



ΙΔΡΥΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ
FOUNDATION FOR ECONOMIC & INDUSTRIAL RESEARCH

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

Ετήσια Έκθεση Επιχειρηματικότητας 2017-2018:

Λιγότερα νέα εγχειρήματα, βελτίωση στις προοπτικές απασχόλησης

Άγγελος Τσακανίκας

Σοφία Σταυράκη

Ευαγγελία Βαλαβανιώτη



Global Entrepreneurship Monitor

Νοέμβριος 2018



Global Entrepreneurship Monitor



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

Copyright © 2018 Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών - IOBE

ISSN 2653-889X

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

Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE)

Τσάμη Καρατάσου 11, 117 42 Αθήνα

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

Χορηγός



ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ IOBE

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

Εθνική ερευνητική ομάδα GEM

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

Ευαγγελία Βαλαβανιώτη, Ερευνήτρια IOBE

Σοφία Σταυράκη, Ερευνήτρια IOBE

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

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Το IOBE, στο πλαίσιο της συμμετοχής του στο διεθνές ερευνητικό πρόγραμμα Global Entrepreneurship Monitor (GEM), δημοσιεύει την «Ετήσια Έκθεση για την Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα» για 15^η συνεχή χρονιά. Το GEM αποτελεί μία διεθνή ερευνητική κοινοπραξία από ερευνητικά ινστιτούτα και πανεπιστήμια από όλο τον κόσμο που ξεκίνησε το 1999, στο πλαίσιο της οποίας συλλέγονται εμπειρικά στοιχεία μέσω ερευνών πεδίου σε ένα ευρύ πλήθος χωρών παγκοσμίως. Η έρευνα του GEM φωτίζει διάφορες πτυχές και διαστάσεις της επιχειρηματικότητας, συνεισφέροντας έτσι στην παγκόσμια έρευνα για την υποστήριξη και την προώθηση της επιχειρηματικότητας και των σχετικών πολιτικών. Το IOBE, είναι ο αποκλειστικός ελληνικός εταίρος σε αυτή τη διεθνή ερευνητική κοινοπραξία από το 2003, και έχει την ευθύνη για την επιστημονική διεξαγωγή των αναγκαίων ερευνών στον ελληνικό πληθυσμό, τη συλλογή και την επεξεργασία των στοιχείων σύμφωνα με την κοινή εναρμονισμένη μεθοδολογία και την ένταξη των εμπειρικών ευρημάτων στο διεθνές αναλυτικό πλαίσιο του GEM, έτσι ώστε να είναι εφικτή και με ορθό τρόπο η σύγκριση των στοιχείων σε διεθνές και σε διαχρονική βάση.

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

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

Περιεχόμενα

Επιτελική Σύνοψη	1
------------------------	---

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΟ 2017	11
---	-----------

1.1 Γενική Εισαγωγή	11
---------------------------	----

1.2 Βασικοί δείκτες επιχειρηματικότητας	12
---	----

1.2.1 Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων	12
--	----

1.2.2 Καθιερωμένη επιχειρηματικότητα	16
--	----

1.2.3 Διακοπή επιχειρηματικής δραστηριότητας	17
--	----

1.2.4 Κίνητρα επιχειρηματικής δραστηριοποίησης: ανάγκη ή ευκαιρία	19
---	----

1.2.5 Ο ρόλος των άτυπων επενδυτών στη χρηματοδότηση επιχειρηματικών εγχειρημάτων	22
---	----

1.2.6 Η κλαδική διάσταση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων	26
--	----

1.3 Επιχειρηματικές προδιαθέσεις και αντιλήψεις	29
---	----

1.3.1 Εισαγωγή	29
----------------------	----

1.3.2 Επιχειρηματικές ευκαιρίες στη χώρα	32
--	----

1.3.3 Η επιχειρηματικότητα ως καλή επιλογή σταδιοδρομίας	32
--	----

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	35
---	----

1.3.7 Φόβος αποτυχίας για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας	36
---	----

1.4 Δημογραφικά χαρακτηριστικά επιχειρηματιών αρχικών σταδίων	38
---	----

1.4.1 Εισαγωγή	38
----------------------	----

1.4.2 Ηλικία	38
--------------------	----

1.4.3 Φύλο	42
------------------	----

1.4.4 Μορφωτικό επίπεδο	43
-------------------------------	----

1.5 Τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων	45
--	----

1.5.1 Εισαγωγή	45
----------------------	----

1.5.2 Βαθμός καινοτομίας	46
--------------------------------	----

1.5.3 Τεχνολογική ταυτότητα	48
-----------------------------------	----

1.5.4 Απασχόληση και προοπτικές ανάπτυξης	51
---	----

1.5.5 Ενταση ανταγωνισμού	53
---------------------------------	----

1.5.6 Εξωστρέφεια επιχειρηματικού εγχειρήματος.....	55
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	59
2.1 Εισαγωγή	59
2.2 Γυναικεία επιχειρηματικότητα σε παγκόσμιο επίπεδο.....	59
2.3 Γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.....	63
2.3.1 Βασικά χαρακτηριστικά γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων.....	64
2.3.2 Ποιοτικά χαρακτηριστικά της γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων.....	72
2.3.3 Αντιλήψεις γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων.....	75
2.3.4 Χρηματοδότηση των γυναικείων εγχειρημάτων.....	77
2.4 Συμπεράσματα	80
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΤΟ ΕΓΧΩΡΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ: Η ΕΡΕΥΝΑ ΤΩΝ ΕΘΝΙΚΩΝ ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΝΩΝ.....	83
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	97
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	99

ΕΠΙΤΕΛΙΚΗ ΣΥΝΟΨΗ

Το IOBE, δημοσιεύει για 15^η συνεχή χρονιά, την Έκθεση για την Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα στο πλαίσιο της συμμετοχής του στο διεθνές ερευνητικό πρόγραμμα Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Η έρευνα του GEM αναλύει διάφορες πτυχές και διαστάσεις της επιχειρηματικότητας, με ισχυρά εμπειρικά εργαλεία, συνεισφέροντας έτσι στην θεωρητική και εμπειρική έρευνα για την υποστήριξη και προώθηση της επιχειρηματικότητας. Αναλυτικότερα, από τα αποτελέσματα της έρευνας του 2017 προκύπτουν τα εξής ευρήματα:

Χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων το 2017

- **Στην Ελλάδα το ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών που βρισκόταν το 2017 σε αρχικά στάδια επιχειρηματικής ενεργοποίησης (συμπεριλαμβανομένης της αυτοαπασχόλησης) υποχωρεί στο 4,8% (περίπου 320 χιλιάδες άτομα) από 5,7% (περίπου 380 χιλιάδες) το 2016.** Η επίδοση αυτή είναι μία από τις χαμηλότερες διαχρονικά επιδόσεις της χώρας (2003-2017: 6,9%), ενώ κινείται χαμηλότερα και από το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (2017: 9,2%), δηλαδή των περισσότερων αναπτυγμένων χωρών του κόσμου, στις οποίες ανήκει και η Ελλάδα. Φαίνεται επομένως ότι παρά τη σταθεροποίηση της οικονομίας, οι έντονες αβεβαιότητες παρέμειναν ισχυρές και επηρέασαν τη νέα επιχειρηματική δραστηριοποίηση την προηγούμενη χρονιά. **Ταυτόχρονα όμως σημειώθηκε και μία μικρή αύξηση της προσφοράς εξαρτημένης εργασίας, με την ανεργία να περιορίζεται ελαφρώς.**
- **Το 56% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων ξεκίνησαν όντως το 2017 μια νέα επιχείρηση την οποία λειτουργούσαν τουλάχιστον για τρεις μήνες κατά τη στιγμή της έρευνας (νέοι επιχειρηματίες), με τους υπόλοιπους – τους επίδοξους επιχειρηματίες - να βρίσκονται ακόμα στη φάση της προετοιμασίας.** Η επίδοση αυτή βρίσκεται λίγο πάνω από το μέσο όρο των χωρών της καινοτομίας και έχει ενισχυθεί σε σχέση με πέρυσι όταν υπερτερούσαν οι επίδοξοι. **Συνεπώς είναι θετικό το ότι το 2017, πάνω από τους μισούς από όσους βρίσκονται στα αρχικά στάδια έναρξης ενός εγχειρήματος, τελικά πραγματοποιήσαν το κρίσιμο βήμα από την προεργασία στην πραγματική έναρξη δραστηριότητας.**
- **Λαμβάνοντας υπόψη και το πολύ υψηλό ποσοστό του πληθυσμού της χώρας που είναι καθιερωμένος επιχειρηματίας, δηλαδή λειτουργεί ήδη ένα εγχείρημα για τουλάχιστον 3,5 χρόνια, και το οποίο το 2017 φτάνει το 12,4% (από 14,1% το 2016), τότε προκύπτει ότι περίπου το 17% του πληθυσμού 18-64 ετών (1,13 εκατ. άτομα) έχει κάποια σχέση με την επιχειρηματικότητα, είτε στα αρχικά, είτε σε επόμενα**

στάδια. Αποτέλεσμα της πρώτης θέσης της Ελλάδας σε καθιερωμένη επιχειρηματικότητα, είναι η Ελλάδα να κατέχει την 3^η υψηλότερη επίδοση και στη συνολική επιχειρηματικότητα μεταξύ των χωρών καινοτομίας.

- **Το ποσοστό του πληθυσμού που διέκοψε ή ανέστειλε την επιχειρηματική του δραστηριότητα το 2017 ανέρχεται στο 4,7% του πληθυσμού (περίπου 310 χιλιάδες άτομα), υψηλότερα από το αντίστοιχο ποσοστό του 2016 (3,8%) και σε μεγάλη απόσταση από το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (2,2%).** Οι μισοί δηλώνουν ως βασικότερο λόγο διακοπής ή αναστολής λειτουργίας της επιχείρησης την έλλειψη κερδοφορίας. Ως ένα βαθμό, το εύρημα αυτό συνδέεται με το υψηλό επίπεδο επιχειρηματικότητας, καθώς σε χώρες με πολλά νέα εγχειρήματα, καταγράφονται αντίστοιχα και πολλές αποτυχίες. **Συνεπώς, ο σχεδιασμός των πολιτικών για την τόνωση της επιχειρηματικότητας δεν αρκεί να εστιάζει απλώς στην ποσοτική ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, καθώς οι υψηλές επιδόσεις σε νεοφυείς επιχειρήσεις δεν εξασφαλίζουν απαραίτητα και βιώσιμη επιχειρηματικότητα.** Αντίθετα, μπορεί να δημιουργούνται λιγότερες επιχειρήσεις σε μια οικονομία, αλλά με ποιοτικότερα χαρακτηριστικά και μεγαλύτερο πολλαπλασιαστικό αποτέλεσμα στην οικονομία.
- **Το 29% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων (περίπου 90 χιλιάδες άτομα) ξεκίνησαν ένα επιχειρηματικό εγχείρημα από ανάγκη, ενώ το 37% (περίπου 120 χιλιάδες άτομα) διέκριναν κάποια επιχειρηματική ευκαιρία.** Σε σχέση με μέσο όρο των χωρών καινοτομίας, η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας κινείται σε πολύ χαμηλότερα επίπεδα (53,5%), ενώ η επιχειρηματικότητα ανάγκης βρίσκεται σε υψηλότερα επίπεδα (22,9%). Ωστόσο, αξίζει να σημειωθεί ότι **το 2017 σημειώνεται περαιτέρω ενίσχυση του ποσοστού των ατόμων που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά από ευκαιρία, σημειώνοντας για 4^η συνεχόμενη χρονιά μικρή άνοδο.**
- **Ηλικιακά, το 2017 το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού που βρισκόταν στα αρχικά στάδια έναρξης μιας επιχείρησης εντοπίζεται στην ηλικία των 35-44 ετών (7,6%), (11,3% στις χώρες καινοτομίας).** Γενικά λόγω της υποχώρησης του επιπέδου της επιχειρηματικότητας συνολικά, καταγράφεται και χαμηλότερη συμμετοχή στην επιχειρηματικότητα από όλα τα ηλικιακά κλιμάκια, σε σύγκριση τουλάχιστον με τις χώρες καινοτομίας. **Συνολικά πάντως οι δύο στους τρεις προέρχονται από τις πιο παραγωγικές ηλικίες μεταξύ 25 και 44 ετών, ενώ η μέση ηλικία είναι τα 35 έτη.** Αξίζει πάντως να σημειωθεί ότι τα τελευταία χρόνια φαίνεται γενικά να ενισχύεται η συμμετοχή από νεώτερες ηλικίες. Το αν είναι αυτό επιθυμητό ή όχι για μια οικονομία

είναι αρκετά συζητήσιμο. Η ευρεία συμμετοχή των πολύ νέων στη νεοφυή επιχειρηματικότητα δεν είναι απαραίτητα επιθυμητή, γιατί ενώ συνήθως χαρακτηρίζονται από μεγαλύτερο πάθος και δυναμισμό, στερούνται εκείνης της εμπειρίας και γνώσης και πιθανόν και της κατάλληλης δικτύωσης που ενδεχομένως να βελτιώνει τις πιθανότητες επιτυχίας στο εγχείρημά τους. Άλλωστε γενικά στις πιο ανεπτυγμένες περιοχές του πλανήτη η έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας φαίνεται να είναι υπόθεση μεγαλύτερων ηλικιών, ενώ στις αναπτυσσόμενες χώρες, οι περισσότεροι νέοι οδηγούνται στην επιλογή επιχειρηματικότητας, ως έσχατη λύση βιοπορισμού.

