νησίδα αγοράς (market niche) στην οποία ο καινοτόμος επιχειρηματίας βραχυπρόθεσμα δεν αντιμετωπίζει έντονο ανταγωνισμό. Ωστόσο, μειούμενη ένταση ανταγωνισμού μπορεί να προέρχεται και

από μια διαφορετική διαδικασία. Πρόκειται για την περίπτωση όπου οι γενικότερες οικονομικές συνθήκες ωθούν εκτός αγοράς επιχειρήσεις που, μέχρι πρότινος, προσέφεραν παρόμοια προϊόντα. Στην ουσία, αυτό έχει συμβεί στη χώρα μας τα τελευταία χρόνια, καθώς το ποσοστό των καθιερωμένων επιχειρηματιών που θεωρούν ότι αντιμετωπίζουν έντονο ανταγωνισμό στις αγορές προϊόντων/υπηρεσιών στις οποίες δραστηριοποιούνται από το ανώτατο σημείο του 88,1% το 2007, πέφτει στο 57,2% για το 2014. Φαίνεται λοιπόν ότι πράγματι, αυτό που έχει συμβεί τα τελευταία χρόνια είναι η μείωση του αριθμού των καθιερωμένων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στις αγορές προϊόντων/υπηρεσιών.

Οι Έλληνες καθιερωμένοι επιχειρηματίες δεν φαίνεται να διαφοροποιούνται καθόλου ως προς το επίπεδο της τεχνολογίας που χρησιμοποιούν από τους επιχειρηματίες άλλων χωρών καινοτομίας. Η δυνατότητα πρόσβασης σε τελευταίες τεχνολογίες από τους Έλληνες καθιερωμένους επιχειρηματίες δεν έχει επηρεαστεί λοιπόν από την κρίση. Πρόκειται για σημαντικό εύρημα καθώς υποδηλώνει ότι παρ' όλες τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι Έλληνες καθιερωμένοι επιχειρηματίες, δεν έχει μειωθεί η ικανότητα και η δυνατότητά τους να παρακολουθούν τις διεθνείς εξελίξεις στην τεχνολογία.

Η ελληνική καθιερωμένη επιχειρηματικότητα δεν έχει κατορθώσει να κάνει σημαντικά βήματα προς την ενίσχυση της εξωστρέφειας. Μάλιστα, η επίδραση της κρίσης στον εξαγωγικό προσανατολισμό της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα υπήρξε πολύ αρνητική. Το ποσοστό των καθιερωμένων επιχειρηματιών των οποίων 1-25% των πελατών βρίσκεται στο εξωτερικό, καταγράφει σταθερή πτωτική τάση, από 47% το 2008, σε 31,5% το 2014. Αλλά με δεδομένα τα πολύ χαμηλά ποσοστά μεγαλύτερων επιπέδων εξωστρέφειας, αυτό σημαίνει ότι ανέρχεται σταθερά το ποσοστό των καθιερωμένων επιχειρηματιών που απευθύνονται αποκλειστικά στην εγχώρια αγορά.

Είναι προφανής η επίπτωση της κρίσης στην υφιστάμενη απασχόληση. Στην περίοδο 2007-2010 το ποσοστό των καθιερωμένων επιχειρηματιών που απασχολούσαν τουλάχιστον έναν εργαζόμενο υπερδιπλασιάστηκε, από το 40% στο 84%. Ωστόσο, στην περίοδο της κρίσης το ποσοστό μειώνεται και πάλι και τα τελευταία χρόνια

παραμένει σταθερό λίγο πάνω από το 60%. Ως προς την προσδοκώμενη απασχόληση, είναι εντυπωσιακή η σχεδόν απόλυτη ταύτισή της με την υφιστάμενη. Με άλλα λόγια, φαίνεται ότι οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες δεν προσδοκούν υψηλότερα επίπεδα απασχόλησης από τα σημερινά.

Το 2008 το IOBE εκπόνησε μελέτη για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα στη βάση των δεδομένων των ερευνών του GEM από το 2003 έως και το 2007. Η μελέτη εκείνη είχε αναδείξει ένα εξαιρετικά ενδιαφέρον εύρημα. Η αναλογία γυναικών και ανδρών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων βρισκόταν στο επίπεδο του 3 προς 7. Ωστόσο, στην καθιερωμένη επιχειρηματικότητα άνδρες και γυναίκες κατέγραφαν σχεδόν ίδια ποσοστά, κάτι που δεν είχε παρατηρηθεί σε καμία άλλη χώρα καινοτομίας. Η εικόνα όμως ανατρέπεται ολοσχερώς μετά το 2008. Φαίνεται ότι η ανασφάλεια της μισθωτής θέσης του άνδρα της οικογένειας τον οδήγησε να παραμείνει επικεφαλής της επιχείρησης ακόμα και μετά την καθιέρωσή της. Άρα, η κρίση έχει οδηγήσει σε μια ανατροπή της ενδοοικογενειακής κατανομής της επιχειρηματικής δραστηριότητας ανάμεσα στα φύλα στην περιοχή των καθιερωμένων επιχειρήσεων.

Τα ποσοστά των εκπαιδευτικών κλιμακίων των καθιερωμένων επιχειρηματιών χαρακτηρίζονται μάλλον από διαχρονική σταθερότητα. Το μεγαλύτερο ποσοστό (53,3%) προέρχεται στην ομάδα επιχειρηματιών που έχουν συμπληρώσει την δευτεροβάθμια εκπαίδευση (γυμνάσιο και λύκειο). Το δεύτερο ανήκει σε εκείνους που έχουν κάποιο πανεπιστημιακό τίτλο (πτυχίο, μεταπτυχιακό ή διδακτορικό). Τέλος, το μικρότερο ποσοστό (14,9%) καταγράφει η ομάδα που έχει συμπληρώσει μόνο την υποχρεωτική εκπαίδευση. Τα δεδομένα αυτά δεν διαφέρουν σημαντικά από αυτά των άλλων χωρών καινοτομίας.

Η τεράστια πλειονότητα (94,6%) των καθιερωμένων επιχειρηματιών στην Ελλάδα το 2014 είχαν εισόδημα από τη δραστηριότητά τους χαμηλότερο από 40 χιλ. Ευρώ. Μόλις το 4,1% είχαν εισόδημα μεταξύ 40 χιλ. και 60 χιλ., ενώ είναι πραγματικά μηδαμινό το ποσοστό εκείνων που υπερβαίνουν αυτό το επίπεδο. Ωστόσο, ενώ μέχρι το 2009 πάνω από το 80% των καθιερωμένων επιχειρηματιών είχαν εισόδημα πάνω από 60 χιλ. Ευρώ, από το 2010 το ποσοστό αυτό κατακρημνίζεται και φτάνει στα

αμελητέα επίπεδα του 2014. Το εύρημα αυτό εξηγεί εν πολλοίς το ότι ο βασικότερος λόγος διακοπής της επιχειρηματικής λειτουργίας, όπως αναφέρουν οι ίδιοι οι επιχειρηματίες κατά 68%, είναι η έλλειψη κερδοφορίας της επιχείρησης.

Είναι αναμενόμενη η σαφής αύξηση του φόβου της αποτυχίας τα χρόνια της κρίσης. Αυτό ισχύει τόσο σε επίπεδο γενικού πληθυσμού, όσο και στο επίπεδο των ίδιων των επιχειρηματιών. Μάλιστα, αυτό δεν αφορά μόνο τους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων που τώρα εισέρχονται στον επιχειρηματικό στίβο, αλλά και τους καθιερωμένους. Στους τελευταίους, πάνω από το 60% τα χρόνια της κρίσης δηλώνουν ότι φοβούνται την αποτυχία.





### 1.1 ΓΕΝΙΚΗ ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το 2014 ήταν το 16<sup>ο</sup> έτος διεξαγωγής του ερευνητικού προγράμματος του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας (Global Entrepreneurship Monitor: GEM) καθώς ξεκίνησε το 1999, ενώ η πρώτη ελληνική συμμετοχή από το IOBE πραγματοποιήθηκε το 2003. Το 1999 έλαβαν μέρος στην ετήσια έρευνα του GEM 10 χώρες, ενώ το 2014 συμμετείχαν 70 χώρες, γεγονός που αντανακλά την σπουδαιότητα και την ανάπτυξη του ερευνητικού προγράμματος καθώς επίσης και τη συμβολή που μπορεί να έχουν τα αποτελέσματα της έρευνας στη δημόσια συζήτηση για την προώθηση της επιχειρηματικότητας σε διεθνές επίπεδο. Συγκεκριμένα, το GEM πραγματοποιεί ενδεδειγμένες αναλύσεις για το φαινόμενο της επιχειρηματικότητας σε γεωγραφικές οικονομικές ζώνες του πλανήτη που καλύπτουν το 90% του παγκόσμιου ΑΕΠ και το 75% του παγκόσμιου πληθυσμού.

Βασικός στόχος της έκθεσης είναι να διερευνηθεί η εξέλιξη των χαρακτηριστικών των επιχειρηματιών αναλύοντας διάφορες ποιοτικές πτυχές --όπως τη δυναμική ανάπτυξης, την εξωστρέφεια, τον βαθμό καινοτομίας, τη τεχνολογική αναβάθμιση--, δημογραφικά στοιχεία των επιχειρηματιών (π.χ. φύλο, ηλικία, επίπεδο εκπαίδευσης, επίπεδο οικογενειακού εισοδήματος), κίνητρα επιχειρηματικής δραστηριοποίησης (επιχειρηματικότητα ευκαιρίας και επιχειρηματικότητα ανάγκης), και στάσεις και αντιλήψεις των ατόμων απέναντι στην επιχειρηματικότητα (π.χ. φόβος αποτυχίας, δεξιότητες, αναγνώριση ευκαιριών). Επίσης, ιδιαίτερη έμφαση στην παρούσα έκθεση δίνεται στα χαρακτηριστικά της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας.

Η βασική δομή της ετήσιας έκθεσης επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα για το 2014 διακρίνεται σε δύο βασικά μέρη-κεφάλαια με τον ακόλουθο τρόπο: Στο πρώτο κεφάλαιο αναλύονται οι βασικοί δείκτες της επιχειρηματικότητας εστιάζοντας στη διαχρονική εξέλιξη των προσωπικών, δημογραφικών και ποιοτικών χαρακτηριστικών των επιχειρηματιών σε μια περίοδο όπου η χώρα διέρχεται από μια βαθιά και παρατεταμένη οικονομική ύφεση, αλλά όπου είναι δυνατό πραγματοποιείται και συγκριτική ανάλυση των επιχειρηματικών δεικτών μεταξύ Ελλάδας και χωρών-μελών

της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τις οποίες πραγματοποιούνται έρευνες στο πλαίσιο του GEM. Η ανάλυση στο δεύτερο κεφάλαιο της έκθεσης εστιάζεται στη καθιερωμένη επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, με σκοπό να διερευνηθεί η εξέλιξή της διαχρονικά προ και μετά την έναρξη της πρόσφατης οικονομικής κρίσης.

## **1.2 ΒΑΣΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ**

### **1.2.1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ**

Ο πρώτος βασικός δείκτης επιχειρηματικότητας που αναλύεται αφορά την «επιχειρηματικότητα αρχικών-σταδίων» (total early-stage entrepreneurial activity: TEA) που υπολογίζεται σε εθνικό επίπεδο από το ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών, το οποίο βρισκόταν στο στάδιο εκκίνησης ενός νέου επιχειρηματικού εγχειρήματος. Τα άτομα αυτά μπορούν να διακριθούν σε δύο επιμέρους κατηγορίες, τους «επίδοξους» επιχειρηματίες (εκείνους δηλαδή που βρίσκονται στο στάδιο σχεδιασμού για την ανάληψη και υλοποίηση μιας επιχειρηματικής πρωτοβουλίας ή/και μόλις ξεκινούν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα) και τους «νέους» επιχειρηματίες (εκείνους δηλαδή που η επιχειρηματική τους δραστηριοποίηση ξεκίνησε πρόσφατα και δεν έχει υπερβεί σε διάρκεια τους 42 μήνες).<sup>1</sup>

Για τον περιορισμό της ετερογένειας στην συγκριτική ανάλυση μεταξύ των χωρών, από την ίδρυση του GEM μέχρι και σήμερα οι χώρες που λαμβάνουν μέρος στο ερευνητικό πρόγραμμα ταξινομούνται σε τρεις γενικές ομάδες, με κριτήριο τη βασική πηγή του προϊόντος που παράγουν. Σε αυτό το σημείο χρειάζεται να επισημανθεί πως η ταξινόμηση των χωρών του GEM ακολουθεί την ομαδοποίηση του World Economic Forum και η οποία αναλύεται στο Global Competitiveness Report. Ειδικότερα, η πρώτη κατηγορία (Ομάδα Α) περιλαμβάνει χώρες χαμηλού κατά κεφαλήν εισοδήματος, το προϊόν των οποίων προέρχεται κυρίως από την εκμετάλλευση πρωτογενών συντελεστών παραγωγής. Η δεύτερη κατηγορία (Ομάδα Β) εμπεριέχει χώρες μεσαίου εισοδήματος, η ανάπτυξη των οποίων βασίζεται στη

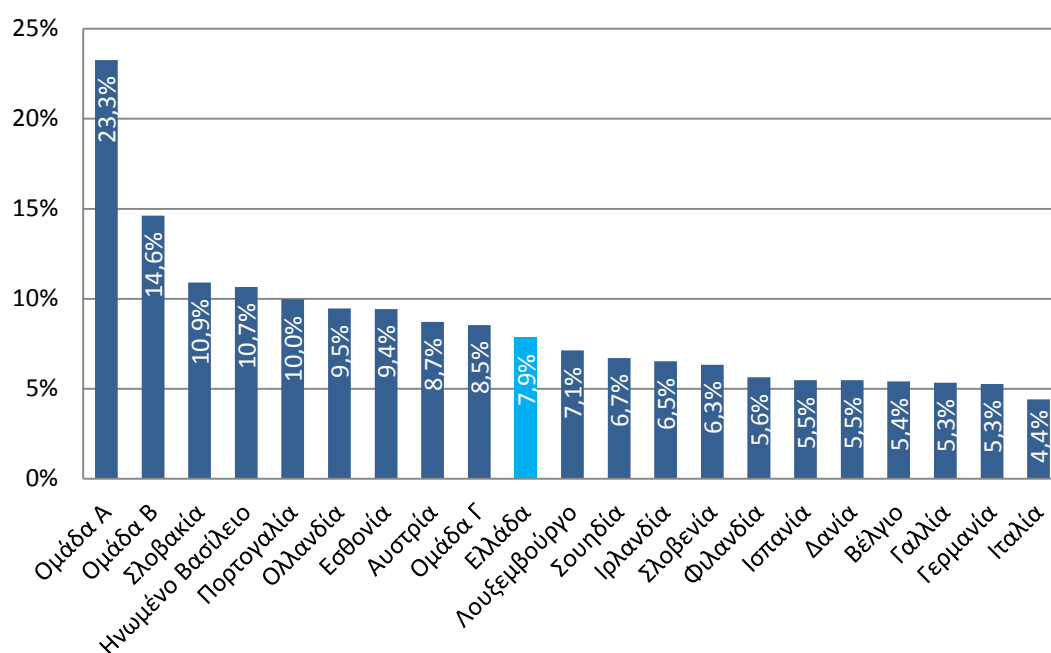
---

<sup>1</sup> Αναλυτικότερα οι συγκεκριμένες κατηγορίες επιχειρηματιών περιγράφονται στο Παράρτημα της έκθεσης.

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

Το Διάγραμμα 1.1 που ακολουθεί αποτυπώνει τον δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών-σταδίων σε επίπεδο χωρών που έλαβαν μέρος στην έρευνα του GEM για το έτος 2014. Για λόγους οικονομίας χώρου, αναφέρονται μόνο οι μέσοι όροι που αφορούν τις ομάδες χωρών Α, Β και Γ και από τις χώρες της ομάδας Γ παρουσιάζονται αναλυτικά όσες είναι μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης καθώς σε αυτές ανήκει και η Ελλάδα και ενδιαφέρει να εξεταστεί η σχετική θέση της χώρας μας στο ευρωπαϊκό πλαίσιο.

**Διάγραμμα 1-1: Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που εμπλέκεται σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά χώρα (2014)**

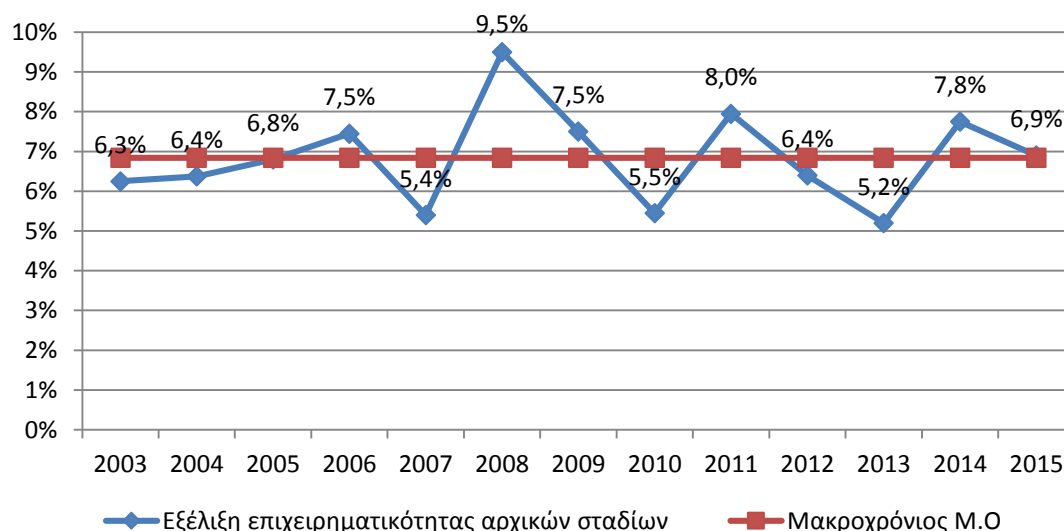


Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Οι χώρες που ανήκουν στις ομάδες Α και Β παρουσιάζουν και το 2014 όπως αντίστοιχα και στις προηγούμενες ετήσιες έρευνες υψηλότερα ποσοστά επιχειρηματικής δραστηριοποίησης έναντι των χωρών που ανήκουν στην ομάδα Γ. Πιθανότερη ερμηνεία για το συγκεκριμένο εύρημα αποτελεί η υψηλή «επιχειρηματικότητα ανάγκης» που καταγράφεται στις λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες όπως επιβεβαιώνεται στην συνέχεια της ανάλυσης.

Στην Ελλάδα το ποσοστό πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών που είναι σε αρχικά στάδια επιχειρηματικής ενεργοποίησης παρουσιάζει σημαντική διακύμανση (βλ. Διάγραμμα 1.2). Το 2014 το ποσοστό επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων αυξήθηκε σημαντικά από μόλις 5,2% το 2013 σε 7,8% το 2014, σε επίπεδα υψηλότερα δηλαδή από το μακροχρόνιο μέσο όρο του δείκτη (2003-2014). Ενδεικτικό της σημαντικής αύξησης του δείκτη το 2014 είναι ότι η Ελλάδα κατατάσσεται υψηλότερα από το μέσο όρο των χωρών της Ομάδας Γ. Στον αντίποδα, τα πρώτα αποτελέσματα από την ανάλυση των στοιχείων για το 2015 καταγράφουν εκ νέου πτώση του δείκτη στο επίπεδο του 6,9%. Η διόρθωση όμως είναι ηπιότερη, καθώς ο δείκτης κυμαίνεται στα επίπεδα του μακροχρόνιου μέσου όρου -σε αντίθεση με προηγούμενα έτη στα οποία είχε αντίστοιχα σημειωθεί πτώση, ένδειξη πιθανής άμβλυνσης της αβεβαιότητας που έχει επιφέρει η οικονομική κρίση και περαιτέρω αποσταθεροποίησης της επιχειρηματικής δραστηριοποίησης αρχικών σταδίων στην Ελλάδα.

**Διάγραμμα 1-2: Εξέλιξη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ως % του πληθυσμού, 2014**



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Συνολικά, η εξέλιξη του δείκτη τα τελευταία χρόνια φαίνεται να εμφανίζει διακυμάνσεις την περίοδο μετά την έναρξη της οικονομικής κρίσης σε σύγκριση με την περίοδο πριν τη κρίση. Όπως έχει παρατηρηθεί επανειλημμένα στις πρόσφατες εκθέσεις του IOBE, φαίνεται ότι οι Έλληνες αντέδρασαν στη κρίση κάνοντας αυτό που ξέρουν να κάνουν καλύτερα: ιδρύοντας μικρές επιχειρήσεις. Ωστόσο, στη φάση της

κρίσης μεγάλο ποσοστό αυτών των επιχειρήσεων αποδεικνύονται θνησιγενείς, κάτι που ίσως εξηγεί τη μεγάλη διακύμανση του σχετικού ποσοστού. Επίσης, η συνεκτίμηση δύο ισχυρών αντικρουόμενων δυνάμεων που αναδύονται στην ελληνική επιχειρηματικότητα την περίοδο της κρίσης, του υψηλού φόβου επιχειρηματικής αποτυχίας από τη μία πλευρά και του εντοπισμού επιχειρηματικών ευκαιριών από την άλλη - όπως διαπιστώνεται και στη συνέχεια της ανάλυσης στο παρόν κεφάλαιο --πιθανότατα να εξηγούν τις έντονες διακυμάνσεις που παρουσιάζει ο δείκτης επιχειρηματικότητας αρχικών-σταδίων.

---

#### 1.2.2 ΚΑΘΙΕΡΩΜΕΝΗ ΚΑΙ ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Η έρευνα του GEM υπολογίζει επίσης και άλλους δείκτες επιχειρηματικότητας όπως είναι η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα που δίνει εικόνα για επόμενο στάδιο από το αρχικό της επιχειρηματικής ενεργοποίησης, και η συνολική επιχειρηματικότητα η οποία αποτελεί σύνθετο δείκτη της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων και της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας. Τα αποτελέσματα από την ανάλυση για κάθε χώρα -δηλαδή των χωρών καινοτομίας που είναι μέλη της Ε.Ε και των μέσων όρων και των τριών ομάδων χωρών- για το έτος 2014 παρουσιάζονται στον Πίνακα 1.1.

Η Ελλάδα επιδεικνύει διαχρονικά πολύ υψηλές επιδόσεις στο δείκτη καθιερωμένης επιχειρηματικότητας όπως ορίζεται ως ποσοστό των ατόμων στον πληθυσμό ηλικίας 18-64 που δηλώνει πως ξεκίνησε μια επιχειρηματική δραστηριότητα εδώ και τουλάχιστον 42 μήνες (αναλυτική παρουσίαση των χαρακτηριστικών της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας στο Κεφ. 2). Το 2014 ο δείκτης καθιερωμένης επιχειρηματικότητας παρέμεινε στο 12,8%, επίδοση υψηλότερη και από το μέσο όρων των χωρών καινοτομίας (Ομάδα Γ). Φαίνεται ότι αν και το 2014 διανύαμε ήδη το έκτο έτος της κρίσης, η επιχειρηματικότητα διατηρεί τα ίδια χαρακτηριστικά ήτοι οι πολύ μικρές επιχειρήσεις οικογενειακής κυρίως ιδιοκτησίας συνεχίζουν να κυριαρχούν στην δομή της ελληνικής επιχειρηματικότητας. Πιθανόν όμως επίσης τα υψηλά ποσοστά καθιερωμένης επιχειρηματικότητας να ερμηνεύονται και από τους περιορισμούς που τίθενται από το θεσμικό πλαίσιο που διέπει την επιχειρηματική έξοδο (διακοπή λειτουργίας των επιχειρήσεων).

Σημειώνεται ότι η Ελλάδα αν και κατέχει την υψηλότερη επίδοση στη συνολική επιχειρηματικότητα μεταξύ χωρών καινοτομίας που είναι μέλη της ΕΕ, όπως αυτή ορίζεται ως ποσοστό πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών που είναι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων ή καθιερωμένοι επιχειρηματίες, η πρωτιά αυτή κυρίως οφείλεται στην καθιερωμένη επιχειρηματικότητα. Η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα υπερβαίνει την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων το οποίο αντίκειται με ό,τι συμβαίνει στις περισσότερες χώρες καινοτομίας- μέλη της Ε.Ε.. Πιθανώς κάποιες (πολύ) μικρές επιχειρήσεις οικογενειακού χαρακτήρα να έχουν ισχυρότερες αντιστάσεις ίσως δε και κάποιοι επιχειρηματίες να «εγκλωβίζονται» στην επιχειρηματική τους θέση. Συνολικά θα λέγαμε ότι η σύνθεση του δείκτη συνολικής επιχειρηματικότητας φαίνεται πως αποτυπώνει μια σχετική αγκύλωση σε παλαιότερες δομές, με την επιχειρηματική ανασυγκρότηση της χώρας να μην είναι εμφανής στο σημείο καμπής που βρίσκεται η ελληνική οικονομία παρά το γεγονός ότι διέρχεται μια βαθιά και παρατεταμένη οικονομική ύφεση.

**Πίνακας 1-1: Συμμετοχή στην επιχειρηματική δραστηριότητα ανά χώρα (% πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών, 2014)**

|                             | Επίδοξοι<br>επιχειρημα<br>τίες | Νέοι<br>επιχειρημα<br>τίες | Επιχειρηματικό<br>τητα αρχικών<br>σταδίων | Καθιερωμέ<br>νοι<br>επιχειρημα<br>τίες | Συνολική<br>επιχειρημα<br>τική<br>δραστηριότ<br>ητα |
|-----------------------------|--------------------------------|----------------------------|-------------------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| <b>Ομάδα Α</b>              | 12,4%                          | 11,7%                      | 23,3%                                     | 12,7%                                  | 36,0%                                               |
| <b>Ομάδα Β</b>              | 8,5%                           | 6,5%                       | 14,6%                                     | 8,9%                                   | 23,5%                                               |
| <b>Ελλάδα</b>               | 4,6%                           | 3,4%                       | 7,9%                                      | 12,8%                                  | 20,7%                                               |
| <b>Ολλανδία</b>             | 5,2%                           | 4,5%                       | 9,5%                                      | 9,6%                                   | 19,0%                                               |
| <b>Σλοβακία</b>             | 6,7%                           | 4,4%                       | 10,9%                                     | 7,8%                                   | 18,7%                                               |
| <b>Αυστρία</b>              | 5,8%                           | 3,1%                       | 8,7%                                      | 9,9%                                   | 18,6%                                               |
| <b>Πορτογαλί<br/>α</b>      | 5,8%                           | 4,4%                       | 10,0%                                     | 7,6%                                   | 17,5%                                               |
| <b>Ηνωμένο<br/>Βασίλειο</b> | 6,3%                           | 4,5%                       | 10,7%                                     | 6,5%                                   | 17,2%                                               |
| <b>Ιρλανδία</b>             | 4,4%                           | 2,5%                       | 6,5%                                      | 9,9%                                   | 16,4%                                               |
| <b>Ομάδα Γ</b>              | 5,3%                           | 3,4%                       | 8,5%                                      | 6,7%                                   | 15,3%                                               |
| <b>Εσθονία</b>              | 6,3%                           | 3,5%                       | 9,4%                                      | 5,7%                                   | 15,1%                                               |
| <b>Σουηδία</b>              | 4,9%                           | 1,9%                       | 6,7%                                      | 6,5%                                   | 13,2%                                               |
| <b>Ισπανία</b>              | 3,3%                           | 2,2%                       | 5,5%                                      | 7,0%                                   | 12,5%                                               |
| <b>Φιλανδία</b>             | 3,4%                           | 2,3%                       | 5,6%                                      | 6,6%                                   | 12,2%                                               |

|                           | Επίδοξοι<br>επιχειρημα-<br>τίες | Νέοι<br>επιχειρημα-<br>τίες | Επιχειρηματικό<br>τητα αρχικών<br>σταδίων | Καθιερωμέ-<br>νοι<br>επιχειρημα-<br>τίες | Συνολική<br>επιχειρημα-<br>τική<br>δραστηριό-<br>τητα |
|---------------------------|---------------------------------|-----------------------------|-------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| <b>Σλοβενία</b>           | 3,8%                            | 2,7%                        | 6,3%                                      | 4,8%                                     | 11,1%                                                 |
| <b>Λουξεμβού-<br/>ργο</b> | 4,9%                            | 2,3%                        | 7,1%                                      | 3,7%                                     | 10,8%                                                 |
| <b>Δανία</b>              | 3,1%                            | 2,5%                        | 5,5%                                      | 5,1%                                     | 10,6%                                                 |
| <b>Γερμανία</b>           | 3,1%                            | 2,3%                        | 5,3%                                      | 5,2%                                     | 10,4%                                                 |
| <b>Βέλγιο</b>             | 2,9%                            | 2,5%                        | 5,4%                                      | 3,5%                                     | 8,9%                                                  |
| <b>Ιταλία</b>             | 3,2%                            | 1,3%                        | 4,4%                                      | 4,3%                                     | 8,7%                                                  |
| <b>Γαλλία</b>             | 3,7%                            | 1,7%                        | 5,3%                                      | 2,9%                                     | 8,3%                                                  |

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

#### 1.2.3 ΔΙΑΚΟΠΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Το ποσοστό του πληθυσμού που δηλώνει πως έχει διακόψει ή αναστείλει την επιχειρηματική του δραστηριότητα το 2014 ανέρχεται στο 2,8% του πληθυσμού χαμηλότερα δηλαδή από το αντίστοιχο ποσοστό το 2013 (4,8%) και σε μικρή απόσταση από το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (Πίνακας 1.2). Φαίνεται ότι η επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα έχει αρχίσει να θωρακίζεται απέναντι στην κρίση. Πιθανώς τα επιχειρηματικά εγχειρήματα που αναπτύχθηκαν στην Ελλάδα εντός της κρίσης να είχαν καλύτερα διαρθρωτικά χαρακτηριστικά που να διασφαλίζουν σε μεγαλύτερο βαθμό τη βιωσιμότητά τους.

**Πίνακας 1-2: Διακοπή επιχειρηματικής δραστηριότητας**

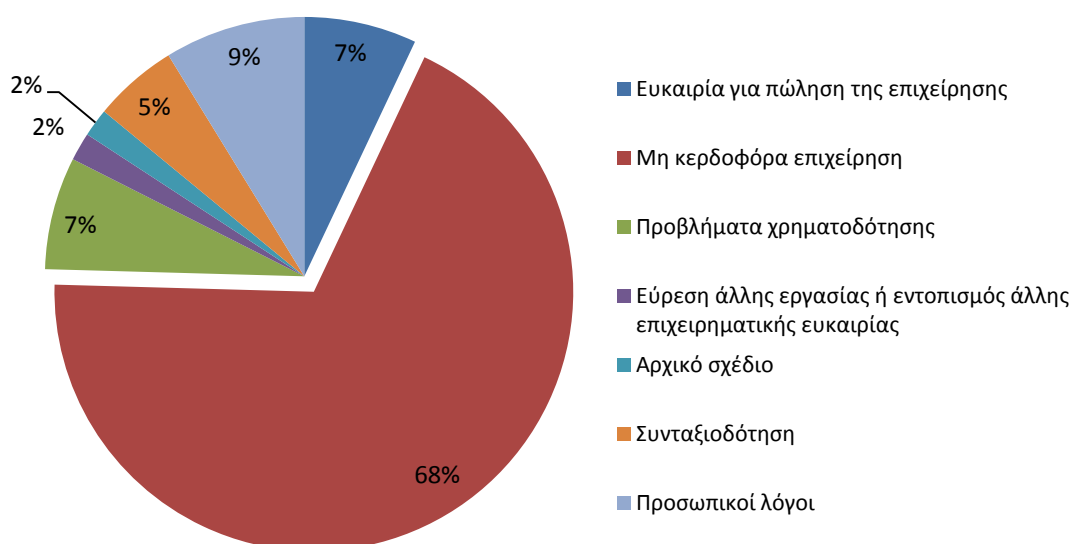
| Χώρες               | Διακοπή-Αναστολή<br>Επιχειρηματικής Δραστηριότητας<br>(% πληθυσμού) |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------|
| <b>Ομάδα Α</b>      | 10,9%                                                               |
| <b>Σλοβακία</b>     | 5,2%                                                                |
| <b>Ομάδα Β</b>      | 4,4%                                                                |
| <b>Πορτογαλία</b>   | 3,0%                                                                |
| <b>Ελλάδα</b>       | 2,8%                                                                |
| <b>Αυστρία</b>      | 2,7%                                                                |
| <b>Ομάδα Γ</b>      | 2,6%                                                                |
| <b>Λουξεμβούργο</b> | 2,6%                                                                |
| <b>Φιλανδία</b>     | 2,3%                                                                |
| <b>Βέλγιο</b>       | 2,3%                                                                |
| <b>Δανία</b>        | 2,2%                                                                |

| Χώρες            | Διακοπή-Αναστολή<br>Επιχειρηματικής Δραστηριότητας<br>(% πληθυσμού) |
|------------------|---------------------------------------------------------------------|
| Ιταλία           | 2,1%                                                                |
| Σουηδία          | 2,1%                                                                |
| Εσθονία          | 2,0%                                                                |
| Ισπανία          | 1,9%                                                                |
| Ιρλανδία         | 1,9%                                                                |
| Ηνωμένο Βασίλειο | 1,9%                                                                |
| Ολλανδία         | 1,8%                                                                |
| Γαλλία           | 1,7%                                                                |
| Γερμανία         | 1,7%                                                                |
| Σλοβενία         | 1,5%                                                                |

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Ως βασικότερος παράγοντας διακοπής ή αναστολής λειτουργίας μιας επιχείρησης το 2014 είναι η έλλειψη κερδοφορίας με ποσοστό 68% ενώ από τις βασικότερες λοιπές αιτιάσεις είναι: προσωπικοί λόγοι (9%), προβλήματα χρηματοδότησης (7%) και ευκαιρία για πώληση (7%). Φαίνεται δηλαδή ότι οι οικονομικοί παράγοντες (έλλειψη κερδοφορίας των επιχειρήσεων, προβλήματα χρηματοδότησης), που σε μεγάλο βαθμό ερμηνεύονται και από τη δυσμενή οικονομική συγκυρία, ευθύνονται για τη διακοπή δραστηριότητας των επιχειρηματικών εγχειρημάτων.

**Διάγραμμα 1-3: Λόγοι διακοπής ή αναστολής λειτουργίας επιχείρησης (2014)**



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM 2014



---

#### 1.2.4 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΝΑΓΚΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΕΥΚΑΙΡΙΑΣ

Στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM και στο πλαίσιο ανάλυσης της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων γίνεται προσπάθεια να εντοπιστούν και να ποσοτικοποιηθούν τα βασικά κίνητρα που κινητοποιούν την απόφαση ενός ατόμου να ξεκινήσει ένα επιχειρηματικό εγχείρημα. Στο πλαίσιο αυτό οι δύο βασικοί τύποι κινήτρων επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων αφορούν:

α) την *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 η οποία προκρίνεται ικανή είτε να οδηγήσει σε αύξηση του εισοδήματός του, είτε να προσφέρει εργασιακή ανεξαρτησία και

β) την *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 «απειλείται» με συρρίκνωση.<sup>2</sup>

Οι δύο αυτοί τύποι κινήτρων επιχειρηματικής δραστηριοποίησης αποτελούν στην ουσία δύο ακραίους πόλους, καθώς τα επιχειρηματικά κίνητρα των ατόμων μπορεί να κινούνται μεταξύ αυτών των δύο πόλων. Ο Πίνακας 1.3 παρουσιάζει τα ευρήματα ποσοστιαίας κατανομής των κινήτρων των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων εστιάζοντας κυρίως στις χώρες καινοτομίας. Σε αυτό το σημείο χρειάζεται να επισημανθεί πως στην ανάλυση του Πίνακα 1.3 καταγράφεται ως επιχειρηματικότητα ευκαιρίας το κίνητρο επιχειρηματικής δραστηριοποίησης που στοχεύει στη βελτίωση του εισοδήματος ή/και την ανεξαρτησία στην εργασία. Είναι

---

<sup>2</sup> Ο χαρακτηρισμός των ατόμων που εισέρχονται στον επιχειρηματικό στίβο για να διατηρήσουν το εισόδημά τους ως επιχειρηματιών ανάγκης έχει γίνει τα τελευταία χρόνια από το GEM. Τα άτομα αυτά, 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».

αξιοσημείωτο πως η πλειονότητα των απαντήσεων θέτει πρωτίστως αυτούς τους δύο παράγοντες ως βασικούς για την επιδίωξη μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας.

Τα ευρήματα της έρευνας επιβεβαιώνουν το συμπέρασμα των προηγούμενων ετήσιων ερευνών του GEM, ότι δηλαδή η κατανομή ανάμεσα σε επιχειρηματικότητα ανάγκης και επιχειρηματικότητα ευκαιρίας συνδέεται στενά με το επίπεδο του κατά κεφαλήν εισοδήματος κάθε χώρας. Όσο υψηλότερο το εισόδημα, τόσο μεγαλύτερο το ποσοστό των νέων επιχειρηματιών που κινητοποιούνται από την επιθυμία αξιοποίησης μια ευκαιρίας, παρά από την ανάγκη βιοπορισμού.

Οι δείκτες επιχειρηματικότητας ανάγκης και ευκαιρίας το 2014 στην Ελλάδα διαμορφώθηκαν περίπου στο 43,6% και στο 30,5% αντίστοιχα. Δηλαδή η ελληνική επιχειρηματικότητα που κινητοποιείται από τον εντοπισμό ευκαιριών κινείται σε πολύ χαμηλότερα επίπεδα από τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (54,9%), ενώ στον αντίποδα το ποσοστό επιχειρηματικής δραστηριοποίησης στην Ελλάδα λόγω ανάγκης κινείται σε πολύ υψηλότερα επίπεδα συγκριτικά με τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας. Δεν είναι τυχαίο ότι η Ελλάδα βρίσκεται στη τελευταία θέση της κατάταξης μεταξύ των χωρών καινοτομίας μελών της Ε.Ε. σε όρους επιχειρηματικότητας ευκαιρίας και στην πρώτη θέση της κατάταξης σε όρους επιχειρηματικότητας ανάγκης. Η συνεχιζόμενη ύφεση οδηγεί συγκριτικά με άλλες χώρες πολύ περισσότερους πολίτες στον επιχειρηματικό στίβο από ανάγκη, παρά για λόγους αξιοποίησης πραγματικών επιχειρηματικών ευκαιριών.

**Πίνακας 1-3: Κίνητρα έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας ανά χώρα (2014)**

| Χώρα         | Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας για τη βελτίωση του εισοδήματος ή/και εργασιακής ανεξαρτησίας (% επιχειρηματιών αρχικών σταδίων) | Επιχειρηματικότητα ανάγκης (% επιχειρηματιών αρχικών σταδίων) |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| Γαλλία       | 69,2%                                                                                                                         | 20,7%                                                         |
| Νορβηγία     | 69,0%                                                                                                                         | 4,9%                                                          |
| Φιλανδία     | 63,1%                                                                                                                         | 24,7%                                                         |
| Ολλανδία     | 62,8%                                                                                                                         | 26,7%                                                         |
| Δανία        | 60,2%                                                                                                                         | 10,3%                                                         |
| Λουξεμβούργο | 59,8%                                                                                                                         | 17,1%                                                         |
| Ελβετία      | 58,1%                                                                                                                         | 21,2%                                                         |
| Σουηδία      | 56,2%                                                                                                                         | 10,3%                                                         |
| Ομάδα Γ      | 54,9%                                                                                                                         | 23,9%                                                         |

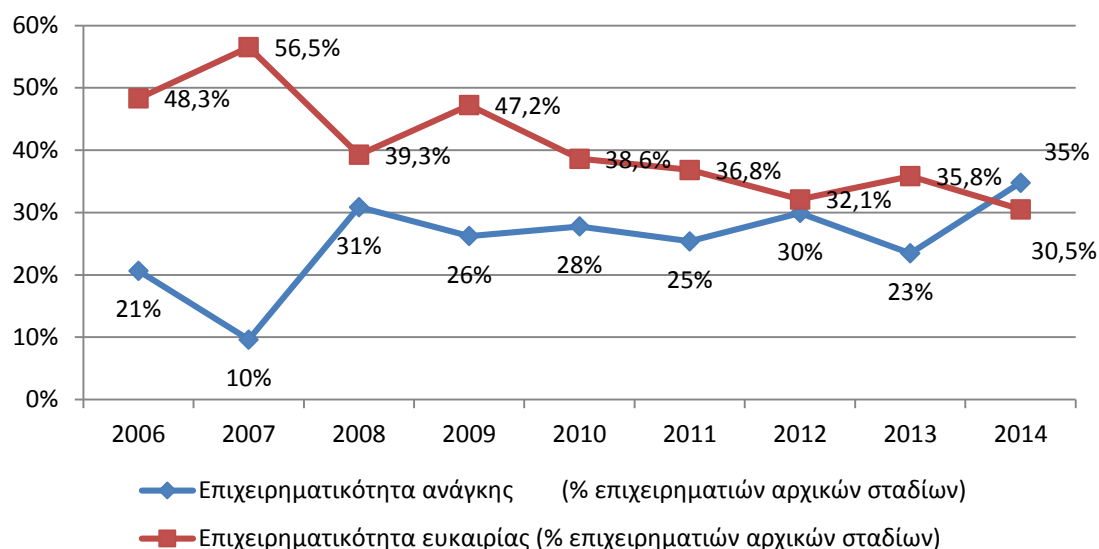
| Χώρα             | Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας για τη βελτίωση του εισοδήματος ή/και εργασιακής ανεξαρτησίας (% επιχειρηματιών αρχικών σταδίων) | Επιχειρηματικότητα ανάγκης (% επιχειρηματιών αρχικών σταδίων) |
|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| Γερμανία         | 53,7%                                                                                                                         | 28,2%                                                         |
| Ηνωμένο Βασίλειο | 52,7%                                                                                                                         | 19,1%                                                         |
| Σλοβακία         | 51,8%                                                                                                                         | 35,5%                                                         |
| Πορτογαλία       | 49,3%                                                                                                                         | 34,0%                                                         |
| Ιρλανδία         | 48,6%                                                                                                                         | 41,4%                                                         |
| Ομάδα Α          | 47,0%                                                                                                                         | 33,3%                                                         |
| Ομάδα Β          | 45,5%                                                                                                                         | 33,5%                                                         |
| Σλοβενία         | 44,8%                                                                                                                         | 30,1%                                                         |
| Βέλγιο           | 43,1%                                                                                                                         | 38,4%                                                         |
| Εσθονία          | 41,1%                                                                                                                         | 18,0%                                                         |
| Ιταλία           | 38,6%                                                                                                                         | 16,7%                                                         |
| Αυστρία          | 37,4%                                                                                                                         | 15,4%                                                         |
| Ισπανία          | 33,5%                                                                                                                         | 36,8%                                                         |
| Ελλάδα           | 30,5%                                                                                                                         | 43,6%                                                         |

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Η διαπίστωση αυτή κάνει αναγκαίο να εξεταστεί η εξέλιξη της κατανομής κινήτρων επιχειρηματικής δραστηριοποίησης στην Ελλάδα διαχρονικά, έτσι ώστε να διαφανεί ο τρόπος με τον οποίο η ύφεση έχει επιδράσει σε αυτήν. Το Διάγραμμα 1.4 που ακολουθεί καταγράφει την εξέλιξη της κατανομής κινήτρων επιχειρηματικής δραστηριοποίησης μεταξύ επιχειρηματικότητας ανάγκης και ευκαιρίας από το 2006 έως σήμερα.

**Διάγραμμα 1-4: Εξέλιξη κατανομής επιχειρηματικότητας ανάγκης και ευκαιρίας**



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Διαχρονικά, το ποσοστό ατόμων που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά με στόχο τη βελτίωση των συνθηκών εργασίας συμπεριλαμβανομένου και της βελτίωσης εισοδήματος είναι μεν υψηλότερο σε σχέση με το ποσοστό των ατόμων που αναλαμβάνουν επιχειρηματικές πρωτοβουλίες από ανάγκη αλλά διαρκώς συρρικνούμενο. Η εξέλιξη αυτή σε συνδυασμό με το διαχρονικά σταθερό ποσοστό ατόμων που εισήλθαν στον επιχειρηματικό στίβο εξ ανάγκης συνέβαλε στη σύγκλιση των ποσοστών επιχειρηματικότητας ευκαιρίας και ανάγκης. Μάλιστα το 2014 η αύξηση του ποσοστού των ατόμων κατά έντεκα και πλέον ποσοστιαίες μονάδες συνετέλεσε ώστε για πρώτη χρονιά το ποσοστό ατόμων που ασκεί επιχειρηματικότητα ανάγκης να υπερβεί το ποσοστό επιχειρηματικότητας ανάγκης.

Φαίνεται ότι καθώς η κρίση και οι επιπτώσεις της γίνονται ολοένα και περισσότερο αισθητές, τα κίνητρα που συντελούν κυρίως στην επιχειρηματική δραστηριοποίηση είναι η ένταξη στον εργασιακό στίβο και λιγότερο η βελτίωση των συνθηκών της εργασίας τους, χωρίς όμως αυτό να συνεπάγεται απαραίτητα ότι όσοι ξεκίνησαν εξ ανάγκης δεν διέγνωσαν μια επιχειρηματική ευκαιρία.

#### 1.2.5 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΕΓΧΕΙΡΗΜΑΤΩΝ: Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΑΤΥΠΩΝ ΕΠΕΝΔΥΤΩΝ

Οι χρηματοδοτικοί περιορισμοί για την εκκίνηση επιχειρηματικής δραστηριότητας έχουν αναγνωρισθεί διεθνώς τόσο από ακαδημαϊκούς και ερευνητές όσο και από διαμορφωτές πολιτικής ως ένα από τα βασικότερα εμπόδια επιχειρηματικότητας. Στο πλαίσιο αυτό το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM επικεντρώνεται στους «άτυπους επενδυτές» (informal investors), δηλαδή παρέχει πληροφόρηση και στοιχεία για τις περιπτώσεις εκείνες όπου ένα άτομο υποστηρίζει μέσω χρηματοδότησης κάποιο άλλο προκειμένου να ξεκινήσει μια νέα επιχειρηματική δραστηριότητα, στο οποίο ο χρηματοδότης δεν εμπλέκεται και δεν δραστηριοποιείται άμεσα, δηλαδή δεν είναι ούτε ιδιοκτήτης αλλά ούτε ασκεί καθήκοντα διοίκησης στη νέα επιχείρηση.

Η περιορισμένη πρόσβαση των νέων επιχειρηματιών σε εξωτερική χρηματοδότηση οφείλεται τις περισσότερες φορές στη δυσκολία ανάδειξης των δυνατών σημείων της επιχειρηματικής ιδέας και του επιχειρηματικού σχεδίου. Περαιτέρω δυσκολίες δημιουργεί και το ότι ο νέος επιχειρηματίας δεν έχει ακόμα προλάβει να χτίσει ένα προφίλ αξιοπιστίας και φερεγγυότητας. Σε αυτό το πλαίσιο, αποτελεί υψηλής σημασίας ο ρόλος των άτυπων επενδυτών για την υποστήριξη και την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων. Η συμβολή των άτυπων επενδυτών φαίνεται πως είναι εξαιρετικά σημαντική ιδίως σε περιόδους κρίσης όπου η πιστωτική ασφυξία και η έλλειψη ρευστότητας συνιστούν βασικούς ανασχετικούς παράγοντες για εξεύρεση εξωτερικής χρηματοδότησης νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων.

Ο Πίνακας 1.4 που ακολουθεί παρουσιάζει για τις χώρες καινοτομίας που είναι μέλη της Ε.Ε. (αναφέρονται επίσης οι μέσοι όροι των ομάδων χωρών Α, Β και Γ) τα ποσοστά του πληθυσμού που έδρασαν ως άτυποι επενδυτές το 2014.

**Πίνακας 1-4: Ποσοστό άτυπων επενδυτών στο σύνολο του πληθυσμού ατόμων 18-64 ετών ανά χώρα (2014)**

| Χώρες               | Άτυποι επενδυτές<br>(% του πληθυσμού) |
|---------------------|---------------------------------------|
| <b>Ομάδα Α</b>      | 11,5%                                 |
| <b>Σλοβακία</b>     | 8,6%                                  |
| <b>Εσθονία</b>      | 6,8%                                  |
| <b>Λουξεμβούργο</b> | 6,1%                                  |
| <b>Αυστρία</b>      | 5,8%                                  |

| Χώρες            | Άτυποι επενδυτές<br>( % του πληθυσμού) |
|------------------|----------------------------------------|
| Σουηδία          | 5,6%                                   |
| Ομάδα Β          | 5,2%                                   |
| Σλοβενία         | 4,7%                                   |
| Ομάδα Γ          | 4,3%                                   |
| Γερμανία         | 3,8%                                   |
| Ισπανία          | 3,7%                                   |
| Ελλάδα           | 3,5%                                   |
| Δανία            | 3,4%                                   |
| Ιρλανδία         | 3,4%                                   |
| Γαλλία           | 3,4%                                   |
| Ολλανδία         | 3,3%                                   |
| Βέλγιο           | 3,2%                                   |
| Φιλανδία         | 3,1%                                   |
| Ιταλία           | 2,8%                                   |
| Πορτογαλία       | 2,2%                                   |
| Ηνωμένο Βασίλειο | 2,1%                                   |

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Στην Ελλάδα το 2014 το ποσοστό των ατόμων στον πληθυσμό ηλικίας 18-64 ετών που δήλωσαν πως διαδραμάτισαν ρόλο άτυπου επενδυτή για τη χρηματοδοτική υποστήριξη μιας νέας επιχειρηματικής προσπάθειας ήταν 3,5%. Το ποσοστό αυτό αν και υπολείπεται του μέσου όρου των χωρών καινοτομίας 4,3% φέρνει την Ελλάδα στη διάμεσο ήτοι στην 9<sup>η</sup> θέση της κατάταξης σε σύνολο 18 χωρών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης που ανήκουν στην ομάδα χωρών καινοτομίας (Ομάδα Γ). Δεδομένου ότι ο δείκτης αυξήθηκε σε σύγκριση με πέρυσι εκτιμάται ότι αυτό σε ένα βαθμό αντανakλά την ανάπτυξη εναλλακτικών τρόπων χρηματοδότησης επιχειρηματιών αρχικών σταδίων σε μια περίοδο που το χρηματοπιστωτικό σύστημα δεν λειτουργεί αποτελεσματικά. Αντίστοιχα, τα υψηλότερα ποσοστά των χωρών Α και Β πιθανότατα να οφείλονται στο χαμηλότερο βαθμό ανάπτυξης του χρηματοπιστωτικού συστήματος σε αυτές τις χώρες.

Στον παρακάτω Πίνακα 1.5 καταγράφεται στην Ελλάδα η σχέση που συνδέει τους άτυπους επενδυτές με τους αποδέκτες της χρηματοδότησης, δηλαδή τους επιχειρηματίες, την τελευταία οχταετία.

**Πίνακας 1-5: Σχέση επιχειρηματιών αρχικών σταδίων και άτυπων επενδυτών**

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Ένα «δομικό» χαρακτηριστικό που διαχρονικά παρατηρείται στην Ελλάδα, ότι κυριαρχούν οι στενές προσωπικές σχέσεις οικογενειακού χαρακτήρα μεταξύ του άτυπου επενδυτή και του αποδέκτη της χρηματοδότησης (45,2% αφορούν σχέσεις στενότερου οικογενειακού κύκλου, και 12,2% σχέσεις ευρύτερου οικογενειακού κύκλου) φαίνεται πως αρχίζει σταδιακά να αποδομείται. Οι Έλληνες άτυποι επενδυτές αν και κατά κύριο λόγο κατευθύνουν τη χρηματοδοτική τους υποστήριξη σε μέλη του στενότερου ή ευρύτερου οικογενειακού κύκλου αρχίζουν να ανοίγονται στο ευρύτερο κοινωνικό ή φιλικό περιβάλλον. Δύναται μάλιστα το φαινόμενο να ενισχύεται και από την πλευρά της ζήτησης: Οι δυνητικοί επιχειρηματίες οι οποίοι δυσκολεύονται να βρουν χρηματοδότηση μέσα από την οικογένεια καθώς οι αποταμιεύσεις των νοικοκυριών αλλά και το διαθέσιμο εισόδημα έχουν στο διάστημα της κρίσης υποστεί καθίζηση, αναζητούν πλέον χρηματοδότηση κατά προτεραιότητα μεταξύ γνωστών/ φίλων, συναδέλφων και ακολούθως εκθέτουν την ιδέα τους σε αγνώστους.

Αναφορικά με τη κλαδική διάρθρωση των νέων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών, το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM ακολουθεί την προσέγγιση του ΟΗΕ στη κλαδική ταξινόμηση, διακρίνοντας τους τομείς ως ακολούθως σε: i) πρωτογενή τομέα, ii) μεταποιητική δραστηριότητα, iii) υπηρεσίες προς επιχειρήσεις και iv) προϊόντα/υπηρεσίες προς τον τελικό καταναλωτή. Ο Πίνακας 1.6 παρουσιάζει για το 2014 τις κλαδικές κατανομές για τις χώρες καινοτομίας που είναι χώρες μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης και τους μέσους όρους και για τις τρεις ομάδες χωρών (Α, Β και Γ).

Σε ότι αφορά τη κλαδική διάρθρωση των επιχειρήσεων αρχικών σταδίων η Ελλάδα φαίνεται να αποκλίνει από το προφίλ των χωρών καινοτομίας. Αναλυτικότερα, μεταξύ των χωρών καινοτομίας μελών της Ε.Ε. η Ελλάδα παρουσιάζει το χαμηλότερο ποσοστό επιχειρήσεων αρχικών σταδίων που παρέχουν υπηρεσίες προς επιχειρήσεις, ποσοστό το οποίο συγκλίνει περισσότερο με το μέσο όρο των χωρών της ομάδας Β. Αντίστοιχα, αποκλίσεις από το προφίλ των χωρών καινοτομίας μελών της Ε.Ε., θετικές αυτή τη φορά, εντοπίζονται στο ποσοστό των επιχειρήσεων αρχικών σταδίων που παρέχουν προϊόντα/υπηρεσίες προς καταναλωτές. Σε αυτή την περίπτωση η Ελλάδα καταλαμβάνει την πρώτη θέση μεταξύ των χωρών καινοτομίας αμέσως μετά το μέσο όρο των χωρών ομάδας Α και Β.

Από την άλλη πλευρά ενδιαφέρον αποτελεί το εύρημα ότι στην Ελλάδα υψηλότερα από το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (Ομάδα Γ) αλλά και των υπόλοιπων δύο ομάδων (Ομάδα Α, Ομάδα Β) είναι τα ποσοστά των επιχειρήσεων αρχικών σταδίων που ασχολούνται με την μεταποίηση, ενώ αντίθετα σε σύγκριση με τις περισσότερες χώρες καινοτομίας μέλη της Ε.Ε. σημαντικά υπολείπονται τα ποσοστά των επιχειρήσεων αρχικών σταδίων που ασχολούνται με την πρωτογενή παραγωγή.

Συνολικά θα λέγαμε ότι οι επιχειρηματίες στην Ελλάδα επιλέγουν να δραστηριοποιούνται κυρίως σε κλάδους με μικρότερη συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη, κλάδους δηλαδή που βρίσκονται στο τέλος της αλυσίδας αξίας που είναι πιο κοντά στον καταναλωτή. Έλλειμμα υπάρχει σε υποστηρικτικές υπηρεσίες προς τις επιχειρήσεις, το οποίο πιθανόν να οφείλεται στο ότι οι υφιστάμενες επιχειρήσεις



στην Ελλάδα δεν απαιτούν σε σημαντικό βαθμό εξειδικευμένες υπηρεσίες πιθανώς επειδή και οι ίδιες δεν παρέχουν υψηλής εξειδίκευσης προϊόντα/υπηρεσίες.

Όταν όμως η πλειονότητα των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων κατευθύνεται σε δραστηριότητες με μικρή αναπτυξιακή δυναμική, επικρατεί αυτό που το IOBE έχει περιγράψει ήδη από τις πρώτες σχετικές Εκθέσεις του ως «ρηχή» επιχειρηματικότητα. Ιδιαίτέρως σε περιόδους οικονομικής κρίσης όπως η σημερινή, αυτού του είδους η επιχειρηματικότητα εμπεριέχει μικρή πιθανότητα επιβίωσης και δεν προσδίδει δυναμική στην οικονομική ανάπτυξη, διότι συνήθως χαρακτηρίζεται από απουσία εξωστρεφούς στρατηγικής, από έλλειψη καινοτόμων χαρακτηριστικών και από χαμηλή προστιθέμενη αξία.

Συγκεκριμένα, στην Ελλάδα, το 2014 το 53,8% των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων κατευθύνθηκαν στη διάθεση προϊόντων και υπηρεσιών προς στον τελικό καταναλωτή. Στον αντίποδα, μόλις το 14,4 % της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων παρείχε υπηρεσίες προς τις επιχειρήσεις (B2B: Business to Business), το 28,7% εστίασε στο τομέα της μεταποίησης, ενώ μόλις το 3,1% δραστηριοποιήθηκε στον πρωτογενή τομέα.

**Πίνακας 1-6: Ποσοστιαία κατανομή της επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων στις χώρες καινοτομίας κατά τομέα οικονομικής δραστηριότητας (2014)**

| Χώρες                   | Πρωτογενής Τομέας | Μεταποιητική δραστηριότητα | Υπηρεσίες προς επιχειρήσεις | Προϊόντα/υπηρεσίες προς καταναλωτές* |
|-------------------------|-------------------|----------------------------|-----------------------------|--------------------------------------|
| <b>Ομάδα Α</b>          | 12,8%             | 17,9%                      | 5,8%                        | 63,5%                                |
| <b>Ομάδα Β</b>          | 8,9%              | 23,3%                      | 11,8%                       | 56,0%                                |
| <b>Ελλάδα</b>           | 3,1%              | 28,7%                      | 14,4%                       | 53,8%                                |
| <b>Ισπανία</b>          | 4,5%              | 15,1%                      | 28,7%                       | 51,8%                                |
| <b>Βέλγιο</b>           | 9,4%              | 11,4%                      | 29,0%                       | 50,3%                                |
| <b>Ιταλία</b>           | 9,0%              | 18,4%                      | 22,6%                       | 49,9%                                |
| <b>Πορτογαλία</b>       | 4,7%              | 23,3%                      | 22,2%                       | 49,8%                                |
| <b>Λουξεμβούργο</b>     | 1,6%              | 10,9%                      | 40,2%                       | 47,3%                                |
| <b>Ηνωμένο Βασίλειο</b> | 0,4%              | 27,1%                      | 27,2%                       | 45,3%                                |
| <b>Γερμανία</b>         | 1,4%              | 16,6%                      | 37,3%                       | 44,7%                                |
| <b>Ομάδα Γ</b>          | 5,1%              | 22,1%                      | 28,8%                       | 44,0%                                |
| <b>Αυστρία</b>          | 3,7%              | 17,7%                      | 35,0%                       | 43,6%                                |
| <b>Ολλανδία</b>         | 2,3%              | 27,1%                      | 29,8%                       | 40,8%                                |
| <b>Φιλανδία</b>         | 13,0%             | 25,0%                      | 23,9%                       | 38,2%                                |
| <b>Γαλλία</b>           | 1,4%              | 28,9%                      | 31,4%                       | 38,2%                                |

| Χώρες           | Πρωτογενής Τομέας | Μεταποιητική δραστηριότητα | Υπηρεσίες προς επιχειρήσεις | Προϊόντα/υπηρεσίες προς καταναλωτές* |
|-----------------|-------------------|----------------------------|-----------------------------|--------------------------------------|
| <b>Σλοβακία</b> | 5,0%              | 34,7%                      | 25,2%                       | 35,1%                                |
| <b>Δανία</b>    | 3,5%              | 19,5%                      | 43,4%                       | 33,5%                                |
| <b>Εσθονία</b>  | 6,9%              | 31,2%                      | 30,1%                       | 31,8%                                |
| <b>Σλοβενία</b> | 10,8%             | 24,6%                      | 33,4%                       | 31,2%                                |
| <b>Σουηδία</b>  | 10,0%             | 12,4%                      | 46,8%                       | 30,7%                                |
| <b>Ιρλανδία</b> | 7,1%              | 28,6%                      | 34,4%                       | 30,0%                                |

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

\*φθίνουσα κατάταξη

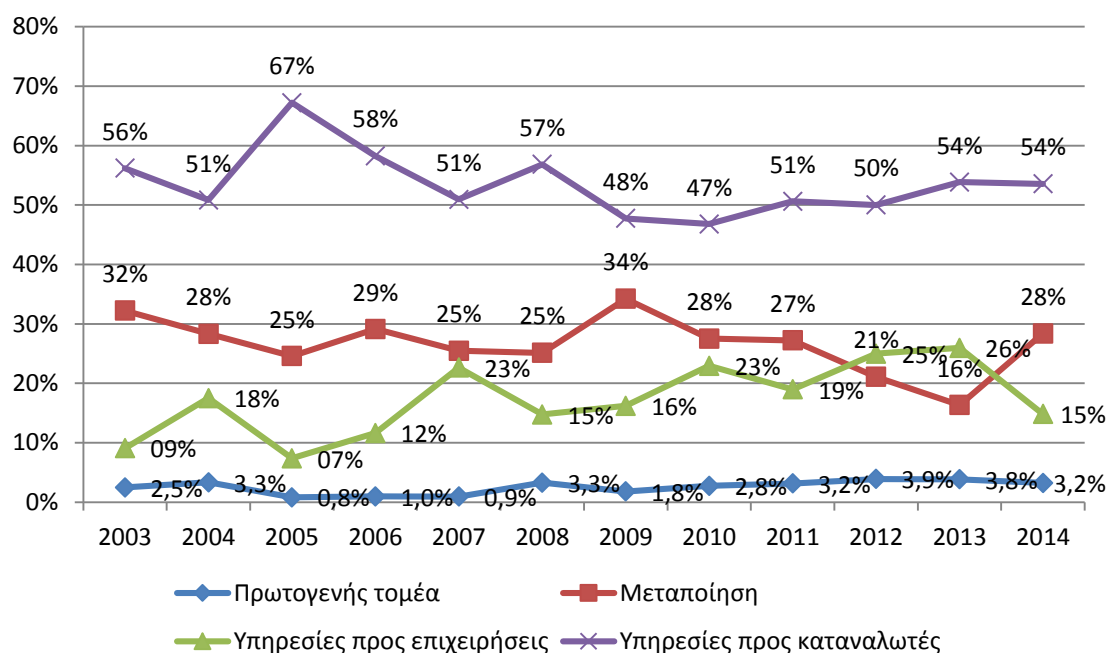
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Στο Διάγραμμα 1.5 που ακολουθεί παρουσιάζονται τα σχετικά δεδομένα για τη διαχρονική εξέλιξη της τομεακής κατανομής δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στην πορεία αυτής προ και μετά την έναρξη της κρίσης που έπληξε την ελληνική οικονομία.

Από τη διαχρονική ανάλυση της κλαδικής κατανομής της επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα φαίνεται πως την περίοδο της κρίσης σε σύγκριση με την προηγούμενη περίοδο τα ποσοστά των επιχειρηματικών εγχειρημάτων που απευθύνονται στον τελικό καταναλωτή κινούνται σε χαμηλότερα επίπεδα. Ένας βασικός λόγος είναι η μεγάλη κάμψη της καταναλωτικής ζήτησης που παρατηρείται κατά τη διάρκεια της κρίσης και οφείλεται κυρίως στην αύξηση της ανεργίας και στη δραστική μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος.

Συνολικά όμως με την πάροδο των ετών φαίνεται σταδιακά να κινητοποιείται μια διαδικασία επιχειρηματικής αναδιάρθρωσης που οδηγεί σε αύξηση των επιχειρηματικών επιχειρημάτων που παρέχουν υπηρεσίες προς τις άλλες επιχειρήσεις πιθανώς όμως εις βάρος της έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας στον τομέα της μεταποίησης. Ειδικά το 2014 η αυξητική τάση των επιχειρήσεων αρχικών σταδίων στον τομέα παροχής υπηρεσιών προς άλλες επιχειρήσεις φαίνεται να ανακόπτεται, όφελος που αποδίδεται σχεδόν εξολοκλήρου στον τομέα της μεταποίησης. Έτσι, η μεταποίηση ανακτά τη δεύτερη θέση στις προτιμήσεις των νέων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών, θέση που είχε απωλέσει από τον τομέα των υπηρεσιών προς τις επιχειρήσεις το 2012 και το 2013.

**Διάγραμμα 1-5: Διαχρονική εξέλιξη της κλαδικής κατανομής των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων στην Ελλάδα (% επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων)**



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

### 1.3 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ

#### 1.3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η απόφαση για επιχειρηματική δραστηριοποίηση συνήθως συνοδεύεται από σημαντική αβεβαιότητα σχετικά με τις προοπτικές της. Το GEM αναγνωρίζει ότι, πέρα από την αυτονόητη εξέταση των πιθανοτήτων επιτυχίας ενός συγκεκριμένου εγχειρήματος από ένα συγκεκριμένο άτομο, υπάρχουν και κάποιοι παράγοντες που είτε διευκολύνουν, είτε δυσχεραίνουν αυτή την απόφαση. Πρόκειται για παράγοντες που διακρίνονται σε δύο κατηγορίες: σε *πολιτισμικούς*, με την έννοια ότι αναφέρονται στη γενική στάση μιας κοινωνίας απέναντι στην επιχειρηματική δραστηριότητα και σε *προσωπικούς*, που αναφέρονται στο πώς αντιλαμβάνεται το ίδιο το άτομο το ζήτημα της επιχειρηματικής του δραστηριοποίησης σε ένα γενικότερο πλαίσιο.

Στο πλαίσιο αυτό το GEM διερευνά τέσσερις δείκτες που ανήκουν στην πρώτη κατηγορία, με την έννοια ότι αφορούν τις αντιλήψεις που επικρατούν στον πληθυσμό

ηλικίας 18-64 ετών για το ευρύτερο κοινωνικό και επιχειρηματικό περιβάλλον μέσα στο οποίο μπορεί να κινηθεί ο νέος επιχειρηματίας. Πρόκειται για α) το κατά πόσον πιστεύουν κατά τη στιγμή διεξαγωγής της έρευνας πως υπάρχουν επιχειρηματικές ευκαιρίες για το επόμενο εξάμηνο, β) αν η επιχειρηματικότητα αντιμετωπίζεται από την ελληνική κοινωνία ως καλή επιλογή σταδιοδρομίας, γ) αν η ελληνική κοινωνία αντιμετωπίζει τους επιχειρηματίες ως άτομα άξια σεβασμού και δ) αν τα μαζικά μέσα ενημέρωσης εστιάζουν στο θέμα της επιχειρηματικότητας. Το GEM διερευνά δύο ακόμη δείκτες, οι οποίοι αφορούν προσωπικούς παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση για επιχειρηματική δραστηριοποίηση: α) το κατά πόσον τα άτομα κρίνουν ότι διαθέτουν τις γνώσεις, την ικανότητα και την εμπειρία για να γίνουν επιχειρηματίες και β) το κατά πόσον ο φόβος της αποτυχίας θα τους απέτρεπε από το να δοκιμάσουν να εκμεταλλευτούν μια επιχειρηματική ευκαιρία. Από κοινού, οι πολιτισμικοί και προσωπικοί παράγοντες μπορούν να προσεγγίσουν τις επιχειρηματικές προδιαθέσεις των Ελλήνων.

Σε αυτή την εισαγωγική ενότητα καταγράφονται επίσης τα ποσοστά των χωρών καινοτομίας που είναι χώρες μέλη της ΕΕ καθώς και οι μέσοι όροι για τις άλλες δύο ομάδες χωρών για τους προαναφερόμενους προσωπικούς και πολιτιστικούς παράγοντες επιχειρηματικής δραστηριοποίησης, για τις χώρες καινοτομίας με βάση τα αποτελέσματα της έρευνας πεδίου του 2014 (Πίνακας 1.7). Επισημαίνεται ότι τα δεδομένα προέρχονται από τις απαντήσεις ολόκληρου του δείγματος κατά την έρευνα, και όχι μόνο των ατόμων που δραστηριοποιούνται ή πρόκειται να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά.

Πίνακας 1-7: Προσωπικοί και πολιτιστικοί παράγοντες επιχειρηματικής δραστηριοποίησης (% θετικών απαντήσεων στον πληθυσμό 18-64 ετών, 2014)

|                         | Επιχ/κές ευκαιρίες το<br>προσεχές 6μηνο* | Γνώσεις ικανότητα<br>& εμπειρία<br>επιχ/τας | Φόβος<br>αποτυχίας | Επιχ/τα ως καλή<br>επιλογή καριέρας | Κοινωνική καταξίωση<br>στους επιτυχημένους<br>επιχ/τίες | Εστίαση των<br>ΜΜΕ στην<br>επιχ/τα |
|-------------------------|------------------------------------------|---------------------------------------------|--------------------|-------------------------------------|---------------------------------------------------------|------------------------------------|
| <b>Σουηδία</b>          | 70,1%                                    | 36,7%                                       | 40,7%              | 51,6%                               | 70,9%                                                   | 60,3%                              |
| <b>Δανία</b>            | 59,7%                                    | 34,9%                                       | 41,3%              | 0,0%                                | 0,0%                                                    | 0,0%                               |
| <b>Ομάδα Α</b>          | 54,6%                                    | 64,7%                                       | 32,3%              | 67,8%                               | 76,1%                                                   | 72,3%                              |
| <b>Εσθονία</b>          | 49,4%                                    | 42,5%                                       | 49,7%              | 55,6%                               | 64,9%                                                   | 43,3%                              |
| <b>Ολλανδία</b>         | 45,6%                                    | 44,3%                                       | 38,7%              | 79,1%                               | 67,8%                                                   | 55,7%                              |
| <b>Αυστρία</b>          | 44,4%                                    | 48,7%                                       | 43,6%              | 0,0%                                | 0,0%                                                    | 0,0%                               |
| <b>Λουξεμβούργο</b>     | 42,5%                                    | 37,6%                                       | 50,7%              | 40,7%                               | 68,2%                                                   | 43,5%                              |
| <b>Φιλανδία</b>         | 42,4%                                    | 34,9%                                       | 42,1%              | 41,2%                               | 84,4%                                                   | 66,9%                              |
| <b>Ομάδα Β</b>          | 41,3%                                    | 54,0%                                       | 35,6%              | 68,4%                               | 66,1%                                                   | 64,8%                              |
| <b>Ηνωμένο Βασίλειο</b> | 41,0%                                    | 46,4%                                       | 37,7%              | 60,3%                               | 75,0%                                                   | 58,4%                              |
| <b>Ομάδα Γ</b>          | 38,8%                                    | 42,0%                                       | 42,1%              | 55,1%                               | 68,2%                                                   | 60,3%                              |
| <b>Γερμανία</b>         | 37,6%                                    | 36,4%                                       | 46,4%              | 51,7%                               | 79,1%                                                   | 51,4%                              |
| <b>Βέλγιο</b>           | 35,9%                                    | 30,4%                                       | 49,8%              | 52,4%                               | 51,7%                                                   | 50,8%                              |
| <b>Ιρλανδία</b>         | 33,4%                                    | 47,2%                                       | 42,5%              | 49,4%                               | 76,9%                                                   | 75,7%                              |
| <b>Γαλλία</b>           | 28,3%                                    | 35,4%                                       | 42,8%              | 59,0%                               | 70,4%                                                   | 39,0%                              |
| <b>Ιταλία</b>           | 26,6%                                    | 31,3%                                       | 57,1%              | 65,1%                               | 72,1%                                                   | 48,3%                              |
| <b>Σλοβακία</b>         | 23,5%                                    | 54,4%                                       | 46,1%              | 45,4%                               | 58,1%                                                   | 52,6%                              |
| <b>Πορτογαλία</b>       | 22,9%                                    | 46,6%                                       | 47,9%              | 62,2%                               | 62,9%                                                   | 69,7%                              |
| <b>Ισπανία</b>          | 22,6%                                    | 48,1%                                       | 46,5%              | 53,9%                               | 49,0%                                                   | 46,3%                              |
| <b>Ελλάδα</b>           | 19,9%                                    | 45,5%                                       | 70,6%              | 58,4%                               | 66,4%                                                   | 45,8%                              |
| <b>Σλοβενία</b>         | 17,2%                                    | 48,6%                                       | 38,7%              | 53,4%                               | 72,3%                                                   | 57,6%                              |

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

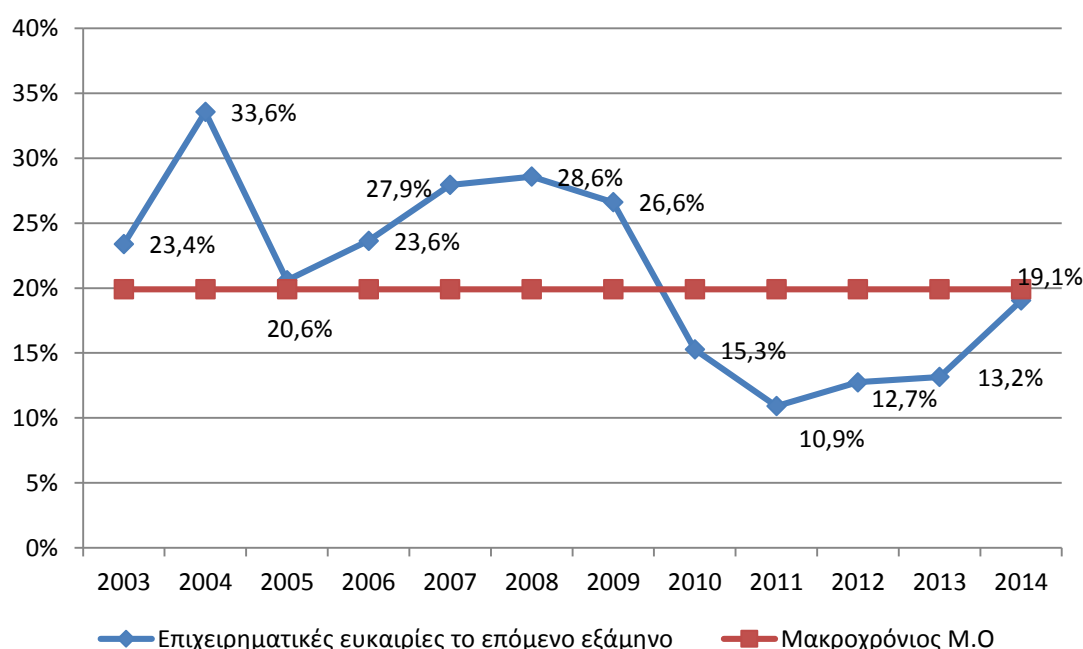
Φθίνουσα ταξινόμηση Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

### 1.3.2 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΤΟ ΕΠΟΜΕΝΟ ΕΞΑΜΗΝΟ

Ο πρώτος παράγοντας που εξετάζεται είναι το κατά πόσον οι ερωτώμενοι δηλώνουν ότι θεωρούν πως θα υπάρξουν επιχειρηματικές ευκαιρίες στον περίγυρό τους εντός των επόμενων έξι μηνών. Με 19,9% περίπου η Ελλάδα καταγράφει μια από τις χαμηλότερες επιδόσεις μεταξύ των χωρών καινοτομίας μελών της Ε.Ε.. Η μακροχρόνια ύφεση της ελληνικής οικονομίας, η αυστηρή δημοσιονομική προσαρμογή και η έλλειψη ρευστότητας στην πραγματική οικονομία φαίνεται πως συγκρατούν τον σχετικό δείκτη σε πολύ χαμηλά επίπεδα, αποτέλεσμα που αποτυπώνεται και από άλλες χώρες της ευρωπαϊκής περιφέρειας με αντίστοιχα διαρθρωτικά προβλήματα την περίοδο της κρίσης όπως η Ισπανία, η Ιταλία, η Πορτογαλία και η Σλοβενία.

Ωστόσο, σημαντικά συμπεράσματα για την Ελλάδα εξάγονται από την απεικόνιση της εξέλιξης του δείκτη καθ' όλα τα έτη ελληνικής συμμετοχής στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM σε σύγκριση με τον μακροχρόνιο μέσο όρο, όπως φαίνεται στο Διάγραμμα 1.6 που ακολουθεί.