- Και το 2017 η μείωση του συνολικού επιπέδου επιχειρηματικότητας επηρεάζει με τον ίδιο σχεδόν τρόπο άνδρες και γυναίκες. **Το ποσοστό γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων μειώθηκε σε 3,9% (περίπου 131 χιλιάδες γυναίκες) από 4,8% το 2016, ενώ στους άνδρες μειώθηκε σε 5,7% (περίπου 185 χιλιάδες άνδρες) από 6,6% το 2016.** Διαρθρωτικά ωστόσο στους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων, ο σχετικός δείκτης γυναικείας επιχειρηματικότητας παραμένει υψηλός. Διαμορφώνεται στο 40%, σε μικρή μείωση από ότι 2016, όταν όμως το 2013 βρισκόταν στο 29%. Πρόκειται πάντως περισσότερο για επιχειρηματικότητα **ανάγκης παρά ευκαιρίας, παρόλο που η υστέρηση από την αντίστοιχη εικόνα στους άνδρες είναι μικρή**
- **Το 2017 το 41,7%, ενισχυμένο σε σχέση με πέρυσι, διαθέτει τουλάχιστον ένα πτυχίο τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και ακόμα ένα 11,5% διαθέτει και κάποιου είδους μεταπτυχιακή ειδίκευση.** Συνεπώς πάνω από τους πάνω από τους μισούς επιχειρηματίες αρχικών σταδίων διαθέτει πανεπιστημιακή εκπαίδευση. Η κινητοποίηση στην επιχειρηματικότητα ατόμων από δεξαμενές υψηλότερου μορφωτικού επιπέδου οφείλει να είναι ένας διαρκής στόχος των πολιτικών ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας, καθώς η σχετική εμπειρική βιβλιογραφία δείχνει ότι το εκπαιδευτικό επίπεδο των ιδρυτών συνδέεται θετικά με την πιθανότητα επιβίωσης μιας νέας επιχείρησης ενώ μπορεί να προκρίνει τον επιχειρηματία στη φάση αναζήτησης χρηματοδότησης, δεδομένου ότι οι χρηματοδότες/επενδυτές το αξιολογούν θετικά.
- **Το 3,2% των ατόμων ηλικίας 18-64 ετών (περίπου 214 χιλιάδες άτομα) δήλωσαν πως διαδραμάτισαν ρόλο άτυπου επενδυτή για τη χρηματοδοτική υποστήριξη μιας επιχειρηματικής πρωτοβουλίας άλλων, ποσοστό ελαφρώς χαμηλότερο από το**

2016, αλλά και από το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (5,4%). Ένα ποσοστό της τάξης του 83% των άτυπων επενδυτών αποτελούν μέλη του στενότερου ή ευρύτερου οικογενειακού κύκλου. Ο ρόλος των άτυπων επενδυτών για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας θα μπορούσε να θεωρηθεί σημαντικός σε μια χώρα όπου υπάρχει ένδεια σε χρηματοδοτικά εργαλεία. Από την άλλη πλευρά όμως, όταν οι άτυποι επενδυτές προέρχονται από το στενό οικογενειακό περιβάλλον, σημαίνει ότι η αξιολόγηση της βιωσιμότητας μιας επιχειρηματικής ιδέας ενδεχομένως να μην γίνεται αντικειμενικά, αλλά περισσότερο με συναισθηματικά κριτήρια, με ότι αυτό συνεπάγεται για την ποιότητα και τελικά τις πιθανότητες βιωσιμότητας και ανάπτυξης των επιχειρηματικών εγχειρημάτων.

Χαρακτηριστικά των επιχειρηματικών εγχειρημάτων

- Σε κλαδικό επίπεδο η εκτίναξη του ποσοστού των εγχειρημάτων στον πρωτογενή τομέα που σημειώθηκε το 2015 (12%) αποδεικνύεται συγκυριακή, καθώς το σχετικό μερίδιο περιορίζεται στο 4% το 2017. Τα νέα εγχειρήματα στον κλάδο της μεταποίησης αντίθετα αυξάνονται στο 24,5%, εξέλιξη που είναι θετική, ενώ μικρή υποχώρηση σημειώνεται στο ποσοστό των νέων εγχειρημάτων που απευθύνονται αμέσως στον τελικό καταναλωτή. Συνεπώς, η σταθεροποίηση της οικονομίας το 2017 και η μικρή ενίσχυση της ιδιωτικής κατανάλωσης φαίνεται να ενισχύει και πάλι το ενδιαφέρον για νέα εγχειρήματα χονδρικής, λιανικής, εξέλιξη που επαναφέρει χαρακτηριστικά ενός προτύπου ανάπτυξης που χαρακτήρισε την εποχή προς της κρίσης.
- Σχεδόν δύο στους τρεις επιχειρηματίες αρχικών σταδίων δηλώνουν ότι κανένας (δυνητικός) πελάτης δε θα θεωρήσει τα προϊόντα / υπηρεσίες τους νέα και πρωτοποριακά, επίδοση αρκετά υψηλότερη από το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (50%). Εξάλλου, μόλις 3,9% δηλώνει ότι όλοι θα θεωρήσουν τα προϊόντα τους ως καινοτομικά (18,3% στις χώρες καινοτομίας). Στο ίδιο πλαίσιο το 50,7% των επιχειρηματιών δηλώνει πως πολλές επιχειρήσεις προσφέρουν παρόμοιο προϊόν ή υπηρεσία, όσο πάντως περίπου και στις χώρες καινοτομίας (51,2%). Τέλος, το 54% των επιχειρηματιών αρχικών-σταδίων δηλώνει ότι αξιοποιεί γνωστές τεχνολογίες/διεργασίες για την παραγωγή προϊόντων / παροχή των υπηρεσιών τους, (56% το 2016). Συνεπώς δε σημειώνεται το 2017 κάποια ιδιαίτερη βελτίωση των νέων εγχειρημάτων σε όρους καινοτομίας

- Σχεδόν το 70% δηλώνουν ότι απασχολούν τη στιγμή της έναρξης του εγχειρήματος **1 έως 5 άτομα πλην των ιδρυτών, ποσοστό ενισχυμένο έναντι του 2016 (61%), ενώ ενισχύεται στο 11,7% και το ποσοστό των εγχειρημάτων που απασχολούν πάνω από έξι άτομα.** Η εξέλιξη αυτή, παρόλο που δεν αλλάζει το γεγονός ότι η ευρεία πλειονότητα αυτών των εγχειρημάτων είναι πολύ μικρές επιχειρήσεις που προσφέρουν κατά βάση απασχόληση στους ιδρυτές τους, είναι θετική καθώς υποδηλώνει ενίσχυση του μέσου μεγέθους της νέας επιχειρηματικότητας. Επιπροσθέτως, καταγράφεται σημαντική βελτίωση και των προσδοκιών απασχόλησης, αφού σχεδόν το 85% των επιχειρηματιών – το υψηλότερο ποσοστό της πενταετίας - εκτιμούν ότι την επόμενη πενταετία θα δημιουργήσουν τουλάχιστον μια θέση εργασίας έναντι 75% το 2016. Σε κάθε περίπτωση, τα αποτελέσματα για την υφιστάμενη και την προσδοκώμενη απασχόληση καθώς και τον ευρύτερο περιορισμό των νέων εγχειρημάτων που καταγράφονται στην Ελλάδα το 2017, σημαίνει ότι σε όρους απασχόλησης οι απώλειες είναι ηπιότερες, καθώς τα νέα εγχειρήματα του 2017 είναι - και προσδοκούν να γίνουν - μεγαλύτερα σε μέσο μέγεθος σε σχέση με το παρελθόν.
- Μόνο το 21,6% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων δηλώνει ότι απευθύνεται αποκλειστικά στην εγχώρια αγορά, έναντι 38,1% στις χώρες καινοτομίας. Μάλιστα το 30% των επιχειρήσεων δηλώνει ότι πάνω από το ¼ του τζίρου τους προέρχεται από πελάτες εξωτερικού, επίδοση ελαφρώς υψηλότερη από τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (25,8%). Επίσης το ποσοστό όσων εξάγουν πάνω από το 25% του κύκλου εργασιών τους ξεπερνά το 30%. Αυτό σημαίνει ότι ενισχύεται εκτός από την έκταση των εξαγωγών και η έντασή τους, τάση που αξιολογείται στα θετικά της έρευνας του 2017.

Προσωπικές και πολιτισμικές στάσεις ως προς την επιχειρηματικότητα

- Εξακολουθεί να κινείται σε πολύ χαμηλά επίπεδα το ποσοστό του πληθυσμού που διαβλέπει επιχειρηματικές ευκαιρίες στη χώρα, καθώς αυτό είναι μόλις 13,7% (από 13% το 2016). Πρόκειται μάλιστα για τη χαμηλότερη επίδοση σε παγκόσμιο επίπεδο και μάλιστα με σημαντική απόκλιση από τις χώρες που ακολουθούν. Φαίνεται πώς οι αβεβαιότητες σχετικά με το εφαρμοζόμενο πρόγραμμα οικονομικής πολιτικής επιβάρυναν το κλίμα της ελληνικής επιχειρηματικότητας και το 2017.
- Το 43,4% του πληθυσμού (από 41,7% το 2016), - ανεξαρτήτως του αν ασχολείται με την επιχειρηματικότητα - δηλώνει ότι διαθέτει τις ικανότητες, τις γνώσεις και την εμπειρία για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας. Ειδικά όμως στους

επιχειρηματίες αρχικών σταδίων, το ποσοστό αυτό διαμορφώνεται στο 76,7%, δείγμα της εμφατικής αυτοπεποίθησής τους.

- **Περίπου το 64% των πολιτών της χώρας δηλώνουν ότι η επιχειρηματικότητα αποτελεί μια καλή επιλογή επαγγελματικής σταδιοδρομίας, ενώ ένα 66,5% δηλώνει ότι οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες αντιμετωπίζονται με σεβασμό και καταξίωση στη χώρα. Αυτό είναι ένα από τα υψηλότερα ποσοστά που καταγράφονται από την έναρξη της κρίσης.** Από την άλλη πλευρά, η Ελλάδα συνεχίζει να καταγράφει μία από τις χαμηλότερες επιδόσεις στην Ευρώπη στην προβολή επιτυχημένων περιπτώσεων επιχειρηματιών από τα μέσα ενημέρωσης.
- **Σχετικά με το φόβο αποτυχίας, η Ελλάδα διατηρεί διαχρονικά μία από τις υψηλότερες επιδόσεις στον κόσμο, τάση πάντως που έχει ενισχυθεί συνολικά στην Ευρώπη τα τελευταία χρόνια.** Μετά το 2009 σημειώνεται ανοδική πορεία ως απόρροια της κρίσης, ενώ παραμένει διαχρονικά πάνω από το μακροχρόνιο μέσο όρο του. Έτσι το 2017, όπως και την προηγούμενη χρονιά διαμορφώνεται στο 70,4% του πληθυσμού, μία από τις υψηλότερες επιδόσεις διαχρονικά.