**Διάγραμμα 1-6: Επιχειρηματικές ευκαιρίες το επόμενο εξάμηνο (% πληθυσμού)**



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Οι προσδοκίες αναφορικά με την ύπαρξη επιχειρηματικών προσδοκιών το επόμενο εξάμηνο φαίνεται να κυμαίνεται μεταξύ δύο σημείων καμπής, το ανώτατο που διαμορφώθηκε το 2008 και το κατώτατο το 2011. Μεταξύ των δύο χρονικών αυτών σταθμών σημειώνεται σταθερή πτώση του δείκτη η οποία σε μεγάλο βαθμό οφείλεται στην ύφεση στην οποία είχε περιέλθει η ελληνική οικονομία αυτό το χρονικό διάστημα. Ωστόσο, μετά το 2011 η τάση αντιστρέφεται, κάθε έτος αυξάνεται το ποσοστό θετικών απαντήσεων στην ερώτηση αν εκτιμούν ότι θα υπάρχουν επιχειρηματικές ευκαιρίες το επόμενο εξάμηνο, τάση που συνεχίζεται και το 2014. Συγκεκριμένα, το ποσοστό του ελληνικού πληθυσμού που δήλωνε το 2014 ότι αντιλαμβάνεται την ύπαρξη επιχειρηματικών ευκαιριών για το επόμενο εξάμηνο ανήλθε στο 19,1% το 2014 έναντι 13,2% το 2013 συγκλίνοντας μάλιστα στον μακροχρόνιο μέσο όρο (2003-2014). Η συστηματική αυτή άνοδος του δείκτη ενδεχομένως να αποτελεί μία μικρή ένδειξη ανάκαμψης στο κλίμα της ελληνικής επιχειρηματικότητας, καθώς ολοένα και περισσότερα άτομα αρχίζουν να αντιλαμβάνονται και να διαπιστώνουν την ύπαρξη επιχειρηματικών ευκαιριών γύρω τους. Το μεγάλο βέβαια ερώτημα είναι αν οι γενικότερες δυσμενείς οικονομικές συνθήκες και κυρίως η ασφυκτική έλλειψη ρευστότητας θα επιτρέψουν τη μετατροπή αυτής της διαπίστωσης σε αξιοποίηση των επιχειρηματικών ευκαιριών και σε ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών.

---

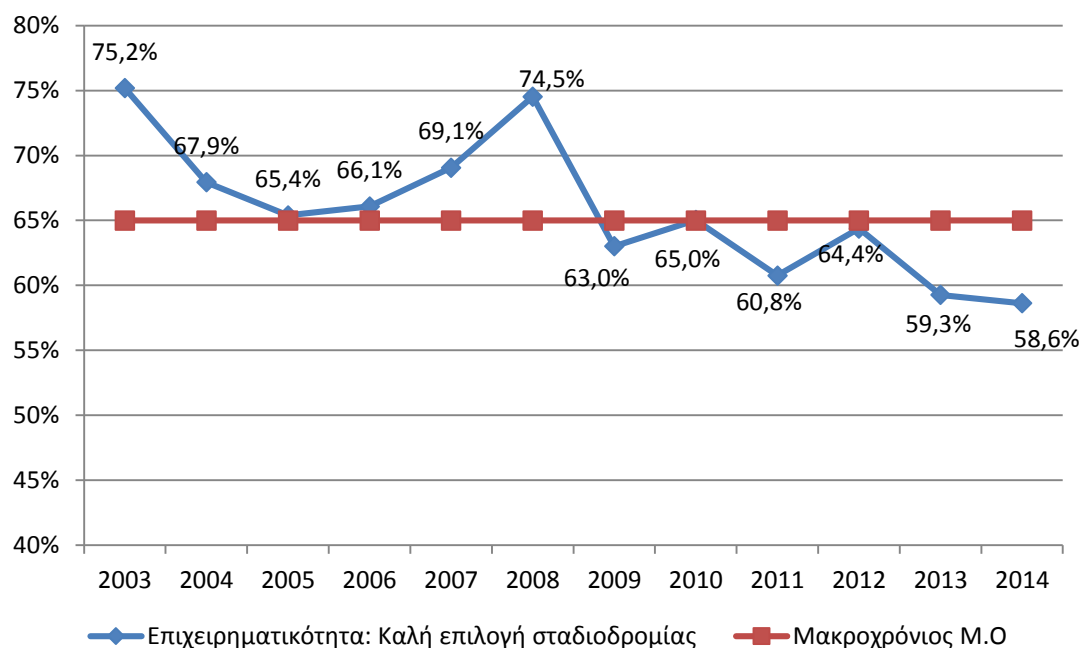
#### 1.3.3 Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΩΣ ΚΑΛΗ ΕΠΙΛΟΓΗ ΣΤΑΔΙΟΔΡΟΜΙΑΣ

Ο δεύτερος πολιτισμικός παράγοντας που εξετάζεται αναλυτικά είναι το κατά πόσο οι Έλληνες γενικά εκτιμούν ότι η είσοδος στον επιχειρηματικό στίβο συνιστά μια καλή επιλογή σταδιοδρομίας.<sup>3</sup> Το Διάγραμμα 1.7 παρουσιάζει τα δεδομένα για την Ελλάδα από το 2003 έως και το 2014.

---

<sup>3</sup> Πρόκειται προφανώς για διαφορετικό ζήτημα από το κατά πόσο οι επιχειρηματίες χαίρουν σεβασμού και καταξίωσης, καθώς το ερώτημα δεν αφορά την κοινωνική αποδοχή της επιχειρηματικής δραστηριότητας, αλλά την επιχειρηματικότητα ως επαγγελματική επιλογή.

**Διάγραμμα 1-7: Επιχειρηματικότητα: καλή επιλογή σταδιοδρομίας (% πληθυσμού)**



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

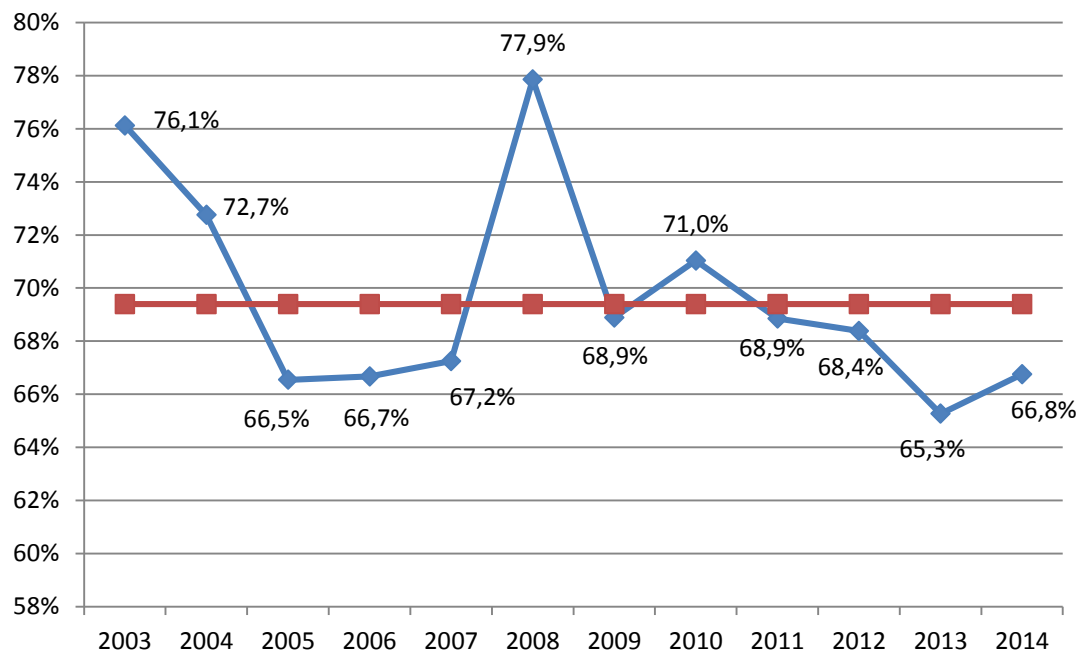
Στο πεδίο αυτό καταγράφεται μία βαθμιαία πτώση του δείκτη μετά το 2008, την περίοδο δηλαδή της κρίσης. Συγκεκριμένα, το 2014 μόλις το 58,6% του δείγματος δηλώνει ότι η επιχειρηματικότητα αποτελεί καλή επιλογή σταδιοδρομίας, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό το 2013 ήταν 59,3%. Η συρρίκνωση της ελληνικής οικονομίας φαίνεται σε ένα βαθμό να διάβρωσε την αντίληψη ότι η επιχειρηματική δραστηριοποίηση μπορεί να εξασφαλίσει στους επιχειρηματίες και τους αυτοαπασχολούμενους υψηλότερο εισόδημα μέσω των περιθωρίων κέρδους, εργασιακή ασφάλεια και ανεξαρτησία, όλα δηλαδή τα θεωρούμενα ως θετικά επακόλουθα της επιχειρηματικότητας ως επαγγελματικής επιλογής. Η μείωση των τιμών του δείκτη πιθανόν ακόμα να αντανακλά το αρνητικό κλίμα για τις προοπτικές βιωσιμότητας νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων σε συνδυασμό με την πιστωτική ασφυξία που αντιμετωπίζει το εθνικό επιχειρηματικό σύστημα.



#### 1.3.4 ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΚΑΤΑΞΙΩΣΗ ΚΑΙ ΣΕΒΑΣΜΟΣ ΣΤΟΥΣ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ

Στους υπόλοιπους παράγοντες που χαρακτηρίζονται ως πολιτισμικοί, δεν προκαλεί εντύπωση η σχετικά υψηλή επίδοση της Ελλάδας σε αυτόν που αφορά την κοινωνική καταξίωση και σεβασμό στους επιτυχημένους επιχειρηματίες. Σε μια χώρα όπου κυριαρχούν οι πολύ μικρές επιχειρήσεις και όπου η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα παραμένει πολύ ισχυρή παρά την κρίση, είναι λογικό να αντιμετωπίζονται με σεβασμό εκείνοι που έχουν καταγράψει επιτυχημένη πορεία στον επιχειρηματικό στίβο. Ωστόσο, όπως διαπιστώνεται ξεκάθαρα στο διάγραμμα που ακολουθεί ο εν λόγω δείκτης παρουσιάζει πτωτική τάση την περίοδο της κρίσης. Μετά όμως το 2013 όπου καταγράφηκε ελάχιστο δεκαετίας, η τιμή του δείκτη φαίνεται να ανακτά την δυναμική της. Το 2014 το ποσοστό των θετικών απαντήσεων στην ερώτηση αν στη χώρα μας οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες χαίρουν κοινωνικής καταξίωσης και σεβασμού αυξήθηκε από 65,3% σε 66,8%.

**Διάγραμμα 1-8: Κοινωνική καταξίωση και σεβασμός στους επιτυχημένους επιχειρηματίες (% πληθυσμού)**

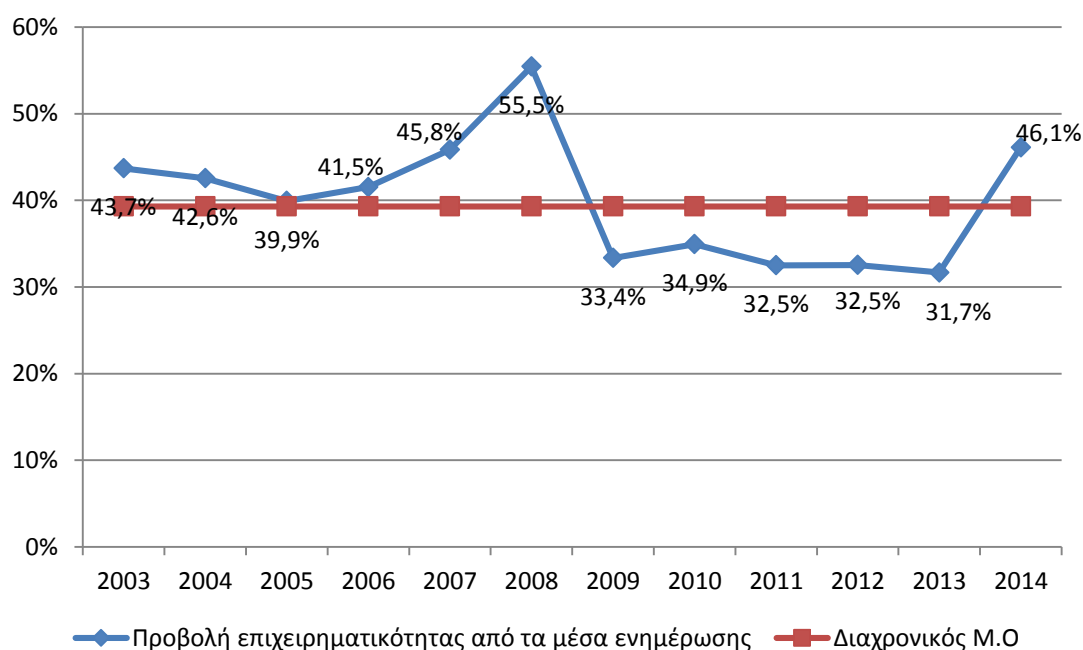


Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

### 1.3.5 ΠΡΟΒΟΛΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΑΠΟ ΤΑ ΜΕΣΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

Τέλος, η χώρα μας καταγράφει σταθερά μία από τις χαμηλότερες επιδόσεις μεταξύ των χωρών καινοτομίας στην προβολή επιτυχημένων περιπτώσεων επιχειρηματικότητας από τα μέσα ενημέρωσης. Φαίνεται δηλαδή ότι συστηματικά η επιχειρηματικότητα απουσιάζει από το δημόσιο λόγο. Ειδικά, την περίοδο της κρίσης η αναφορά των μέσων ενημέρωσης στην επιχειρηματικότητα εμφανίζεται περισσότερο συρρικνωμένη, εικόνα που στιγμιαία τουλάχιστον φαίνεται να αντιστρέφεται το 2014. Το 2014 το 46,1% των ερωτώμενων απάντησαν ότι παρουσιάζονται συχνά ιστορίες επιτυχημένων επιχειρηματικών μέσω των μέσων ενημέρωσης έναντι μόλις 31,7% το 2013.

**Διάγραμμα 1-9: Προβολή επιχειρηματικότητας από τα μέσα ενημέρωσης (% πληθυσμού)**



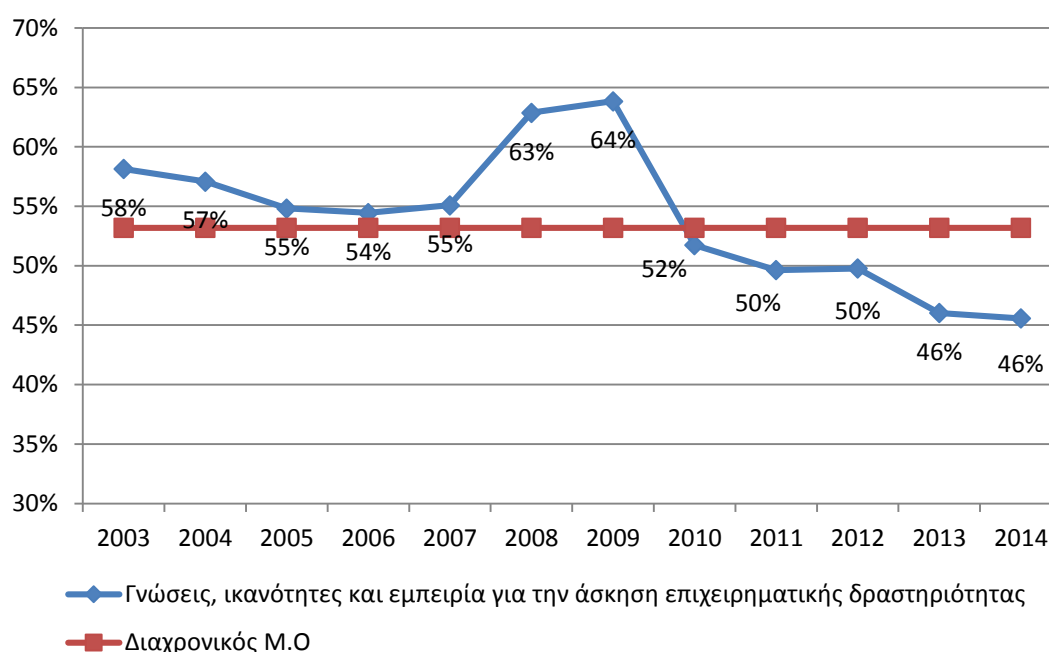
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

### 1.3.6 ΓΝΩΣΕΙΣ, ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΛΗΨΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Αναφορικά με τους προσωπικούς παράγοντες, αν και διαχρονικά στην Ελλάδα καταγράφεται υψηλότερη επίδοση στον δείκτη που αφορά στις ικανότητες, στις γνώσεις και στην εμπειρία για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας σε σύγκριση με το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας η πορεία του δείκτη ειδικά την περίοδο της κρίσης είναι φθίνουσα. Από τη μία πλευρά στην Ελλάδα όπου αφενός

κυριαρχούν οι πολύ μικρές επιχειρήσεις και αφετέρου το εκπαιδευτικό επίπεδο είναι σχετικά υψηλό, σημαντική μερίδα του πληθυσμού πιστεύει ότι μπορεί να ιδρύσει και να διοικήσει μια νέα επιχείρηση. Από την άλλη πλευρά όμως το δυσμενές οικονομικό φαίνεται να συμβάλει σε βαθμιαία προς τα κάτω προσαρμογή των αντιλήψεων καθώς το εκάστοτε επιχειρηματικό εγχείρημα διέπεται πλέον από υψηλότερα εμπόδια εισόδου που σχετίζονται πρωτίστως με τις δυσκολίες εύρεσης αρχικού κεφαλαίου.

**Διάγραμμα 1-10: Γνώσεις, ικανότητες και εμπειρία για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας (% πληθυσμού)**



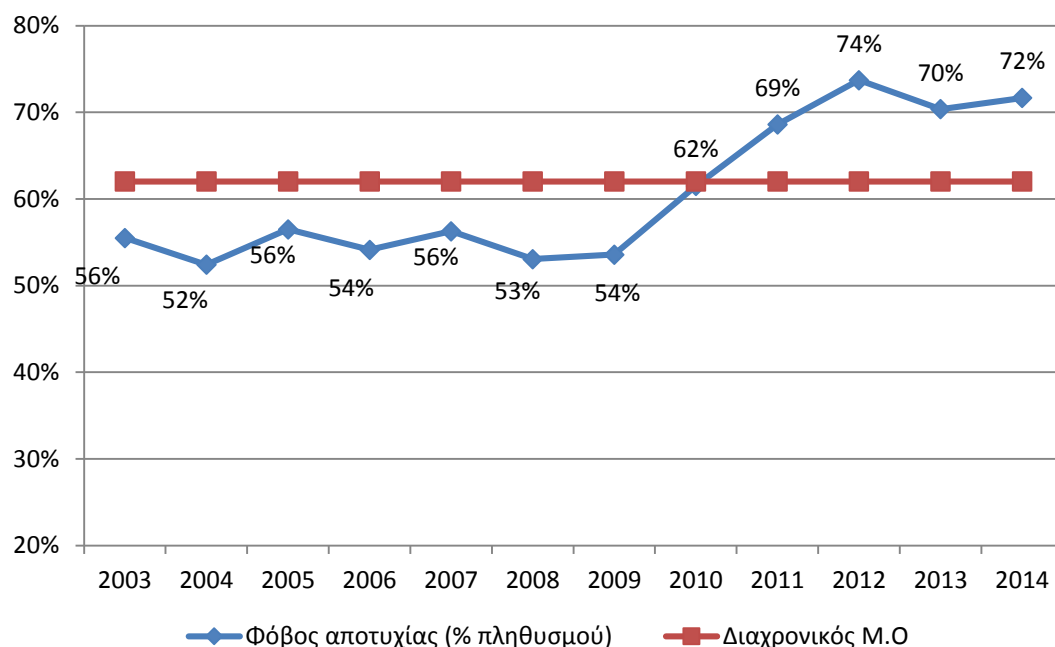
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

#### 1.3.7 ΦΟΒΟΣ ΑΠΟΤΥΧΙΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΣΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει ο δεύτερος προσωπικός παράγοντας που αφορά τον φόβο της αποτυχίας. Το Διάγραμμα 1.11 αποτυπώνει την διαχρονική εξέλιξη του δείκτη σε ετήσια βάση για την περίοδο 2003-2014. Βάσει των ευρημάτων της ανάλυσης πάνω από επτά στους δέκα Έλληνες το 2014 δήλωσαν ότι ο φόβος της αποτυχίας θα αποτελούσε αποτρεπτικό παράγοντα για να ξεκινήσουν μια επιχειρηματική δραστηριότητα. Είναι αξιοσημείωτο πως η Ελλάδα αναδεικνύεται σε

παγκόσμιο πρωταθλητή στον συγκεκριμένο δείκτη σχεδόν καθ' όλη την προηγούμενη δεκαετία, την περίοδο δηλαδή της ελληνικής συμμετοχής στο GEM.

**Διάγραμμα 1-11: Φόβος αποτυχίας (% πληθυσμού)**



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Ο φόβος επιχειρηματικής αποτυχίας φαίνεται να συνιστά σημαντικό εμπόδιο επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα εν μέρει επειδή η επανεκκίνηση μια νέας επιχειρηματικής δραστηριότητας μέσα από μια δεύτερη ευκαιρία είναι δύσκολη στην Ελλάδα. Ένα μη βιώσιμο επιχειρηματικό εγχείρημα αντιμετωπίζεται ως στίγμα στη σταδιοδρομία του ατόμου δυσκολεύοντας έτσι την επιστροφή του στον επιχειρηματικό στίβο μετά την αποτυχία. Τα τελευταία όμως χρόνια το ζήτημα του φόβου αποτυχίας έχει λάβει ευρωπαϊκή διάσταση. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δίνει έμφαση σε πολιτικές για την υποστήριξη και την προώθηση της δεύτερης ευκαιρίας στην επιχειρηματικότητα. Η εφαρμογή προγραμμάτων δεύτερης επιχειρηματικής ευκαιρίας (σε «ευλικρινείς» επιχειρηματίες) βασίζεται στο επιχείρημα πως ο επιχειρηματίας που έχει αποτύχει έχει «μάθει από τα λάθη του», έχει αποκτήσει σημαντική εμπειρία και μια δεύτερη ευκαιρία να ενεργοποιηθεί επιχειρηματικά αναμένεται να έχει υψηλότερες πιθανότητες να είναι επιτυχής και βιώσιμη και με τη σειρά της να συμβάλει στη δημιουργία θέσεων εργασίας.

Ενδιαφέρον έχει η διαχρονική εξέλιξη του ποσοστού φόβου επιχειρηματικής αποτυχίας προ και μετά την έναρξη της οικονομικής κρίσης, όπως καταγράφεται στο Διάγραμμα 1.11. Ένα πρώτο προφανές συμπέρασμα που μπορεί να εξαχθεί είναι πως οι Έλληνες χαρακτηρίζονται διαχρονικά (για ολόκληρη την περίοδο που υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία από την έρευνα GEM στην Ελλάδα, δηλαδή την περίοδο 2003-2013) από έναν υψηλό φόβο αποτυχίας ως προς την επιχειρηματική τους δραστηριοποίηση. Η οικονομική κρίση όμως φαίνεται να συνέβαλε στη μεγέθυνση του φαινομένου, καθώς η δυσκολία επιχειρηματικής ενεργοποίησης ενισχύθηκε. Έτσι από το 2010 και μετά το ποσοστό των ατόμων που αναφέρουν ότι ο φόβος αποτυχίας θα ανέστειλε τα επιχειρηματικά τους σχέδια είναι υψηλότερο από το διαχρονικό μέσο όρο (2003-2013). Μετά όμως από μια συνεχή ανοδική τροχιά ο δείκτης τα τελευταία δύο χρόνια (2013-2014) φαίνεται να καταγράφει σταθεροποιητικές επιδόσεις.

## **1.4 ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ**

### **1.4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Σε αυτή την ενότητα του κεφαλαίου στόχος είναι να παρουσιαστούν τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την ανάλυση βασικών δημογραφικών στοιχείων της επιχειρηματικότητας αρχικών-σταδίων δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στην ηλικία, στο φύλο και το εκπαιδευτικό επίπεδο των επιχειρηματιών που βρίσκονται σε αρχικό στάδιο δραστηριοποίησης. Το ανθρώπινο κεφάλαιο κυρίως σε όρους εκπαιδευτικού επιπέδου έχει χαρακτηριστεί ως κομβικός παράγοντας από τη διεθνή βιβλιογραφία για μια βιώσιμη επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Επίσης, η γυναικεία επιχειρηματικότητα έχει αναγνωρισθεί ως μία αναξιοποίητη δεξαμενή ποιοτικών και βιώσιμων εγχειρημάτων.

### **1.4.2 ΗΛΙΚΙΑ**

Στην Ελλάδα οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων κατά κύριο λόγο προέρχονται από τις νεότερες ηλικιακές ομάδες (18-24 ετών, 25-34 ετών). Αν και η αυξημένη συμμετοχή των νέων στην επιχειρηματικότητα δύναται να φέρει στον επιχειρηματικό στίβο μεγαλύτερη φρεσκάδα και διάθεση πειραματισμού εντούτοις οι

επιχειρηματίες νεότερης ηλικίας στερούνται εμπειρίας και γνώσης άρα η επιχειρηματικότητα δύναται να είναι υψηλότερου ρίσκου και μικρότερου βαθμό εξειδίκευσης. Σε μεγάλο βαθμό η τάση αυτή φαίνεται να ερμηνεύεται από την υψηλή ανεργία των νέων στη χώρα μας, που απωθεί όλο και μικρότερες ηλικίες από την ελπίδα της εύρεσης μισθωτής εργασίας και, άρα, τις στρέφει προς κάποιου είδους αυτόνομη επιχειρηματική δραστηριοποίηση.

**Πίνακας 1-8:Κατανομή επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατά ηλικιακά κλιμάκια (2014)**

|                         | % επί του TEA<br>ηλικίας 18-24 | % επί του TEA<br>ηλικίας 25-34 | % επί του TEA<br>ηλικίας 35-44 | % επί του TEA<br>ηλικίας 45-54 | % επί του TEA<br>ηλικίας 55-64 |
|-------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| <b>Φιλανδία</b>         | 1,5%                           | 6,9%                           | 10,6%                          | 4,3%                           | 4,3%                           |
| <b>Γαλλία</b>           | 3,3%                           | 6,6%                           | 7,8%                           | 4,6%                           | 3,6%                           |
| <b>Ιρλανδία</b>         | 3,4%                           | 10,0%                          | 6,9%                           | 4,6%                           | 5,5%                           |
| <b>Σουηδία</b>          | 3,8%                           | 7,7%                           | 7,6%                           | 7,6%                           | 6,1%                           |
| <b>Ισπανία</b>          | 3,8%                           | 6,3%                           | 6,4%                           | 6,1%                           | 3,1%                           |
| <b>Σλοβενία</b>         | 4,0%                           | 9,8%                           | 6,8%                           | 5,8%                           | 4,0%                           |
| <b>Ιταλία</b>           | 4,5%                           | 7,7%                           | 6,2%                           | 2,4%                           | 1,5%                           |
| <b>Βέλγιο</b>           | 5,2%                           | 7,2%                           | 5,9%                           | 5,1%                           | 3,4%                           |
| <b>Δανία</b>            | 5,3%                           | 7,9%                           | 7,7%                           | 3,7%                           | 3,0%                           |
| <b>Εσθονία</b>          | 6,5%                           | 14,9%                          | 12,0%                          | 7,2%                           | 4,8%                           |
| <b>Ηνωμένο Βασίλειο</b> | 6,9%                           | 15,3%                          | 12,7%                          | 9,4%                           | 7,4%                           |
| <b>Γερμανία</b>         | 6,9%                           | 8,9%                           | 6,4%                           | 3,8%                           | 1,5%                           |
| <b>Αυστρία</b>          | 6,9%                           | 14,6%                          | 9,6%                           | 8,3%                           | 3,1%                           |
| <b>Λουξεμβούργο</b>     | 7,1%                           | 10,0%                          | 7,3%                           | 6,3%                           | 4,4%                           |
| <b>Ομάδα Γ</b>          | 7,4%                           | 11,4%                          | 10,2%                          | 7,6%                           | 5,0%                           |
| <b>Ελλάδα</b>           | 10,6%                          | 10,7%                          | 7,7%                           | 6,5%                           | 3,1%                           |
| <b>Πορτογαλία</b>       | 10,7%                          | 13,7%                          | 14,8%                          | 7,0%                           | 3,1%                           |
| <b>Ομάδα Β</b>          | 12,2%                          | 18,6%                          | 16,6%                          | 14,0%                          | 9,3%                           |
| <b>Ολλανδία</b>         | 13,0%                          | 10,8%                          | 10,1%                          | 9,3%                           | 5,2%                           |
| <b>Σλοβακία</b>         | 18,2%                          | 14,4%                          | 10,4%                          | 8,9%                           | 3,6%                           |
| <b>Ομάδα Α</b>          | 19,3%                          | 28,1%                          | 25,3%                          | 21,3%                          | 17,0%                          |

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Φαίνεται ότι, όσο χαμηλότερο το κατά κεφαλήν εισόδημα, τόσο μικρότερες οι ηλικίες στις οποίες το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού εισέρχεται στον επιχειρηματικό στίβο. Παρατηρούμε ότι το 20% των νέων επιχειρηματιών στις χώρες της ομάδας Α και σχεδόν το 12,2% στις χώρες της ομάδας Β είναι νεότεροι από 34ων ετών. Αντίθετα, στις χώρες καινοτομίας (ομάδα Γ), το μεγαλύτερο μέρος των

επιχειρηματιών αρχικών σταδίων κατανέμεται μεταξύ των μεγαλύτερων ηλικιακών κλιμακίων. Με άλλα λόγια, στις ανεπτυγμένες περιοχές του πλανήτη η έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι υπόθεση μεγαλύτερων ηλικιών, πράγμα που σημαίνει ότι σε αυτές τις περιοχές οι νέοι επιχειρηματίες φέρνουν στον επιχειρηματικό στίβο υψηλότερο ανθρώπινο κεφάλαιο, καθώς έχουν υψηλότερο εκπαιδευτικό επίπεδο και πλουσιότερη προηγούμενη επαγγελματική εμπειρία. Είναι δε προφανές ότι το υψηλότερο ανθρώπινο κεφάλαιο δεν μπορεί παρά να επηρεάζει θετικά το επίπεδο των ποιοτικών χαρακτηριστικών των νέων εγχειρημάτων που ξεκινούν από άτομα αυτών των ηλικιών.

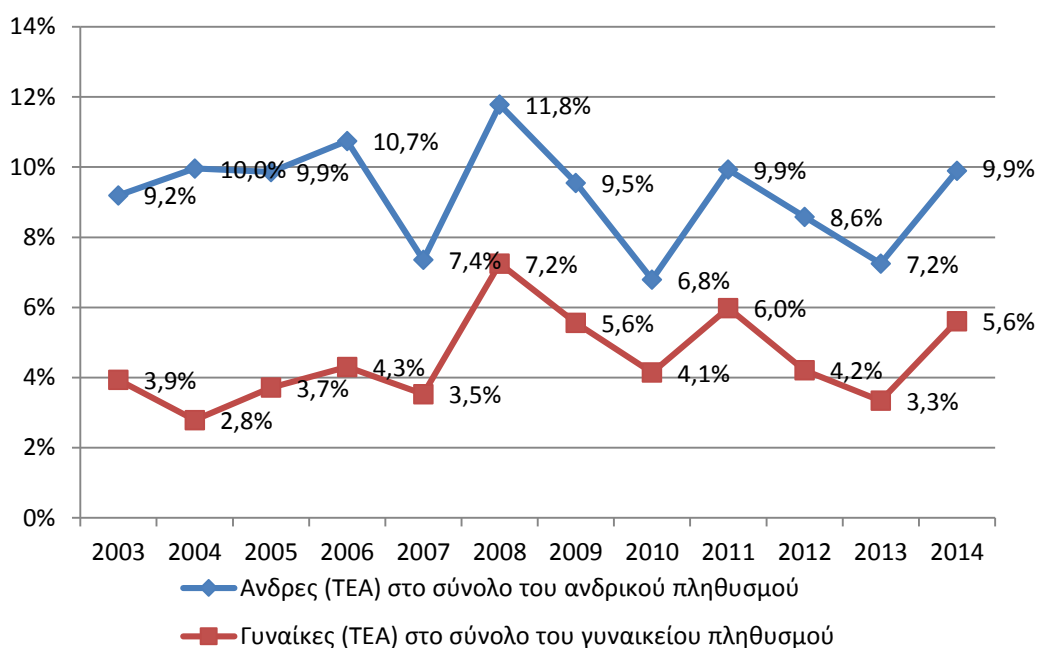
---

#### 1.4.3 ΦΥΛΟ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ

Το ποσοστό των γυναικών που βρίσκονταν το 2014 σε αρχική φάση επιχειρηματικής δραστηριοποίησης (επιχειρηματικότητα αρχικών-σταδίων) στο σύνολο του γυναικείου πληθυσμού (ηλικίας 18-64) ήταν της τάξεως του 5,6%. Στον αντίποδα, το αντίστοιχο ποσοστό των ανδρών στο σύνολο του ανδρικού πληθυσμού (18-64) ανέρχεται στο 9,9%. Συνεπώς, είναι προφανές πως η γυναικεία επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων υστερεί σημαντικά της ανδρικής.

Το χάσμα που καταγράφεται στην εκδήλωση επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ανάμεσα στα δύο φύλα αποτελεί χαρακτηριστικό που επιβεβαιώνεται σε όλα τα έτη συμμετοχής της Ελλάδας στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM. Και οι δύο δείκτες καταγράφουν αύξηση σε σχέση με το αμέσως προηγούμενο έτος (3,3% στις γυναίκες, 9,9% στους άνδρες), ως αποτέλεσμα της βελτίωσης του συνολικού δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων.

**Διάγραμμα 1-12: Διαχρονική εξέλιξη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ανά φύλο**



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Η διαχρονική υστέρηση των γυναικών στην επιχειρηματική δραστηριοποίηση δεν είναι μόνο θέμα ποσοτικό από την άποψη ότι θα μπορούσαν δυνητικά να δημιουργηθούν περισσότερες επιχειρήσεις αλλά έχει και μια εξαιρετικά σημαντική «ποιοτική» πλευρά που δεν αξιοποιείται, καθώς όπως είχε επισημανθεί στην εκτενή ανάλυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας σε παλαιότερη έκθεση επιχειρηματικότητας του IOBE (Ιωαννίδης και Γιωτόπουλος, 2014) οι γυναίκες επιχειρηματίες κατέγραφαν καλύτερες επιδόσεις σε θέματα καινοτομικότητας και τεχνολογικής αναβάθμισης σε σχέση με τους άνδρες επιχειρηματίες.

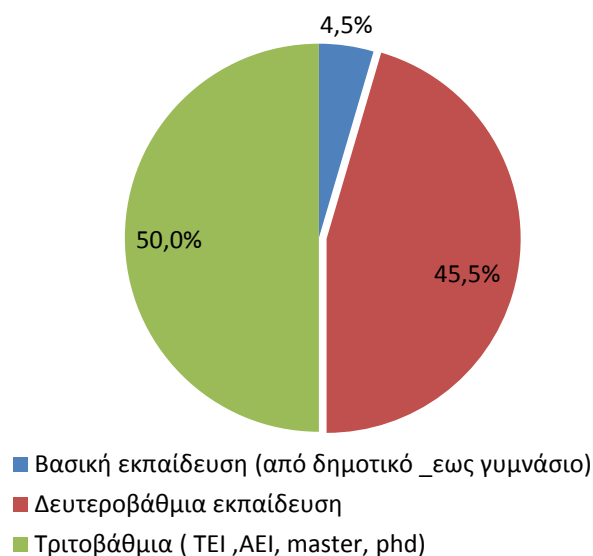
#### 1.4.4 ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ

Ένα ζήτημα ιδιαίτερης σπουδαιότητας είναι και η κατανομή των επιχειρηματιών στην Ελλάδα με βάση το επίπεδο εκπαίδευσής τους. Στο Διάγραμμα 1.13 που ακολουθεί παρουσιάζεται η ποσοστιαία κατανομή των επιχειρηματιών σε τέσσερα επίπεδα εκπαίδευσης: α) βασική εκπαίδευση, β) δευτεροβάθμια, γ) τριτοβάθμια.<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Για λόγους συγκρισιμότητας χωρών που έχουν διαφορετικά εκπαιδευτικά συστήματα, το GEM ταξινομεί το μορφωτικό επίπεδο των ατόμων σε τέσσερα κλιμάκια: α) άτομα που έχουν αποκτήσει μερική μόνο δευτεροβάθμια εκπαίδευση, β) άτομα που έχουν ολοκληρώσει τη



**Διάγραμμα 1-13: Ποσοστιαία κατανομή επιχειρηματικότητας αρχικών-σταδίων ως προς το εκπαιδευτικό επίπεδο**



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Όπως φαίνεται από το Διάγραμμα 1.13 που συνοψίζει την ποσοστιαία κατανομή της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ανά εκπαιδευτικό επίπεδο η πλειονότητα των επιχειρηματιών (50%) προέρχεται από τη τριτοβάθμια εκπαίδευση. Το ποσοστό επιχειρηματιών που έχει ολοκληρώσει τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση ανέρχεται στο 45,5% ενώ μόλις το 4,5% έχει ολοκληρώσει τη βασική εκπαίδευση. Φαίνεται ότι στην Ελλάδα το ανθρώπινο κεφάλαιο των νέων/επίδοξων επιχειρηματιών σε όρους μορφωτικού επιπέδου είναι υψηλής ποιότητας. Οι εξειδικευμένες γνώσεις των ατόμων μέσα στο πλαίσιο ανάληψης επιχειρηματικών πρωτοβουλιών θα μπορούσαν να δώσουν σημαντική ώθηση στην οικονομική ανάπτυξη αφού η αξιοποίηση των γνώσεων και ικανοτήτων και η μετουσίωση τους σε επιχειρηματικές πρωτοβουλίες θα ενίσχυε τις πιθανότητες για την μετάβαση από τη «ρηχή» επιχειρηματικότητα στην επιχειρηματικότητα εντάσεως γνώσης και υψηλής προστιθέμενης αξίας.

---

δευτεροβάθμια εκπαίδευση, γ) απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και δ) απόφοιτοι σε ανώτερο επίπεδο (μεταπτυχιακό, διδακτορικό κλπ).