Γυναικεία επιχειρηματικότητα

Η γυναικεία επιχειρηματικότητα, τα τελευταία ειδικά χρόνια έχει αρχίσει να αποκτά ιδιαίτερο ενδιαφέρον σε ερευνητικό επίπεδο, αλλά και ως πεδίο διαμόρφωσης συνολικών στρατηγικών για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας. Σύμφωνα με τα στοιχεία του GEM, το 2016, περίπου 163 εκατ. γυναίκες ξεκίνησαν νέες επιχειρήσεις σε 74 οικονομίες παγκοσμίως, ενώ περίπου 111 εκατ. «έτρεχαν» ήδη εδραιωμένες επιχειρήσεις. Το γεγονός αυτό αντανακλά την ισχυρή παρουσία των γυναικών στο επιχειρείν σε όλη την υφήλιο. Οι γυναίκες επιχειρηματίες σχεδιάζουν, δημιουργούν και παράγουν προϊόντα και υπηρεσίες, ενώ παράλληλα παρέχουν εισοδήματα στις οικογένειές τους και θέσεις εργασίας στις κοινότητες τους, συμβάλλοντας έτσι και αυτές από την πλευρά τους στην πρόοδο και στην κοινωνική ευημερία.

Στην Ελλάδα η γυναικεία επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων κινείται σε ελαφρώς χαμηλότερα επίπεδα από ότι στην Ευρώπη και στις Χώρες καινοτομίας. Η υψηλή ανεργία στις γυναίκες και οι δυσκολίες εύρεσης εξαρτημένης εργασίας φαίνεται πως οδηγούν τις Ελληνίδες στην επιχειρηματικότητα ανάγκης περισσότερο από ότι σε ευρωπαϊκές χώρες και τις χώρες καινοτομίας. Την αρνητική εικόνα έρχεται να συμπληρώσει το γεγονός ότι στην Ελλάδα μια γυναίκα έχει περισσότερες πιθανότητες να διακόψει τη λειτουργία της επιχείρησής της συγκριτικά με άλλες χώρες της Ευρώπης και τις χώρες καινοτομίας.

Σε κλαδικό επίπεδο, τα περισσότερα νέα εγχειρήματα αφορούν στο Χονδρικό και λιανικό εμπόριο και στις Υπηρεσίες, όπως όμως και στην υπόλοιπη Ευρώπη και στις Χώρες καινοτομίας. Ωστόσο, αυτό που ξεχωρίζει είναι το ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό στον κλάδο του εμπορίου στην Ελλάδα (42,2%) έναντι των υπολοίπων χωρών.

Σε ότι αφορά την καινοτομία των εγχειρημάτων τους, μία στις τρεις γυναίκες επιχειρηματίες στην Ελλάδα δήλωσε ότι παράγει βελτιωμένα προϊόντα και υπηρεσίες, ποσοστό αντίστοιχο με την υπόλοιπη Ευρώπη (31,3% αμφότερα). Ικανοποιητική είναι και η εξωστρέφεια, καθώς το 41,1% των γυναικών επιχειρηματιών στην Ελλάδα δηλώνει ότι πάνω από το ¼ των πωλήσεων τους προέρχεται από ξένους πελάτες.

Τέλος, απαισιόδοξη φαίνεται να είναι η εικόνα όσον αφορά στις ευκαιρίες για έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες, κατατάσσοντας τη χώρα στην τελευταία θέση, ενώ η σχεδόν αποκλειστική χρηματοδότηση από μέλη της οικογένειας συνιστά επίσης μία προβληματική διάσταση για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα. **Συνεπώς είναι εξαιρετικά φτωχή η δεξαμενή των δυνητικών γυναικών επιχειρηματιών που μπορούν να προκύψουν από το υφιστάμενο εργατικό δυναμικό, καθώς φαίνεται να μην αποτελεί μια επιλογή υψηλής προτεραιότητας για τη συντριπτική πλειονότητα των γυναικών.**

Οι απόψεις των ειδικών εμπειρογνομόνων

Το IOBE στο πλαίσιο του GEM διενεργεί μία επιπλέον έρευνα πεδίου, σε εθνικούς εμπειρογνώμονες, ειδικούς σε διάφορες διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος σε κάθε χώρα. **Με βάση τα αποτελέσματα της έρευνας του 2017, το επιχειρηματικό περιβάλλον στη χώρα παραμένει δυσμενέστερο σε σύγκριση με τις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες καινοτομίας σε αρκετές διαστάσεις του.** Η χαμηλή δυναμική της ελληνικής επιχειρηματικότητας ερμηνεύεται σε ένα βαθμό από τις επιπτώσεις της κρίσης, κυρίως όμως οφείλεται σε δομικές/διαρθρωτικές αδυναμίες της χώρας που έχουν να κάνουν με την γραφειοκρατία, το ασταθές φορολογικό πλαίσιο, αλλά και τη μη διαθεσιμότητα ή μη αποτελεσματική λειτουργία μηχανισμών προώθησης και υποστήριξης της επιχειρηματικότητας.

Σύμφωνα με τους εμπειρογνώμονες, η εγχώρια αγορά είναι εξαιρετικά ρευστή, γεγονός που θα μπορούσε να θεωρηθεί ως θετικό, εφόσον εκδηλωνόταν αντίστοιχο ενδιαφέρον για επιχειρηματικότητα. **Τα βασικά εμπόδια επιχειρηματικής δραστηριοποίησης στην Ελλάδα σε σημαντικό βαθμό εκπορεύονται από την έλλειψη ενός γενικότερου στρατηγικού πλαισίου και στοχευμένων πολιτικών για την τόνωση της επιχειρηματικότητας.** Επιπροσθέτως, το ασταθές φορολογικό σύστημα, η έλλειψη φορολογικών κινήτρων σε ότι αφορά στις νέες επιχειρήσεις, η γραφειοκρατία, αλλά και η αναποτελεσματικότητα σε

άλλους παράγοντες όπως π.χ. στη μη αποτελεσματική λειτουργία των δημόσιων φορέων που εποπτεύουν την ίδρυση των νέων επιχειρήσεων, αποτελούν εμπόδια στην υλοποίηση νέων εγχειρημάτων. **Σημαντικά προσκόμματα στην επιχειρηματικότητα τίθενται ακόμα από τη δυσκολία πρόσβασης σε χρηματοδότηση, τα υψηλά εμπόδια εισόδου στην αγορά, αλλά και την επικρατούσα κουλτούρα για θέματα επιχειρηματικότητας που είναι μάλλον αμφίσημη.** Από την άλλη όμως, βασικά κίνητρα προώθησης της επιχειρηματικότητας, σύμφωνα με τους εμπειρογνώμονες μπορούν να αποτελέσουν η βελτίωση του επιπέδου εκπαίδευσης και κατάρτισης στην Ελλάδα ώστε να παρέχονται οι απαραίτητες γνώσεις και εφόδια στα άτομα για την ανάπτυξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, και η διάθεση σύγχρονων χρηματοοικονομικών εργαλείων για την παροχή χρηματοδοτικής στήριξης. **Πάντως σε σχέση με άλλες χρονιές στον τομέα της εκπαίδευσης σημειώνεται το 2017 μία μικρή σύγκλιση στο μέσο όρο των χωρών καινοτομίας, γεγονός που υποδηλώνει μια βελτίωση στα ζητήματα της ανάπτυξης δεξιοτήτων για την εκδήλωση επιχειρηματικότητας σε όλες τις βαθμίδες εκπαίδευσης.**

Συνεπώς, η υιοθέτηση ενιαίας πολιτικής και στρατηγικής για την στήριξη της επιχειρηματικότητας, με δημόσια και ιδιωτικά προγράμματα κατάρτισης, και οι στοχευμένες δράσεις που θα ενισχύσουν την επιχειρηματικότητα για νέους επιχειρηματίες, γυναίκες και άνεργους και σε περιφερειακό επίπεδο, θα μπορούσαν να συμβάλλουν σε σημαντικό βαθμό στην προώθηση της υγιούς και βιώσιμης επιχειρηματικότητας.

Με βάση τις απόψεις των εμπειρογνομόνων, οι τρεις σημαντικότεροι παράγοντες που δυσχεραίνουν την προώθηση της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα είναι:

- Η έλλειψη ολοκληρωμένου θεσμικού πλαισίου και ενιαίων πολιτικών σε ότι αφορά τη φορολογία των νέων επιχειρήσεων, τη γραφειοκρατία και γενικότερα στους ισχύοντες κανονισμούς αλλά και αναφορικά με το ρόλο των δημόσιων φορέων που εποπτεύουν την ίδρυση των νέων επιχειρήσεων
- Τα προσκόμματα που δημιουργούνται από τη λειτουργία του ευρύτερου πολιτικού και κοινωνικού περιβάλλοντος
- Η περιορισμένη διάθεση χρηματοδοτικών μέσων, και κατ' επέκτασιν η απουσία χρηματοδοτικής στήριξης που αντιμετωπίζουν οι νέες επιχειρήσεις.

Σύμφωνα με τους εμπειρογνώμονες οι βασικότεροι τρόποι προώθησης της επιχειρηματικότητας στη χώρα θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν :

- Την βελτίωση του επιπέδου εκπαίδευσης και κατάρτισης στην Ελλάδα ώστε να παρέχονται οι απαραίτητες γνώσεις και εφόδια στα άτομα για την ανάπτυξη βιώσιμων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων
- Τη βελτίωση του οικονομικού κλίματος, μέσα από δράσεις που ενθαρρύνουν την επιχειρηματικότητα και παρέχουν κίνητρα για την υλοποίηση νέων εγχειρημάτων

- Την αναβάθμιση και τον εκσυγχρονισμό των φυσικών υποδομών (οδικοί άξονες, δίκτυα παροχής νερού, φυσικού αερίου και ηλεκτρισμού, τηλεπ/κά δίκτυα) αλλά τους οργανωμένους χώρους για εγκατάσταση επιχειρήσεων που διευκολύνουν και καθιστούν πιο αποτελεσματική την ανάπτυξη επιχειρηματικών εγχειρημάτων.
- Την υιοθέτηση ενιαίας πολιτικής και στρατηγικής για την στήριξη της επιχειρηματικότητας, με δημόσια προγράμματα, ειδικές πρωτοβουλίες για νέους επιχειρηματίες, γυναίκες και άνεργους και σε περιφερειακό επίπεδο.
- Τη διάθεση σύγχρονων χρηματοοικονομικών εργαλείων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΟ 2017

1.1 ΓΕΝΙΚΗ ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το ερευνητικό πρόγραμμα του Global Entrepreneurship Monitor (GEM) είναι ένα παγκόσμιο πρόγραμμα που ξεκίνησε το 1999 με τη συμμετοχή 10 χωρών. Η πρώτη ελληνική συμμετοχή πραγματοποιήθηκε το 2003, μέσω του IOBE. Έκτοτε συνεχίζεται ανελλιπώς κάθε χρόνο, ενώ διευρύνεται το φάσμα των οικονομιών που καλύπτει, με μικρές αλλαγές από χρόνο σε χρόνο, με αποτέλεσμα το 2017 να συμμετέχουν πλέον περί τις 54 χώρες από όλες τις οικονομικές ζώνες του κόσμου¹. Το γεγονός αυτό έχει επιτρέψει αφενός να εμπλουτίζεται σημαντικά το εμπειρικό επίπεδο του προγράμματος, αφετέρου να προσφέρεται η δυνατότητα για ακόμα μεγαλύτερη συγκριτική και διαχρονική αξιολόγηση. Έτσι, η συμβολή που έχουν τα αποτελέσματα της έρευνας στη δημόσια συζήτηση για την προώθηση της επιχειρηματικότητας διεθνώς, έχει ενισχυθεί, με πλήθος αναφορών σε επίπεδο επιστημονικών δημοσιεύσεων, αλλά και επιμέρους μελετών.

Όπως κάθε χρόνο έτσι και στη φετινή έκθεση αξιολογείται η εξέλιξη των χαρακτηριστικών της νέας επιχειρηματικότητας που εκδηλώθηκε στη χώρα το 2017, εστιάζοντας στην επιχειρηματικότητα που βρίσκεται στα αρχικά στάδια (**επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων**). Ζητήματα, όπως η δυναμική ανάπτυξης, η εξωστρέφεια, ο βαθμός καινοτομίας και η τεχνολογική αναβάθμιση των νέων εγχειρημάτων που εντοπίστηκαν στο πλαίσιο της εμπειρικής έρευνας αναλύονται διεξοδικά. Επίσης αναλύεται το προφίλ και τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, το κίνητρο της επιχειρηματικής τους δραστηριοποίησης, αλλά και οι προδιαθέσεις και αντιλήψεις του ευρύτερου πληθυσμού απέναντι στην επιχειρηματικότητα.

Ένα ειδικό θέμα που αναλύεται στη φετινή έκθεση είναι η γυναικεία επιχειρηματικότητα, θέμα που επιλέχθηκε και στην αντίστοιχη παγκόσμια έκθεση, ως πεδίο ανάλυσης. Με βάση τη διεθνή βιβλιογραφία η γυναικεία επιχειρηματικότητα εμφανίζεται να υπολείπεται σταθερά εκείνης των ανδρών, ιδιαίτερα μάλιστα στις χώρες υψηλού εισοδήματος. Αντίθετα, στις χώρες χαμηλού εισοδήματος η κατανομή της επιχειρηματικότητας ανάμεσα στα δύο φύλα εμφανίζεται περισσότερη ισομερής. Προφανώς, στην τελευταία ομάδα χωρών η ανάγκη ωθεί τις γυναίκες προς την επιχειρηματική δραστηριοποίηση, ενάντια στα ισχυρά κοινωνικά στερεότυπα που αντιμετωπίζουν την επιχειρηματικότητα ως αυστηρά ανδρική

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

υπόθεση. Σε κάθε περίπτωση και ειδικά στην Ευρώπη αναζητούνται τρόποι ενίσχυσης της συμμετοχής των γυναικών στην επιχειρηματικότητα, προτεραιότητα που αποτελεί βασικό στόχο και του Entrepreneurship 2020 Action Plan.

Η δομή της έκθεσης είναι η ακόλουθη: στο πρώτο - και κεντρικότερο - κεφάλαιο της έκθεσης αναλύονται οι βασικοί δείκτες της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων, δηλαδή η διαχρονική εξέλιξη των προσωπικών, δημογραφικών και ποιοτικών χαρακτηριστικών των επιχειρηματιών που εντόπισε η έρευνα για το 2017, καθώς και η σύγκριση με την υπόλοιπη Ευρώπη. Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται η ανάλυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Στο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας για το επιχειρηματικό περιβάλλον της χώρας, όπως προέκυψαν από τους 36 εθνικούς εμπειρογνώμονες της επιχειρηματικότητας. Σε παράρτημα περιλαμβάνονται επεξηγηματικά στοιχεία για το πρόγραμμα, όπως και επιμέρους διευκρινήσεις που συνεισφέρουν στην κατανόηση της μεθοδολογίας του GEM.

1.2 ΒΑΣΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

1.2.1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ

Ο βασικός δείκτης επιχειρηματικότητας που αναλύεται στο πλαίσιο της έρευνας του GEM αφορά στην λεγόμενη «**επιχειρηματικότητα αρχικών-σταδίων**»² που υπολογίζεται σε εθνικό επίπεδο από το ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών, το οποίο βρισκόταν στο στάδιο εκκίνησης ενός νέου επιχειρηματικού εγχειρήματος κατά τη στιγμή της έρευνας (καλοκαίρι του 2017). Τα άτομα αυτά σύμφωνα με το εννοιολογικό πλαίσιο του GEM μπορούν να διακριθούν σε δύο επιμέρους κατηγορίες:

- α) τους «επίδοξους» (nascent) επιχειρηματίες, εκείνους δηλαδή που βρίσκονται στο στάδιο σχεδιασμού για την ανάληψη και υλοποίηση μιας επιχειρηματικής πρωτοβουλίας ή/και μόλις ξεκινούν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα και
- β) στους «νέους» επιχειρηματίες, εκείνους δηλαδή που η επιχειρηματική τους δραστηριοποίηση έχει ξεκινήσει πρόσφατα για τουλάχιστον 3 μήνες, αλλά δεν έχει υπερβεί σε διάρκεια τους 42 μήνες.³

Με δεδομένο ότι οι χώρες που συμμετέχουν στο GEM είναι αρκετά ετερογενείς, για να έχει ουσιαστικό περιεχόμενο η συγκριτική ανάλυση μεταξύ τους, έχει γίνει μία ταξινόμηση σε

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

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

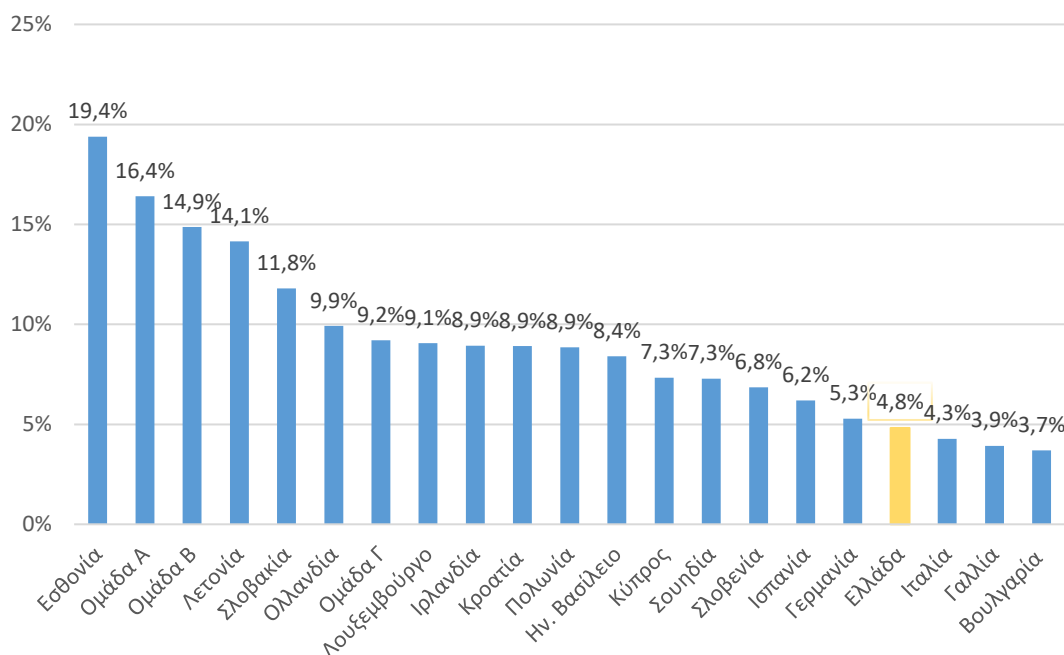
τρεις ομάδες, με βάση τα χαρακτηριστικά τους και έχοντας ως πρότυπο την ομαδοποίηση του World Economic Forum και της έκθεσης Global Competitiveness Report. Αναλυτικότερα, **η πρώτη κατηγορία (Ομάδα Α)** περιλαμβάνει τις χώρες χαμηλού κατά κεφαλήν εισοδήματος, το προϊόν των οποίων προέρχεται κυρίως από την αξιοποίηση πρωτογενών συντελεστών παραγωγής, αντιπροσωπεύει δηλαδή χώρες που χαρακτηρίζονται ως χώρες χαμηλού κόστους. **Η δεύτερη κατηγορία (Ομάδα Β)** εμπεριέχει χώρες μεσαίου εισοδήματος, η ανάπτυξη των οποίων βασίζεται στη βελτίωση της αποτελεσματικότητας της οικονομίας τους. Τέλος, **η τρίτη (Ομάδα Γ)** περιλαμβάνει αναπτυγμένες χώρες, χώρες υψηλού εισοδήματος δηλαδή, οι οποίες βασίζουν την ανάπτυξή τους στη συνεχή προώθηση της καινοτομίας προϊόντος και διεργασιών. Η Ελλάδα ανήκει σε αυτήν την ομάδα Γ, κάτι που σημαίνει ότι είναι δόκιμο να συγκρίνεται κυρίως με αυτές τις χώρες.

Το Διάγραμμα 1.1 που ακολουθεί αποτυπώνει τον δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων για το 2017 σε επιλεγμένες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όπως και τους μέσους όρους στις τρεις ομάδες χωρών που αναφέρθηκαν⁴.

Όπως συμβαίνει με συστηματικό τρόπο όλα τα χρόνια, οι χώρες που ανήκουν στις ομάδες Α και Β που είναι κατά κανόνα χώρες χαμηλότερου βιοτικού επιπέδου, παρουσιάζουν και το 2017 υψηλότερα ποσοστά επιχειρηματικής δραστηριοποίησης έναντι των χωρών καινοτομίας (ομάδα Γ). Το συγκεκριμένο εύρημα οφείλεται κυρίως στο ότι σε αυτές τις χώρες η αναζήτηση εργασίας είναι μία δύσκολη υπόθεση, με αποτέλεσμα τα άτομα να ωθούνται στην επιχειρηματικότητα, που συνήθως αφορά στην αυτοαπασχόληση και την μικροεπιχειρηματικότητα, για καθαρά βιοποριστικούς λόγους, καταγράφοντας αυτό που στη βιβλιογραφία χαρακτηρίζεται ως επιχειρηματικότητα ανάγκης. Η έλλειψη μεγάλων επιχειρήσεων, οι δυσκολίες εύρεσης εξαρτημένης εργασίας, σε συνδυασμό με τον διευρυνόμενο εργατικό δυναμικό, ωθούν τα άτομα σε αυτή την «επιχειρηματικότητα ανάγκης» που είναι πιο ισχυρή στις αναπτυσσόμενες χώρες, όπως θα φανεί και στη συνέχεια.

⁴ Η ομάδα Α (χώρες χαμηλού κόστους) περιλαμβάνει τις εξής χώρες: Βιετνάμ, Ινδία, Καζακστάν και Μαδαγασκάρη. Η ομάδα Β (χώρες βελτίωσης αποτελεσματικότητας) περιλαμβάνει τις εξής χώρες: Αίγυπτος, Μαρόκο, Ν. Αφρική, Κίνα, Ινδονησία, Ιράν, Λίβανος, Μαλαισία, Ταϊλάνδη, Αργεντινή, Βραζιλία, Χιλή, Κολομβία, Ισημερινός, Γουατεμάλα, Μεξικό, Παναμάς, Περού, Ουρουγουάη, Σαουδική Αραβία, Βουλγαρία, Βοσνία Ερζεγοβίνη, Κροατία, Λετονία, Πολωνία, Σλοβακία. Τέλος η ομάδα Γ (χώρες καινοτομίας) περιλαμβάνει τις εξής χώρες: Αυστραλία, Ισραήλ, Κατάρ, Ν.Κορέα, Ταϊβάν, ΗΑΕ, Ιαπωνία, Πουέρτο Ρίκο, Κύπρος, Εσθονία, Γαλλία, Γερμανία, Ελλάδα, Ιρλανδία, Ιταλία, Λουξεμβούργο, Ολλανδία, Σλοβενία, Ισπανία, Σουηδία, Ελβετία, Ην. Βασίλειο, Καναδάς, ΗΠΑ.

Διάγραμμα 1.1: Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που εμπλέκεται σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά χώρα (2017)



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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

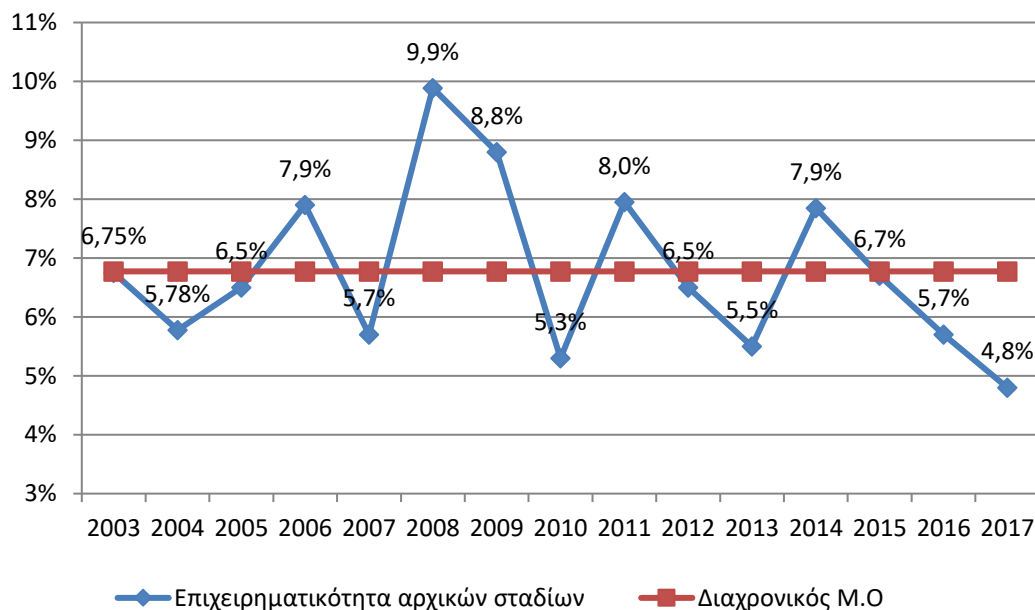
Στην Ελλάδα το ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών που εντάσσεται το 2017 σε αρχικά στάδια επιχειρηματικής δραστηριότητας υποχωρεί περαιτέρω στο 4,8% (320 χιλιάδες άτομα) από 5,7% (380 χιλιάδες άτομα) το 2016. Πρόκειται για τη χαμηλότερη διαχρονικά επίδοση της χώρας, ενώ είναι κατά πολύ χαμηλότερη και από το μέσο όρο των χωρών της Ομάδας Γ (2017: 9,2%).