## 1.5 ΤΑ ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΕΓΧΕΙΡΗΜΑΤΩΝ

### 1.5.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στις προηγούμενες υπο-ενότητες δόθηκε έμφαση στην εξέλιξη των ποσοτικών δεικτών της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων και στην ανάλυση των δημογραφικών στοιχείων και των προσωπικών στοιχείων των επιχειρηματιών στην Ελλάδα. Με την παρούσα ενότητα η ανάλυση στρέφεται προς τα ποιοτικά και διαρθρωτικά χαρακτηριστικά των νέων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών στην Ελλάδα για το έτος 2014. Συγκεκριμένα εξετάζονται ο βαθμός καινοτομικότητας, το επίπεδο τεχνολογικής αναβάθμισης, η ένταση του ανταγωνισμού, η προοπτική δημιουργίας νέων θέσεων απασχόλησης, και ο βαθμός εξωστρέφειας.

Η τόνωση της επιχειρηματικότητας με την αύξηση απλά του αριθμού των νέων επιχειρήσεων αποτελεί σε γενικό πλαίσιο τη συνήθη στόχευση στα τυπικά προγράμματα πολιτικής που έχουν εφαρμοσθεί σε πολλές χώρες (Audretsch et al, 2006). Ωστόσο η πρόσφατη παγκόσμια οικονομική κρίση υπογράμμισε την ανάγκη όχι μόνο για τη δημιουργία ενός μεγάλου αριθμού επιχειρήσεων σε μια οικονομία, αλλά για την ενθάρρυνση δημιουργίας των συνθηκών για την ανάδειξη υψηλής ποιότητας δυναμικών νέων επιχειρήσεων που θα μπορούν να είναι βιώσιμες υπό αντίξοες οικονομικές συνθήκες και αναμένεται να έχουν σημαντική συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη και τη τόνωση της απασχόλησης.

Στο πλαίσιο αυτό, ο (Shane, 2009) στην πρωτοποριακή του εμπειρική μελέτη επισημαίνει σε επίπεδο δημόσιας πολιτικής την ανάγκη εστίασης στο υποσύνολο των επιχειρήσεων με αναπτυξιακή δυναμική. Σε αυτή τη κατεύθυνση, η πρόσφατη βιβλιογραφία παρέχει εμπειρικές ενδείξεις ότι στην πραγματικότητα η ποιότητα των νεοσύστατων επιχειρήσεων και όχι η ποσότητα έχει μεγαλύτερη σημασία για τη συμβολή των νέων επιχειρήσεων στην οικονομική ανάπτυξη και την απασχόληση (Fritsch & Schroeter, 2009; 2010; Bosma et al., 2011). Ένα υψηλό ποσοστό επιχειρηματικής δραστηριοποίησης σε μια χώρα δεν εγγυάται τη καινοτομία και την επίτευξη ταχύτερων ρυθμών ανάπτυξης. Ως εκ τούτου, οι πρόσφατες εμπειρικές έρευνες σε θέματα επιχειρηματικότητας φαίνεται ότι μετακινούνται από την άποψη

ότι «όλες οι μορφές επιχειρηματικότητας είναι καλές» και στρέφονται προς μια διαφορετική προσέγγιση και άποψη όπου «η επιχειρηματικότητα υψηλών δυνατοτήτων» αποτελούν σημαντική κινητήρια δύναμη για την οικονομική ανάπτυξη (Autio & Acs, 2010; Henrekson & Johansson, 2010). Συνεπώς, ο σχεδιασμός δράσεων υποστήριξης της επιχειρηματικότητας θα πρέπει να επικεντρωθεί στο πώς θα υποστηριχθεί η δημιουργία υψηλής ποιότητας νεοσύστατων επιχειρήσεων με δυναμική ως μέσο για την οικονομική ανάκαμψη και ανάπτυξη σε στέρεες βάσεις.

---

#### 1.5.2 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ

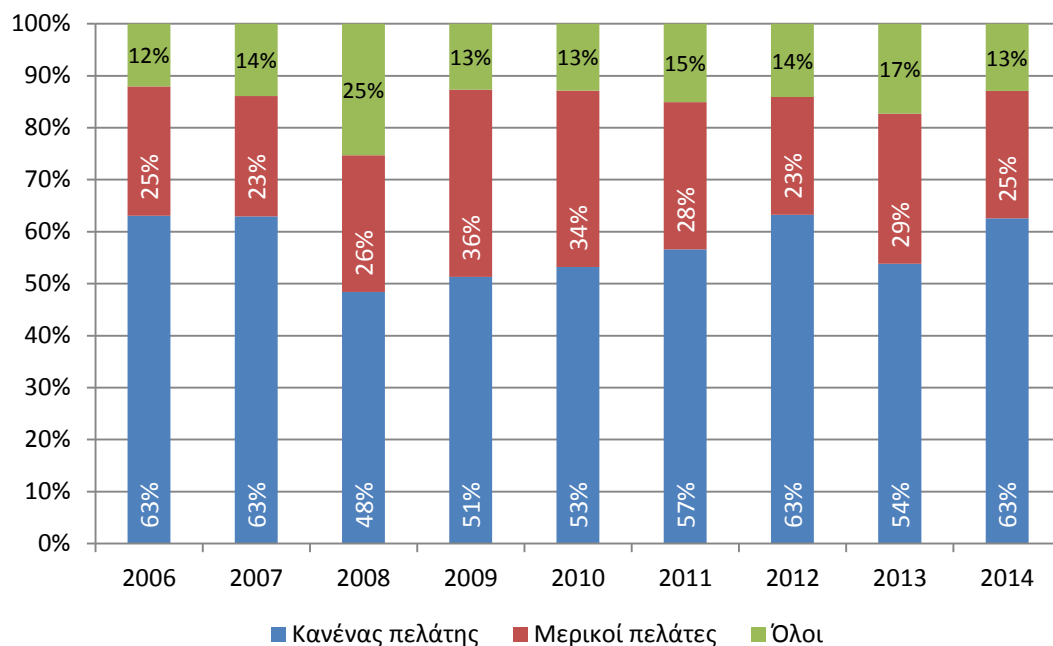
Η καινοτόμος επιχειρηματικότητα αποτελεί σημαντικό πεδίο ανάλυσης καθώς μπορεί να συμβάλει στην οικονομική ανάπτυξη, στην ενίσχυση της απασχόλησης και στη βελτίωση της παραγωγικότητας και της ανταγωνιστικότητας των εθνικών οικονομιών (Audretsch, 1995; Grossman & Helpman, 1993; Aghion & Howitt, 1992). Ο Schumpeter ήταν ο πρώτος που έδωσε ιδιαίτερη προσοχή σε δυναμικούς επιχειρηματίες που έχουν ένα σημαντικό αντίκτυπο στην οικονομική μεγέθυνση και στις διαρθρωτικές αλλαγές μέσω της εισαγωγής ριζικής καινοτομίας και νέων τεχνολογικών κυμάτων.

Η καινοτομία εκτός από τη βελτίωση της παραγωγικότητας και τη μεγέθυνση του προϊόντος της, μπορεί να έχει συμβολή και στη διαφοροποίηση του προϊόντος, είτε δημιουργώντας νέα προϊόντα τα οποία οι καταναλωτές προτιμούν σε σύγκριση με τα ήδη υπάρχοντα (καινοτομία προϊόντος), είτε εισάγοντας νέες διεργασίες που μειώνουν το κόστος παραγωγής και αυξάνουν την αποτελεσματικότητα της οικονομίας (καινοτομία διεργασιών).

Αναφορικά με την προσέγγιση του βαθμού καινοτομίας των επιχειρηματικών εγχειρημάτων, η σχετική ερώτηση προς τους επιχειρηματίες τίθεται ως εξής: εάν πολλοί, λίγοι ή κανένας από τους πελάτες τους θεωρούν πως το προϊόν ή υπηρεσία που παρέχουν στην αγορά είναι νέο και πρωτοποριακό. Παρά το γεγονός πως η συγκεκριμένη ερώτηση και η αντίστοιχη πληροφορία που εξάγεται μπορεί να θεωρηθεί ως καθαρά υποκειμενική, έχει ωστόσο την αξία της καθώς αποτελεί μία μεταβλητή που μπορεί να προσεγγίσει την εκροή καινοτομίας, όπως άλλωστε χρησιμοποιείται και από τις αντίστοιχες διεθνείς εκθέσεις του GEM.

Στο Διάγραμμα 1.14 παρουσιάζονται τα δεδομένα σχετικά με τα επίπεδα καινοτομίας της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων δίνοντας έμφαση στη διαχρονική τους εξέλιξη σε ετήσια βάση από το 2006 έως και το 2014. Για το 2014 το ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που δηλώνει πως μερικοί ή όλοι οι πελάτες θεωρούν το προϊόν/υπηρεσία της επιχείρησης νέο και πρωτοποριακό ανέρχεται στο 37,4%, επίδοση χαμηλότερη από το διαχρονικό μέσο όρο που κυμαίνεται στο 49%. Πιθανώς σε ένα βαθμό η χαμηλή καινοτομικότητα των νέων εγχειρημάτων να συσχετίζεται και με το εύρημα, ότι οι νέες επιχειρηματικές προσπάθειες εντοπίζονται πρωτίστως στους τομείς υπηρεσιών προς τον καταναλωτή όπου η καινοτομία προϊόντος ή διεργασιών είναι εκ φύσεως αρκετά περιορισμένη.

**Διάγραμμα 1-14: Διαχρονική εξέλιξη του βαθμού καινοτομίας των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων στην Ελλάδα (% επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων)**



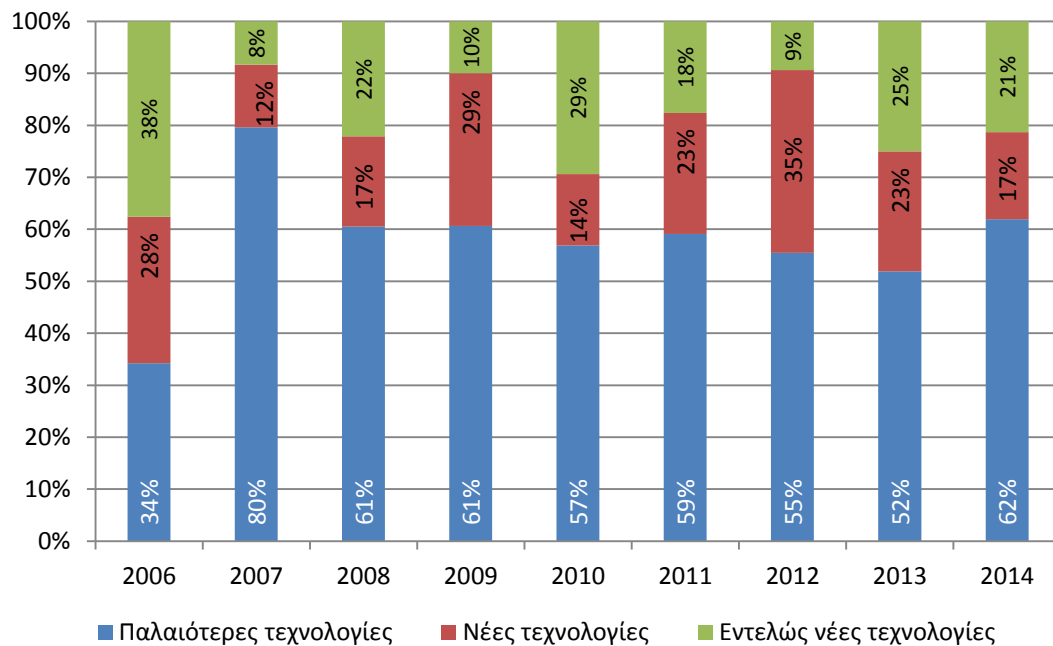
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

### 1.5.3 ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ

Εξετάζεται τώρα μία άλλη εκδοχή της καινοτομίας ως εισροής, και όχι ως εκροής όπως αναλύθηκε προηγουμένως, που αφορά το τεχνολογικό επίπεδο των επιχειρηματικών προσπαθειών στην Ελλάδα. Συγκεκριμένα, διερευνάται ο βαθμός στον οποίο οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων στην Ελλάδα χρησιμοποιούν νέες τεχνολογίες/διεργασίες για την παραγωγή των προϊόντων τους και την παροχή των

υπηρεσιών τους. Στο Διάγραμμα 1.15 παρουσιάζονται τα διαθέσιμα διαχρονικά περιγραφικά στοιχεία αναφορικά με το εάν οι ερωτώμενοι επιχειρηματίες χρησιμοποιούν κατά την επιχειρηματική τους προσπάθεια τις πιο πρόσφατες διαθέσιμες τεχνολογίες που έχουν εμφανισθεί κατά το τελευταίο έτος, σχετικά νέες τεχνολογίες που έχουν εισαχθεί πριν από ένα έτος και εντός της τελευταίας πενταετίας, ή παλαιότερες τεχνολογίες/διεργασίες.

**Διάγραμμα 1-15: Διαχρονική εξέλιξη του τεχνολογικού επιπέδου των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων στην Ελλάδα (% επιχειρηματικότητας αρχικών-σταδίων)**



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Τα ευρήματα της συγκεκριμένης ανάλυσης αποκαλύπτουν πως και το 2014 οι επιχειρηματίες αρχικών-σταδίων στην Ελλάδα φαίνεται πως μένουν προσκολλημένοι σε μεγαλύτερο βαθμό στις παλαιότερες τεχνολογίες/διεργασίες (61,9%). Αρχίζει όμως σταδιακά να διαγράφεται μια τάσης ενίσχυσης των άκρων. Φαίνεται δηλαδή τα τελευταία δύο χρόνια να ενισχύεται το ποσοστό των επιχειρήσεων που κατέχουν τεχνολογία αιχμής και σταδιακά να εξασθενεί το ποσοστό των επιχειρήσεων που διαθέτει τεχνολογία πενταετίας (νέες τεχνολογίες). Αναλυτικότερα, το 2014 το 21,3% των επιχειρήσεων διαθέτουν εντελώς νέα τεχνολογία έναντι χαμηλότερου ποσοστού 16,8% που διαθέτουν τεχνολογία πενταετίας.

Στο πλαίσιο του ερευνητικού προγράμματος του GEM, η συζήτηση για νέες τεχνολογίες/διεργασίες γίνεται με αναφορά στην συγκεκριμένη χώρα και αγορά στην οποία δραστηριοποιείται ο νέος επιχειρηματίας. Με άλλα λόγια, όταν κάποιος απαντά ότι πρόκειται να χρησιμοποιήσει εντελώς νέα τεχνολογία, αυτό δεν σημαίνει ότι πρόκειται για μια εντελώς νέα τεχνολογία με όρους παγκόσμιας αγοράς, αλλά με όρους της τοπικής αγοράς στην οποία δραστηριοποιείται. Αυτό άλλωστε εξηγεί το γεγονός ότι, στο συγκεκριμένο ζήτημα δεν καταγράφονται σημαντικές αποκλίσεις και μεγάλο εύρος τιμών ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας και στις χώρες των ομάδων Α και Β. Ο Πίνακας 1.9 που ακολουθεί παρουσιάζει τα σχετικά δεδομένα για τις χώρες καινοτομίας το 2014 και αναφέρονται επίσης οι μέσοι όροι των ομάδων χωρών Α και Β.

Η Ελλάδα το 2014 ταξινομείται μεταξύ των χωρών με τα υψηλότερα ποσοστά νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων που στηρίζονται σε εντελώς νέες ή απλά έστω νέες τεχνολογίες (πενταετίας) εύρημα που πιθανώς να έχει να κάνει με τη δυνατότητα αγοράς αποκλειστικά νέου εξοπλισμού μέσω πόρων που προέρχονται από επιχορηγήσεις π.χ. ΕΣΠΑ. Παρόλα αυτά το γεγονός ότι το τεχνολογικό επίπεδο των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων είναι υψηλό αποτελεί αισιόδοξο εύρημα καθώς η αξιοποίηση της τεχνολογίας δύναται να συμβάλει στη βελτίωση της πιθανότητας επιβίωσης των εγχειρημάτων (Cefis & Marsili, 2015; Doms et al, 1995) σε μια περίοδο που η ελληνική οικονομία διέρχεται από μια βαθιά και παρατεταμένη κρίση.

**Πίνακας 1-9: Ποσοστό νέων και επίδοξων επιχειρηματικών εγχειρημάτων που χρησιμοποιεί νέες τεχνολογίες/διαδικασίες (2014)**

| Χώρες               | Εντελώς νέες τεχνολογίες | Νέες τεχνολογίες | Παλαιότερες τεχνολογίες* |
|---------------------|--------------------------|------------------|--------------------------|
| <b>Σλοβακία</b>     | 24,3%                    | 27,1%            | 48,6%                    |
| <b>Λουξεμβούργο</b> | 15,8%                    | 29,7%            | 54,5%                    |
| <b>Γαλλία</b>       | 22,4%                    | 22,9%            | 54,7%                    |
| <b>Πορτογαλία</b>   | 15,2%                    | 26,4%            | 58,4%                    |
| <b>Ιταλία</b>       | 13,2%                    | 28,2%            | 58,7%                    |
| <b>Εσθονία</b>      | 18,2%                    | 21,9%            | 59,9%                    |
| <b>Βέλγιο</b>       | 11,7%                    | 26,5%            | 61,8%                    |
| <b>Ελλάδα</b>       | 21,2%                    | 16,7%            | 62,1%                    |
| <b>Ομάδα Α</b>      | 16,1%                    | 19,4%            | 64,4%                    |
| <b>Ομάδα Β</b>      | 14,0%                    | 19,5%            | 66,6%                    |

| Χώρες            | Εντελώς νέες τεχνολογίες | Νέες τεχνολογίες | Παλαιότερες τεχνολογίες* |
|------------------|--------------------------|------------------|--------------------------|
| Σουηδία          | 12,7%                    | 20,7%            | 66,7%                    |
| Ισπανία          | 11,6%                    | 21,7%            | 66,7%                    |
| Ηνωμένο Βασίλειο | 7,7%                     | 25,5%            | 66,7%                    |
| Ομάδα Γ          | 12,5%                    | 20,6%            | 66,9%                    |
| Ιρλανδία         | 10,4%                    | 22,2%            | 67,4%                    |
| Ολλανδία         | 10,9%                    | 16,6%            | 72,5%                    |
| Σλοβενία         | 10,4%                    | 14,9%            | 74,7%                    |
| Γερμανία         | 7,7%                     | 16,1%            | 76,2%                    |
| Φιλανδία         | 5,3%                     | 16,5%            | 78,2%                    |
| Αυστρία          | 6,2%                     | 15,1%            | 78,6%                    |
| Δανία            | 4,4%                     | 15,5%            | 80,0%                    |

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

\*αύξουσα ταξινόμηση

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

### Πλαίσιο 1: Καινοτομική Αποτελεσματικότητα και Τεχνολογικά Χάσματα σε Ευρωπαϊκές χώρες: Ο ρόλος της Επιχειρηματικότητας Αρχικών Σταδίων

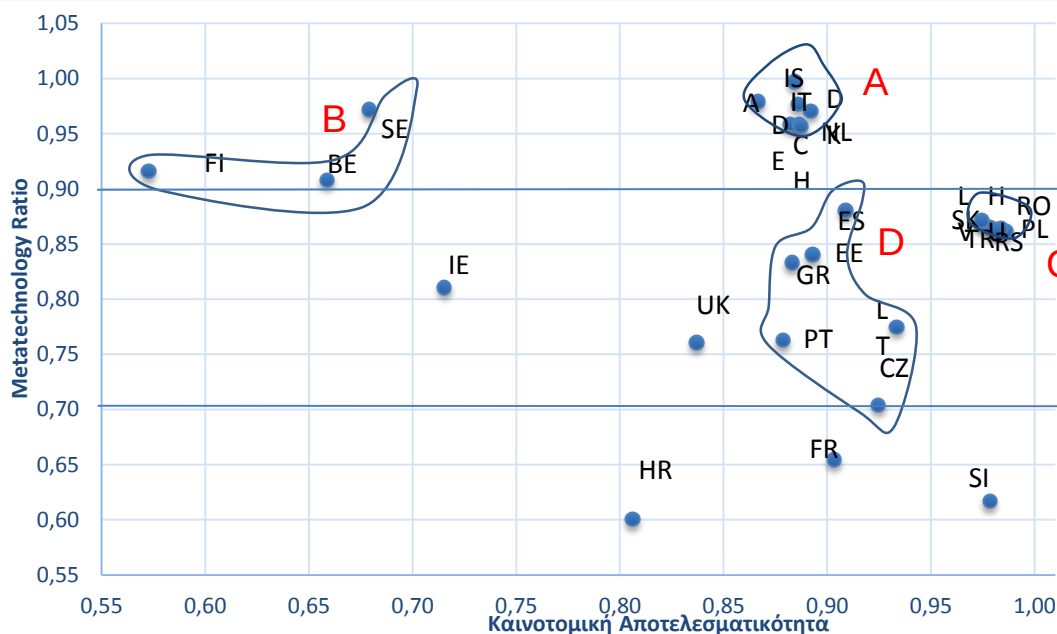
Παρά το γεγονός πως η σχετική βιβλιογραφία έχει διερευνήσει τις καινοτομικές επιδόσεις των ευρωπαϊκών οικονομιών χρησιμοποιώντας μια σειρά καινοτόμων δεικτών (βλ. Innovation Union Scoreboard, European Commission), περιορισμένη είναι η προσοχή που έχει δοθεί στην αποτελεσματική χρήση των εισροών-πόρων καινοτομίας σε εθνικό επίπεδο. Επιπλέον, οι υφιστάμενες εμπειρικές αναλύσεις σε θέματα καινοτόμου αποτελεσματικότητας υποθέτουν πως όλα τα υπό εξέταση συστήματα καινοτομίας χαρακτηρίζονται από ομοιογενή συστήματα παραγωγής που χρησιμοποιούν τις ίδιες τεχνολογίες για την εκροή καινοτομίας. Ωστόσο, η συγκεκριμένη υπόθεση είναι πιθανό να δημιουργεί προβλήματα μεροληψίας κατά την εκτίμηση των μέτρων αποτελεσματικότητας, καθώς οι επιδράσεις μιας πιθανής τεχνολογικής ετερογένειας θα μπορούσε να προσμετρηθεί λανθασμένα ως αναποτελεσματικότητα σε όρους καινοτομίας.

Η συγκεκριμένη εμπειρική έρευνα διερευνά το ζήτημα της τεχνολογικής ετερογένειας στο πλαίσιο ανάλυσης της καινοτόμου αποτελεσματικότητας γεγονός που επιτρέπει την εξέταση των τεχνολογικών διαφορών εντός του ευρωπαϊκού συστήματος καινοτομίας οι οποίες με τη σειρά τους μπορεί να οφείλονται σε διαφορές ως προς την οικονομική ανάπτυξη που υπάρχουν μεταξύ των χωρών. Στο πλαίσιο αυτό, οι υστερήσεις στη συνολική καινοτομική επίδοση πιθανότατα οφείλονται στα δομικά χαρακτηριστικά των οικονομιών και αντανακλώνται μέσω των τεχνολογικών χάσμάτων όπως επίσης και στην αναποτελεσματική χρήση των εισροών καινοτομίας που υπολογίζεται από τη καινοτόμο αποτελεσματικότητα. Επίσης, η εμπειρική ανάλυση διερευνά σε δεύτερο στάδιο ανάλυσης πιθανούς παράγοντες που εξηγούν τα τεχνολογικά χάσματα στα ευρωπαϊκά συστήματα καινοτομίας εξετάζοντας ένα πλήθος μεταβλητών που σχετίζονται με την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων από στοιχεία του GEM σε εθνικό επίπεδο. Τα στοιχεία αυτά συγκεκριμένα αφορούν 28

ευρωπαϊκές χώρες για τα έτη 2008 και 2010, ενώ ταυτόχρονα εφαρμόζονται τεχνικές bootstrapping για την απόκτηση αμερόληπτων εκτιμητών.

Τα κύρια αποτελέσματα αυτής της έρευνας φανερώνουν πως οι χώρες με χαμηλό βαθμό οικονομικής ανάπτυξης παρουσιάζουν κατά μέσο όρο διπλάσια τεχνολογικά χάσματα σε σχέση με τα αντίστοιχα των ανεπτυγμένων ευρωπαϊκών οικονομιών. Επίσης, η έρευνα αυτή προτείνει μία νέα τυπολογία των ευρωπαϊκών χωρών βάσει των μέτρων καινοτομικής αποτελεσματικότητας και τεχνολογικών χασμάτων όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα. Η σχετική ανάλυση εντοπίζει επτά ευρωπαϊκές χώρες ως ηγέτες καινοτομίας που πετυχαίνουν χαμηλά τεχνολογικά χάσματα και οι οποίες είναι οι εξής: Γερμανία, Ελβετία, Ολλανδία, Δανία, Αυστρία, Ισλανδία και Ιταλία. Στον αντίποδα, ένας αριθμός αναπτυσσόμενων οικονομιών εμφανίζονται ως εξαιρετικά αποτελεσματικές ως προς το τεχνολογικό όριο που μοιράζονται, αλλά φαίνονται σχετικά μη-ικανές να απορροφήσουν γνώση από το ευρωπαϊκό μετα-όριο. Παράγοντες που σχετίζονται με τη στρατηγική τοποθέτηση και τις δυσκολίες απορρόφησης γνώσης ενδεχομένως εξηγούν αυτά τα ευρήματα. Συνολικά, η νέα τυπολογία που προκύπτει από την εν λόγω έρευνα βάσει των ευρημάτων του πρώτου σταδίου ανάλυσης ενδεχομένως αποκαλύπτουν τις διαφορές που υπάρχουν στις ροές γνώσεις και στον στρατηγικό προσανατολισμό σε εθνικό επίπεδο ως προς τις διεργασίες δημιουργίας γνώσης και διάχυσης τεχνολογίας. Τα ευρήματα αυτά διαφοροποιούνται από τα αντίστοιχα άλλων μελετών (π.χ. Innovation Union Scoreboard) όπου η ταξινόμηση των χωρών βασίζεται σε ένα σύνολο δεικτών καινοτομίας.

Τυπολογία ευρωπαϊκών χωρών



Τα αποτελέσματα από το δεύτερο στάδιο ανάλυσης τονίζουν το σημαντικό ρόλο που διαδραματίζει η επιχειρηματικότητα ανάγκης στα τεχνολογικά χάσματα, καθώς βρέθηκε πως όσο υψηλότερος είναι ο βαθμός της επιχειρηματικότητας ανάγκης αρχικών σταδίων τόσο πιο διευρυμένα τα τεχνολογικά χάσματα μεταξύ των χωρών εντός του ευρωπαϊκού συστήματος καινοτομίας. Με δεδομένο πως η κρίση έχει συμβάλει στα υψηλά ποσοστά ανεργίας, η επιχειρηματικότητα που εκπορεύεται από την απουσία εναλλακτικών επιλογών



για απασχόληση φαίνεται πως δεν βοηθάει στην αντιμετώπιση των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν αυτές οι οικονομίες. Στον αντίποδα, η επιχειρηματικότητα που προκύπτει από την αναγνώριση ευκαιριών μπορεί να έχει καθοριστική συμβολή και με θετικό τρόπο στη τεχνολογική αλλαγή, στη καινοτομικότητα και στην οικονομική ανάπτυξη. Το εύρημα αυτό μπορεί να είναι ιδιαιτέρως χρήσιμο στο σχεδιασμό δράσεων πολιτικής που στοχεύουν στην ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας και όχι ανάγκης, ιδίως σε περιπτώσεις χωρών με χαμηλό βαθμό οικονομικής ανάπτυξης ή που χαρακτηρίζονται από υψηλά ποσοστά ανεργίας.

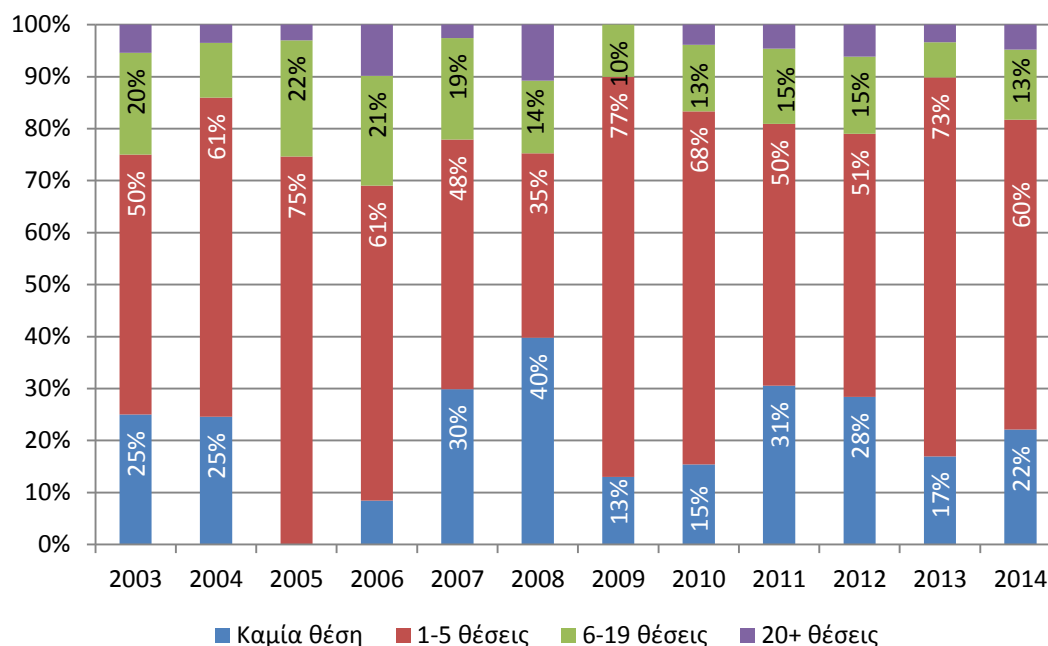
Σημείωση: Τα αποτελέσματα της ανάλυσης που ακολουθεί προέκυψαν στο πλαίσιο της εμπειρικής μελέτης με τίτλο “A typology of European countries based on innovation efficiency and technology gaps: The role of early-stage entrepreneurship” της οποίας αναλυτές και συγγραφείς είναι: Αλεξάνδρα Κοντόλαιμου, Ιωάννης Γιωτόπουλος, Άγγελος Τσακανίκας. Η συγκεκριμένη έρευνα δημοσιεύθηκε πρόσφατα στο Economic Modelling (Kontolaimou et al, 2016).

#### 1.5.4 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ

Ένα κρίσιμο πεδίο ανάλυσης στην έρευνα του GEM αφορά τις προσδοκίες που έχουν οι ίδιοι οι επιχειρηματίες για το πόσες θέσεις εργασίας διαβλέπουν πως θα δημιουργήσει το νέο τους επιχειρηματικό εγχείρημα εντός της επόμενης πενταετίας. Γενικότερα, το ζήτημα της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας αποκτά μεγάλη σημασία, καθώς η παρατεταμένη βαθιά ύφεση που καταγράφεται στην Ελλάδα εδώ και 5 συνεχή χρόνια χαρακτηρίζεται από συνεχή ανοδική πορεία στα ποσοστά ανεργίας.

Η έρευνα του GEM ερωτά τους επιχειρηματίες αν προσδοκούν, σε βάθος πενταετίας, να δημιουργήσουν 0, 1-5, 6-19, ή πάνω από 20 νέες θέσεις εργασίας. Το Διάγραμμα 1.16 παραθέτει τα σχετικά δεδομένα σε διαχρονική βάση από το 2003 έως και το 2014 για την Ελλάδα.

**Διάγραμμα 1-16: Προοπτικές δημιουργίας θέσεων απασχόλησης εντός της επόμενης πενταετίας**



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Είναι φανερό ότι σε όλα τα έτη στην πλειοψηφία των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων εκτιμάται ότι θα δημιουργηθούν από μία έως πέντε νέες θέσεις εργασίας με εξαίρεση το 2005 όπου το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρηματιών δήλωναν πως δεν ανέμεναν να δημιουργήσουν καμία θέση εργασίας στα επόμενα πέντε έτη. Για το 2014 το 81,7% περίπου των επιχειρηματιών δήλωσαν ότι δεν προσδοκούν να δημιουργήσουν πάνω από πέντε νέες θέσεις εργασίας. Επομένως, η μορφή της πολύ μικρής επιχείρησης με χαμηλούς ρυθμούς ανάπτυξης φαίνεται πως αποτελεί τον κανόνα ως προς τον τρόπο με τον οποίο εμφανίζεται και εξελίσσεται η νέα επιχειρηματικότητα.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχουν εκείνα τα εγχειρήματα για τα οποία οι επιχειρηματίες προσδοκούν πως θα αναπτυχθούν με πολύ υψηλούς ρυθμούς και θα δημιουργήσουν έναν μεγάλο αριθμό θέσεων απασχόλησης (άνω των 20) –οι επιχειρήσεις αυτές συνήθως ορίζονται στη διεθνή βιβλιογραφία ως «γαζέλες» και είναι αυτές που δίνουν ώθηση στην οικονομική ανάπτυξη και έχουν σοβαρή επίδραση στην ενίσχυση της απασχόλησης. Ωστόσο, μόλις το 4,8% των επιχειρηματιών στην Ελλάδα έχει την προσδοκία πως δυνητικά η επιχείρησή τους μπορεί να μετεξελιχθεί σε «γαζέλα».

Είναι αξιοσημείωτο πως αντίστοιχες επιδόσεις καταγράφει η χώρα μας καθ' όλη την περίοδο της ελληνικής συμμετοχής στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM. Πρόκειται, επομένως, για ένα σταθερό χαρακτηριστικό της νέας επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα, το οποίο δεν έχει μεταβληθεί καθ' οιονδήποτε τρόπο την περίοδο της κρίσης. Αυτό το εύρημα υποδηλώνει ότι η νέα επιχειρηματικότητα στη χώρα μας εξακολουθεί να αναπαράγει τη βασική δομή της ελληνικής οικονομίας: μια οικονομία που βασίζεται στην ύπαρξη και λειτουργία πολύ μικρών επιχειρήσεων οι περισσότερες εκ των οποίων δεν αναπτύσσονται και ως εκ τούτου δεν δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας.

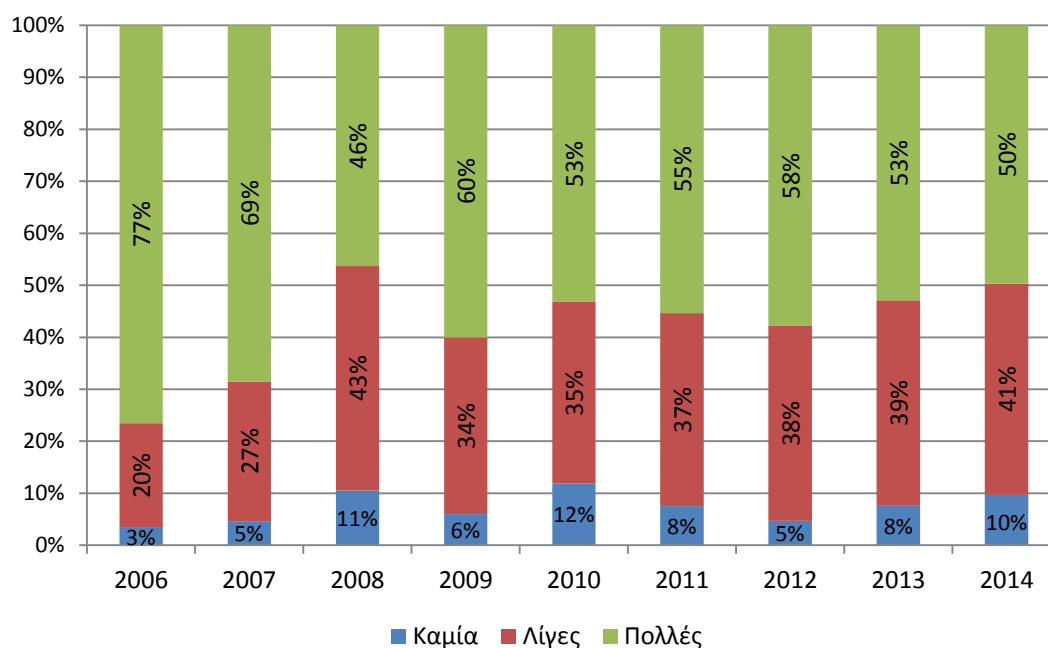
---

#### 1.5.5 ΈΝΤΑΣΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ

Η ένταση του ανταγωνισμού σύμφωνα με τη βιβλιογραφία της βιομηχανικής οργάνωσης και της πολιτικής ανταγωνισμού διαδραματίζει κρίσιμο ρόλο στη βελτίωση της παραγωγικότητας, στην ενθάρρυνση της καινοτομίας και γενικότερα στην ενίσχυση της οικονομικής ανάπτυξης (Aghion & Griffith, 2008; Aghion et al 2005). Στον αντίποδα, ο χαμηλής έντασης ανταγωνισμός, επειδή η επιχείρηση απευθύνεται σε «νησίδες αγοράς», έχει σημαντική αξία καθώς ενδεχομένως υποδηλώνει πως οι επιχειρήσεις αυτές ακολουθούν στρατηγικές διαφοροποίησης του προϊόντος και αυξάνουν την πιθανότητα εισαγωγής και διατήρησης καινοτομίας.

Η ερώτηση που προσεγγίζει την ένταση του ανταγωνισμού, διατυπώνεται προς τους ερωτώμενους επιχειρηματίες ως ακολούθως: εάν υπάρχουν πολλές, λίγες ή καμία επιχείρηση που είτε να προσφέρουν το ίδιο ή όμοιο προϊόν είτε να παρέχουν ίδια ή όμοια υπηρεσία. Συνεπώς, εάν το προϊόν ή η υπηρεσία είναι πράγματι νέα, ο επιχειρηματίας αναμένεται να αντιμετωπίζει χαμηλό ανταγωνισμό, καθώς δεν θα υπάρχουν ανταγωνιστές που θα διεκδικούν μερίδιο αγοράς για το προϊόν/υπηρεσία που προσφέρει—ή θα αντιμετωπίζει λίγους— που να διαθέτουν παρόμοιο προϊόν ή υπηρεσία.

**Διάγραμμα 1-17: Πλήθος επιχειρήσεων που παρέχουν αντίστοιχο προϊόν ή υπηρεσία**



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Όπως δείχνουν τα περιγραφικά στοιχεία που παρατίθενται στο Διάγραμμα 1.17, η ένταση του ανταγωνισμού που αντιμετωπίζουν οι επιχειρηματίες στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται διαχρονικά ως υψηλή. Ωστόσο, αν συνδυάσει κανείς προαναφερθέντα ευρήματα της έρευνας που σχετίζονται με την κυριαρχία στην κλαδική κατανομή των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην παροχή υπηρεσιών προς τον καταναλωτή και χαρακτηρίζονται ως δραστηριότητες χαμηλής προστιθέμενης αξίας, θα μπορούσε να υποθέσει πως ο έντονος ανταγωνισμός δεν σημαίνει αυτομάτως και υψηλότερη παραγωγικότητα αλλά ενδεχομένως να υποδηλώνει την απουσία διαφοροποίησης και νεωτερισμών στις επιχειρηματικές ιδέες ή με άλλα λόγια μια επιχειρηματικότητα απομίμησης και αντιγραφής (*copy-paste entrepreneurship*). Για το 2014 το 49,7% των επιχειρηματιών δηλώνει πως πολλές επιχειρήσεις προσφέρουν παρόμοιο προϊόν ή υπηρεσία, ενώ μόλις 9,7% είναι οι επιχειρηματίες που θεωρούν πως καμία επιχείρηση δεν παρέχει αντίστοιχο προϊόν/υπηρεσία. Με βάση τη συγκεκριμένη ανάλυση φαίνεται πως απουσιάζει από τις νέες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες μια δυναμική για την ανάπτυξη νέων αγορών.

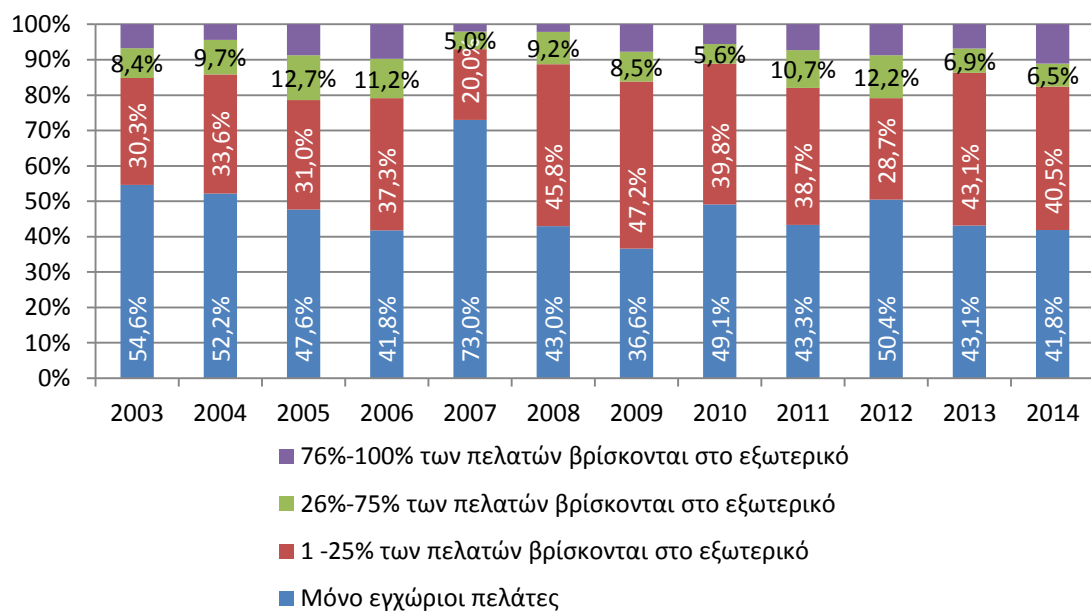
Οι προοπτικές εξωστρέφειας των νέων εγχειρημάτων συνιστούν ένα υψηλής σπουδαιότητας ποιοτικό κριτήριο της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων. Σε ένα παγκοσμιοποιημένο πλέον επιχειρηματικό περιβάλλον, ο εξαγωγικός προσανατολισμός των επιχειρήσεων μπορεί να δημιουργήσει τις προϋποθέσεις και να αυξήσει τις πιθανότητες για την επιβίωσή τους, την ανάπτυξή τους, τη δημιουργία και διατήρηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος στην εγχώρια αγορά, την απορρόφηση και τη διάχυση γνώσης.

Σε μια εποχή που χαρακτηρίζεται από αυξανόμενη παγκοσμιοποίηση όπου ο διεθνής ανταγωνισμός γίνεται ολοένα και πιο έντονος, οι νέες επιχειρήσεις χρειάζεται να ακολουθήσουν στρατηγικές διεθνοποίησης και εξωστρέφειας προκειμένου να ανταποκριθούν επιτυχώς, να είναι βιώσιμες και να αξιοποιήσουν ευκαιρίες για διεξόδου σε αγορές εκτός των συνόρων (Porter, 1986;1990). Ειδικά τα τελευταία έτη, η ραγδαία τεχνολογική εξέλιξη, η ευρεία διάχυση των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών και η ψηφιακή ανάπτυξη επιτρέπουν την ανάδειξη και παρουσία νέων επιχειρήσεων με εξωστρεφή χαρακτήρα (Oniatt & McDougall, 2005). Με άλλα λόγια, η εξάπλωση του διαδικτύου φαίνεται πως δημιουργεί σημαντικές ευκαιρίες για τη διεξόδου και εδραίωση νέων επιχειρήσεων σε αγορές εκτός των συνόρων καθώς παρέχει μοναδικά, αποδοτικά και εναλλακτικά κανάλια για την προσέγγιση πελατών σε παγκόσμιο επίπεδο.

Οι McDougall et al (1994) και οι Oniatt & McDougall (2005) διατύπωσαν ένα θεωρητικό υπόβαθρο σύμφωνα με το οποίο οι ιδρυτές των επιχειρήσεων με διεθνή προσανατολισμό τη στιγμή της επιχειρηματικής εκκίνησης έχουν την ικανότητα να εντοπίζουν ευκαιρίες στο εξωτερικό, είναι σε ετοιμότητα να συνδυάσουν πόρους σε διαφορετικές διεθνείς αγορές και μπορούν επίσης να αξιοποιούν σε διεθνές επίπεδο ικανότητες που σχετίζονται με την απορρόφηση γνώσης και τη δικτύωση. Όπως επισημαίνουν στην εργασία τους οι Hessels & van Stel (2009), οι νέες επιχειρήσεις με εξωστρεφή χαρακτήρα κατά τη διαδικασία διεθνοποίησής τους τείνουν να αναπτύσσουν εξειδικευμένο ανθρώπινο κεφάλαιο και καινοτόμες δεξιότητες.

Με δεδομένη τη συρρίκνωση των εισοδημάτων και της ζήτησης στην οποία έχει οδηγήσει η μακροχρόνια και βαθιά ύφεση της ελληνικής οικονομίας, η εξωστρέφεια των επιχειρήσεων, η αναζήτηση δηλαδή πελατών εκτός των εθνικών συνόρων, συνιστά σημαντικό ζητούμενο. Ωστόσο, η επιτυχής διεξόδυση των νέων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών σε διεθνείς αγορές απαιτεί συχνά γνώση των συνθηκών της διεθνούς αγοράς, αποτελεσματική προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών στο εξωτερικό, πρόσβαση στο διεθνές δίκτυο διανομής, και χαρακτηριστικά που υπάρχουν στο «μαύρο κουτί» της επιχείρησης όπως πόροι, δεξιότητες και δυναμικές ικανότητες.

**Διάγραμμα 1-18: Εξαγωγικός προσανατολισμός νέων επιχειρήσεων**



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Αναλύοντας τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 1.18, μπορεί να διαπιστώσει κανείς πως διαχρονικά τα μεγαλύτερα ποσοστά των επιχειρηματιών στην Ελλάδα δηλώνουν πως δεν εξάγουν καθόλου ή εξάγουν σε μικρό βαθμό (δηλαδή 1%-25% των πωλήσεών τους προέρχεται από εξαγωγές). Φαίνεται όμως ότι σταδιακά το ποσοστό των επιχειρήσεων αρχικών σταδίων που απευθύνεται μόνο ή κυρίως σε εγχώριους πελάτες μειώνεται προς όφελος κυρίως των εγχειρημάτων που απευθύνονται ως επι πλείστον στην αγορά εξωτερικού. Για το 2014 το ποσοστό των επιχειρηματιών που απευθύνονται αποκλειστικά σε εγχώριους πελάτες είναι

41,8% έναντι 43,1% το 2013 ενώ το ποσοστό εκείνων που εξάγουν σε μικρό βαθμό είναι 40,5% σε σύγκριση με 43,1% το 2013. Αν και το 2014 τουλάχιστον διαφαίνεται μια στροφή στην εξωστρέφεια η ένδειξη αυτή δεν έχει ακόμα αποκτήσει σταθερά χαρακτηριστικά ώστε να μπορούμε με ασφάλεια να πούμε ότι η νέα επιχειρηματικότητα στη Ελλάδα συμβάλει σε μια συνολική αλλαγή στα χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας.

Το GEM διερευνά το ζήτημα της εξωστρέφειας των νέων εγχειρημάτων μετρώντας το ποσοστό των επιχειρηματιών κάθε εγχειρήματος που βρίσκονται εκτός των συνόρων της χώρας. Ο Πίνακας 1.11 που ακολουθεί καταγράφει τα σχετικά δεδομένα για τις χώρες καινοτομίας μέλη της ΕΕ κατά το 2014. Όπως έχει παρατηρηθεί και σε προηγούμενες Εκθέσεις του IOBE με βάση τα δεδομένα του GEM, καταγράφεται μια σαφής διαφορά ανάμεσα στις τρεις ομάδες χωρών σχετικά με το βαθμό εξωστρέφειας των νέων εγχειρημάτων.

Οι χώρες καινοτομίας διαθέτουν μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων που απευθύνεται σε διεθνείς αγορές σε σχέση με τις ομάδες των χωρών Α και Β όπως υποδηλώνουν οι σχετικοί μέσοι όροι. Πιο ανοικτή οικονομία μεταξύ των χωρών καινοτομίας μελών της ΕΕ έχει το Λουξεμβούργο όπου μόλις το 4% των επιχειρήσεων απευθύνεται αποκλειστικά σε εγχώριους πελάτες ενώ η Ελλάδα βρίσκεται σχετικά χαμηλά στην κατάταξη αλλά κοντά στο μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (ομάδα Γ). Όμως μεταξύ των χωρών καινοτομίας που εξάγουν σε ποσοστό μεγαλύτερο από το μέσο όρο της ομάδας τους περισσότερο εντατικά εξάγουν οι επιχειρήσεις της Ιρλανδίας όπου το 24,2% των επιχειρήσεων δηλώνουν ότι πάνω από το 25% των πελατών τους βρίσκονται στο εξωτερικό.

**Πίνακας 1-10:Εξαγωγικός προσανατολισμός (% επιχειρηματιών αρχικών σταδίων), 2014**

|                     | Μόνο<br>εγχώριοι<br>πελάτες* | <25% των<br>πελατών<br>βρίσκονται στο<br>εξωτερικό | 26-75% των<br>πελατών<br>βρίσκονται στο<br>εξωτερικό | 76-100% των<br>πελατών<br>βρίσκονται στο<br>εξωτερικό |
|---------------------|------------------------------|----------------------------------------------------|------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| <b>Λουξεμβούργο</b> | 4,1%                         | 54,0%                                              | 25,1%                                                | 16,8%                                                 |
| <b>Σλοβακία</b>     | 14,5%                        | 66,2%                                              | 13,0%                                                | 6,3%                                                  |
| <b>Πορτογαλία</b>   | 23,8%                        | 54,3%                                              | 11,6%                                                | 10,3%                                                 |
| <b>Βέλγιο</b>       | 28,3%                        | 39,0%                                              | 16,8%                                                | 15,9%                                                 |
| <b>Σλοβενία</b>     | 28,6%                        | 39,8%                                              | 19,7%                                                | 11,9%                                                 |

|                         | Μόνο<br>εγχώριοι<br>πελάτες* | <25% των<br>πελατών<br>βρίσκονται στο<br>εξωτερικό | 26-75% των<br>πελατών<br>βρίσκονται στο<br>εξωτερικό | 76-100% των<br>πελατών<br>βρίσκονται στο<br>εξωτερικό |
|-------------------------|------------------------------|----------------------------------------------------|------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| <b>Εσθονία</b>          | 29,5%                        | 46,6%                                              | 14,4%                                                | 9,6%                                                  |
| <b>Σουηδία</b>          | 33,6%                        | 39,1%                                              | 13,2%                                                | 14,2%                                                 |
| <b>Αυστρία</b>          | 34,1%                        | 41,1%                                              | 14,3%                                                | 10,4%                                                 |
| <b>Γαλλία</b>           | 36,3%                        | 41,7%                                              | 10,4%                                                | 11,5%                                                 |
| <b>Ιρλανδία</b>         | 39,7%                        | 36,0%                                              | 14,0%                                                | 10,2%                                                 |
| <b>Ομάδα Γ</b>          | 40,5%                        | 38,8%                                              | 12,1%                                                | 8,6%                                                  |
| <b>Ελλάδα</b>           | 41,8%                        | 40,5%                                              | 6,5%                                                 | 11,2%                                                 |
| <b>Γερμανία</b>         | 43,5%                        | 35,4%                                              | 13,1%                                                | 8,0%                                                  |
| <b>Ολλανδία</b>         | 49,4%                        | 34,7%                                              | 9,2%                                                 | 6,7%                                                  |
| <b>Ιταλία</b>           | 50,1%                        | 29,2%                                              | 14,6%                                                | 6,1%                                                  |
| <b>Φιλανδία</b>         | 55,0%                        | 32,2%                                              | 2,6%                                                 | 10,3%                                                 |
| <b>Ομάδα Β</b>          | 58,0%                        | 27,2%                                              | 8,7%                                                 | 6,0%                                                  |
| <b>Ηνωμένο Βασίλειο</b> | 60,4%                        | 24,7%                                              | 8,7%                                                 | 6,1%                                                  |
| <b>Ισπανία</b>          | 67,6%                        | 18,9%                                              | 7,2%                                                 | 6,4%                                                  |
| <b>Δανία</b>            | 70,7%                        | 16,0%                                              | 7,2%                                                 | 6,1%                                                  |
| <b>Ομάδα Α</b>          | 76,7%                        | 18,4%                                              | 3,3%                                                 | 1,6%                                                  |

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

\*Αύξουσα ταξινόμηση

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

#### 1.5.7 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΒΑΣΕΙ ΕΡΕΥΝΑΣ ΕΘΝΙΚΩΝ ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΝΩΝ

Το GEM διενεργεί και μία επιπλέον έρευνα πεδίου, εκτός από την έρευνα πληθυσμού, που αφορά συνεντεύξεις με εθνικούς εμπειρογνώμονες, οι οποίοι επιλέγονται λόγω της γνώσης και των εμπειριών που κατέχουν σε διάφορες διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος σε κάθε χώρα. Πρόκειται για ακαδημαϊκούς, άτομα που προέρχονται από τον επιχειρηματικό χώρο, αλλά και διαμορφωτές πολιτικής. Στην Ελλάδα η ομάδα των εθνικών εμπειρογνομώνων περιλαμβάνει 36 άτομα, τα οποία κατανέμονται (ανά τέσσερα) στις 9 διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος που περιγράφονται στο Παράρτημα.

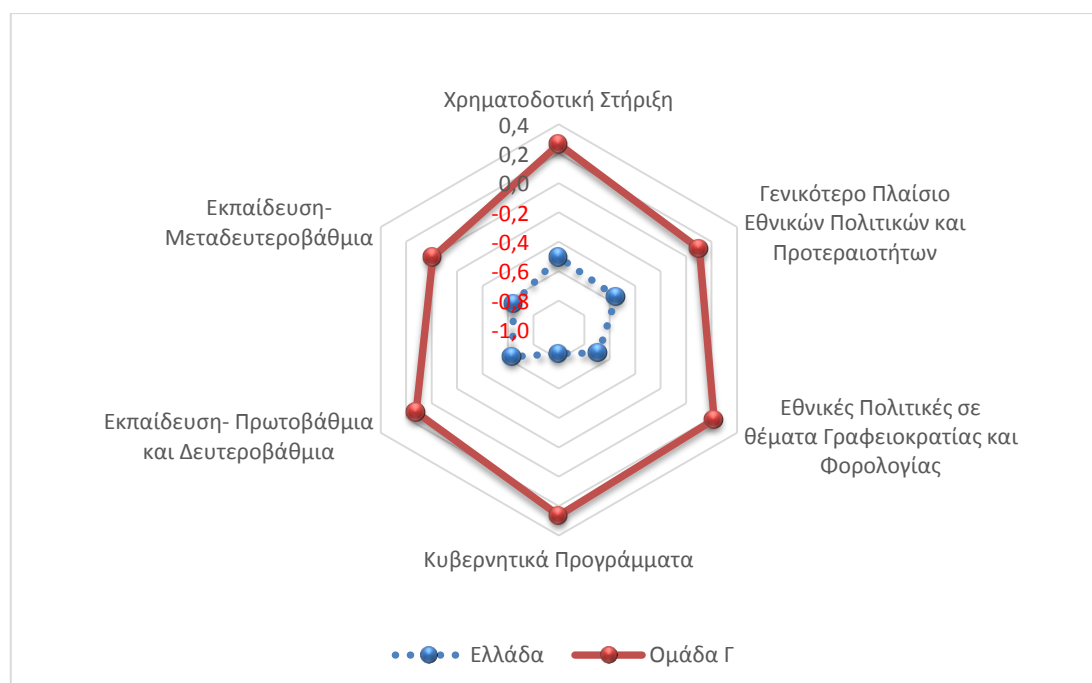
Σκοπός αυτής της πλευράς του ερευνητικού προγράμματος του GEM είναι να εξαγάγει συμπεράσματα για το επιχειρηματικό περιβάλλον σε κάθε χώρα, πληροφόρηση την οποία δεν είναι πάντα σε θέση να παρέχουν τα ίδια τα άτομα που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά και τα οποία απαντούν στην έρευνα πληθυσμού.



Προκειμένου να είναι δυνατή μεγαλύτερη ανάλυση των σχετικών ευρημάτων, τρεις από τις εννέα διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος (βλέπε το Παράρτημα) υποδιαιρούνται σε δύο υποδιαστάσεις η κάθε μία. Έτσι, η εκπαίδευση υποδιαιρείται σε πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση αφενός, και μεταλυκειακή εκπαίδευση, αφετέρου. Οι κυβερνητικές πολιτικές υποδιαιρούνται σε γενικές πολιτικές και πολιτικές ρύθμισης των αγορών. Τέλος, η διάσταση της εσωτερικής αγοράς υποδιαιρείται στη διάσταση της ταχύτητας των μεταβολών αφενός, και σε εκείνη που αφορά το πόσο ανοιχτή είναι, αφετέρου. Τα δύο διαγράμματα που ακολουθούν συγκρίνουν τις γνώμες των Ελλήνων εμπειρογνομόνων με εκείνες των εμπειρογνομόνων στις άλλες χώρες καινοτομίας (δηλαδή μέσος όρος χωρών Γ).

Το Διάγραμμα 1.19 παρακάτω παρουσιάζει την αξιολόγηση των Ελλήνων εμπειρογνομόνων σε σχέση με τον μέσο όρο των αξιολογήσεων στις χώρες καινοτομίας, για τις πρώτες τέσσερις διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος στον κατάλογο που προηγήθηκε. Όπως δε αναφέρθηκε ήδη, δύο από αυτές (εκπαίδευση και κυβερνητικές πολιτικές) έχουν υποδιαιρεθεί σε δύο υποδιαστάσεις.

**Διάγραμμα 1-19: Διαστάσεις επιχειρηματικού περιβάλλοντος Ι (2014)**



Χώρες Γ: καινοτομίας

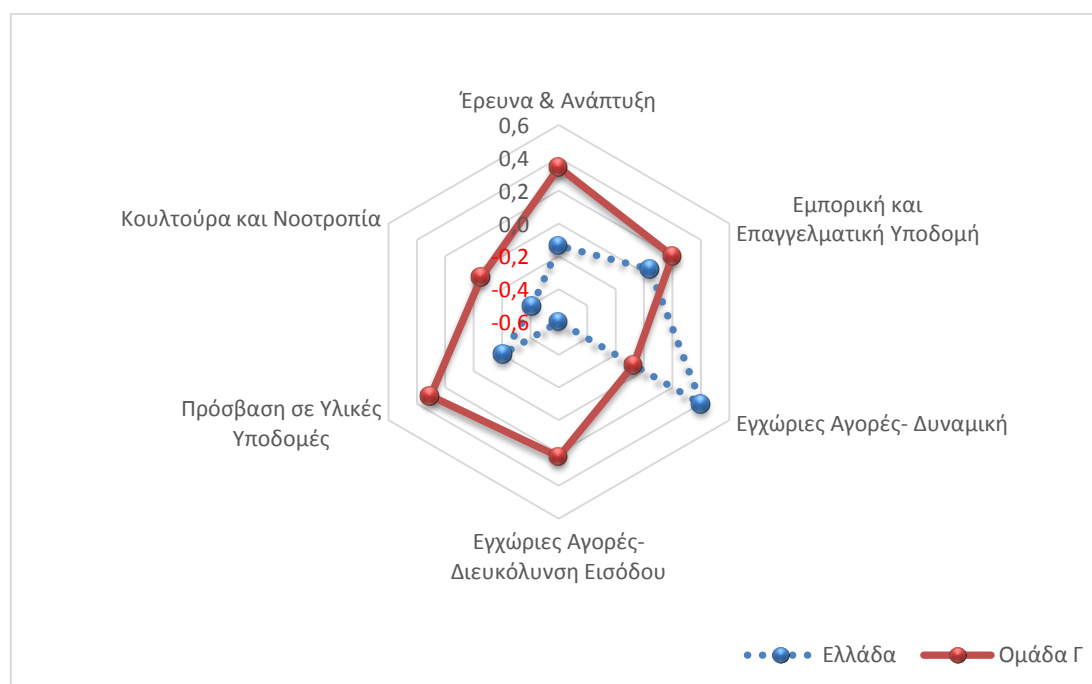
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Από το παραπάνω διάγραμμα φαίνεται με σαφήνεια ότι οι Έλληνες εμπειρογνώμονες αξιολογούν τις συγκεκριμένες διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος με μικρότερες επιδόσεις σε σχέση με τους εμπειρογνώμονες στις άλλες χώρες καινοτομίας που κάνουν τις αντίστοιχες αξιολογήσεις. Δεν πρόκειται για πρωτόγνωρο εύρημα, καθώς όλες οι ετήσιες Εκθέσεις του IOBE επιβεβαιώνουν σταθερά αυτές τις υστερήσεις.

Τα ευρήματα που προέκυψαν από την έρευνα εμπειρογνομένων του 2014 επιβεβαιώνουν πως διατηρούνται οι παθογένειες που αναχαιτίζουν την υποστήριξη και την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα όπως γραφειοκρατικά προβλήματα, μη σταθερό φορολογικό σύστημα, αναποτελεσματικές πολιτικές για την ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας και έλλειψη εθνικού σχεδίου δράσης για την τόνωση της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Όπως επίσης, αναδεικνύονται και οι χρηματοδοτικοί περιορισμοί ως βασικό εμπόδιο ίδρυσης και ανάπτυξης επιχειρήσεων, όπως αναμενόταν, λόγω κυρίως της πιστωτικής ασφυξίας και της δημοσιονομικής στενότητας που καταγράφεται σε μεγάλο βαθμό την περίοδο της οικονομικής κρίσης. Η ψαλίδα έχει διευρυνθεί ακόμα και στις δύο διαστάσεις της εκπαίδευσης των οποίων η απόκλιση το 2013 ήταν σχετικά μικρή.

Το Διάγραμμα 1.20 που ακολουθεί παρουσιάζει τις αξιολογήσεις των εμπειρογνομένων στις υπόλοιπες έξι διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος.

**Διάγραμμα 1-20: Διαστάσεις επιχειρηματικού περιβάλλοντος II (2014)**



Χώρες Γ: καινοτομίας

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Ενδιαφέρον εύρημα αποτελεί το γεγονός πως οι Έλληνες εμπειρογνώμονες έχουν ιδιαίτερα θετικές απόψεις για τη δυναμική της εγχώριας αγοράς σε σχέση με τους εμπειρογνώμονες των χωρών καινοτομίας. Για τη διάσταση του επιχειρηματικού πλαισίου που αφορά στην ποιότητα της εμπορικής και επαγγελματικής υποδομής, η αξιολόγηση των Ελλήνων εμπειρογνομένων ουσιαστικά συγκλίνει σε μεγάλο βαθμό με εκείνη των υπόλοιπων χωρών καινοτομίας. Ωστόσο, εμφανείς είναι οι υστερήσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος στην Ελλάδα σε σχέση με τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας σε θέματα έρευνας και τεχνολογικής ανάπτυξης, επιχειρηματικής κουλτούρας και πρόσβασης σε υλικές υποδομές. Αξίζει να σημειωθεί πως η μεγαλύτερη υστέρηση εντοπίζεται στην διευκόλυνση εισόδου στην εγχώρια αγορά.

Σύμφωνα με τους εθνικούς εμπειρογνώμονες τα βασικά εμπόδια επιχειρηματικής δραστηριοποίησης στην Ελλάδα σε σημαντικό βαθμό εκπορεύονται από την έλλειψη ενός γενικότερου πλαισίου εθνικών πολιτικών για την επιχειρηματικότητα. Σημαντικά προσκόμματα στην επιχειρηματικότητα τίθενται ακόμα από τη δυσκολία εύρεσης χρηματοδότησης του επιχειρηματικού εγχειρήματος, την αδύναμη εγχώρια ζήτηση αλλά και την επικρατούσα κουλτούρα για θέματα επιχειρηματικότητας.

Φαίνεται ότι η χαμηλή δυναμική της ελληνικής επιχειρηματικότητας ερμηνεύεται σε ένα βαθμό από τις επιπτώσεις της κρίσης κυρίως όμως οφείλεται σε δομικές/διαρθρωτικές αδυναμίες της χώρας που έχουν να κάνουμε με την έλλειψη ενός ολοκληρωμένου στρατηγικού σχεδίου ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας και αλλαγής της επικρατούσας νοοτροπίας ενθαρρύνοντας παράλληλα την ποιοτική καινοτόμα επιχειρηματικότητα.

## 2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ήδη από την αρχική του σύλληψη το 1999, το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM επικέντρωσε την προσοχή του σε μια έννοια της επιχειρηματικότητας που βασιζόταν στο κατά πόσο ένα συγκεκριμένο άτομο βρίσκεται στη φάση εκκίνησης, ή έχει ήδη ξεκινήσει μια νέα –για το ίδιο- δραστηριότητα. Σε αυτή την έννοια της επιχειρηματικότητας βασίζεται η «επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων» (ο ορισμός υπάρχει στο Παράρτημα), οι διάφορες πλευρές της οποίας και οι σχετικοί δείκτες εξετάστηκαν αναλυτικά στο προηγούμενο Κεφάλαιο.

Αυτός ο ερευνητικός προσανατολισμός δεν είναι δύσκολο να εξηγηθεί. Η δεκαετία του '90 χαρακτηρίστηκε διεθνώς από την ξαφνική άνθιση και ραγδαία άνοδο μικρών επιχειρήσεων, κυρίως στον τομέα των τεχνολογιών πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών, που άλλαζαν το προφίλ της παγκόσμιας οικονομίας. Ενώ στις προηγούμενες δεκαετίες η επικρατούσα άποψη ήταν ότι η επιχειρηματικότητα και η καινοτομία εκδηλώνονταν κυρίως από τις μεγάλες επιχειρήσεις των διαφόρων κλάδων, τώρα φαινόταν ότι η πλειονότητα των τεχνολογικών καινοτομιών εκκολάπτονταν στο πλαίσιο -και αναπτύσσονταν από- νέες μικρές επιχειρήσεις που εμφανίζονταν μαζί με το προϊόν ή την υπηρεσία που εισήγαν στην αγορά.

Αυτή ήταν η νέα πραγματικότητα που εξηγεί την αναζωπύρωση του επιστημονικού ενδιαφέροντος για το φαινόμενο της επιχειρηματικότητας. Μάλιστα, πρέπει εδώ να επισημανθεί ένα βασικό χαρακτηριστικό αυτού του νέου ενδιαφέροντος, στο οποίο η συμβολή του ερευνητικού προγράμματος του GEM ήταν αποφασιστική. Για να εξασφαλίσει τη δυνατότητα διεθνικών συγκρίσεων, το GEM έπρεπε να ξεκινήσει από την έννοια της επιχειρηματικότητας αντί αυτής της καινοτομίας, καθώς το ενδιαφέρον έπρεπε να επικεντρωθεί σε ένα φαινόμενο που είναι πραγματικά καθολικό, παρά στα αποτελέσματά του –στον βαθμό καινοτομικότητας στον οποίον οδηγούσε. Η προσέγγιση αυτή οδήγησε σε ένα σημαντικό εύρημα ήδη από τα πρώτα χρόνια της έρευνας του GEM: Η επιχειρηματικότητα ανάγκης που εκδηλωνόταν βασικά στις φτωχές χώρες του πλανήτη είχε υψηλή συνεισφορά στο ΑΕΠ αυτών των χωρών, μολονότι χαρακτηριζόταν από χαμηλή καινοτομικότητα.

Ωστόσο, η εστίαση στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, στην εμφάνιση δηλαδή νέων δραστηριοτήτων –νέων από τη σκοπιά του ατόμου/ατόμων που αναλαμβάνουν την πρωτοβουλία- περιορίζει υπερβολικά την έννοια της επιχειρηματικότητας. Στην ουσία υπονοεί ότι δρουν επιχειρηματικά μόνο εκείνοι που εισέρχονται στον επιχειρηματικό στίβο για πρώτη φορά, ενώ υποτιμά τον επιχειρηματικό χαρακτήρα όσων διοικούν επιχειρήσεις που ήδη υπάρχουν και οι οποίες έχουν υπερβεί 3,5 έτη λειτουργίας –το κριτήριο του GEM για την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων. Πρόκειται προφανώς για μια αντίληψη για την επιχειρηματικότητα έρχεται σε σύγκρουση με αυτήν που υποδηλώνεται από την αναφορά στην «επιχειρηματική κοινότητα», όπως αυτή κυριαρχεί στην καθημερινή γλώσσα.

Αναγνωρίζοντας αυτό το πρόβλημα το GEM, ήδη από τα πρώτα χρόνια της λειτουργίας του, συμπεριέλαβε στο ερευνητικό του πρόγραμμα τη μελέτη της «καθιερωμένης επιχειρηματικότητας». Στην κατηγορία των καθιερωμένων επιχειρηματιών κατατάσσονται τα άτομα τα οποία, από την έρευνα πεδίου, προκύπτει ότι είναι ιδιοκτήτες και διοικούν μια επιχείρηση που έχει υπερβεί την ηλικία των 3,5 ετών, η οποία θεωρείται έτσι ως «καθιερωμένη επιχείρηση». Με την συμπερίληψη αυτής της κατηγορίας επιχειρηματιών, το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM έχει πλέον τη δυνατότητα να προσεγγίζει ολόκληρο τον πληθυσμό που δραστηριοποιείται επιχειρηματικά, συμπεριλαμβανομένου μάλιστα εκείνου του μέρους που είναι φορέας πολύτιμης επιχειρηματικής εμπειρίας. Με αυτή την έννοια γίνεται αναφορά στο «επιχειρηματικό σύστημα» στον τίτλο της παρούσας Έκθεσης.

Η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα αποτελεί το αντικείμενο του παρόντος Κεφαλαίου. Όλες οι προηγούμενες εκθέσεις του IOBE για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα έχουν αναδείξει την βαρύτητα αυτού του φαινομένου, καθώς η χώρα μας εμφανίζει το υψηλότερο ποσοστό καθιερωμένων επιχειρηματιών ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας –τις πλούσιες χώρες του πλανήτη όσο και στη διαχρονική εξέλιξη του σχετικού δείκτη. Το τελευταίο είναι ιδιαίτερα κρίσιμο, καθώς επιτρέπει την ανάλυση της εξέλιξης του σχετικού δείκτη στη διάρκεια της κρίσης.

## **2.2 ΜΙΑ ΧΩΡΑ «ΚΑΘΙΕΡΩΜΕΝΩΝ» ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ**

Όλες οι προηγούμενες έρευνες του GEM έχουν αποκαλύψει ότι η Ελλάδα καταγράφει έναν από τους υψηλότερους δείκτες καθιερωμένης επιχειρηματικότητας ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας, πολλές χρονιές μάλιστα καταγράφει τον υψηλότερο. Το ίδιο συμβαίνει και το 2014, όπως φαίνεται στον Πίνακα 2.1 που ακολουθεί. Το συγκεκριμένο εύρημα δεν συνιστά ασφαλώς έκπληξη, καθώς αντανακλά την πραγματική δομή της ελληνικής οικονομίας στην οποία κυριαρχούν μικρές και ως επί το πλείστον οικογενειακές επιχειρήσεις. Είναι λοιπόν αναμενόμενο η έρευνα πληθυσμού να αποκαλύπτει σχετικά μεγάλους αριθμούς ατόμων τα οποία είναι ιδιοκτήτες και διοικούν επιχειρήσεις που έχουν υπερβεί τα 3,5 έτη λειτουργίας –τον ορισμό της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας κατά GEM.

Ο Πίνακας 2.1 παρουσιάζει τους δείκτες επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων και καθιερωμένης επιχειρηματικότητας για όλες τις χώρες που έλαβαν μέρος στην έρευνα του 2014 –αναλυτικά για τις χώρες καινοτομίας και ως μέσους όρους για τις άλλες δύο ομάδες χωρών. Το πρώτο στοιχείο που αναδεικνύεται είναι ότι και οι δύο δείκτες μειώνονται καθώς οι χώρες ανεβαίνουν στην κλίμακα του κατά κεφαλήν εισοδήματος. Είναι αναμενόμενο καθώς προχωράει η οικονομική ανάπτυξη να παρουσιάζονται περισσότερες ευκαιρίες για εύρεση μισθωτής απασχόλησης, με αποτέλεσμα το κίνητρο για επιχειρηματική δραστηριοποίηση να μειώνεται. Αυτό βεβαίως ισχύει κυρίως για την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων. Ωστόσο, η αύξηση των ευκαιριών απασχόλησης αφορά ολόκληρο τον πληθυσμό και, ως εκ τούτου, καθιερωμένοι επιχειρηματίες οι οποίοι κρίνουν ότι η μισθωτή απασχόληση ενδεχομένως να τους αποδίδει υψηλότερο εισόδημα από αυτό που αποδίδει η επιχείρησή τους, μπορεί να αποφασίσουν να ακολουθήσουν την επιλογή της μισθωτής εργασίας.

**Πίνακας 2-1: TEA και Καθιερωμένων επιχειρηματιών για χώρες καινοτομίας 2014 με Μ.Ο. χωρών Α και Β**

| Χώρες            | Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων | Καθιερωμένοι επιχειρηματίες |
|------------------|------------------------------------|-----------------------------|
| Ελλάδα           | 7,9%                               | 12,8%                       |
| <b>Ομάδα Α</b>   | <b>23,3%</b>                       | <b>12,7%</b>                |
| Ταϊβάν           | 8,5%                               | 12,2%                       |
| Ιρλανδία         | 6,5%                               | 9,9%                        |
| Αυστρία          | 8,7%                               | 9,9%                        |
| Αυστραλία        | 13,1%                              | 9,8%                        |
| Ολλανδία         | 9,5%                               | 9,6%                        |
| Καναδάς          | 13,0%                              | 9,4%                        |
| Ελβετία          | 7,1%                               | 9,1%                        |
| <b>Ομάδα Β</b>   | <b>14,6%</b>                       | <b>8,9%</b>                 |
| Σλοβακία         | 10,9%                              | 7,8%                        |
| Πορτογαλία       | 10,0%                              | 7,6%                        |
| Ιαπωνία          | 3,8%                               | 7,2%                        |
| Ισπανία          | 5,5%                               | 7,0%                        |
| ΗΠΑ              | 13,8%                              | 6,9%                        |
| <b>Ομάδα Γ</b>   | <b>8,5%</b>                        | <b>6,7%</b>                 |
| Φιλανδία         | 5,6%                               | 6,6%                        |
| Ηνωμένο Βασίλειο | 10,7%                              | 6,5%                        |
| Σουηδία          | 6,7%                               | 6,5%                        |
| Εσθονία          | 9,4%                               | 5,7%                        |
| Νορβηγία         | 5,7%                               | 5,4%                        |
| Γερμανία         | 5,3%                               | 5,2%                        |
| Δανία            | 5,5%                               | 5,1%                        |
| Σλοβενία         | 6,3%                               | 4,8%                        |
| Ιταλία           | 4,4%                               | 4,3%                        |
| Λουξεμβούργο     | 7,1%                               | 3,7%                        |
| Βέλγιο           | 5,4%                               | 3,5%                        |
| Κατάρ            | 16,4%                              | 3,5%                        |
| Γαλλία           | 5,3%                               | 2,9%                        |
| Σιγκαπούρη       | 11,0%                              | 2,9%                        |
| Πουέρτο Ρίκο     | 10,0%                              | 1,3%                        |

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Το δεύτερο ενδιαφέρον στοιχείο που πρέπει να επισημανθεί είναι ότι στις περισσότερες χώρες –κάτι που αντανακλάται και στους μέσους όρους- ο



μεγαλύτερος από τους δύο δείκτες είναι εκείνος της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων. Στις χώρες χαμηλού κατά κεφαλήν εισοδήματος –ομάδα Α στην κατηγοριοποίηση του GEM- αυτό εξηγείται από το γεγονός ότι οι κατά κανόνα μικρές επιχειρήσεις που υπάρχουν τείνουν να είναι θνησιγενείς ενώ, από την άλλη πλευρά, η πενιχρή προσφορά θέσεων μισθωτής εργασίας αναγκάζει πολλούς να στρέφονται στην αυτοαπασχόληση. Αντίθετα, στις πλούσιες χώρες η ύπαρξη μεγάλων επιχειρήσεων που εξυπηρετούν τους καταναλωτές μειώνει τον αριθμό μικρών επιχειρήσεων που υπάρχουν, ενώ οι αυξημένες ευκαιρίες χρηματοδότησης διευκολύνουν τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων.