Αξίζει να σημειωθεί ότι από το 2014, όταν ο σχετικός δείκτης άγγιζε οριακά το 8%, καταγράφεται μια συνεχής εξασθένηση του σχετικού δείκτη, γεγονός που συνδέεται με την ενίσχυση της αστάθειας στη χώρα. Στο εν λόγω διάστημα, οι πολιτικοοικονομικές εξελίξεις είχαν δημιουργήσει ένα νέο οικονομικό και επιχειρηματικό περιβάλλον, τόσο στο εσωτερικό της χώρας, όσο και σε σχέση με τους εταίρους και πιστωτές, προς τους οποίους και απευθυνθήκαμε για χρηματοδοτική υποστήριξη. Ταυτόχρονα, από το καλοκαίρι του 2015 και μετά είχαμε την επιβολή κεφαλαιακών περιορισμών, μοναδική εξέλιξη για τη σύγχρονη οικονομική ιστορία της χώρας. Η υποχώρηση του 2017 θα πρέπει να συνδεθεί ωστόσο και με τις φορολογικές επιβαρύνσεις οι οποίες εντάθηκαν και πίεσαν τη νέα μικρή

επιχειρηματικότητα και την έναρξη αυτοαπασχόλησης⁵. Συνεπώς, αυτή η υποχώρηση μάλλον θα πρέπει να θεωρηθεί λογική στο συγκεκριμένο πλαίσιο που μετρήθηκε. Βεβαίως, η οικονομία τα τελευταία χρόνια έχει σταθεροποιηθεί και μάλιστα το 2017 σημειώθηκε ρυθμός ανάπτυξης της τάξης του 1,4%. **Ωστόσο είναι φανερό ότι ακόμα δεν έχουν διαμορφωθεί συνθήκες που θα επέτρεπαν σε μεγαλύτερα τμήματα του πληθυσμού να συμμετάσχουν στην επιχειρηματικότητα. Από την άλλη πλευρά, καθώς έχει σημειωθεί σημαντική αποκλιμάκωση της ανεργίας αυτό το διάστημα, ενισχύθηκε η προσφορά εργασίας στην οικονομία από τον καθιερωμένο επιχειρηματικό τομέα. Η αύξηση της εξαρτημένης εργασίας ήταν της τάξης του 2,2% (μ.ο. 2017 σε σχέση με μ.ο 2016), με περίπου 53000 θέσεις εξαρτημένης εργασίας να δημιουργούνται στη χώρα.**

Σε κάθε περίπτωση, η επίδοση αυτή φέρνει την Ελλάδα όχι μόνο κάτω από τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας, αλλά και χαμηλότερα από το διαχρονικό μέσο του δείκτη (2003-2017: 6,9%), αν και η εξέλιξη του δείκτη αυτού εμφανίζει αρκετές διακυμάνσεις (Διάγραμμα 1.2).

Διάγραμμα 1.2: Διαχρονική εξέλιξη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ως ποσοστό του πληθυσμού 18-64 ετών στην Ελλάδα



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Διακρίνοντας μεταξύ των δύο κατηγοριών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, δηλαδή τους επίδοξους και τους νέους επιχειρηματίες, διαπιστώνουμε ότι το 54% αυτών ανήκει στη δεύτερη κατηγορία, αρκετά υψηλότερα μάλιστα από το 2016 (44%). **Αυτό σημαίνει ότι πάνω**

⁵ Σύμφωνα με τις Έρευνες Εργατικού Δυναμικού της ΕΛΣΤΑΤ, το ποσοστό των αυτοαπασχολούμενων με ή χωρίς προσωπικό υποχώρησε σταδιακά από το 32,1% το 2013 σε 30,1% το 2017 (<http://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/SJO03/>)

από τους μισούς επιχειρηματίες (περί τα 160 χιλ. άτομα) βρίσκονται ενεργά στο στάδιο της έναρξης της επιχείρησής τους ήδη για 3 μήνες. Η επίδοση αυτή βρίσκεται πάνω από το μέσο όρο των χωρών της καινοτομίας και συνιστά μια θετική εξέλιξη, καθώς ενισχύθηκε το 2017 το ποσοστό των επιχειρηματικών αρχικών σταδίων που τελικά πραγματοποίησε το κρίσιμο βήμα από την προεργασία (επίδοξος) στην πραγματική έναρξη δραστηριότητας (νέος επιχειρηματίας).

1.2.2 ΚΑΘΙΕΡΩΜΕΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Η **καθιερωμένη επιχειρηματικότητα** είναι ένας ακόμα βασικός δείκτης του GEM. Αναφέρεται στα άτομα (ηλικίας 18-64 ετών) τα οποία δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά για τουλάχιστον 3,5 χρόνια στη χώρα και επομένως έχουν κατορθώσει να ξεπεράσουν ένα κρίσιμο στάδιο επιβίωσης. Ο δείκτης αυτός ουσιαστικά δίνει μια εικόνα για το επόμενο στάδιο της επιχειρηματικής ενεργοποίησης, ενώ ολοκληρώνει τελικά και το συνολικό επίπεδο επιχειρηματικότητας σε μια χώρα, μαζί βεβαίως με αυτούς που διακόπτουν την επιχειρηματική του δραστηριότητα.

Η Ελλάδα στον δείκτη αυτόν - όπως συμβαίνει κάθε χρόνο – έτσι και το 2017 βρίσκεται στην 1^η θέση των χωρών καινοτομίας, και γενικότερα στις πρώτες θέσεις παγκοσμίως, αν και ο σχετικός δείκτης μειώθηκε στο 12,4% από 14,1% το 2016 (μέσος όρος χωρών καινοτομίας στο 6,8% το 2017). Οι υψηλές επιδόσεις της χώρας στον δείκτη καθιερωμένης επιχειρηματικότητας αποτελούν άλλωστε άλλη μία έκφραση της ισχυρής αυτοαπασχόλησης και μικροεπιχειρηματικότητας, που κυριαρχούν στη δομή του ελληνικού παραγωγικού συστήματος. Αποτέλεσμα της υψηλής καθιερωμένης επιχειρηματικότητας είναι η Ελλάδα να κατέχει την τρίτη υψηλότερη επίδοση και στη συνολική επιχειρηματικότητα μεταξύ των χωρών καινοτομίας, όπως αυτή ορίζεται από το άθροισμα των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων και των καθιερωμένων επιχειρηματιών. Έτσι τελικά διαπιστώνεται ότι περίπου το **17,1% του πληθυσμού 18-64 ετών, περίπου 1,13 εκατ. άτομα στην Ελλάδα έχει κάποια σχέση με την επιχειρηματικότητα, είτε στα αρχικά, είτε σε επόμενα στάδια ανάπτυξης** (Πίνακας 1.1).

Πίνακας 1.1: Συμμετοχή στην επιχειρηματική δραστηριότητα ανά χώρα (% πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών, 2017)

	Επίδοξοι επιχειρηματίες	Νέοι επιχειρηματίες	Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων	Καθιερωμένοι επιχειρηματίες	Συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα
Βουλγαρία	1,8	1,9	3,7	6,4	10,0
Γαλλία	2,9	1,1	3,9	3,6	7,4
Γερμανία	3,4	2,0	5,3	6,1	11,1
Ελλάδα	2,3	2,6	4,8	12,4	17,1
Εσθονία	13,4	6,2	19,4	11,4	29,7
Ην. Βασίλειο	4,3	4,2	8,4	6,7	14,8
Ιρλανδία	5,8	3,3	8,9	4,4	13,0
Ισπανία	2,8	3,5	6,2	7,0	13,0
Ιταλία	2,7	1,7	4,3	5,9	10,1
Κροατία	6,1	2,9	8,9	4,4	13,2
Κύπρος	3,6	3,8	7,3	8,9	16,1
Λετονία	9,4	5,1	14,1	7,7	21,1
Λουξεμβούργο	6,7	2,6	9,1	3,3	11,8
Ολλανδία	4,7	5,4	9,9	8,6	18,1
Πολωνία	6,7	2,2	8,9	9,8	18,5
Σλοβακία	8,2	3,8	11,8	10,0	21,1
Σλοβενία	4,0	3,0	6,8	6,8	13,3
Σουηδία	5,3	2,1	7,3	4,2	11,4
Ομάδα Α	6,6	10,1	16,4	15,7	31,1
Ομάδα Β	8,7	6,5	14,9	8,9	23,1
Ομάδα Γ	5,5	3,8	9,2	6,8	15,7

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

1.2.3 ΔΙΑΚΟΠΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Στο πλαίσιο της έρευνας του GEM καταγράφεται και το ποσοστό του πληθυσμού 18-64 ετών που δηλώνει πως διέκοψε ή ανέστειλε την επιχειρηματική του δραστηριότητα. Ο σχετικός δείκτης για το **2017 ανέρχεται στο 4,7% του πληθυσμού (περίπου 310 χιλιάδες άτομα)**, επίδοση που είναι πολύ υψηλότερη από το αντίστοιχο ποσοστό το 2016 (3,8%), αλλά ταυτόχρονα και σε μεγάλη απόσταση από το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (2,2%, Πίνακας 1.2). Πρόκειται πάντως για δείκτη που παραδοσιακά η Ελλάδα εμφανίζει υψηλές τιμές, λόγω του υψηλού επιπέδου επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων: σε χώρες όπου ξεκινούν πολλά νέα εγχειρήματα, είναι λογικό να καταγράφονται αντίστοιχα και πολλές αποτυχίες. **Συνεπώς, ο σχεδιασμός των πολιτικών για την τόνωση της επιχειρηματικότητας δεν αρκεί να εστιάζει απλώς στην ποσοτική ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, καθώς οι υψηλές επιδόσεις σε νεοφυείς επιχειρήσεις δεν εξασφαλίζουν απαραίτητα και βιώσιμη**

επιχειρηματικότητα. Αντίθετα, μπορεί να δημιουργούνται λιγότερες επιχειρήσεις σε μια οικονομία, αλλά με ποιοτικότερα χαρακτηριστικά και μεγαλύτερο πολλαπλασιαστικό αποτέλεσμα στην οικονομία.

Σε κάθε περίπτωση πάντως είναι πρώτη φορά καταγράφεται στις μετρήσεις, ένα σχεδόν παραπλήσιο ποσοστό επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων και διακοπής της επιχειρηματικής δραστηριότητας, γεγονός που υποδηλώνει πολύ μικρή εισροή νέας επιχειρηματικότητας. **Αυτό θα μπορούσε να θεωρηθεί θετικό μόνο αν έκλειναν εγχειρήματα χαμηλής ποιότητας και προστιθέμενης αξίας και άνοιγαν εγχειρήματα υψηλής ποιότητας και προστιθέμενης αξίας, καθώς θα σήμαινε ότι αναβαθμίζεται η επιχειρηματική ταυτότητα. Για το δεύτερο μπορούμε να απαντήσουμε από τα ευρήματα της φετινής έρευνας: δεν σημειώνεται ουσιαστική ποιοτική αναβάθμιση. Όμως διαφαίνεται μια μικρή ενίσχυση του μέσου μεγέθους, με την έννοια ότι τα νέα εγχειρήματα απασχολούν στην έναρξη περισσότερα άτομα ή προσδοκούν να δημιουργήσουν περισσότερες θέσεις εργασίας σε σχέση με το παρελθόν.**

Πίνακας 1.2: Διακοπή επιχειρηματικής δραστηριότητας (% πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών, 2017)

	Διακοπή-Αναστολή Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (% πληθυσμού)	Αποχώρηση από εταιρικό σχήμα (% πληθυσμού)
Βουλγαρία	1,0	0,3
Γαλλία	1,9	1,4
Γερμανία	0,9	0,7
Ελλάδα	4,7	0,4
Εσθονία	2,9	1,5
Ην. Βασίλειο	1,9	0,6
Ιρλανδία	1,9	1,4
Ισπανία	1,3	0,6
Ιταλία	1,1	1,0
Κροατία	1,9	2,0
Κύπρος	2,7	1,6
Λετονία	3,0	1,2
Λουξεμβούργο	2,3	0,9
Ολλανδία	2,1	1,0
Πολωνία	2,1	0,7
Σλοβακία	2,8	1,4
Σλοβενία	1,5	0,8
Σουηδία	2,1	0,4
Ομάδα Α	3,8	1,6
Ομάδα Β	3,9	1,5
Ομάδα Γ	2,2	1,3

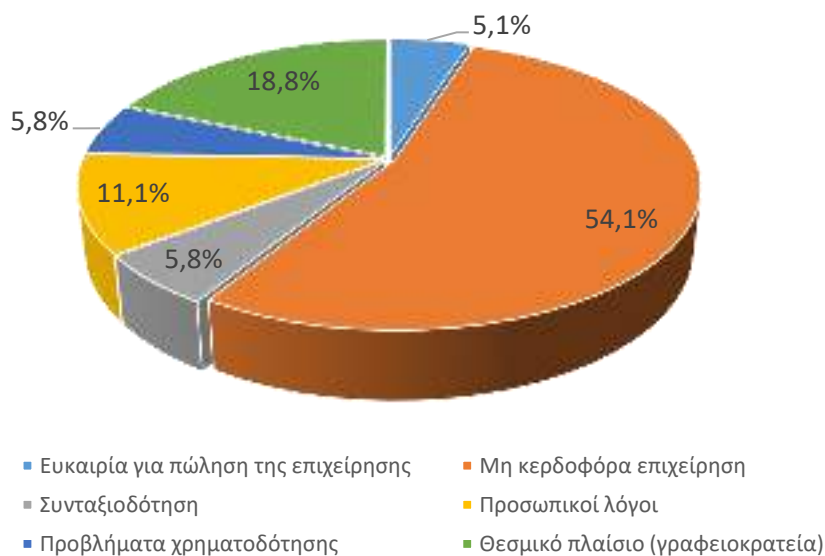
Ομάδα Α: Χώρες Χαμηλού κόστους, Ομάδα Β: Χώρες βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Ομάδα Γ: Χώρες καινοτομίας

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Επιπλέον, μόλις το 0,4% του πληθυσμού δηλώνει ότι έχει απλώς αποχωρήσει από το εταιρικό σχήμα, ενώ η επιχείρηση συνεχίζει να λειτουργεί, όταν το αντίστοιχο ποσοστό των χωρών καινοτομίας διαμορφώνεται στο 1,3%. Συνεπώς, στην Ελλάδα μάλλον είναι σπάνιο το φαινόμενο να εγκαταλείπει κάποιος το εγχείρημα το οποίο ξεκίνησε, σε συνεργασία με κάποιον άλλο / κάποιους άλλους.

Βασικότερος λόγος διακοπής ή αναστολής λειτουργίας μιας επιχείρησης το 2017 αποτελεί η έλλειψη κερδοφορίας σε ποσοστό 54%, ενώ από τους λοιπούς παράγοντες ξεχωρίζουν το θεσμικό πλαίσιο και η γραφειοκρατία (18,8%), οι προσωπικοί λόγοι (11%), η συνταξιοδότηση (5,8%), καθώς και τα προβλήματα χρηματοδότησης (5,1%), (Διάγραμμα 1.3). Ουσιαστικά, τα αποτελέσματα δεν φαίνεται να διαφοροποιούνται σε σχέση με το 2016, καθώς η απουσία βιώσιμου μοντέλου ανάπτυξης κυρίως και λιγότερο τα προβλήματα χρηματοδότησης, παραμένει βασικό πρόβλημα στην επιχειρηματική δραστηριοποίηση στο εγχώριο περιβάλλον.

Διάγραμμα 1.3: Λόγοι διακοπής ή αναστολής λειτουργίας επιχείρησης (2017)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM 2016

1.2.4 ΚΙΝΗΤΡΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΑΝΑΓΚΗ Η ΕΥΚΑΙΡΙΑ

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

- α) η *επιχειρηματικότητα ευκαιρίας*, που αναφέρεται στην επιχειρηματικότητα που εκδηλώνεται κυρίως για την αξιοποίηση μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας που εντοπίζεται και αξιολογείται στο οικονομικό περιβάλλον του ερωτώμενου και η οποία προκρίνεται ικανή είτε να οδηγήσει σε αύξηση του εισοδήματός του, είτε να προσφέρει εργασιακή ανεξαρτησία και
- β) η *επιχειρηματικότητα ανάγκης*, που αναφέρεται στην περίπτωση όπου το άτομο ωθείται στην ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας κυρίως λόγω έλλειψης άλλων επιλογών εργασίας, δυσαρέσκειας με την υπάρχουσα απασχόληση, φόβου για πιθανή απόλυση βραχυπρόθεσμα, ή απλώς για λόγους διατήρησης του εισοδήματός του, το οποίο «απειλείται» με συρρίκνωση.^{6,7}

Ο Πίνακας 1.3 παρουσιάζει την κατανομή των κινήτρων των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων εστιάζοντας στις χώρες καινοτομίας. **Στην Ελλάδα το 2017 το 29,1% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων (περίπου 90 χιλιάδες άτομα) ξεκίνησαν ένα επιχειρηματικό εγχείρημα από ανάγκη⁸, ενώ το 37,0% (περίπου 120 χιλιάδες άτομα) διέκριναν κάποια επιχειρηματική ευκαιρία. Σε σχέση με μέσο όρο των χωρών καινοτομίας, η ελληνική επιχειρηματικότητα ευκαιρίας κινείται σε πολύ χαμηλότερα επίπεδα (53,5%), ενώ η επιχειρηματικότητα ανάγκης βρίσκεται σε υψηλότερα επίπεδα συγκριτικά με τον αντίστοιχο μέσο όρο (22,9%).** Σταχυολογώντας τις χώρες καινοτομίας που εμφανίζουν αντίστοιχα επίπεδα επιχειρηματικότητας ανάγκης γίνεται φανερό ότι πρόκειται για χώρες με ιδιαίτερα υψηλή ανεργία των νέων (όπως π.χ η Ελλάδα, Κροατία, Κύπρος, Ισπανία, Ιταλία), όπου τελικά η ανάληψη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων αποτελεί μία βιοποριστική λύση και όχι μια επιλογή αξιοποίησης επιχειρηματικών ευκαιριών.

Από την άλλη πλευρά όμως δεν θα πρέπει να περάσει απαρατήρητη μία θετική εξέλιξη το 2017 σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά. Έτσι λοιπόν, όπως φαίνεται και από το Διάγραμμα 1.4. **το 2017 σημειώνεται περαιτέρω ενίσχυση του ποσοστού των ατόμων που**

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

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

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

δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά από ευκαιρία, με το σχετικό δείκτη να φτάνει το 37%, σημειώνοντας άνοδο για 4^η συνεχόμενη χρονιά.

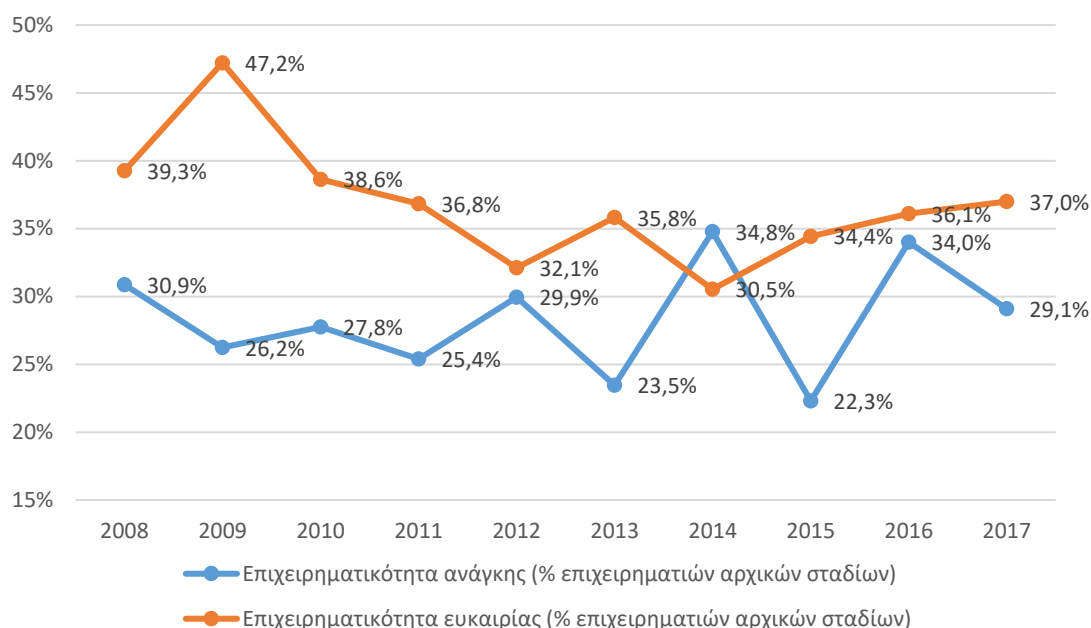
Πίνακας 1.3: Κίνητρα έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας ανά χώρα (2017)

% επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων

	Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας για βελτίωση εισοδήματος ή/και εργασιακής ανεξαρτησίας	Επιχειρηματικότητα ανάγκης
Βουλγαρία	28,5	33,7
Κροατία	41,2	46,7
Κύπρος	46,7	32,5
Εσθονία	50,9	23,0
Γαλλία	61,5	28,7
Γερμανία	59,9	25,3
Ελλάδα	37,0	29,1
Ιρλανδία	52,1	26,9
Ιταλία	35,2	18,4
Λετονία	46,9	26,7
Λουξεμβούργο	55,3	15,7
Ολλανδία	72,6	10,0
Πολωνία	67,6	10,6
Σλοβακία	47,5	38,8
Σλοβενία	48,4	28,9
Ισπανία	48,2	33,5
Σουηδία	44,8	9,7
Ην. Βασίλειο	60,7	20,3
Ομάδα Α	45,0	30,1
Ομάδα Β	47,5	31,1
Ομάδα Γ	53,5	22,9

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Διάγραμμα 1.4: Εξέλιξη κατανομής επιχειρηματικότητας ανάγκης και ευκαιρίας

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

1.2.5 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΑΤΥΠΩΝ ΕΠΕΝΔΥΤΩΝ ΣΤΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΕΓΧΕΙΡΗΜΑΤΩΝ

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

Η άτυπη χρηματοδότηση είναι προφανές ότι ενισχύεται όταν μία οικονομία βρίσκεται σε συνθήκες πιστωτικής στενότητας και δε λειτουργεί επαρκώς ο χρηματοπιστωτικός τομέας, όπως συμβαίνει τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα. Η εκτεταμένη απόσυρση καταθέσεων, η αύξηση των μη εξυπηρετούμενων δανείων, αλλά και η συνεχιζόμενη διαδικασία απομόχλευσης των επιχειρήσεων, περιορίζουν σημαντικά τις δυνατότητες του τραπεζικού συστήματος να χρηματοδοτήσει ειδικά νέες επιχειρήσεις. Παρότι για τη σταδιακή άμβλυνση

του ζητήματος των μη εξυπηρετούμενων δανείων έχουν δρομολογηθεί συγκεκριμένα μέτρα στον τραπεζικό τομέα, η διάρκεια της διευθέτησης και της διαχείρισης των δανείων υπό αυτό το πλαίσιο είναι ακόμα αβέβαιη⁹.

Από την άλλη πλευρά, το σχετικό περιβάλλον χρηματοδότησης νεοφυών επιχειρήσεων έχει αρχίσει να βελτιώνεται τα τελευταία χρόνια καταρχάς μέσω του JEREMIE Fund, που ήταν πρωτοβουλία του European Investment Fund μαζί με εθνικούς πόρους άρχισε να λειτουργεί πλήρως το 2013. Εσχάτως, μέσω του Equifund αλλά και ιδιωτικών πόρων, δημιουργήθηκαν εννέα funds τα οποία προσφέρουν για πρώτη φορά μια ολοκληρωμένη κάλυψη αναγκών χρηματοδότησης νεοφυών επιχειρήσεων. Έξι από τα funds είναι venture capital funds, δηλαδή αφορούν μόνο νεοφυείς επιχειρήσεις με αντικείμενο κατά κύριο λόγο γύρω τις νέες τεχνολογίες (Marathon, Metavallon, Unifund, BigPi, Venture Friends, Velocity Partners). Τα υπόλοιπα 3 funds επενδύουν σε πιο ανεπτυγμένες επιχειρήσεις και είναι τα: Elikonos, Synergia Hellenic Growth Fund IV και EOS Capital Partners. Πέρα από τη μεγάλη χρηματοδότηση που αναμένεται να προσφέρει το Equifund, σημαντικό πλεονέκτημα αποτελεί και η αμεσότητα της παροχής χρηματοδότησης, αφού πλέον το κεφάλαιο είναι άμεσα διαθέσιμο εντός μικρού χρονικού διαστήματος της τάξης των μερικών εβδομάδων από τη στιγμή της συμφωνίας μέχρι τη στιγμή της εκταμίευσης. Το Equifund έρχεται έτσι να «χτίσει» πάνω στο JEREMIE, μετά και από το μεγάλο χρηματοδοτικό κενό που είχε δημιουργηθεί και που είχε ως αποτέλεσμα αρκετές ομάδες startup επιχειρήσεων είτε να ζητήσουν λιγότερα χρήματα είτε να κάνουν κάτι λιγότερο φιλόδοξο, είτε και να παρατήσουν τελείως τα εγχειρήματά τους.