Το ενδιαφέρον στην περίπτωση της Ελλάδας είναι ότι και ως προς τα δύο στοιχεία φαίνεται πως ανήκει σε ένα διαφορετικό σύμπαν από τις περισσότερες χώρες του GEM. Σε ό,τι αφορά το πρώτο στοιχείο, η εξέταση της ελληνικής περίπτωση απαιτεί βεβαίως την ανάλυση της διαχρονικής εξέλιξης των δεικτών, κάτι που θα επιχειρηθεί στη συνέχεια. Ωστόσο, προκαλεί αμέσως εντύπωση το γεγονός ότι ο δείκτης καθιερωμένης επιχειρηματικότητας στη χώρα μας είναι οριακά υψηλότερος (12,8%) από τον μέσο όρο των χωρών της ομάδας Α (12,7%) –των φτωχών χωρών δηλαδή. Αντίθετα, η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων (7,9%) κινείται κοντά στον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (8,5%). Η υψηλή επίδοση της χώρας στον δείκτη καθιερωμένης επιχειρηματικότητας δεν είναι βεβαίως νέο εύρημα, καθώς ισχύει για όλα τα έτη ελληνικής συμμετοχής στο GEM στα οποία μετρήθηκε ο δείκτης. Άλλωστε, πρόκειται για μια ακόμα επιβεβαίωση του γεγονότος ότι η ελληνική οικονομία έχει υπάρξει ιστορικά, και εξακολουθεί να επιδεικνύει τον χαρακτήρα μιας οικονομίας μικρών επιχειρήσεων. Μάλιστα, τα δεδομένα του Πίνακα προέρχονται από το 2014, κάτι που σημαίνει πως ακόμα και μετά από πέντε χρόνια κρίσης –με ό,τι αυτό συνεπάγεται για τη βιωσιμότητα των μικρών επιχειρήσεων- η αντοχή της μικρής –ως προς το μέγεθος- επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα παραμένει αξιοσημείωτη.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Η κυριαρχία της μικρής και κατά το πλείστον οικογενειακής επιχείρησης στην ελληνική οικονομία συνήθως εκτιμάται ως αρνητικό χαρακτηριστικό της, καθώς μειώνει την πρόσβαση σε πόρους που θα έκαναν δυνατή την παραγωγή διεθνώς εμπορεύσιμων προϊόντων, με υψηλή προστιθέμενη αξία. Ωστόσο, αξίζει να σημειωθεί ότι τα τελευταία χρόνια έχει εκφραστεί και η αντίθετη άποψη,

Η ιδιαιτερότητα της ελληνικής περίπτωσης γίνεται προφανέστερη ως προς το δεύτερο στοιχείο που συζητήθηκε παραπάνω. Σε αντίθεση με τις περισσότερες χώρες που έλαβαν μέρος στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM, στην Ελλάδα ο δείκτης της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας παραμένει σταθερά και σημαντικά υψηλότερος από τον δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων. Η σημασία του ευρήματος αυτού είναι μεγάλη αν η χώρα μας συγκριθεί με την περίπτωση των ΗΠΑ.<sup>6</sup> Στην τελευταία, ο δείκτης της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων είναι διπλάσιος από αυτόν της καθιερωμένης, το ακριβώς αντίστροφο δηλαδή από αυτό που καταγράφεται στην Ελλάδα. Με άλλα λόγια, η αμερικανική οικονομία παράγει περισσότερες νέες επιχειρήσεις από εκείνες που διατηρούν τη θέση τους στην αγορά για μεγάλο χρονικό διάστημα. Πρόκειται βεβαίως για μια ένδειξη των μεγάλων δυνατοτήτων ανανέωσης που διαθέτει η αμερικανική οικονομία, και την οποία θα ζήλευαν οι περισσότερες ευρωπαϊκές –όχι μόνο η ελληνική.

Τα δεδομένα στα οποία βασίζεται η παραπάνω ανάλυση προέρχονται από την έρευνα του 2014 (Πίνακας 2.1). Ωστόσο, τίθεται το ερώτημα αν τα ευρήματα που προκύπτουν επιβεβαιώνονται και διαχρονικά, αν δηλαδή χαρακτηρίζονται από διαχρονική σταθερότητα. Το ερώτημα αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία καθώς επιτρέπει την εξέταση της εξέλιξης της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας πριν από την εμφάνιση της κρίσης και μετά από αυτήν. Αλλά τίθεται και ένα δεύτερο ερώτημα: αν οι διαφορές ανάμεσα στις χώρες που καταγράφονται στον Πίνακα έχουν συστηματικό χαρακτήρα ή αν προέρχονται από την τυχαία δειγματοληψία το 2014.

Το Διάγραμμα 2.1 που ακολουθεί καταγράφει τη διαχρονική εξέλιξη του δείκτη καθιερωμένης επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα από το 2006 ως το 2014, αλλά επιτρέπει και σημαντικές διεθνείς συγκρίσεις. Για τις τελευταίες, εκτός της Ελλάδας το Διάγραμμα απεικονίζει τη διαχρονική εξέλιξη του δείκτη σε τέσσερις χώρες (ΗΠΑ,

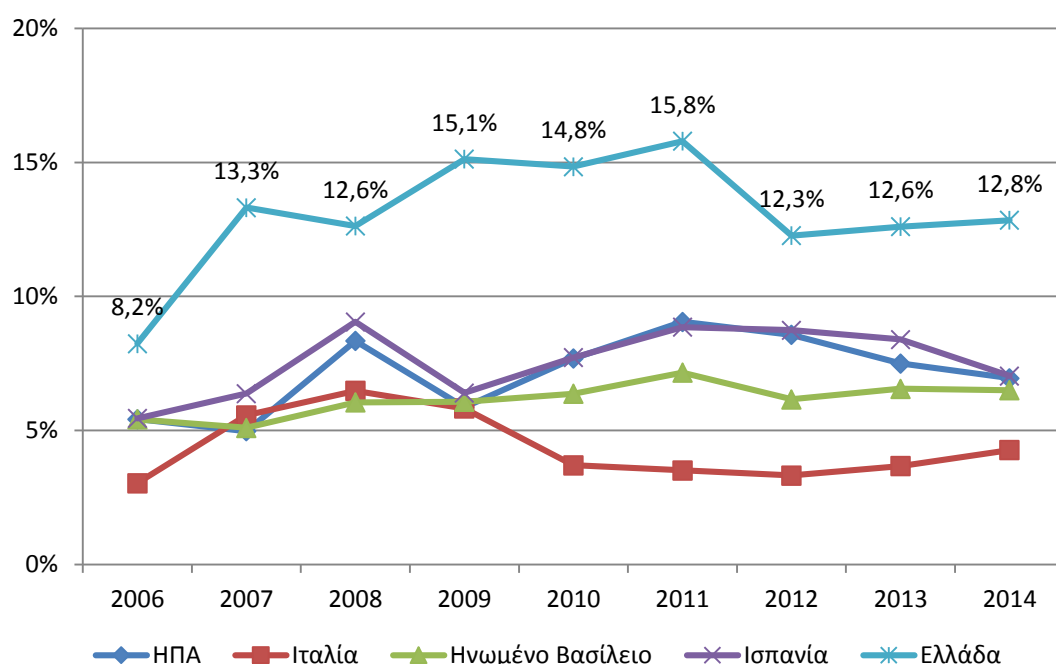
---

ότι δηλαδή το μικρό μέγεθος μπορεί να θεωρηθεί ως πλεονέκτημα, καθώς αυξάνει τις δυνατότητες ευελιξίας σε σχέση με τις μεγάλες καθιερωμένες επιχειρήσεις [Βλέπε Δοξιάδης, (2013)]. Το εύρημα του GEM για την μεγάλη ανθεκτικότητα της μικρής επιχείρησης στην Ελλάδα δικαιολογεί την προσεκτικότερη προσέγγιση αυτής της άποψης.

<sup>6</sup> Αυτή η σύγκριση είχε γίνει, με τα ίδια ευρήματα, και στην προηγούμενη Έκθεση του IOBE για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα κατά το 2013-14.

ΗΒ, Ισπανία και Ιταλία). Επελέγησαν δηλαδή δύο αγγλοσαξονικές χώρες με υψηλούς δείκτες επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων καθ' όλη αυτή την περίοδο, όπως έχουν καταγράψει οι έρευνες του GEM (ΗΠΑ και ΗΒ). Από την άλλη πλευρά, περιλαμβάνονται δύο χώρες του ευρωπαϊκού νότου (Ισπανία και Ιταλία) που ιστορικά καταγράφουν χαμηλές επιδόσεις στον δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων.

**Διάγραμμα 2-1: Διαχρονική εξέλιξη του δείκτη των καθιερωμένων επιχειρηματιών για Ελλάδα, Η.Β., ΗΠΑ, Ιταλία και Ισπανία**



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Τρεις παρατηρήσεις προκύπτουν από το Διάγραμμα 2.1 και αξίζει να σχολιαστούν. Η πρώτη παρατήρηση είναι ότι, παρ' όλες τις διαφορετικές επιδόσεις ανάμεσα στις τέσσερις χώρες ως προς την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα που καταγράφουν χαρακτηρίζεται από μεγάλη ομοιογένεια. Φαίνεται λοιπόν ότι οι δύο δείκτες (επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων και καθιερωμένη επιχειρηματικότητα) είναι ανεξάρτητοι μεταξύ τους και το ύψος του πρώτου δεν προσδιορίζει το επίπεδο του δεύτερου. Φαίνεται δηλαδή ότι ο αριθμός των επιχειρηματικών εγχειρημάτων που κατορθώνουν να καθιερωθούν στις χώρες καινοτομίας –να υπερβούν δηλαδή την ηλικία των 3,5 ετών- τείνουν να εξαρτώνται από δομικά χαρακτηριστικά αυτών των οικονομιών (π.χ. την κυριαρχία μεγάλων

επιχειρήσεων ή την ευκολία μεταπήδησης από τη μισθωτή εργασία στην αυτοαπασχόληση) και όχι από τον αριθμό των νέων εγχειρημάτων που εμφανίζονται σε ετήσια βάση.

Η δεύτερη παρατήρηση σχετίζεται επίσης στενά με την πρώτη. Μολονότι ο δείκτης καθιερωμένης επιχειρηματικότητας στις τέσσερις χώρες εμφανίζει κάποια ελαφρά κυκλικότητα, δεν φαίνεται να αντανakλά τη σοβαρότητα και το βάθος της χρηματοπιστωτικής κρίσης των τελευταίων ετών. Και πάλι δηλαδή, φαίνεται ότι τα δομικά χαρακτηριστικά των χωρών καινοτομίας είναι ισχυρότεροι προσδιοριστικοί παράγοντες για την καθιερωμένη επιχειρηματικότητα απ' ό,τι ο οικονομικός κύκλος.

Η τρίτη παρατήρηση αφορά τη διαχρονική εξέλιξη του δείκτη στην Ελλάδα. Σε αντίθεση με τις άλλες τέσσερις χώρες, είναι προφανής η αρνητική επίπτωση της οικονομικής κρίσης στο επίπεδο της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας, καθώς ο δείκτης μειώνεται σημαντικά μεταξύ 2011 και 2012 και παραμένει ουσιαστικά σταθερός τα επόμενα χρόνια. Πρόκειται βεβαίως για εύρημα αναμενόμενο με βάση τη σοβαρότητα και το βάθος της κρίσης στη χώρα μας.

Ωστόσο, το πιο ενδιαφέρον είναι η μεγάλη διαφορά του δείκτη ανάμεσα στην Ελλάδα και τις άλλες χώρες για ολόκληρη σχεδόν τη δεκαετία που παρουσιάζεται παραπάνω, αφού ο δείκτης της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας στη χώρα μας παραμένει διαχρονικά σημαντικά υψηλότερος. Πρόκειται βεβαίως και πάλι για ένα δομικό χαρακτηριστικό της ελληνικής οικονομίας, το οποί μάλιστα αποδεικνύεται εξαιρετικά ανθεκτικό στην κρίση.

## 2.3 ΤΑ ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΚΑΘΙΕΡΩΜΕΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Τα ευρήματα που παρουσιάστηκαν στην προηγούμενη Ενότητα επιβεβαιώνουν το βασικό δομικό χαρακτηριστικό της ελληνικής οικονομίας ως αποτελούμενης από αυτοαπασχολούμενους, μικροεπιχειρηματίες και μικροεπιχειρήσεις. Μάλιστα, αποκαλύπτεται η εξαιρετική ανθεκτικότητα αυτού του μοντέλου, καθώς η κρίση έχει μεν μειώσει τον δείκτη καθιερωμένης επιχειρηματικότητας, χωρίς ωστόσο αυτό να αναιρεί τη βασική δομή του μοντέλου. Το ερώτημα λοιπόν που τίθεται αφορά την αναπτυξιακή δυναμική της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα και η προσέγγισή του απαιτεί τη διερεύνηση των ποιοτικών χαρακτηριστικών της.

---

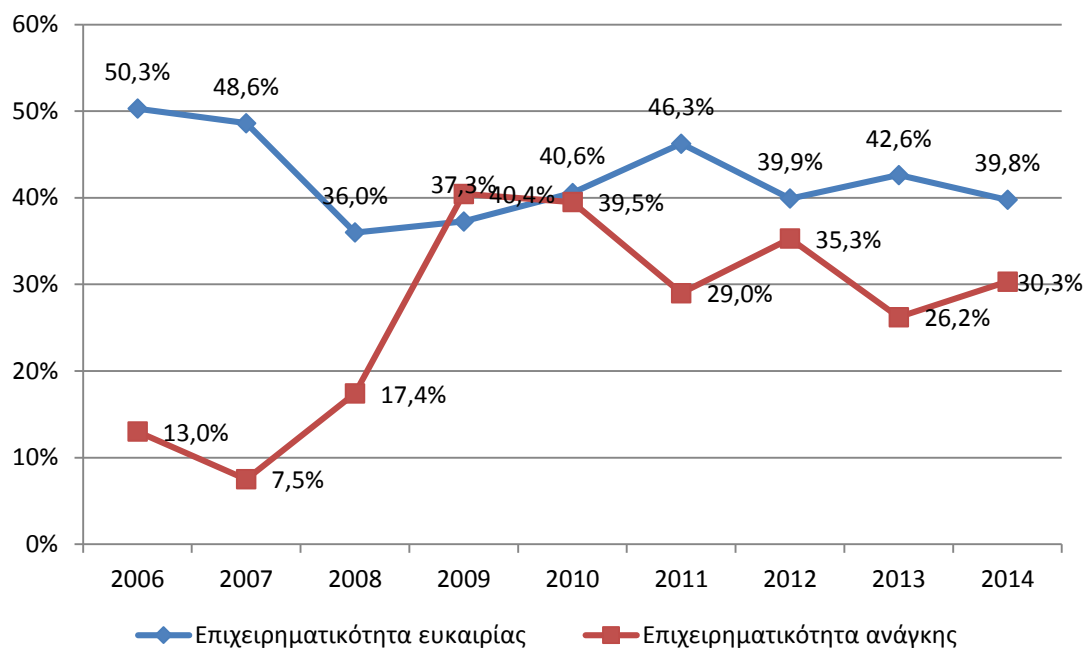
### 2.3.1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΩΝ ΚΑΘΙΕΡΩΜΕΝΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΝΑΓΚΗΣ ΚΑΙ ΕΥΚΑΙΡΙΑΣ

Το πρώτο ζήτημα που πρέπει να διερευνηθεί είναι τα κίνητρα της άσκησης επιχειρηματικής δραστηριότητας. Στο πλαίσιο του ερευνητικού προγράμματος του GEM, οι συμμετέχοντες στην έρευνα πληθυσμού καλούνται να απαντήσουν κατά πόσον η δραστηριότητά τους αποσκοπεί στην εκμετάλλευση μιας ευκαιρίας (επιχειρηματικότητα ευκαιρίας), κατά πόσον εκπορεύεται από αδυναμία εύρεσης άλλου τρόπου βιοπορισμού (επιχειρηματικότητα ανάγκης), ή αν βασίζεται σε κάποιο άλλο «ενδιάμεσο» κίνητρο (εξασφάλιση υψηλότερου εισοδήματος, επιθυμία ανεξαρτησίας στην εργασία, κ.α.).

Το GEM εξετάζει αυτά τα κίνητρα τόσο για την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων (το θέμα έχει ήδη συζητηθεί στο Κεφάλαιο 1), όσο και για την καθιερωμένη. Ωστόσο, με δεδομένη εδώ την επικέντρωση στον δεύτερο τύπο επιχειρηματικότητας, πρέπει να υπογραμμιστεί μια σημαντική διαφορά στη σημασία αυτών των κινήτρων για τους δύο τύπους επιχειρηματικότητας. Στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων τα κίνητρα επηρεάζουν την απόφαση του ατόμου να εισέλθει ή να μην εισέλθει στον επιχειρηματικό στίβο. Αντίθετα, στην περίπτωση της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας τα κίνητρα δεν αφορούν την επιχειρηματική δραστηριοποίηση –αφού οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες ασκούν ήδη επιχειρηματική δραστηριότητα– αλλά τους λόγους για τους οποίους τα άτομα αυτά αποφασίζουν να τη συνεχίσουν.

Με δεδομένη αυτή την επισήμανση, το Διάγραμμα 2.2 που ακολουθεί καταγράφει τη διαχρονική εξέλιξη των δύο ακραίων κινήτρων –ανάγκη και ευκαιρία- για παραμονή στην επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα τα τελευταία 9 έτη.

**Διάγραμμα 2-2: Διαχρονική εξέλιξη Επιχειρηματικότητα ανάγκης - ευκαιρίας Καθιερωμένων Επιχειρηματιών, Ελλάδα**



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Τα δεδομένα του GEM στο παρελθόν έχουν αποκαλύψει ότι σε όλες τις χώρες το βασικό κίνητρο για την επιχειρηματικότητα είναι η ευκαιρία. Αυτό δε ισχύει τόσο για την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, όσο και για την καθιερωμένη. Η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα φαίνεται πράγματι να προσαρμόζεται σε αυτό τον κανόνα, τα πρώτα χρόνια της περιόδου που καλύπτουν τα δεδομένα του Διαγράμματος, αφού η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας υπερτερεί σημαντικά της επιχειρηματικότητας ανάγκης. Ωστόσο, η εικόνα αυτή διαφοροποιείται σημαντικά από το 2009 και μετά, με την έναρξη δηλαδή της κρίσης, καθώς τα ποσοστά εκείνων που παραμένουν στον επιχειρηματικό στίβο για λόγους ανάγκης –επειδή δηλαδή κρίνουν ότι δεν έχουν άλλη δυνατότητα εξασφάλισης εισοδήματος- πλησιάζουν πολύ τα ποσοστά εκείνων που παραμένουν με σκοπό την εκμετάλλευση ευκαιριών.

Πρόκειται προφανώς για ένα αρνητικό χαρακτηριστικό της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας στη χώρα μας, καθώς περίπου το ένα τρίτο των καθιερωμένων

επιχειρηματιών μετά το 2009 δηλώνουν ότι συνεχίζουν να δρουν επιχειρηματικά όχι γιατί επιδιώκουν την εκμετάλλευση επιχειρηματικών ευκαιριών, αλλά επειδή κρίνουν ότι δεν είναι σε θέση να εξασφαλίσουν τον βιοπορισμό τους σε κάποια άλλη απασχόληση.

Το γεγονός ότι η Ελλάδα καταγράφει το υψηλότερο ποσοστό καθιερωμένης επιχειρηματικότητας ανάμεσα σε όλες τις χώρες καινοτομίας δεν μπορεί να θεωρηθεί, από μόνο του, ως μέτρο της επίπτωσης αυτού του τύπου επιχειρηματικότητας στην οικονομική ανάπτυξη. Ενδιαφέρον έχει λοιπόν να διερευνηθεί ο βαθμός στον οποίο αυτό το μέρος της επιχειρηματικής κοινότητας της χώρας είναι σε θέση να δημιουργεί νέα δεδομένα και να μεταβάλλει τα χαρακτηριστικά του αναπτυξιακού υποδείγματος. Κεντρική σημασία σε αυτό το πλαίσιο έχει η διερεύνηση της καινοτομικότητας της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα.

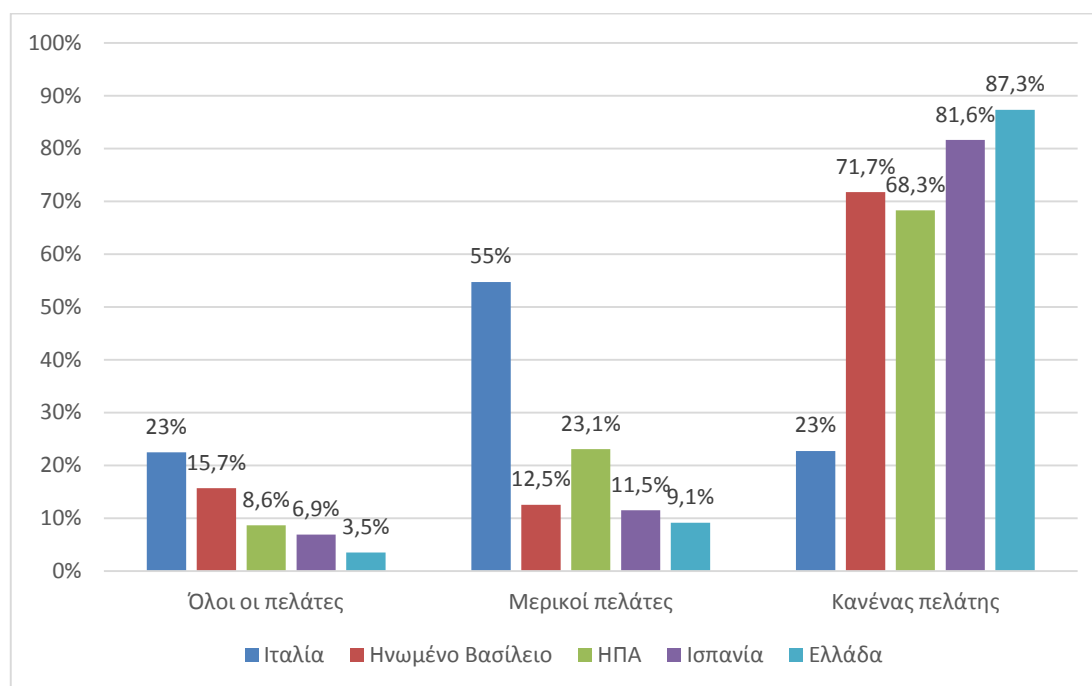
---

#### 2.3.2 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΘΙΕΡΩΜΕΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM προσεγγίζει το ζήτημα της καινοτομικότητας ερωτώντας απευθείας τους επιχειρηματίες κατά πόσον το προϊόν ή η υπηρεσία που προσφέρουν θεωρείται νέο από όλους, κάποιους ή από κανέναν πελάτη τους. Έχει επανειλημμένα σχολιαστεί η υποκειμενική βάση των απαντήσεων που συλλέγονται από την έρευνα πληθυσμού. Από την άλλη πλευρά, θα ήταν αδύνατο να μετρηθεί η καινοτομικότητα σε πάνω από 70 χώρες του κόσμου κατά ενιαίο και «αντικειμενικό» τρόπο. Το GEM ακολουθεί αυτή την προσέγγιση τόσο για την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων (βλέπε Κεφάλαιο 1 στην παρούσα Έκθεση αλλά και προηγούμενες Εκθέσεις του IOBE), όσο και για την καθιερωμένη. Ωστόσο, στην περίπτωση της τελευταίας η αξιοπιστία της συγκεκριμένης προσέγγισης είναι υψηλότερη. Όταν ένας επιχειρηματίας που ξεκινά τώρα τη δραστηριότητά του απαντά στο ερώτημα του GEM σχετικά με τη γνώμη των πελατών του για την καινοτομικότητα του προϊόντος/υπηρεσίας που (θα) προσφέρει, είναι φανερό ότι η κρίση του θα είναι καθαρά υποθετική. Αντίθετα, όταν ένας καθιερωμένος επιχειρηματίας απαντά στο ίδιο ερώτημα, είναι εύλογο να υποτεθεί ότι βασίζει την απάντησή του περισσότερο σε πραγματικά δεδομένα της επιχειρηματικής του δραστηριότητας.

Θα εξεταστεί πρώτα συγκριτικά η καινοτομικότητα της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα σε σχέση με τα δεδομένα που καταγράφονται στις τέσσερις άλλες χώρες καινοτομίας που προσεγγίστηκαν και παραπάνω. Το Διάγραμμα 2.3 παραθέτει τις σχετικές επιδόσεις.

**Διάγραμμα 2-3: Καινοτομικότητα καθιερωμένων επιχειρηματιών με βάση πλήθος πελατών που εκτιμούν ότι το προϊόν είναι νέο/καινοτόμο, επιλεγμένες χώρες, 2014**



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

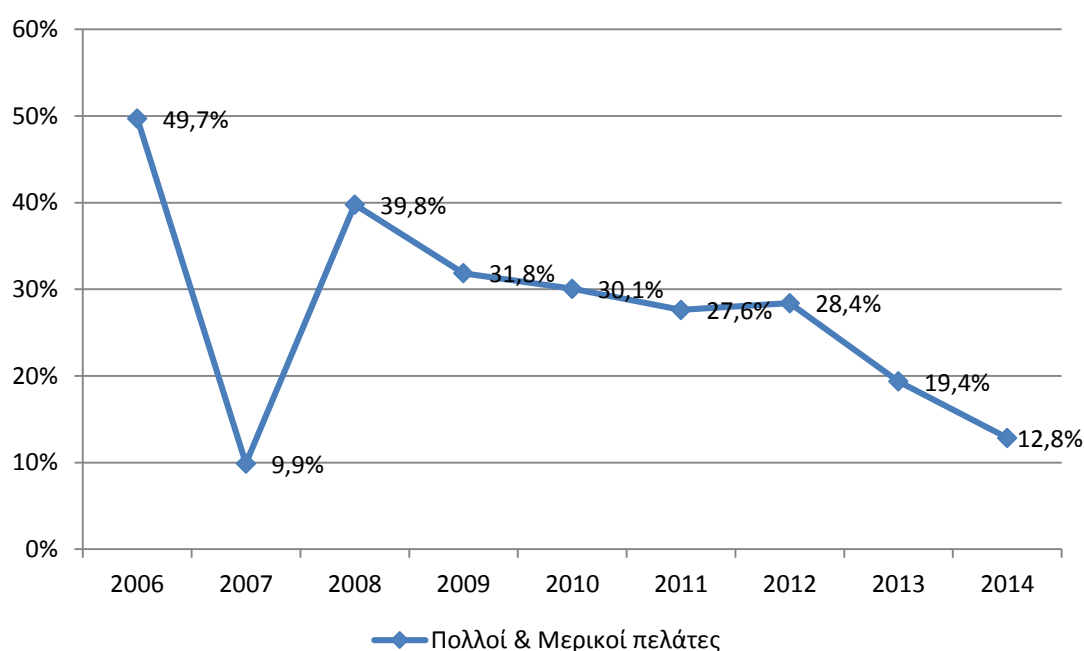
Η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα το 2014 εμφανίζει λοιπόν τις χαμηλότερες επιδόσεις ανάμεσα στις πέντε χώρες καινοτομίας. Καταγράφει το χαμηλότερο ποσοστό (3,5%) εκείνων που απαντούν ότι όλοι οι πελάτες τους θεωρούν το προϊόν/υπηρεσία που προσφέρουν ως νέο και καινοτόμο, και το υψηλότερο ποσοστό (87,3%) εκείνων που απαντούν ότι κανένας πελάτης δεν το θεωρεί καινοτόμο. Πρόκειται βεβαίως για αρνητική εικόνα, η οποία όμως εύκολα εξηγείται με όσα έχουν συζητηθεί παραπάνω. Το γεγονός ότι η Ελλάδα εμφανίζει το υψηλότερο ποσοστό καθιερωμένων επιχειρηματιών από όλες τις παραπάνω χώρες σημαίνει ότι στην Ελλάδα κατορθώνουν να επιβιώνουν πολύ περισσότερες επιχειρήσεις σε σύγκριση με άλλες χώρες (ακόμα και στην περίοδο της κρίσης όπως φάνηκε παραπάνω), άρα ενδεχομένως η πίεση για εισαγωγή καινοτομιών είναι λιγότερο ισχυρή. Αλλά, από την άλλη πλευρά, αυτό μπορεί να σημαίνει επίσης ότι οι



καινοτόμοι επιχειρηματίες, ως ποσοστό του πληθυσμού, ενδεχομένως να είναι περισσότεροι από αυτό που δηλώνουν τα παραπάνω ποσοστά.

Τα παραπάνω δεδομένα προέρχονται από την έρευνα του 2014. Ωστόσο, αξίζει να διερευνηθεί επίσης η διαχρονική εξέλιξη της καινοτομικότητας των Ελλήνων καθιερωμένων επιχειρηματιών, έτσι ώστε να προκύψει μια καθαρότερη εικόνα σχετικά με το πώς η κρίση που διέρχεται η χώρα μας έχει επηρεάσει τη συγκεκριμένη μεταβλητή. Τα σχετικά δεδομένα παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 2.4 στη συνέχεια, όπου για κάθε έτος από το 2006 έως και το 2014 καταγράφεται το άθροισμα των ποσοστών εκείνων που απάντησαν ότι όλοι οι πελάτες τους θεωρούν το προϊόν/υπηρεσία ως νέο και εκείνων που απάντησαν ότι αυτό ισχύει μόνο για κάποιους πελάτες τους.

**Διάγραμμα 2-4: Διαχρονική εξέλιξη καινοτομικότητας καθιερωμένων επιχειρηματιών με βάση πλήθος πελατών που εκτιμούν ότι το προϊόν είναι νέο/καινοτόμο, Ελλάδα**



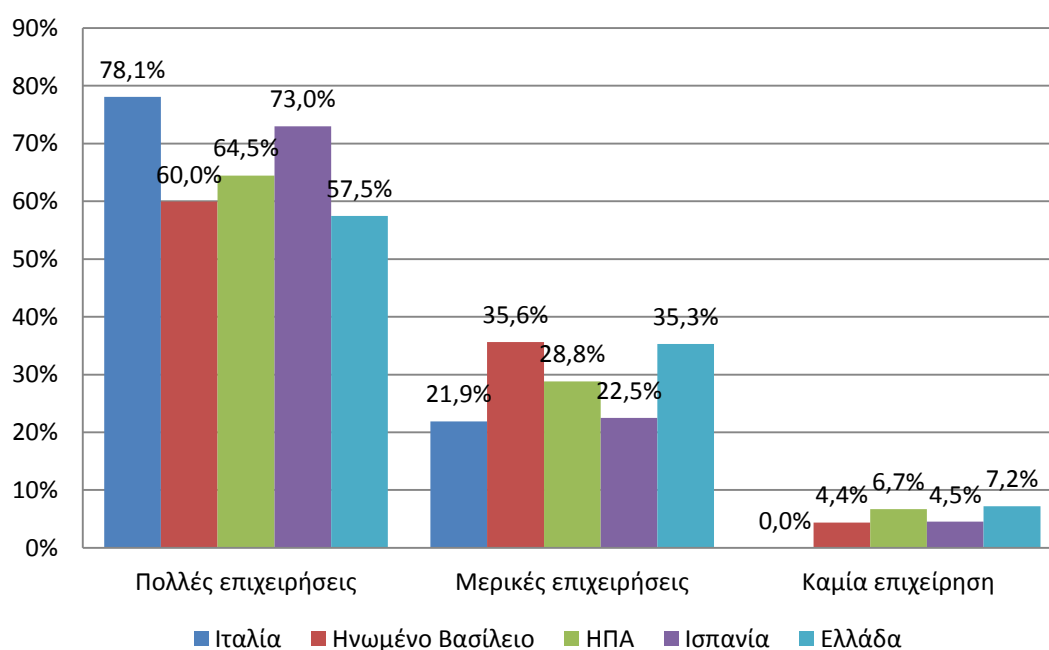
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Είναι πράγματι εντυπωσιακή η πτώση του δείκτη μετά το 2008, με το ξέσπασμα της κρίσης δηλαδή. Από το 39,8% το 2008, ο δείκτης κατακρημνίζεται στο 12,8% το 2014. Με άλλα λόγια, οι επιχειρήσεις με σοβαρές επιδόσεις σε καινοτομία μειώνονται περίπου κατά τα δύο τρίτα. Πρόκειται για εξαιρετικά ενδιαφέρον εύρημα, καθώς αποκαλύπτει μια πλευρά των επιπτώσεων της κρίσης στην ελληνική οικονομία που

ουσιαστικά δεν έχει συζητηθεί μέχρι σήμερα. Μολονότι είναι αληθές ότι η κρίση δημιουργεί ευκαιρίες (και κάτι τέτοιο έχει διαφανεί στο επίπεδο της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων, όπως έχει διαπιστωθεί στις τελευταίες Εκθέσεις του IOBE), για την πλειονότητα των καθιερωμένων επιχειρήσεων φαίνεται ότι έχει λειτουργήσει μάλλον αντίστροφα, καθώς τις έχει στρέψει σε περισσότερο «συντηρητικές» κατευθύνσεις και σε αποφυγή της εισαγωγής καινοτομιών. Το σημαντικό είναι ότι η κατάσταση δεν ήταν πάντοτε έτσι, καθώς πριν από την κρίση οι σχετικές επιδόσεις της χώρας μας βρίσκονταν στο ίδιο επίπεδο με τις άλλες χώρες καινοτομίας.

Το ζήτημα της καινοτομικότητας σχετίζεται στενά με το επίπεδο του ανταγωνισμού στις αγορές που δραστηριοποιούνται οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες. Όσο περισσότερους ανταγωνιστές αντιμετωπίζει μια καθιερωμένη επιχείρηση, τόσο λιγότερο διαφοροποιημένο από τον ανταγωνισμό πρέπει να υποτεθεί ότι είναι το προϊόν/υπηρεσία που διαθέτει στην αγορά. Αντίθετα, όσο λιγότεροι οι ανταγωνιστές, τόσο πιο διαφοροποιημένο/καινοτομικό το προϊόν ή υπηρεσία που προσφέρει. Το Διάγραμμα 2.5 που ακολουθεί παρουσιάζει τα σχετικά δεδομένα για το 2014 για την Ελλάδα και τις άλλες τέσσερις χώρες καινοτομίας, όπως παραπάνω.

**Διάγραμμα 2-5: Βαθμός ανταγωνισμού μεταξύ καθιερωμένων επιχειρηματιών με βάση πλήθος επιχειρήσεων που προσφέρουν παρόμοιο προϊόν, επιλεγμένες χώρες, 2014**



Στην Ελλάδα το 7,2% των καθιερωμένων επιχειρηματιών δηλώνουν ότι δεν αντιμετωπίζουν κανέναν ανταγωνιστή. Αντίστροφα, το 57,2% των καθιερωμένων επιχειρηματιών δηλώνουν ότι αντιμετωπίζουν ισχυρό ανταγωνισμό. Τα ποσοστά αυτά είναι το υψηλότερο και το χαμηλότερο αντίστοιχα, ανάμεσα στις πέντε χώρες. Αλλά με βάση τη λογική που παρουσιάστηκε παραπάνω, θα περίμενε κανείς οι επιδόσεις αυτές να συνυπάρχουν με υψηλά επίπεδα καινοτομικότητας. Γιατί λοιπόν δεν συμβαίνει αυτό;

Η εισαγωγή μιας καινοτομίας δημιουργεί μια νησίδα αγοράς (market niche) στην οποία ο καινοτόμος επιχειρηματίας βραχυπρόθεσμα δεν αντιμετωπίζει έντονο ανταγωνισμό. Ωστόσο, μειούμενη ένταση ανταγωνισμού μπορεί να προέρχεται και από μια διαφορετική διαδικασία. Πρόκειται για την περίπτωση όπου οι γενικότερες οικονομικές συνθήκες ωθούν εκτός αγοράς επιχειρήσεις που, μέχρι πρότινος, προσέφεραν παρόμοια προϊόντα. Στην ουσία, αυτό έχει συμβεί στη χώρα μας τα τελευταία χρόνια.

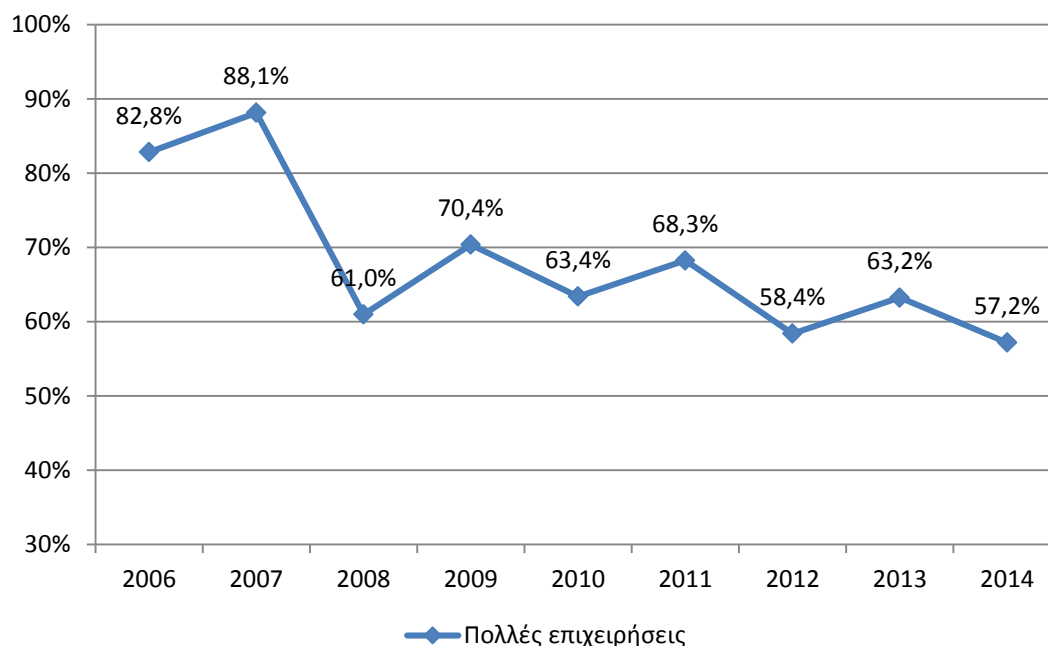
---

#### 2.3.3 ΈΝΤΑΣΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΚΑΘΙΕΡΩΜΕΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Η ανάλυση στο προηγούμενο Μέρος αποκάλυψε πως μολονότι η Ελλάδα εξακολουθεί να καταγράφει τα υψηλότερα ποσοστά καθιερωμένης επιχειρηματικότητας ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας, η πτώση του ποσοστού τα χρόνια της κρίσης είναι πολύ σημαντική.

Για τη διερεύνηση αυτού του ενδεχομένου πρέπει να εξεταστεί η διαχρονική εξέλιξη της έντασης του ανταγωνισμού στην Ελλάδα. Τα σχετικά δεδομένα παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 2.6.

**Διάγραμμα 2-6: Διαχρονική εξέλιξη ανταγωνισμού μεταξύ καθιερωμένων επιχειρηματιών με βάση πλήθος επιχειρήσεων που προσφέρουν παρόμοιο προϊόν, Ελλάδα**



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Το Διάγραμμα καταγράφει την εξέλιξη του ποσοστού των καθιερωμένων επιχειρηματιών που θεωρούν ότι αντιμετωπίζουν έντονο ανταγωνισμό στις αγορές προϊόντων/υπηρεσιών στις οποίες δραστηριοποιούνται. Από το ανώτατο σημείο του 88,1% το 2007, ο δείκτης πέφτει στο 57,2% για το 2014. Φαίνεται λοιπόν ότι πράγματι, αυτό που έχει συμβεί τα τελευταία χρόνια είναι η μείωση του αριθμού των καθιερωμένων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στις αγορές προϊόντων/υπηρεσιών. Παρουσιάζεται έτσι μείωση της έντασης του ανταγωνισμού, η οποία όμως δεν συνοδεύεται από αύξηση της καινοτομικότητας εκείνων των επιχειρήσεων που συνεχίζουν τη δραστηριότητά τους.

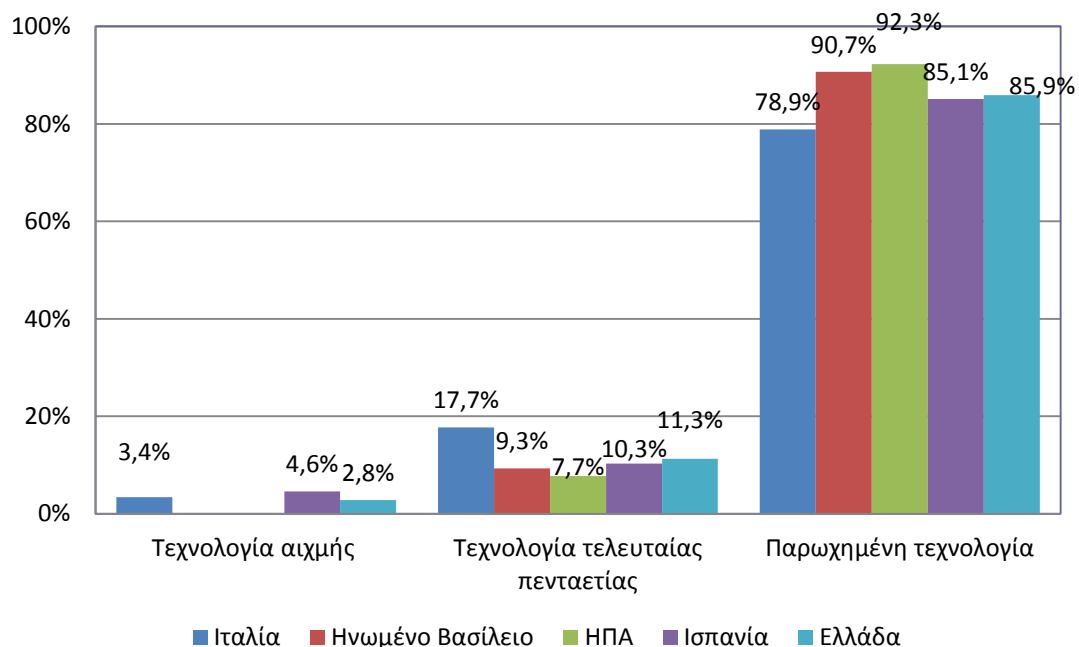
Η αναφορά στην καινοτομικότητα των καθιερωμένων επιχειρήσεων παραπάνω αφορά την καινοτομία των εκρών τους (προϊόντων/υπηρεσιών). Ωστόσο, μια άλλη, εξίσου σημαντική πλευρά της καινοτομίας είναι αυτή που αφορά τις εισροές που χρησιμοποιεί η επιχείρηση στην παραγωγή της. Η βασική εισροή την οποία εξετάζει το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM είναι το επίπεδο της τεχνολογίας που χρησιμοποιείται. Πιο συγκεκριμένα, οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες (όπως και εκείνοι που εισέρχονται τώρα στον επιχειρηματικό στίβο) καλούνται να απαντήσουν

αν η τεχνολογία που χρησιμοποιούν είναι πολύ πρόσφατη (του τελευταίου έτους), της τελευταίας πενταετίας ή παλαιότερη.

#### 2.3.4 ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗ ΚΑΙ ΚΑΘΙΕΡΩΜΕΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Ξεκινώντας και πάλι από τη σύγκριση μεταξύ των πέντε χωρών καινοτομίας, οι Έλληνες καθιερωμένοι επιχειρηματίες δεν φαίνεται να διαφοροποιούνται καθόλου ως προς το επίπεδο της τεχνολογίας που χρησιμοποιούν από τους επιχειρηματίες άλλων χωρών. Το Διάγραμμα 2.7 παρουσιάζει τα σχετικά δεδομένα για το 2014.

**Διάγραμμα 2-7: Τεχνολογικό επίπεδο καθιερωμένων επιχειρηματιών, επιλεγμένες χώρες, 2014**



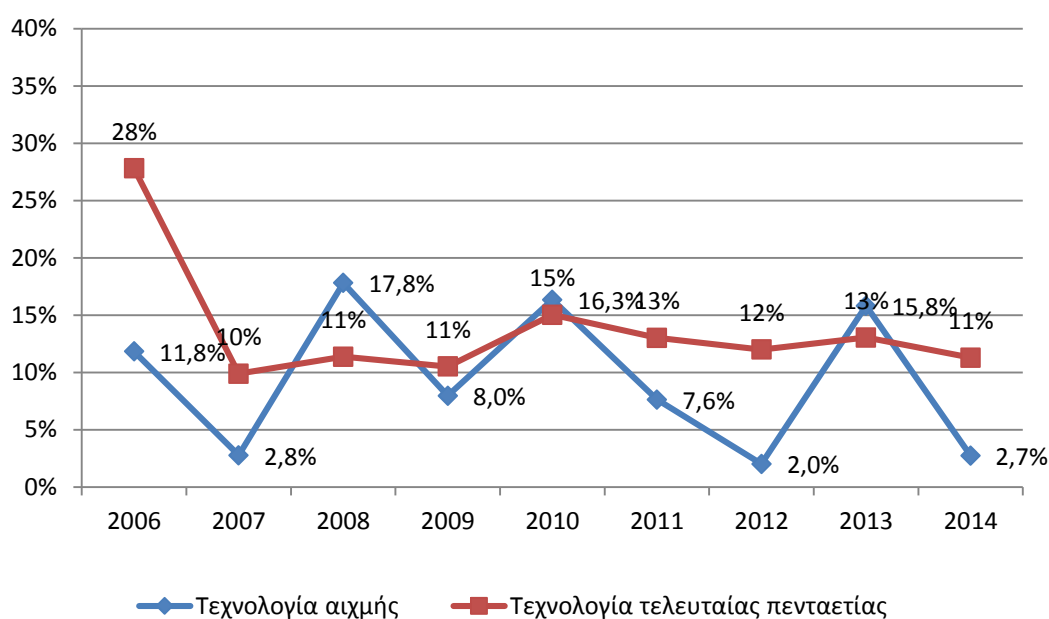
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Το Διάγραμμα χωρίζεται σε τρία μέρη, όπου το κάθε ένα αποτελείται από πέντε στήλες. Κάθε στήλη αντανακλά το ποσοστό των καθιερωμένων επιχειρηματιών της αντίστοιχης χώρας που δηλώνουν ότι χρησιμοποιούν τεχνολογίες αιχμής, τεχνολογίες της τελευταίας πενταετίας, ή ακόμα παλαιότερες. Το ενδιαφέρον εύρημα εδώ, όπως ήδη αναφέρθηκε, είναι ότι η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα φαίνεται ότι είναι σε θέση να παρακολουθεί την τεχνολογική εξέλιξη και να εισάγει νέες τεχνολογίες τουλάχιστον στον ίδιο βαθμό με τις άλλες τέσσερις χώρες καινοτομίας.

με τις οποίες συγκρίνεται εδώ, χωρίς να υστερεί από αυτές. Έχει δε ιδιαίτερη σημασία το γεγονός ότι τα παραπάνω δεδομένα αφορούν το 2014, μια περίοδο στην οποία η ελληνική οικονομία βρίσκεται ακόμα σε κρίση. Με άλλα λόγια, η κρίση δεν φαίνεται να έχει μειώσει τη δυνατότητα πρόσβασης των ελληνικών καθιερωμένων επιχειρήσεων σε τελευταίες τεχνολογίες.

Ωστόσο, το τελευταίο ζήτημα πρέπει να διερευνηθεί αναλυτικότερα, εξετάζοντας τη διαχρονική εξέλιξη της ποιότητας –ως προς το πόσο πρόσφατες είναι- των τεχνολογιών που χρησιμοποιούν οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες στην Ελλάδα. Τα σχετικά δεδομένα παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 2.8.

**Διάγραμμα 2-8: Διαχρονική εξέλιξη του τεχνολογικού επιπέδου των καθιερωμένων επιχειρηματιών, Ελλάδα**



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Στο Διάγραμμα παρουσιάζονται δύο καμπύλες: η πρώτη αντανακλά τη διαχρονική εξέλιξη του ποσοστού των καθιερωμένων επιχειρηματιών που δηλώνουν ότι η τεχνολογία που χρησιμοποιούν είναι της τελευταίας πενταετίας, ενώ η δεύτερη εκείνων που δηλώνουν ότι η τεχνολογία τους εμφανίστηκε μόλις το τελευταίο έτος. Αξίζει να παρατηρηθεί η μεγάλη σταθερότητα της πρώτης –με εξαίρεση το 2006 που ήταν το πρώτο έτος κατά το οποίο το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM μέτρησε την

καθιερωμένη επιχειρηματικότητα. Σε όλα τα επόμενα έτη, το ποσοστό των καθιερωμένων επιχειρηματιών που δηλώνουν ότι η τεχνολογία τους εμφανίστηκε την τελευταία πενταετία κυμαίνεται σταθερά ανάμεσα στο 10% και το 15%, χωρίς να είναι φανερή κάποια ανοδική ή καθοδική τάση. Αντίθετα, το ποσοστό όσων δηλώνουν ότι η τεχνολογία που χρησιμοποιούν εμφανίστηκε μόλις το τελευταίο έτος παρουσιάζει έντονες διακυμάνσεις, χωρίς ωστόσο, και πάλι, να αντανakλά σημαντικές καθοδικές οι ανοδικές τάσεις.

Η δυνατότητα πρόσβασης σε τελευταίες τεχνολογίες από τους Έλληνες καθιερωμένους επιχειρηματίες δεν φαίνεται λοιπόν ότι έχει επηρεαστεί από την κρίση. Πρόκειται για σημαντικό εύρημα καθώς υποδηλώνει ότι παρ' όλες τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι Έλληνες καθιερωμένοι επιχειρηματίες, δεν έχει μειωθεί η ικανότητα και η δυνατότητά τους να παρακολουθούν τις διεθνείς εξελίξεις ως προς το τεχνολογικό επίπεδο των εισροών τους.

---

#### 2.3.5 ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ ΚΑΙ ΚΑΘΙΕΡΩΜΕΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

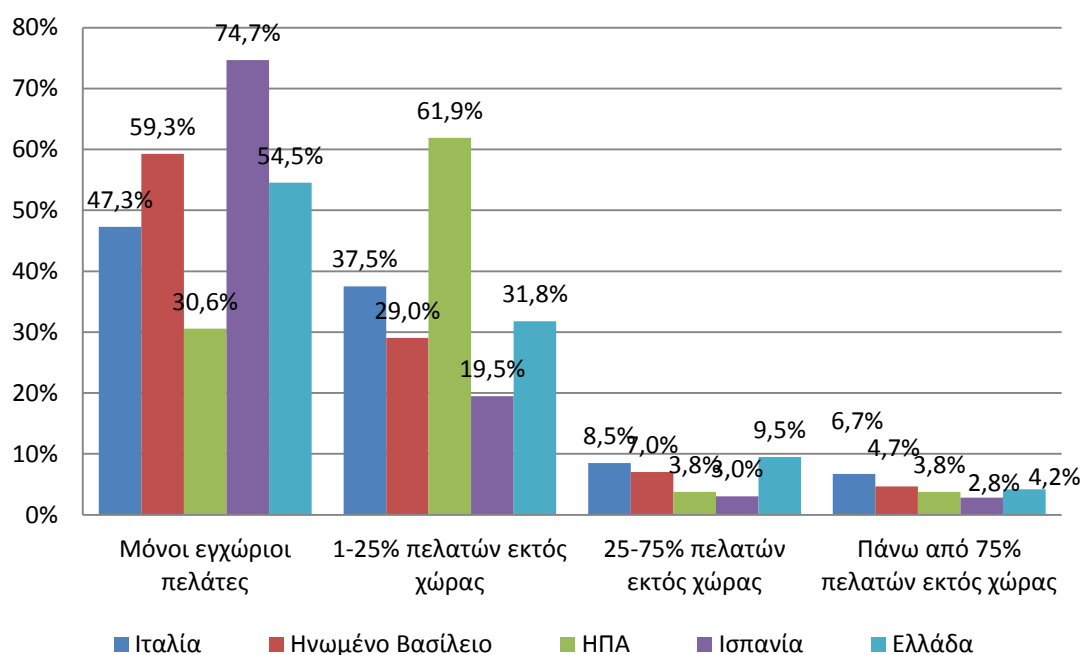
Το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM θεωρεί την εξωστρέφεια βασικό ποιοτικό χαρακτηριστικό της επιχειρηματικής δραστηριότητας –τόσο των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, όσο και των καθιερωμένων. Διερευνώνται λοιπόν οι επιδόσεις των επιχειρηματιών ως προς το ποσοστό των πελατών τους που βρίσκονται στο εξωτερικό. Όπως και στα προηγούμενα, θα εξεταστεί εδώ η θέση της Ελλάδας ανάμεσα στις πέντε χώρες καινοτομίας ως προς την εξωστρέφεια που καταγράφουν οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες και η διαχρονική εξέλιξη των σχετικών επιδόσεων της χώρας.

Ωστόσο, χρειάζεται εδώ να γίνει μια εισαγωγική παρατήρηση. Σε αντίθεση με άλλους δείκτες που έχουν εξεταστεί παραπάνω και οι οποίοι μπορεί να υποτεθεί ότι είναι ανεξάρτητοι από το μέγεθος μιας οικονομίας, η εξωστρέφεια δεν μπορεί παρά να σχετίζεται με αυτό. Έτσι, είναι λογικό να περιμένει κανείς ότι όσο μεγαλύτερο το μέγεθος, τόσο χαμηλότερη θα είναι η εξωστρέφεια που εκδηλώνουν οι επιχειρήσεις. Καθώς αναμένεται ότι το δείγμα της έρευνας του GEM περιλαμβάνει μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, όσο μεγαλύτερο το μέγεθος της οικονομίας τόσο ευκολότερο θα είναι για αυτές τις επιχειρήσεις να απευθυνθούν σε εγχώριους πελάτες, χωρίς να

είναι απαραίτητο να στρέψουν τη δραστηριότητά τους προς τη διεθνή αγορά. Αντίστροφα, όσο μικρότερο είναι το μέγεθος μιας οικονομίας, τόσο περισσότερο αναγκαίο είναι για την επιβίωση και την ανάπτυξη των επιχειρήσεων να έχουν τη δυνατότητα να απευθύνονται σε αγορές πέραν των εθνικών τους συνόρων.

Υπό αυτό το πρίσμα, έχουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον τα δεδομένα του 2014 που καταγράφονται στο Διάγραμμα 2.9 στη συνέχεια. Οι εξαγωγικές επιδόσεις των καθιερωμένων επιχειρηματιών κάθε χώρας κατατάσσονται σε τέσσερις κατηγορίες: α) εκείνους που δηλώνουν ότι απευθύνονται μόνο στην εγχώρια αγορά, β) εκείνους που έχουν 1-25% της πελατείας στο εξωτερικό, γ) εκείνους με πελατεία 25-75% στο εξωτερικό και δ) εκείνους που δηλώνουν ότι οι ξένοι πελάτες τους υπερβαίνουν το 75%. Αξίζει βεβαίως να παρατηρηθεί ότι και στις πέντε χώρες τα ποσοστά των δύο τελευταίων κατηγοριών είναι πολύ χαμηλά, για αυτό το λόγο η συζήτηση θα επικεντρωθεί στις δύο πρώτες.

**Διάγραμμα 2-9: Εξωστρέφεια καθιερωμένων επιχειρηματιών με βάση % πελατών εξωτερικού, επιλεγμένες χώρες, 2014**



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

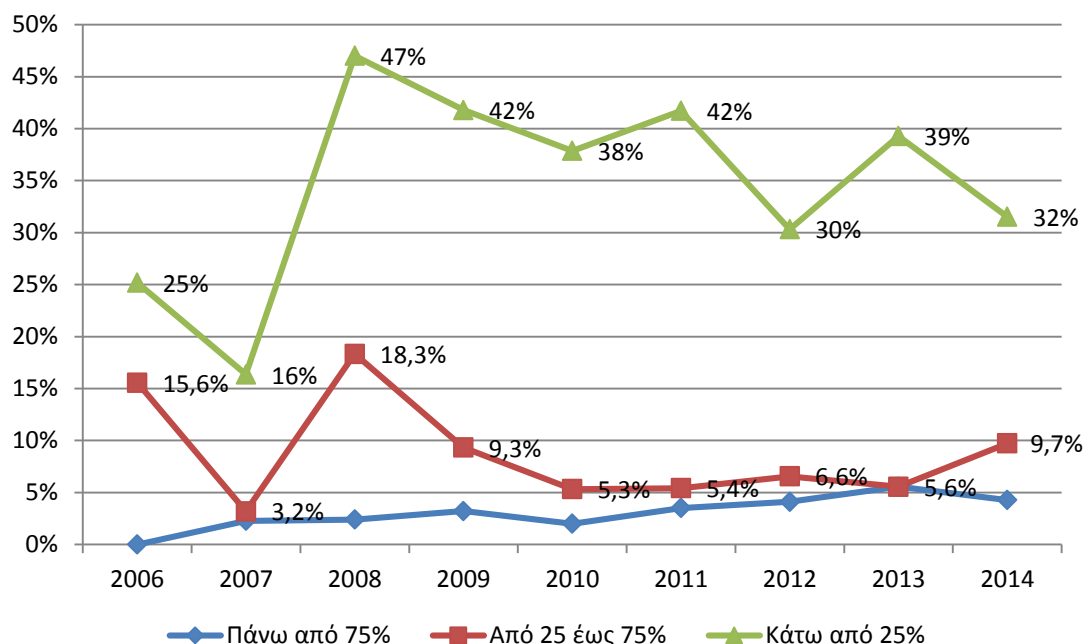
Τα δεδομένα αυτά δεν φαίνεται να είναι συμβατά με την υπόθεση που διατυπώθηκε παραπάνω. Οι καθιερωμένες επιχειρήσεις της μεγαλύτερης οικονομίας (ΗΠΑ) έχουν



το χαμηλότερο ποσοστό (30,6%) αποκλειστικής κατεύθυνσης στην εσωτερική αγορά από τις πέντε χώρες. Αντίστροφα, καταγράφουν το υψηλότερο ποσοστό (61,9%) καθιερωμένων επιχειρήσεων με 1-25% των πελατών τους εκτός συνόρων. Οι επιδόσεις των τριών ευρωπαϊκών χωρών (εκτός Ελλάδας) φαίνονται να είναι περισσότερο συμβατές με την υπόθεση, αν και προκαλεί εντύπωση η χαμηλή εξωστρέφεια των καθιερωμένων επιχειρήσεων στο Η.Β. και ιδιαίτερα στην Ισπανία. Οι επιδόσεις της Ελλάδας δεν διαφοροποιούνται σημαντικά από εκείνες των άλλων ευρωπαϊκών χωρών. Ωστόσο, με δεδομένο ότι η ελληνική είναι η μικρότερη από τις πέντε οικονομίες, και με βάση την υπόθεση που διατυπώθηκε παραπάνω, είναι φανερό ότι η ελληνική καθιερωμένη επιχειρηματικότητα δεν έχει κατορθώσει να κάνει σημαντικά βήματα προς την ενίσχυση της εξωστρέφειας.

Μένει να διερευνηθεί η επίδραση της κρίσης στον εξαγωγικό προσανατολισμό της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα. Πρόκειται βέβαια για ζήτημα με εξαιρετική σημασία για την ελληνική οικονομία σήμερα, καθώς η αύξηση των εξαγωγών προϊόντων/υπηρεσιών μπορεί υποκαταστήσει τη μείωση της εγχώριας ζήτησης λόγω της κρίσης, και έτσι να υποστηρίξει την οικονομική μεγέθυνση και τη μείωση της ανεργίας. Από την άλλη πλευρά, η πολιτική της εσωτερικής υποτίμησης που συνοδεύει την προσπάθεια δημοσιονομικής σταθεροποίησης υποτίθεται ότι βελτιώνει την ανταγωνιστικότητα της χώρας και διευκολύνει την εξωστρέφεια της οικονομίας. Για να διερευνηθεί λοιπόν η επίδραση της κρίσης, το Διάγραμμα 2.10 που ακολουθεί παρουσιάζει τη διαχρονική εξέλιξη των σχετικών δεικτών στην Ελλάδα.

**Διάγραμμα 2-10: Διαχρονική εξέλιξη εξωστρέφειας καθιερωμένων επιχειρηματιών, Ελλάδα**



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

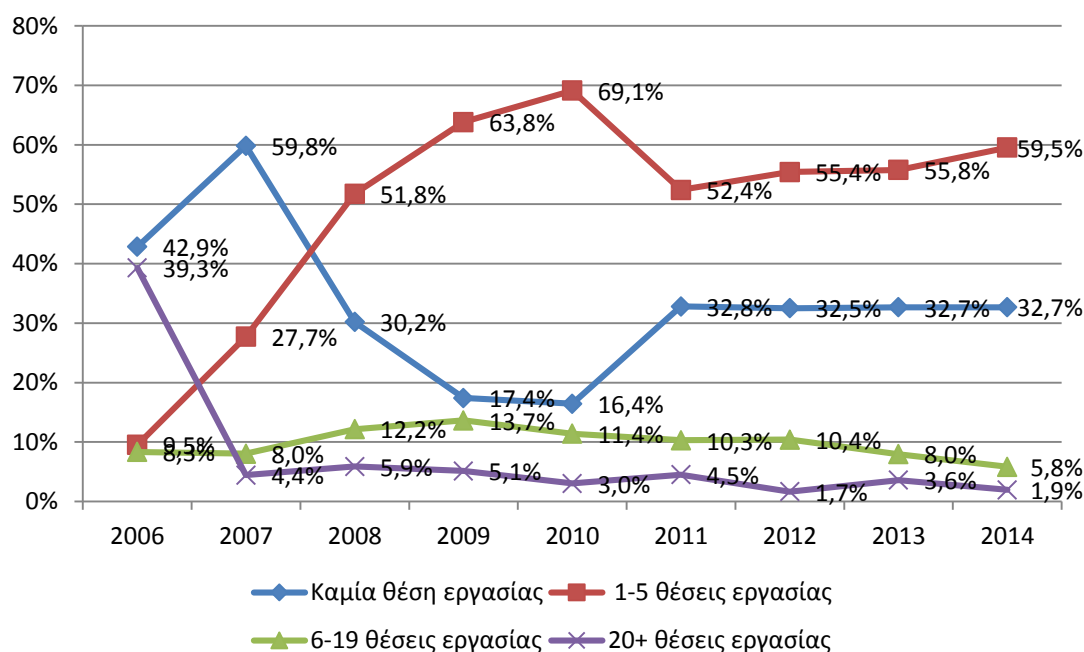
Οι τρεις δείκτες, η εξέλιξη των οποίων παρουσιάζεται στο Διάγραμμα, αναφέρονται στις τρεις τελευταίες κατηγορίες από τις τέσσερις που συζητήθηκαν παραπάνω (παραλείπεται η πρώτη, που περιλαμβάνει τους καθιερωμένους επιχειρηματίες οι οποίοι δεν έχουν κανένα πελάτη εκτός της χώρας). Οι δείκτες που αφορούν την 3<sup>η</sup> και την 4<sup>η</sup> κατηγορία (25% - 75% εκτός χώρας και >75% εκτός χώρας αντίστοιχα) χαρακτηρίζονται από διαχρονική σταθερότητα και βρίσκονται σε πολύ χαμηλό επίπεδο, όπως φάνηκε και στο Διάγραμμα 2.9. Όμως ο δείκτης της 2<sup>ης</sup> κατηγορίας (1% - 25% των πελατών στο εξωτερικό) καταγράφει μια σταθερή πτωτική τάση, από 47% το 2008, στο 31,5% το 2014. Αλλά αυτό σημαίνει ότι ανέρχεται σταθερά ο δείκτης της 1<sup>ης</sup> κατηγορίας, των καθιερωμένων δηλαδή επιχειρηματιών που απευθύνονται αποκλειστικά στην εγχώρια αγορά.

### 2.3.6 ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΚΑΙ ΚΑΘΙΕΡΩΜΕΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Το τελευταίο ποιοτικό χαρακτηριστικό της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα που θα εξεταστεί εδώ είναι η δημιουργία απασχόλησης. Το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM εξετάζει τη δημιουργία απασχόλησης –τόσο στο πλαίσιο της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων, όσο και στο πλαίσιο της καθιερωμένης- διερευνώντας αφενός την υφιστάμενη απασχόληση και, αφετέρου, τις προοπτικές δημιουργίας απασχόλησης σε βάθος πενταετίας που οι ίδιοι οι επιχειρηματίες κρίνουν ως πιθανές.

Οι τέσσερις καμπύλες που σχηματίζονται στο Διάγραμμα 2.11 που ακολουθεί αντιστοιχούν σε τέσσερα επίπεδα υφιστάμενης απασχόλησης στην Ελλάδα: α) ο καθιερωμένος επιχειρηματίας δεν απασχολεί κανέναν εργαζόμενο, β) έχει δημιουργήσει 1 – 5 θέσεις εργασίας, γ) έχει δημιουργήσει 6 – 19 θέσεις και δ) από 20 θέσεις και πάνω.

**Διάγραμμα 2-11: Διαχρονική εξέλιξη της υφιστάμενης απασχόλησης**



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Με δεδομένη την κυριαρχία της μικρής επιχείρησης στην ελληνική οικονομία, δεν προκαλούν εντύπωση τα χαμηλά ποσοστά των δύο ανώτερων επιπέδων

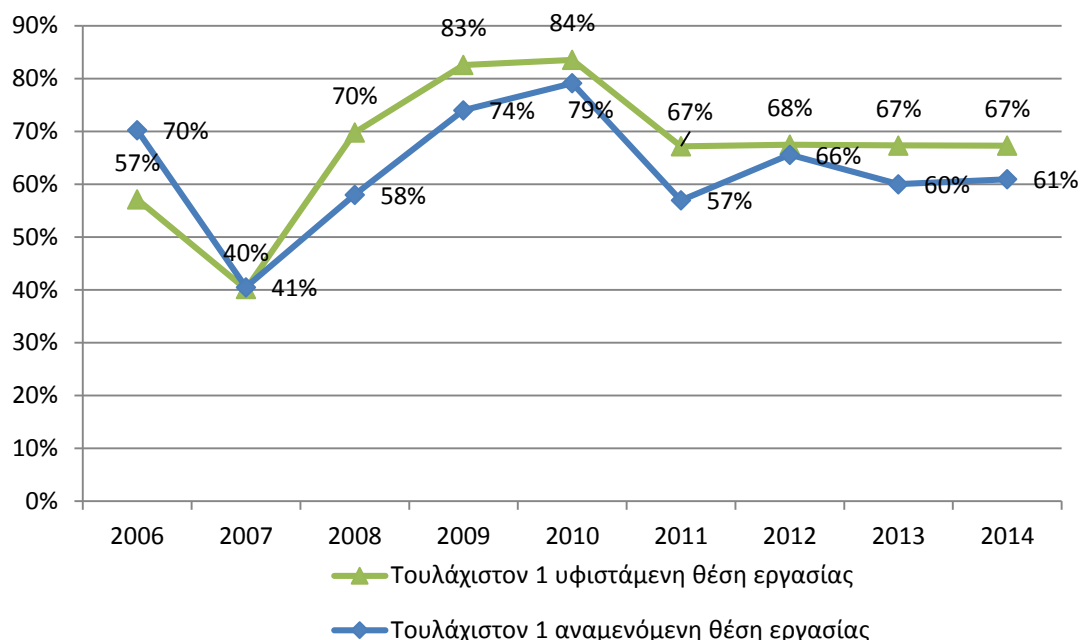
απασχόλησης (αθροιστικά, πάνω από έξι θέσεις). Μάλιστα, είναι αξιοσημείωτη η σταθερότητα που τα χαρακτηρίζει, καθώς κινούνται αθροιστικά γύρω στο 10% για όλη την εξεταζόμενη περίοδο. Αντίθετα, τα δύο κατώτερα επίπεδα απασχόλησης εξελίσσονται πολύ διαφορετικά διαχρονικά. Το χαμηλότερο, εκείνο δηλαδή που αντανakλά το ποσοστό των καθιερωμένων επιχειρηματιών που δεν προσφέρουν καμία θέση εργασίας, μειώνεται με ταχύ ρυθμό την περίοδο 2007-2011, πριν δηλαδή την κρίση. Από την άλλη πλευρά, το ποσοστό εκείνων που απασχολούν από ένα έως πέντε άτομα, αυξάνει επίσης ταχέως το ίδιο διάστημα. Ωστόσο, η κρίση αντιστρέφει αυτές τις τάσεις, οδηγεί στη σύγκλιση των δύο ποσοστών και στην σταθερότητά τους μετά το 2011. Αλλά η πτώση του ποσοστού των καθιερωμένων επιχειρηματιών που προσφέρουν 1 – 5 θέσεις εργασίας και η άνοδος του ποσοστού όσων δεν προσφέρουν καμία (ιδίως αν συνυπολογιστεί η πτώση του ποσοστού των καθιερωμένων επιχειρηματιών στον πληθυσμό γενικά, όπως διαπιστώθηκε στην αρχή του παρόντος Κεφαλαίου), εξηγούν το τεράστιο πρόβλημα της ανεργίας που αντιμετωπίζει σήμερα η ελληνική κοινωνία.

Μένει να εξεταστεί η σχέση ανάμεσα στην υφιστάμενη και την προσδοκώμενη από τους καθιερωμένους επιχειρηματίες (σε βάθος πενταετίας) απασχόληση. Στο Διάγραμμα 2.12 σχηματίζονται δύο καμπύλες. Η υψηλότερη παριστά τη διαχρονική εξέλιξη της υφιστάμενης απασχόλησης, ενώ η χαμηλότερη παριστά την απασχόληση που ο καθιερωμένος επιχειρηματίας προσδοκά ότι θα είναι σε θέση να προσφέρει μετά από μια πενταετία. Και στις δύο περιπτώσεις, οι σχετικοί δείκτες αντανakλούν τα ποσοστά των καθιερωμένων επιχειρηματιών οι οποίοι προσφέρουν και προσδοκούν ότι θα προσφέρουν περισσότερες της μιας θέσεις εργασίας.

Ξεκινώντας από την υφιστάμενη απασχόληση, είναι βεβαίως προφανής η επίπτωση της κρίσης. Στην περίοδο 2007-2010 το ποσοστό των καθιερωμένων επιχειρηματιών που απασχολούν τουλάχιστον έναν εργαζόμενο υπερδιπλασιάζεται, από το 40% στο 84%. Ωστόσο, στην περίοδο της κρίσης το ποσοστό μειώνεται και πάλι και τα τελευταία χρόνια παραμένει σταθερό λίγο πάνω από το 60%. Ως προς την προσδοκώμενη απασχόληση, είναι εντυπωσιακή η σχεδόν απόλυτη ταύτισή της με την υφιστάμενη. Με άλλα λόγια, φαίνεται ότι υπάρχει ένας σκληρός πυρήνας αυτο-

απασχόλησης, ο οποίος δεν προσδοκά –ούτε επιδιώκει- τη δημιουργία καμιάς νέας θέσης απασχόλησης στο μέλλον.

**Διάγραμμα 2-12: Διαχρονική εξέλιξη υφιστάμενης και αναμενόμενης απασχόλησης**



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

## 2.4 ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΚΑΘΙΕΡΩΜΕΝΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

### 2.4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Όπως είναι ήδη γνωστό από τις προηγούμενες Εκθέσεις του GEM, αλλά και από το πρώτο Κεφάλαιο της παρούσας Έκθεσης, το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM διερευνά μια σειρά προσωπικών και κοινωνικών παραμέτρων που προσδιορίζουν το πλαίσιο στο οποίο εκδηλώνεται η επιχειρηματική δραστηριότητα σε κάθε χώρα. Μάλιστα, οι παράμετροι αυτές προκύπτουν από ερωτήσεις σε ολόκληρο το δείγμα της έρευνας πεδίου και όχι αποκλειστικά σε όσους έχουν επιχειρηματική δραστηριότητα οποιουδήποτε είδους.

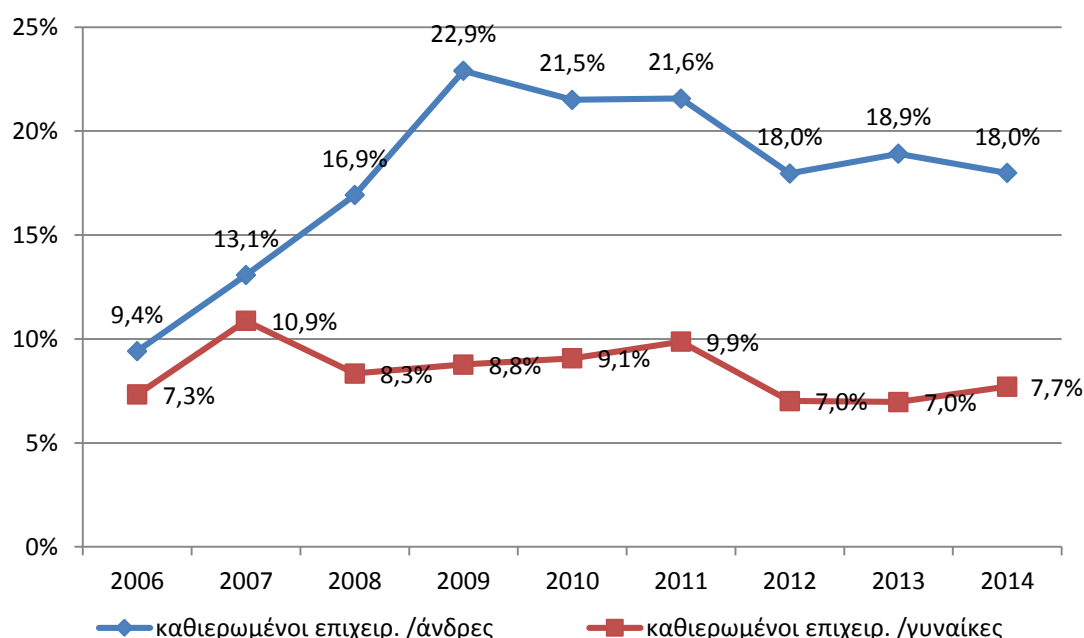
Στην παρούσα Ενότητα εξετάζονται κάποιες καίριες τέτοιες παράμετροι, εστιάζοντας όμως στο πώς αυτές συνδέονται ειδικά με τους καθιερωμένους επιχειρηματίες στην Ελλάδα. Στο πλαίσιο αυτό θα συζητηθούν προσωπικοί παράμετροι όπως το φύλο των

καθιερωμένων επιχειρηματιών, το επίπεδο εκπαίδευσης, το εισοδηματικό κλιμάκιο στο οποίο ανήκουν, κ.α. Θα συζητηθούν επίσης κάποιοι κοινωνικοί παράγοντες όπως ο φόβος της αποτυχίας και η κοινωνική καταξίωση της επιχειρηματική δραστηριότητας.

#### 2.4.2 ΦΥΛΟ ΚΑΙ ΚΑΘΙΕΡΩΜΕΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Το πρώτο ζήτημα που εξετάζεται είναι η διαχρονική εξέλιξη της κατανομής της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας ανάμεσα στα φύλα. Τα σχετικά δεδομένα παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 2.13 που ακολουθεί.

**Διάγραμμα 2-13: Διαχρονική εξέλιξη καθιερωμένης επιχειρηματικότητας ανδρών/γυναικών, Ελλάδα**



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Μετά το 2009, με την εμφάνιση της κρίσης δηλαδή, η σχέση ανάμεσα στα ποσοστά των δύο φύλων σταθεροποιείται σε μια αναλογία 1 προς 3 ή 1 προς 2 για γυναίκες και άνδρες καθιερωμένους επιχειρηματίες αντίστοιχα. Τα ποσοστά αυτά αντιστοιχούν πλήρως σε εκείνα που καταγράφει η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων στην Ελλάδα, αλλά και σε όλες τις χώρες καινοτομίας. Ωστόσο, η εικόνα

ήταν πολύ διαφορετική πριν την κρίση, όπως αποκαλύπτουν τα δεδομένα για το 2006 και το 2007.

Ο ισχυρισμός αυτός δεν βασίζεται μόνο στις παρατηρήσεις για αυτά τα δύο έτη στο παραπάνω Διάγραμμα. Το 2008 το IOBE εκπόνησε μελέτη για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα στη βάση των δεδομένων των ερευνών του GEM από το 2003 έως και το 2007. Η μελέτη εκείνη είχε αναδείξει ένα εξαιρετικά ενδιαφέρον εύρημα. Η αναλογία γυναικών και ανδρών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων βρισκόταν στο επίπεδο που αναφέρθηκε και παραπάνω. Ωστόσο, στην καθιερωμένη επιχειρηματικότητα άνδρες και γυναίκες κατέγραφαν σχεδόν ίδια ποσοστά, κάτι που δεν είχε παρατηρηθεί σε καμία άλλη χώρα καινοτομίας. Η υπόθεση που είχε προτείνει τότε το IOBE για να εξηγήσει τη διαφορά ήταν ότι στην Ελλάδα φαινόταν να λειτουργεί ένας άρρητος ενδοοικογενειακός καταμερισμός εργασίας: ο άνδρας ανελάμβανε την ίδρυση και τα πρώτα στάδια λειτουργίας μιας οικογενειακής επιχείρησης, αλλά η γυναίκα ανελάμβανε τη διαχείρισή της από εκεί και πέρα (όταν δηλαδή είχε πλέον καθιερωθεί). Προϋπόθεση ήταν ότι ο άνδρας ήταν ήδη μισθωτός και ότι επιθυμούσε βεβαίως να διατηρήσει τη θέση εργασίας του.