Σε κάθε περίπτωση ο ρόλος των άτυπων επενδυτών για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων αναμένεται να είναι πιο σημαντικός τα επόμενα χρόνια. Για των ώρα όμως, όπως επιβεβαιώνουν τα στοιχεία στη συνέχεια, αυτοί οι άτυποι επενδυτές προέρχονται κυρίως από το στενό οικογενειακό περιβάλλον. Αυτό σημαίνει ότι η αξιολόγηση της βιωσιμότητας μιας επιχειρηματικής ιδέας ενδεχομένως να μην γίνεται αντικειμενικά, αλλά περισσότερο με συναισθηματικά κριτήρια, με ότι αυτό συνεπάγεται για την ποιότητα και τελικά τις πιθανότητες βιωσιμότητας και μεγέθυνσης των επιχειρηματικών εγχειρημάτων. Αυτό βέβαια συσχετίζεται ως έναν βαθμό με τις αντίστοιχα υψηλές επιδόσεις του δείκτη διακοπής λειτουργίας των επιχειρήσεων, όπως αναλύθηκε παραπάνω. Ο Πίνακας 1.4 που ακολουθεί παρουσιάζει συγκριτικά δεδομένα για το ποσοστό του πληθυσμού που έδρασε ως άτυπος επενδυτής το 2017 στις χώρες καινοτομίας.

⁹ «Η χρηματοδότηση μέσω χρηματιστηριακής αγοράς και το νέο αναπτυξιακό πρότυπο της Ελλάδας», IOBE, Μάρτιος 2018.

Πίνακας 1.4: Ποσοστό ατόμων που έχουν υπάρξει άτυποι επενδυτές την τελευταία τριετία στο σύνολο του πληθυσμού ατόμων 18-64 ετών ανά χώρα (2016 και 2017)¹⁰

Άτυποι επενδυτές (% του πληθυσμού)		
	2016	2017
Γερμανία	3,8	4,7
Ελλάδα	2,9	3,2
Εσθονία	5,2	9,4
Ην. Βασίλειο	1,9	3,0
Ιρλανδία	2,8	4,1
Ισπανία	2,3	3,2
Ιταλία	1,7	2,2
Λουξεμβούργο	4,6	7,4
Ολλανδία	4	3,8
Σλοβενία	2,5	4,8
Σουηδία	3,2	7,8
Ομάδα Α	7,5	9,0
Ομάδα Β	4,6	5,7
Ομάδα Γ	3,4	5,4

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Στην Ελλάδα το 2017 το ποσοστό των ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που δήλωσαν πως διαδραμάτισαν ρόλο άτυπου επενδυτή για τη χρηματοδοτική υποστήριξη μιας επιχειρηματικής πρωτοβουλίας ήταν 3,2%, (περίπου 214 χιλιάδες άτομα), ελαφρώς υψηλότερα από το 2016, αλλά χαμηλότερα από το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (5,4%). Σε αυτό το γεγονός σημαντική επίδραση πρέπει να έχει παίξει η επιβολή κεφαλαιακών περιορισμών στη χώρα, αλλά και η χρηματοπιστωτική στενότητα το τραπεζικό σύστημα. Αντίστοιχα, το υψηλό ποσοστό των χωρών που περιλαμβάνονται στην ομάδα Α, πιθανότατα να οφείλεται στο χαμηλότερο βαθμό ανάπτυξης του χρηματοπιστωτικού συστήματος σε αυτές τις χώρες, κάτι που αναδεικνύει και τον καθοριστικότερο ρόλο που παίζουν οι άτυποι επενδυτές για την ανάπτυξη των νέων επιχειρημάτων σε αυτές τις χώρες.

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

¹⁰ Στον πίνακα παρατίθενται οι κοινές χώρες για το 2016-2017 για να είναι εφικτή η σύγκριση

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

	Ποια ήταν η σχέση με το άτομο που έλαβε την πιο πρόσφατη προσωπική σας επένδυση;				
	Κοντινό μέλος της οικογένειας (σύζυγος, αδελφός, παιδί, γονέας ή εγγόνι)	Άλλος συγγενής (εξ αίματος ή εξ αγχιστείας)	Συνάδελφος	Φίλος ή γείτονας	Άγνωστος που είχε μια καλή επιχειρηματική ιδέα
2007	32,8	10,3	27,6	25,9	-
2008	32,4	10,8	-	32,4	5,4
2009	65,9	14,6	-	19,5	0,0
2010	53,1	19,4	5,1	21,4	1,0
2011	58,6	11,4	8,6	18,6	2,9
2012	61,7	10,0	1,7	23,3	3,3
2013	62,7	23,5	-	9,8	3,9
2014	45,2	12,2	15,2	25,2	0,7
2015	69,0	15,5	2,8	9,9	2,8
2016	75,4	8,4	-	11,9	4,3
2017	71,7	11,5	3,8	4,8	-

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Κατά το 2017 περιορίζεται ελαφρά ο ρόλος της στενής οικογένειας παραμένοντας ωστόσο, σε διαχρονικά υψηλά ποσοστά (71,7%). **Πιο συγκεκριμένα δύο στους τρεις άτυπους επενδυτές είναι άτομα του στενότερου οικογενειακού κύκλου και ακόμα ένα 11,5% προέρχεται από τον ευρύτερο οικογενειακό κύκλο.** Έτσι συνολικά ένα ποσοστό της τάξης του 83% των άτυπων επενδυτών είναι μέλη του στενότερου ή ευρύτερου οικογενειακού κύκλου. Υπό την πίεση της ανεργίας, οι συγγενείς ενδεχομένως να αποφασίζουν να χρηματοδοτήσουν ένα εγχείρημα που ξεκινά κάποιο μέλος της στενής οικογένειας. Άλλωστε μια ενδεχόμενη επιχειρηματική αποτυχία περιορίζεται με αυτό τον τρόπο στο στενό οικογενειακό περιβάλλον και έτσι δεν εκτίθεται ο επιχειρηματίας στο δυσμενές πτωχευτικό δίκαιο που επικρατεί στη χώρα και στο «στίγμα» που επιφέρει αυτή, σε πιθανή επόμενη προσπάθεια επιχειρηματικής δραστηριοποίησης.

Αυτός ο τρόπος χρηματοδότησης δηλαδή η χρήση ιδίων κεφαλαίων, χωρίς την συμμετοχή επενδυτών, χαρακτηρίζεται στη σχετική βιβλιογραφία και ως Bootstrapping. Στην πραγματικότητα, η χρηματοδότηση αυτού του είδους είναι πολύ δύσκολη διαδικασία, αλλά αποτελεί ένα από τα θεμέλια της επιχειρηματικότητας και αντιπροσωπεύει μια δημιουργική στρατηγική χρηματοδότησης. Βεβαίως η χρήση αυτού του τρόπου χρηματοδότησης είναι δυνατή μόνο στην περίπτωση που η επιχείρηση δεν απαιτεί μεγάλη επένδυση στα πρώτα στάδια ανάπτυξης της. Πλεονέκτημα αυτής της προσέγγισης είναι ότι ο επιχειρηματίας διατηρεί τον πλήρη έλεγχο του εγχειρήματός του. Από την άλλη ο επιχειρηματίας δεν έχει

πρόσβαση στην υποστήριξη που μπορούν να παρέχουν έμπειροι συνεργάτες και επιχειρηματικές επαφές και τελικά είναι μία μέθοδος μετατροπής του ανθρώπινου κεφαλαίου σε οικονομικό κεφάλαιο (Lahm & Little, 2005).

1.2.6 Η ΚΛΑΔΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ

Στο πλαίσιο του GEM τα νέα εγχειρήματα ταξινομούνται ανάλογα με τη δραστηριότητά τους σε τέσσερις μεγάλες κατηγορίες, σύμφωνα με την κατηγοριοποίηση του ΟΗΕ: α) τον πρωτογενή τομέα, που αναφέρεται σε δραστηριότητες σχετικές με την αγροτική και ζωική παραγωγή, ή την αλιεία, κτλ. β) την μεταποιητική δραστηριότητα, γ) τις υπηρεσίες προς άλλες επιχειρήσεις (B2B) και τέλος δ) προϊόντα/υπηρεσίες που απευθύνονται προς τον τελικό καταναλωτή. Ο Πίνακας 1.6 συνοψίζει τα αποτελέσματα για το 2017.

Πίνακας 1.6: Ποσοστιαία κατανομή της επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων στις χώρες καινοτομίας κατά τομέα οικονομικής δραστηριότητας (2017)

% επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων

	Πρωτογενής Τομέας	Μεταποιητική δραστηριότητα	Υπηρεσίες προς επιχειρήσεις	Προϊόντα/υπηρεσίες προς καταναλωτές
Βουλγαρία	15,0	30,2	11,0	43,8
Κροατία	20,6	25,7	22,4	31,4
Κύπρος	0,0	14,8	19,5	65,8
Εσθονία	5,9	27,4	28,0	38,6
Γαλλία	7,0	21,6	28,4	43,1
Γερμανία	3,2	14,4	29,2	53,2
Ελλάδα	4,0	24,1	17,3	54,6
Ιρλανδία	4,9	22,5	26,8	45,9
Ιταλία	17,3	22,5	30,0	30,2
Λετονία	11,7	33,5	22,0	32,8
Λουξεμβούργο	1,2	22,2	35,4	41,3
Ολλανδία	5,3	16,7	35,9	42,1
Πολωνία	1,3	29,9	17,2	51,6
Σλοβακία	1,9	24,2	28,8	45,1
Σλοβενία	5,9	24,5	38,2	31,4
Ισπανία	3,5	17,3	27,0	52,2
Σουηδία	9,7	15,7	37,1	37,6
Ην. Βασίλειο	0,9	24,8	42,2	32,1
Ομάδα Α	13,5	20,1	5,2	61,1
Ομάδα Β	5,5	22,7	11,4	60,4
Ομάδα Γ	4,1	19,6	28,8	47,5