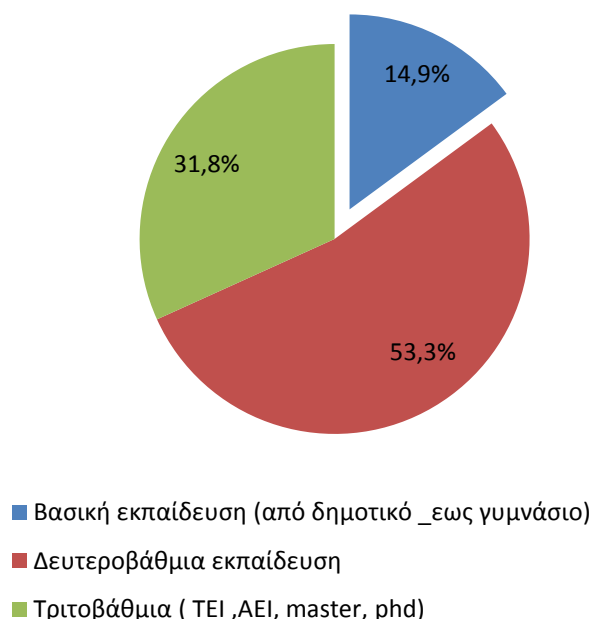
Η εικόνα όμως ανατρέπεται ολοσχερώς μετά το 2008. Εάν ευσταθεί η υπόθεση που διατυπώθηκε παραπάνω, φαίνεται ότι η ανασφάλεια της μισθωτής θέσης του άνδρα της οικογένειας τον οδήγησε να παραμείνει επικεφαλής της επιχείρησης ακόμα και μετά την καθιέρωσή της. Άρα, η κρίση έχει οδηγήσει σε μια ανατροπή της ενδοοικογενειακής κατανομής της επιχειρηματικής δραστηριότητας ανάμεσα στα φύλα στην περιοχή των καθιερωμένων επιχειρήσεων.

---

#### 2.4.3 ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΚΑΙ ΚΑΘΙΕΡΩΜΕΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Το Διάγραμμα 2.14 που ακολουθεί παρουσιάζει την κατανομή των καθιερωμένων επιχειρηματιών το 2014 στην Ελλάδα σε τρία επίπεδα εκπαίδευσης. Το μεγαλύτερο ποσοστό (53,3%) προέρχεται στην ομάδα καθιερωμένων επιχειρηματιών που έχουν συμπληρώσει την δευτεροβάθμια εκπαίδευση (γυμνάσιο και λύκειο). Το δεύτερο ανήκει σε εκείνους που έχουν κάποιο πανεπιστημιακό τίτλο (πτυχίο, μεταπτυχιακό ή διδακτορικό). Τέλος, το μικρότερο ποσοστό (14,9%) καταγράφει η ομάδα που έχει συμπληρώσει μόνο την υποχρεωτική εκπαίδευση.

**Διάγραμμα 2-14: Επίπεδο εκπαίδευσης καθιερωμένων επιχειρηματιών, Ελλάδα, 2014**



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

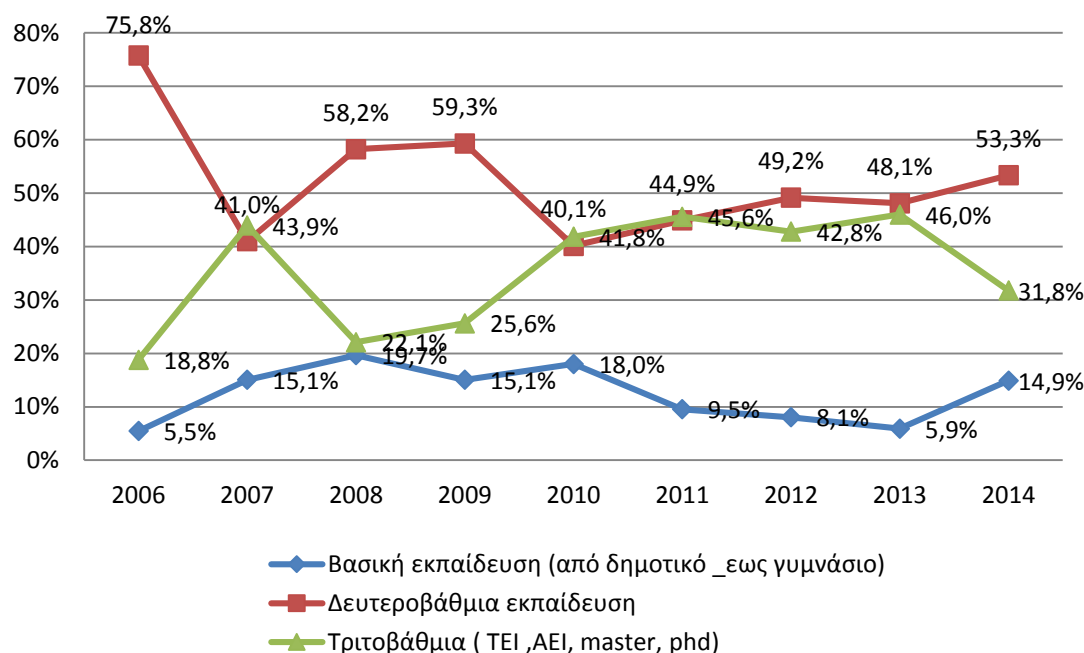
Τα δεδομένα αυτά δεν διαφέρουν σημαντικά από αυτά των άλλων χωρών καινοτομίας. Σε οποιαδήποτε περίπτωση πάντως, αντανακλούν την εικόνα που ίσχυε τη στιγμή της έρευνας. Η μακροπρόθεσμη προοπτική φαίνεται ότι θα είναι αρκετά διαφορετική, όπως μαρτυρούν τα δεδομένα της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων που αναλύθηκαν στο πρώτο Κεφάλαιο. Στη νέα επιχειρηματικότητα λοιπόν, το υψηλότερο ποσοστό ως προς την εκπαίδευση αφορά τους αποφοίτους ανώτατης (50%), το ποσοστό της δευτεροβάθμιας μειώνεται στο 45,5%, ενώ εκείνο της υποχρεωτικής καταγράφεται μόλις στο 4,5%.

Ωστόσο, η άνοδος του εκπαιδευτικού επιπέδου των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, που αποκαλύφθηκε στο προηγούμενο Κεφάλαιο, δεν φαίνεται ότι επηρεάζει την μακροπρόθεσμη εξέλιξη των στοιχείων των καθιερωμένων επιχειρηματιών. Όπως φαίνεται στο Διάγραμμα 2.15 στη συνέχεια, τα ποσοστά των εκπαιδευτικών κλιμακίων των καθιερωμένων επιχειρηματιών χαρακτηρίζονται μάλλον από διαχρονική σταθερότητα. Το ποσοστό των καθιερωμένων επιχειρηματιών υποχρεωτικής εκπαίδευσης παραμένει διαχρονικά χαμηλό, αλλά τα



άλλα δύο κλιμάκια πλησιάζουν πολύ τα τελευταία χρόνια, με μια όμως ελαφρά υπεροχή των επιχειρηματιών δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης.

**Διάγραμμα 2-15: Διαχρονική εξέλιξη του επιπέδου εκπαίδευσης των καθιερωμένων επιχειρηματιών, 2006-2014 (% καθιερωμένων επιχειρηματιών)**



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

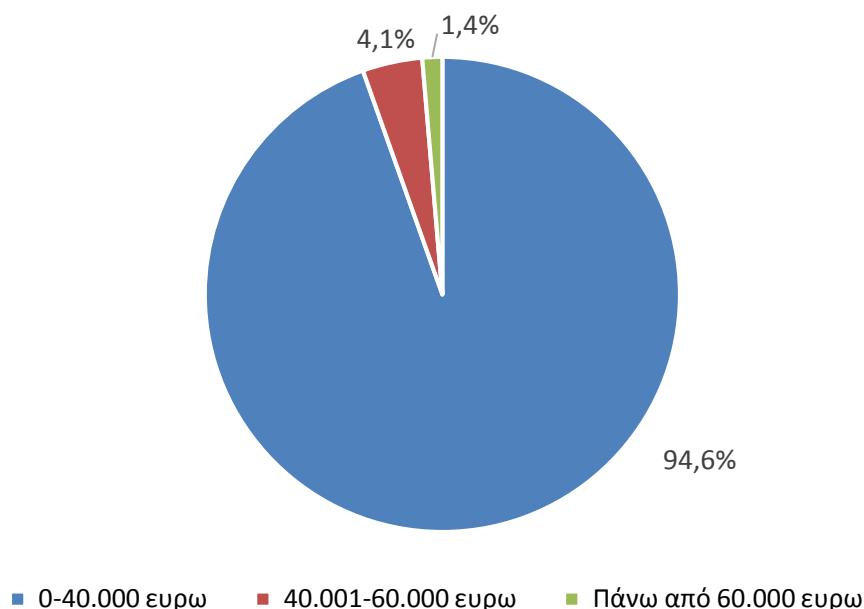
#### 2.4.4 ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΙΚΑ ΚΛΙΜΑΚΙΑ ΚΑΙ ΚΑΘΙΕΡΩΜΕΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Βασικό χαρακτηριστικό που εξετάζεται από το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM είναι τα ζήτημα των εισοδηματικών κλιμακίων στα οποία εντάσσονται οι επιχειρηματίες. Στην περίπτωση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων, τα εισοδηματικό επίπεδο του επίδοξου επιχειρηματία έχει ιδιαίτερη σημασία, καθώς αντανακλά τη δυνατότητα πρόσβασης στους πόρους που απαιτούνται για την εκκίνηση της επιχειρηματικής του δραστηριότητας. Και είναι φανερό ότι το ζήτημα αποκτά ακόμα μεγαλύτερη σημασία σε φάση έλλειψης ρευστότητας, όπως η σημερινή.

Ωστόσο, το ζήτημα είναι πιο σύνθετο στην περίπτωση της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας. Εδώ το επίπεδο του εισοδήματος έχει μεν επίπτωση στην πρόσβαση σε πόρους, αλλά, ταυτόχρονα, αντανακλά και το αποτέλεσμα της δραστηριότητας του καθιερωμένου επιχειρηματία –την κερδοφορία της επιχείρησής του. Το Διάγραμμα 2.16 που ακολουθεί παρουσιάζει την κατανομή το 2014 των

καθιερωμένων επιχειρηματιών σε τρία εισοδηματικά κλιμάκια (έως 40 χιλ. Ευρώ, μεταξύ 40 χιλ. και 60 χιλ., και πάνω από 60 χιλ.).

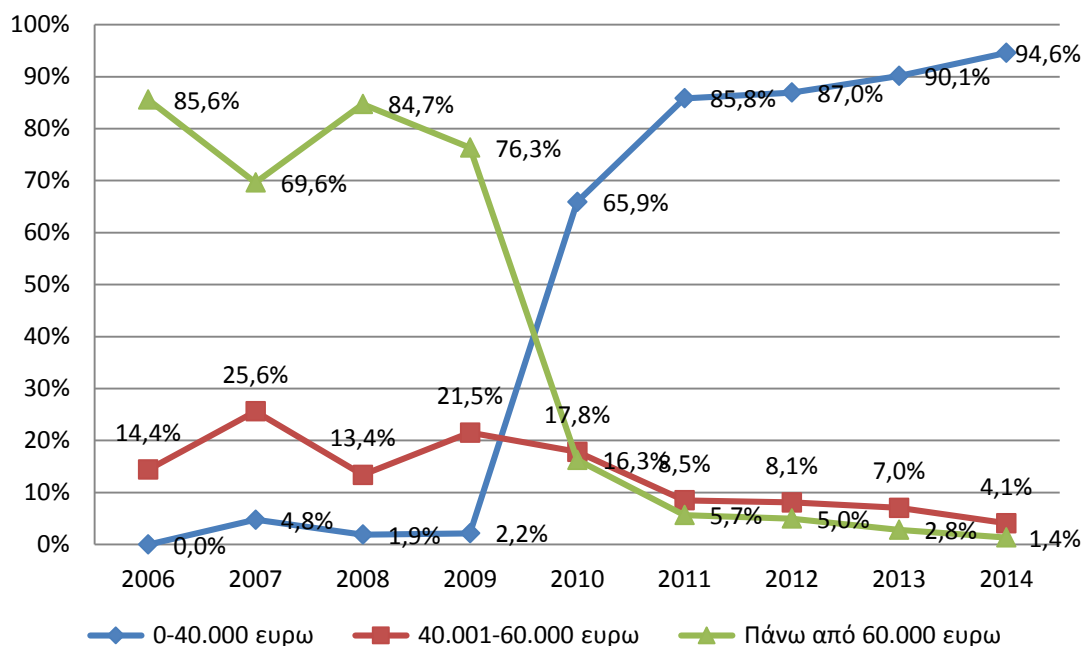
**Διάγραμμα 2-16: Διάρθρωση ετήσιου οικογενειακού εισοδηματικού επιπέδου καθιερωμένης επιχειρηματικότητας (% καθιερωμένων επιχειρηματιών), 2014**



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Η τεράστια λοιπόν πλειονότητα (94,6%) των καθιερωμένων επιχειρηματιών στην Ελλάδα το 2014 είχαν εισόδημα από τη δραστηριότητά τους χαμηλότερο από 40 χιλ. Ευρώ. Μόλις το 4,1% είχαν εισόδημα μεταξύ 40 χιλ. και 60 χιλ., ενώ είναι πραγματικά μηδαμινό το ποσοστό εκείνων που υπερβαίνουν αυτό το επίπεδο. Με δεδομένη την κυριαρχία της μικρής έως και πολύ μικρής επιχείρησης στη δομή της ελληνικής οικονομίας, τα παραπάνω ευρήματα δεν προκαλούν έκπληξη. Ωστόσο, πρέπει να διερευνηθεί η συσχέτιση αυτών των αποτελεσμάτων με την εξέλιξη της ελληνικής οικονομίας τα τελευταία χρόνια. Τα σχετικά δεδομένα παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 2.17 στη συνέχεια.

**Διάγραμμα 2-17: Εξέλιξη της διάρθρωσης του ετήσιου οικογενειακού εισοδηματικού επιπέδου καθιερωμένων επιχειρηματιών, 2006-2014**



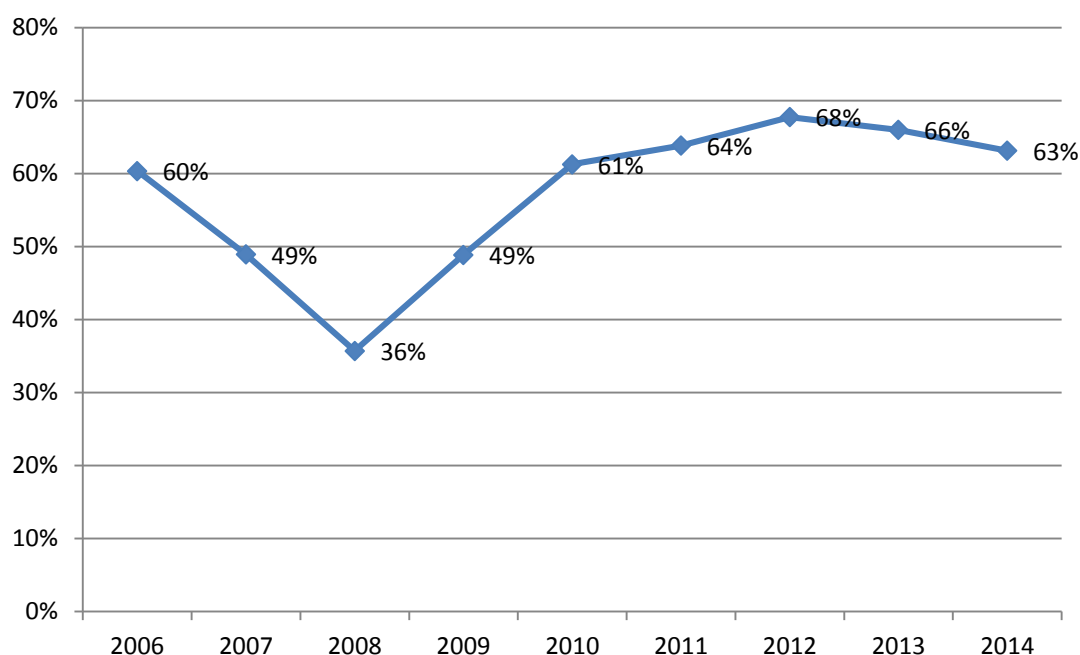
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Η εικόνα είναι πραγματικά εντυπωσιακή, καθώς φαίνεται ότι η κρίση έχει οδηγήσει σε ολική ανατροπή της βαρύτητας των εισοδηματικών κλιμακίων. Ενώ μέχρι το 2009 πάνω από το 80% των καθιερωμένων επιχειρηματιών είχαν εισόδημα πάνω από 60 χιλ. Ευρώ, από το 2010 το ποσοστό αυτό κατακρημνίζεται και φτάνει στα αμελητέα επίπεδα του 2014. Το ποσοστό που κυριαρχεί πλέον σχεδόν ολοκληρωτικά (95%) το αποτελούν οι επιχειρηματίες με εισόδημα από τη δραστηριότητά τους που δεν ξεπερνά τα 20 χιλ. Ευρώ. Στο Κεφάλαιο 1 αναφέρθηκε ότι ο βασικότερος λόγος διακοπής της επιχειρηματικής λειτουργίας, όπως αναφέρουν οι ίδιοι οι επιχειρηματίες κατά 68%, είναι η έλλειψη κερδοφορίας της επιχείρησης. Η εξέλιξη της εισοδηματικής κατανομής των καθιερωμένων επιχειρηματιών που παρουσιάζεται παραπάνω αποκαλύπτει τη σοβαρότητα του προβλήματος. Στο δημόσιο λόγο είναι πολύ συνηθισμένες οι αναφορές στην διάλυση της «επιχειρηματικής τάξης» ή των «μεσαίων στρωμάτων» ως αποτέλεσμα της κρίσης στην Ελλάδα. Η καθίζηση των εισοδημάτων αυτής της ομάδας του πληθυσμού που αποκαλύπτει η έρευνα του GEM συνιστά την πιο χειροπιαστή απόδειξη αυτής της πραγματικότητας.

## 2.5 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΚΑΘΙΕΡΩΜΕΝΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ

Ο τελευταίος δείκτης που εξετάζεται είναι ο ανασταλτικός ρόλος στην άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας που χαρακτηρίζει το φόβο της αποτυχίας. Πρόκειται για μια μεταβλητή η οποία διαμορφώνεται από τη σχετική ερώτηση που γίνεται σε ολόκληρο το δείγμα της έρευνας πληθυσμού (και όχι μόνο σε όσους έχουν επιχειρηματική δραστηριότητα) για το κατά πόσον ο φόβος της αποτυχίας θα τους απέτρεπε από το να εισέλθουν στον επιχειρηματικό στίβο. Όπως δε έχουν επισημάνει όλες οι Εκθέσεις του IOBE όλα τα χρόνια ελληνικής συμμετοχής στο GEM, οι Έλληνες αναδεικνύονται σε παγκόσμιους πρωταθλητές, καθώς φαίνεται ότι φοβούνται την αποτυχία περισσότερο από οποιονδήποτε άλλο λαό. Ωστόσο, στο Διάγραμμα 2.18 που ακολουθεί αποτυπώνονται οι απαντήσεις σχετικά με τον φόβο αποτυχίας που κατέγραψαν οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες στη χώρα μας.

**Διάγραμμα 2-18: Διαχρονική εξέλιξη του φόβου αποτυχίας ως ανασταλτικού παράγοντα της επιχειρηματικότητας (% καθιερωμένων επιχειρηματιών)**



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Ο φόβος της αποτυχίας λοιπόν δεν συνιστά τροχοπέδη στην επιχειρηματική δραστηριότητα μόνο σε επίπεδο γενικού πληθυσμού (βλέπε Διάγραμμα 1.11 στο Κεφάλαιο 1), αλλά και στο επίπεδο των ίδιων των επιχειρηματιών. Μάλιστα, αυτό δεν αφορά μόνο τους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων που τώρα εισέρχονται στον επιχειρηματικό στίβο, αλλά και τους καθιερωμένους. Συγκρίνοντας κανείς τα δύο διαγράμματα, συνειδητοποιεί ότι οι επιδόσεις των καθιερωμένων είναι οριακά μόνο χαμηλότερες από εκείνες που καταγράφονται στον γενικό πληθυσμό. Από την άλλη πλευρά βεβαίως, είναι αναμενόμενη η σαφής αύξηση του φόβου της αποτυχίας τα χρόνια της κρίσης.



Aghion, P., & Griffith, R. (2008). *Competition and growth: Reconciling theory and evidence*. MIT Press.

Aghion, P., & Howitt, P. (1992). A Model of growth through creative destruction. *Econometrica*, 60(2), 323-351.

Aghion, P., Bloom, N., Blundell, R., Griffith, R., & Howitt, P. (2005). Competition and innovation: An inverted-U relationship. *Quarterly Journal of Economics*, 120(2), 701-728.

Audretsch, D. B. (1995). *Innovation and industry evolution*. MIT Press.

Audretsch, D. B., Keilbach, M. C., & Lehmann, E. E. (2006). *Entrepreneurship and economic growth*. Oxford University Press.

Autio, E., & Acs, Z. (2010). Intellectual property protection and the formation of entrepreneurial growth aspirations. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 4(3), 234-251.

Bosma, N., Stam, E., & Schutjens, V. (2011). Creative destruction and regional productivity growth: evidence from the Dutch manufacturing and services industries. *Small Business Economics*, 36(4), 401-418.

Cefis, E., & Marsili, O. (2015). Crossing the innovation threshold through mergers and acquisitions. *Research Policy*, 44(3), 698-710.

Doms, M., Dunne, T., & Roberts, M. J. (1995). The role of technology use in the survival and growth of manufacturing plants. *International Journal of Industrial Organization*, 13(4), 523-542.

Fritsch, M., & Schroeter, A. (2009). Are more start-ups really better? Quantity and quality of new businesses and their effect on regional development. No. 2009, 070, Jena economic research papers.

Fritsch, M., & Schroeter, A. (2010). Does quality make a difference? Employment effects of high-and low-quality start-ups. No. 2011, 001, Jena economic research papers.

Grossman, G. M., & Helpman, E. (1993). *Innovation and growth in the global economy*. MIT Press.

Henrekson, M., & Johansson, D. (2010). Gazelles as job creators: a survey and interpretation of the evidence. *Small Business Economics*, 35(2), 227-244.

Hessels, J., & van Stel, A. (2009). Entrepreneurship, export orientation, and economic growth. *Small Business Economics*, 37(2), 255–268.

Kontolaimou, A., Giotopoulos, I., & Tsakanikas, A. (2016). A typology of European countries based on innovation efficiency and technology gaps: The role of early-stage entrepreneurship. *Economic Modelling*, 52, 477-484.

McDougall, P. P., Covin, J. G., Robinson, R. B., & Herron, L. (1994). The effects of industry growth and strategic breadth on new venture performance and strategy content. *Strategic Management Journal*, 15(7), 537–554.

Oviatt, B. M., & McDougall, P. P. (2005). Toward a theory of international new ventures. *Journal of International Business Studies*, 36(1), 29-41.

Porter, M. E. (1986). Changing Patterns of International Competition. *California Management Review*, 28(2), 9–40.

Porter, M. E. (1990). The Competitive Advantage of Nations. *Harvard Business Review*.

Shane, S. (2009). Why encouraging more people to become entrepreneurs is bad public policy. *Small Business Economics*, 33(2), 141–149.

Δοξιάδης, Α. (2013), Το αόρατο ρήγμα: Θεσμοί και συμπεριφορά στην ελληνική οικονομία, Αθήνα: Ίκαρος.

Ιωαννίδης, Σ., & Γιωτόπουλος, Ι. (2014). Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2012-13: Ενδείξεις Ανάκαμψης της Μικρής Επιχειρηματικότητας; IOBE



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
7. Οι διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος

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 2012-2013 έλαβαν μέρος 69 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.

---

#### 4.1.2 ΤΟ ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ 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.

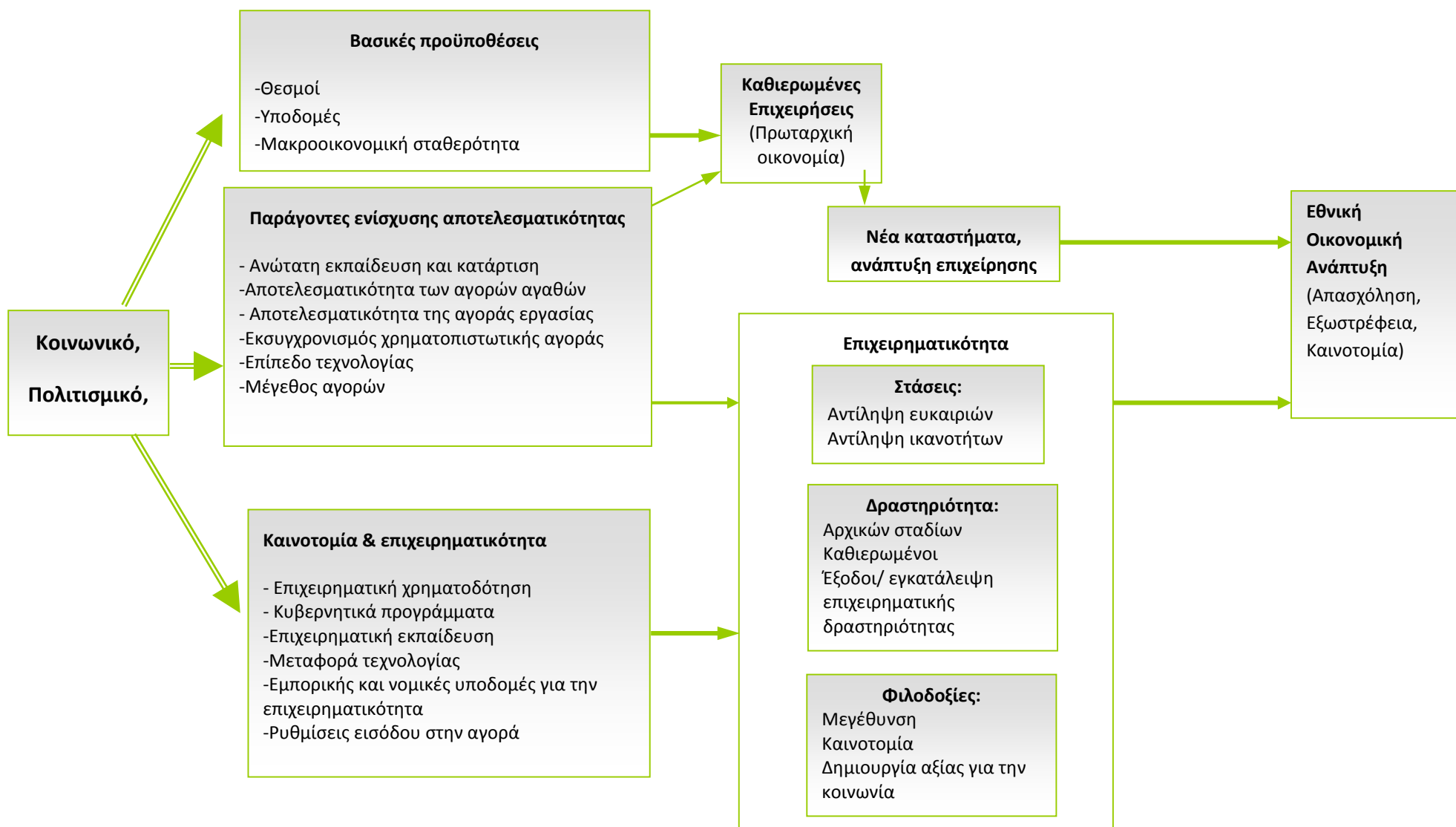
Ωστόσο, η σημασία των Διαστάσεων του Επιχειρηματικού Πλαισίου διαφέρει ανάλογα με το επίπεδο ανάπτυξης κάθε χώρας. Για παράδειγμα, υπάρχουν κάποιες βασικές συνθήκες ή προϋποθέσεις –όπως κάποιοι βασικοί θεσμοί, βασικές υποδομές, καθώς τα επίπεδα υγείας και παιδείας- οι οποίες επηρεάζουν άμεσα το πλαίσιο 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.

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

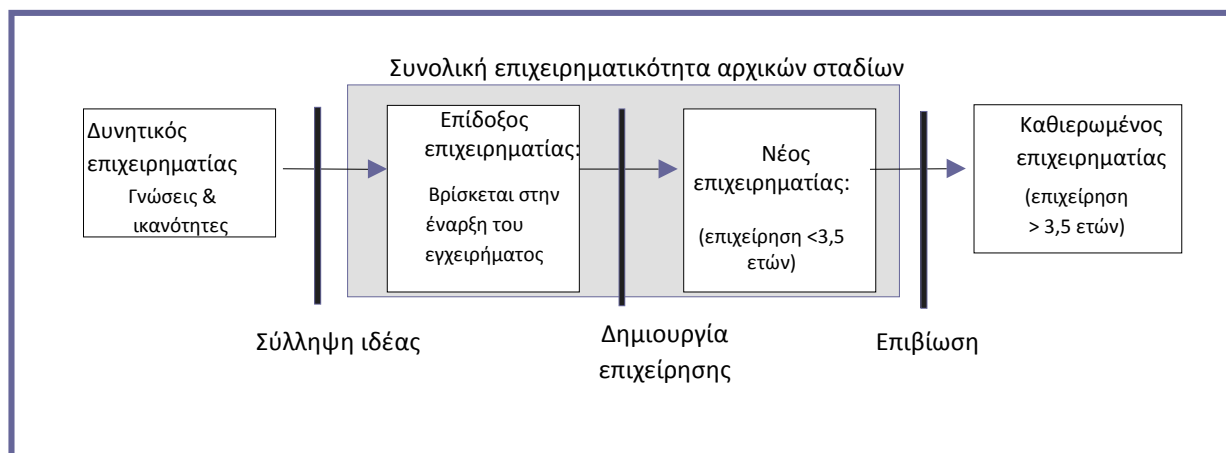
Η έρευνα αναγνωρίζει και τη σημασία των διαδικασιών, των συμπεριφορών και των συγκυριών που οδήγησαν ένα άτομο στην ανάληψη επιχειρηματικής δράσης (μιας και η επιχειρηματικότητα είναι μια διαδικασία που αρχίζει αρκετά προτού μια εταιρία γίνει λειτουργική), ενώ δεν αμελείται και η εξέταση των παραγόντων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

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

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

### Σχήμα 1:

Η επιχειρηματικότητα στο πλαίσιο του GEM



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

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



υπάρχει εκδήλωση επιχειρηματικής δραστηριότητας, με ό,τι αυτό σημαίνει για την οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας.

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

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

#### Ορολογία και βασικοί δείκτες επιχειρηματικότητας

|                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Επίδοξοι Επιχειρηματίες<br>(% του πληθυσμού 18-64<br>ετών) | Τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που – κατά το τελευταίο 12-μηνο από τη στιγμή της έρευνας - είχαν ξεκινήσει κάποιες προκαταρτικές ενέργειες στην κατεύθυνση έναρξης ενός νέου εγχειρήματος (συμπεριλαμβανομένης της αυτοαπασχόλησης), στο οποίο θα είναι ιδιοκτήτες είτε του συνόλου, ή κάποιου μέρους του («συνεταίρος»). Οι ενέργειες αυτές μπορεί να περιλαμβάνουν από τη συγκέντρωση κεφαλαίου και την αναζήτηση χώρων εγκατάστασης και απαραίτητου εξοπλισμού, έως τη σύνταξη ενός επιχειρηματικού σχεδίου για αναζήτηση χρηματοδότη, κ.α. Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται ωστόσο και όσοι/όσες έχουν προχωρήσει πράγματι στην έναρξη λειτουργίας της επιχείρησης και έχουν ήδη πληρώσει μισθούς ή έχουν έναν κύκλο εργασιών από αυτή τη |
|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                       | δραστηριότητα, όχι όμως για διάστημα μεγαλύτερο των τελευταίων τριών μηνών. Επιπροσθέτως, αυτή η ενέργεια ενδεχομένως να εντάσσεται στην υπάρχουσα εργασία του ατόμου και να πραγματοποιείται για λογαριασμό του εργοδότη, με τη συμμετοχή του ερωτώμενου να αφορά έτσι έναν διοικητικό / διευθυντικό ρόλο και όχι απαραίτητα ιδιοκτησία. |
| Νέοι Επιχειρηματίες<br>(% του πληθυσμού 18-64 ετών)                   | Τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που τη στιγμή της έρευνας ήταν ιδιοκτήτες – συμμετείχαν στην ιδιοκτησία ενός νέους εγχειρήματος / δραστηριότητας για το οποίο έχουν ήδη πληρώσει μισθούς και έχουν καταγράψει ένα κύκλο εργασιών για τουλάχιστον τρεις, αλλά όχι περισσότερους από 42 μήνες                                                   |
| Επιχειρηματίες Αρχικών Σταδίων<br>(% του πληθυσμού 18-64 ετών)        | Τα άτομα που εντάσσονται στις δύο παραπάνω κατηγορίες σύμφωνα με του αντίστοιχους ορισμούς                                                                                                                                                                                                                                                |
| Καθιερωμένοι<br>Επιχειρηματίες (% του πληθυσμού 18-64 ετών)           | Τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που κατά τη στιγμή της έρευνας ήταν ιδιοκτήτες – συμμετείχαν στην ιδιοκτησία μιας καθιερωμένης επιχείρησης, δηλαδή μιας επιχείρησης που έχει πραγματοποιήσει αμοιβές, πληρωμές ή οποιοσδήποτε άλλες πληρωμές στους ιδιοκτήτες για περισσότερους από 42 μήνες.                                                 |
| Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα<br>(% του πληθυσμού 18-64 ετών) | Τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που είτε εμπλέκονται σε επιχειρηματική δραστηριότητα αρχικών σταδίων είτε είναι καθιερωμένοι επιχειρηματίες (βλ. παραπάνω)                                                                                                                                                                                    |
| Επιχειρηματική Δραστηριότητα Αρχικών                                  | Τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που είναι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων (όπως ορίστηκαν παραπάνω) και αναμένουν ότι το εγχείρημά τους θα απασχολεί                                                                                                                                                                                           |

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

|                                                                                    |                                                                                                                                                            |
|------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Προσανατολισμό Νέα<br>Προϊόντα-Υπηρεσίες                                           | και θεωρούν ότι δεν προσφέρουν πολλές επιχειρήσεις<br>το ίδιο προϊόν ή υπηρεσία.                                                                           |
| Επιχειρηματική<br>Δραστηριότητα Αρχικών<br>Σταδίων, με Εξωστρεφή<br>Προσανατολισμό | Ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων (όπως<br>ορίστηκαν παραπάνω) που εκτιμούν ότι τουλάχιστον<br>25% της πελατείας τους προέρχεται από ξένες χώρες. |

---

#### 4.1.4 ΓΙΑΤΙ ΔΙΑΦΕΡΟΥΝ ΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ GEM ΑΠΟ ΤΑ ΕΠΙΣΗΜΑ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ (ΜΗΤΡΩΑ) ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ;

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:

1ον 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>ον</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>ον</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>ον</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.

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.

Το IOBE αποτελεί τον εθνικό ερευνητικό συνεργάτη του GEM και συμμετείχε την περίοδο 2012-2013 για δέκατη φορά στο έργο, ενώ στο πλαίσιο αυτό θεσμοθέτησε το 2007 το Παρατηρητήριο για την Επιχειρηματικότητα. Τα στοιχεία της έρευνας για την επόμενη περίοδο (2013-2014) 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>7</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>7</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.



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

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

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

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

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

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

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

Η διάσταση αυτή εξετάζει επίσης τις συνέπειες του θεσμικού πλαισίου σχετικά με την ευρεσιτεχνία, την δυνατότητα των ερευνητών να διαπραγματεύονται με τους ομολόγους τους στη βιομηχανία και το αντίστροφο, τα επίπεδα καινοτομικότητας της χώρας, τον εθνικό προσανατολισμό των δαπανών για έρευνα και ανάπτυξη (το κατά πόσο τα κρατικά, βιομηχανικά και εκπαιδευτικά ιδρύματα αναγνωρίζουν και προάγουν την σπουδαιότητα της εφαρμοσμένης έρευνας), καθώς και την ποιότητα και την διαθεσιμότητα υποδομής τέτοιας που να στηρίζει πρωτοβουλίες υψηλής τεχνολογίας.

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

**Πόσο «ανοιχτή» είναι η Αγορά/Εμπόδια Εισόδου:** Ο βαθμός στον οποίο οι εμπορικές συναλλαγές είναι τόσο σταθερές και δύσκολα μετατρέψιμες, ώστε να εμποδίζουν τις μικρές και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις να ανταγωνίζονται

αποτελεσματικά και να επιτυγχάνουν να αντικαθιστούν προμηθευτές, υπεργολάβους και συμβούλους. Η διάσταση αυτή εξετάζει επίσης την ύπαρξη ή μη διάφανης αγοράς (π.χ ύπαρξη ασυμμετριών στην πληροφόρηση: το αν και κατά πόσο οι πληροφορίες για τις συνθήκες της αγοράς είναι διαθέσιμες σε όλους τους πωλητές και τους αγοραστές), τις κυβερνητικές πολιτικές που αποσκοπούν στη δημιουργία ανοιχτής αγοράς (π.χ κρατικές προμήθειες, μείωση των εμπορικών δασμών, φραγμών κ.λ.π), τη δομή της αγοράς (π.χ ευκολία εισόδου, κυριαρχία μεγάλων ή μικρών επιχειρήσεων, πλεονεκτήματα διαφήμισης, ανταγωνισμός τιμών κ.λ.π) και το κατά πόσο όλες οι επιχειρήσεις ανταγωνίζονται με βάση τους ίδιους κανόνες του παιχνιδιού.

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

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

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