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

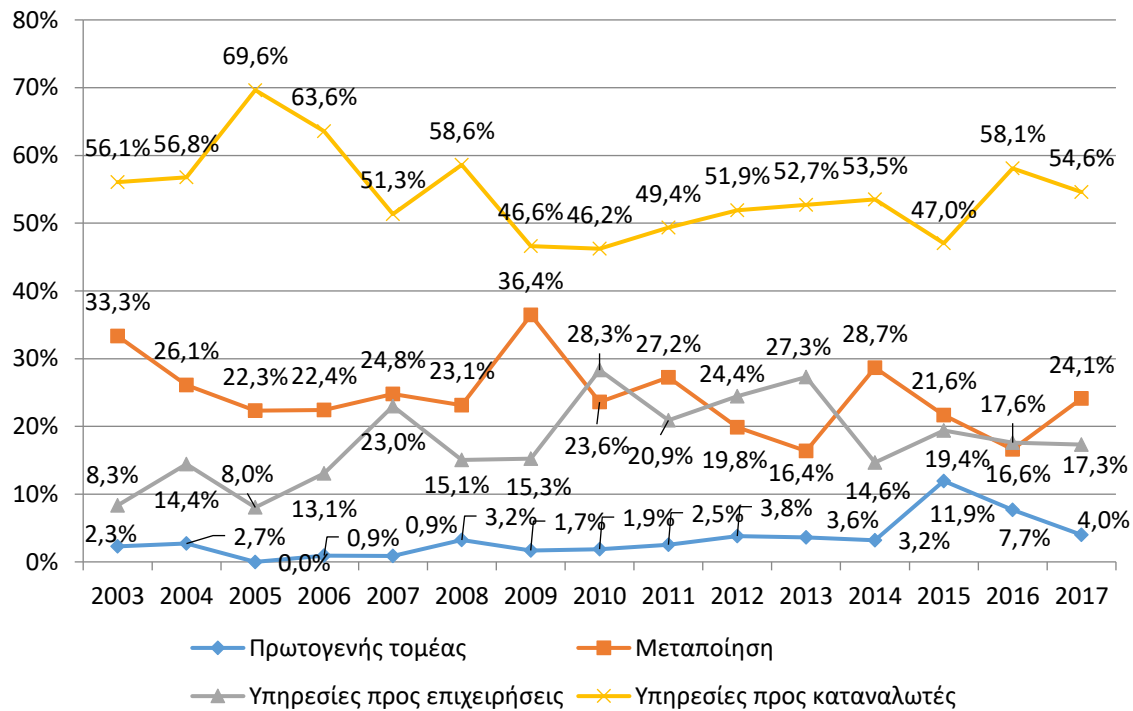
Η εκτίναξη του ποσοστού των εγχειρημάτων στον πρωτογενή τομέα που σημειώθηκε το 2015 αποδεικνύεται μεν συγκυριακή (12%), καθώς το σχετικό μερίδιο περιορίζεται στο 7,7% το 2016 και 4,0% το 2017, ωστόσο εξακολουθεί να είναι από τις υψηλές σχετικά επιδόσεις. Μετά τη διόρθωση του ποσοστού νέων εγχειρημάτων στον πρωτογενή τομέα, η επίδοση αυτή κινείται πλέον στο μέσο όρο των χωρών καινοτομίας. Από την άλλη πλευρά αμετάβλητο παραμένει το ποσοστό των νέων εγχειρημάτων που είναι B2B (17,3% από 17,6% το 2016), δηλαδή υπηρεσίες που απευθύνονται σε άλλες επιχειρήσεις, επίδοση που βρίσκεται χαμηλότερα του μέσου όρου των χωρών καινοτομίας. Ανοδική τάση ωστόσο παρουσιάζουν και τα νέα εγχειρήματα στον κλάδο της μεταποίησης, με το σχετικό δείκτη να διαμορφώνεται στο 24,1% (από 16,6%). Στον αντίποδα, μικρή υποχώρηση παρατηρείται στο ποσοστό των νέων εγχειρημάτων που εντάσσονται στις υπηρεσίες προς τους καταναλωτές, με το δείκτη να κινείται στο 54,6%, υψηλότερα, ωστόσο, από όλες τις χώρες καινοτομίας.

Συνεπώς, το 2017 η εικόνα που προκύπτει από την κλαδική διάρθρωση των νέων εγχειρημάτων είναι ενθαρρυντική μόνο ως προς τον σχετικό περιορισμό των εγχειρημάτων που απευθύνονται στον τελικό καταναλωτή¹¹. **Διαπιστώνεται δηλαδή και πάλι ότι μόλις σταθεροποιήθηκε η οικονομία και καταγράφηκε αντίστοιχα μια μικρή ενίσχυση της ιδιωτικής κατανάλωσης, ο χώρος του Εμπορίου ανακτά το επιχειρηματικό ενδιαφέρον. Η εξέλιξη αυτή δεν είναι βεβαίως η επιθυμητή όπως έχει δείξει το πρόσφατο παρελθόν, καθώς αναπαράγει ένα μοντέλο επιχειρηματικότητας της προ κρίσης εποχής, δεν αποτελεί βιώσιμη επιχειρηματικότητα και δεν προσδίδει δυναμική στην οικονομική ανάπτυξη.**

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

¹¹Μια αναλυτικότερη προσέγγιση στους επιμέρους κλάδους αυτής της κατηγορίας φανερώνει ότι τα μισά τουλάχιστον νέα εγχειρήματα προέρχονται από τον κλάδο του χονδρικού / λιανικού εμπορίου.

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



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

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

1.3 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ

1.3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

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

α) τους *πολιτισμικούς παράγοντες*, που αναφέρονται στις γενικές στάσεις μιας κοινωνίας απέναντι στην επιχειρηματικότητα. Συγκεκριμένα αξιολογούνται τέσσερις δείκτες που αφορούν στις αντιλήψεις που επικρατούν στον πληθυσμό για το ευρύτερο κοινωνικό και επιχειρηματικό περιβάλλον μέσα στο οποίο κινείται ο νέος επιχειρηματίας: α) το κατά πόσο πιστεύουν (τη στιγμή της έρευνας) ότι υπάρχουν επιχειρηματικές ευκαιρίες στο περιβάλλον που ζουν στο επόμενο εξάμηνο, β) αν η επιχειρηματικότητα αντιμετωπίζεται από την ελληνική κοινωνία ως μια καλή επιλογή σταδιοδρομίας, γ) αν η ελληνική κοινωνία αντιμετωπίζει τους επιχειρηματίες με σεβασμό και δ) αν τα ΜΜΕ της χώρας παρουσιάζουν συχνά επιτυχημένες ιστορίες επιχειρηματιών και επιχειρηματικότητας γενικότερα.

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

Ο Πίνακας 1.7 που ακολουθεί συνοψίζει τα αποτελέσματα σε αυτούς τους δείκτες για το 2017 στην Ελλάδα συγκριτικά με άλλες χώρες καινοτομίας¹². **Η Ελλάδα σημειώνει τη χαμηλότερη επίδοση σε παγκόσμιο επίπεδο σε ότι αφορά το ποσοστό ατόμων που διαβλέπουν επιχειρηματικές ευκαιρίες το επόμενο 6μήνο στη χώρα, και μάλιστα με σημαντική απόκλιση από τις χώρες που ακολουθούν. Ταυτόχρονα έχει και την υψηλότερη επίδοση ως προς το φόβο της επιχειρηματικής αποτυχίας, επίδοση πάντως που διαχρονικά ήταν**

¹² Επισημαίνεται πάντως ότι τα αποτελέσματα αυτά αφορούν απαντήσεις **ολόκληρου του δείγματος**, και όχι μόνο των ατόμων που δραστηριοποιούνται ή πρόκειται να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά. Συνεπώς εκφράζουν περισσότερο εθνικά πολιτισμικά χαρακτηριστικά των πολιτών μιας χώρας.

υψηλή (70,4%). Από την άλλη πλευρά, το επίπεδο της αυτοπεποίθησης των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων διατηρείται πάνω από το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας, όπως και η αντίληψη ότι η επιχειρηματική σταδιοδρομία είναι επιθυμητή επιλογή. Πάντως και πάλι η εστίαση των ΜΜΕ σε επιτυχημένες επιχειρηματικές ιστορίες, αλλά και το ότι πόσο οι επιχειρηματίες θεωρούνται καταξιωμένοι από την κοινωνία αποτιμάται χαμηλά.

Ενδιαφέρον έχει όμως η ανάλυση αυτών των χαρακτηριστικών όχι μόνο στο γενικό πληθυσμό, αλλά ειδικά στα άτομα που έχουν σχέση με την επιχειρηματικότητα. Έτσι εξετάζοντας τους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων και τους καθιερωμένους επιχειρηματίες, βλέπουμε το επίπεδο της αυτοπεποίθησης να κινείται σε ακόμα πιο υψηλά επίπεδα, με το 76,7% των επιχειρηματιών να πιστεύει ότι έχει τις γνώσεις και τις ικανότητες να «τρέξει» μια επιχείρηση. **Ταυτόχρονα όμως υψηλή επίδοση καταγράφει και ο φόβος της αποτυχίας κάτι που σημαίνει ότι οι επιχειρηματίες που ήδη «τρέχουν» μια επιχείρηση έχουν αντιληφθεί πλήρως τις δυσκολίες του εγχειρήματος και σαφώς κατανοούν και το ενδεχόμενο της αποτυχίας.** Στις επόμενες υποενότητες αναλύονται διεξοδικότερα οι παράγοντες αυτοί τόσο διαχρονικά, όσο και σε σύγκριση με τις χώρες καινοτομίας.

Πίνακας 1.7: Προσωπικοί και πολιτιστικοί παράγοντες επιχειρηματικής δραστηριοποίησης (% θετικών απαντήσεων στον πληθυσμό 18-64 ετών, 2017)

	Επιχ/κές ευκαιρίες το προσεχές δμηνο	Γνώσεις ικανότητα & εμπειρία επιχ/τας	Φόβος αποτυχίας	Επιχ/τα ως καλή επιλογή καριέρας	Κοινωνική καταξίωση στους επιτυχημένους επιχ/τίες	Εστίαση των ΜΜΕ στην επιχ/τα
Βουλγαρία	19,5	38,4	44,0	54,3	68,0	47,6
Γαλλία	34,1	36,3	38,3	59,1	74,2	47,0
Γερμανία	42,0	37,4	42,0	51,3	77,9	49,5
Ελλάδα	13,7	43,4	70,2	63,4	66,5	43,4
Ελλάδα (Μόνο επιχειρηματίες)	13,8	76,7	64,4	62,3	67,3	45,5
Εσθονία	61,0	49,7	36,8	54,2	64,7	61,0
Ην. Βασίλειο	43,0	48,2	37,3	55,6	75,6	58,5
Ιρλανδία	44,5	42,2	39,2	53,2	81,9	72,9
Ισπανία	31,9	44,8	43,6	53,8	47,9	50,9
Ιταλία	28,8	30,4	51,1	64,2	73,2	54,9
Κροατία	33,6	50,8	37,1	62,2	47,7	48,1
Κύπρος	51,0	46,3	54,8	66,2	61,5	50,5
Λετονία	36,3	49,0	46,1	57,5	58,5	58,2
Λουξεμβούργο	54,8	40,9	50,6	43,0	70,0	48,7
Ολλανδία	64,1	44,6	32,9	81,0	67,5	63,2
Πολωνία	68,8	52,4	43,6	79,3	67,7	50,5
Σλοβακία	25,8	48,4	45,8	47,5	60,0	59,0
Σλοβενία	34,6	53,3	34,8	55,1	73,4	72,6
Σουηδία	79,5	34,5	43,1	53,6	70,5	64,7
Ομάδα Α	41,5	53,8	37,3	64,6	72,2	57,1
Ομάδα Β	43,8	53,5	39,1	65,7	66,3	60,1
Ομάδα Γ	43,4	43,0	43,2	57,0	70,0	62,3

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

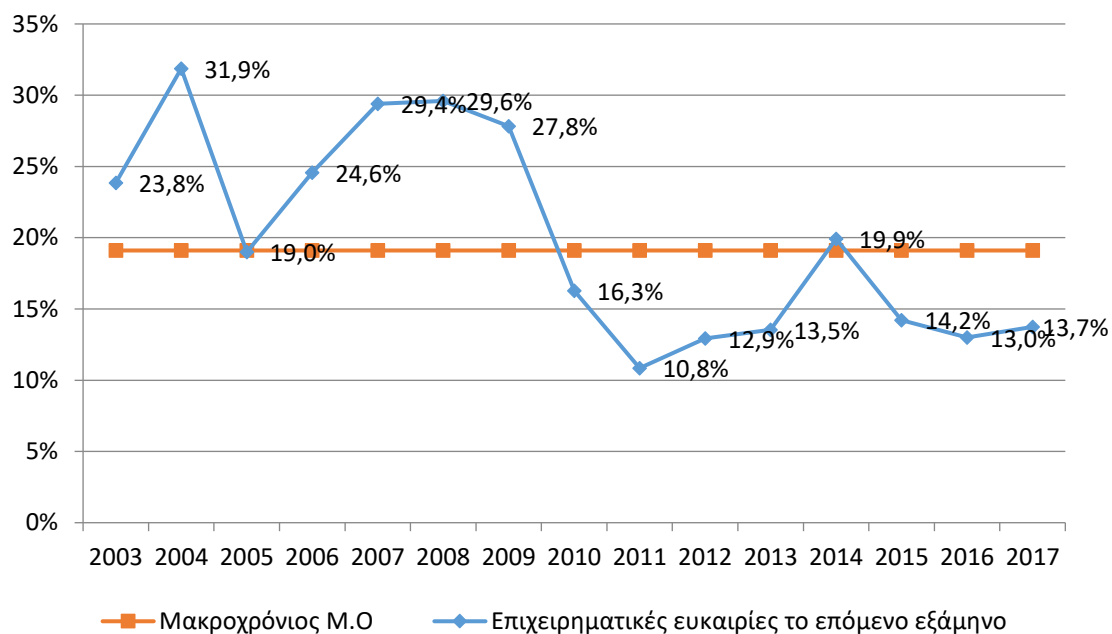
*Ανάλυση επί του δείγματος των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων και των καθιερωμένων επιχειρηματιών

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

1.3.2 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΣΤΗ ΧΩΡΑ

Η Ελλάδα στο συγκεκριμένο δείκτη καταγράφει **οριακή βελτίωση το 2017**, καθώς αυτός **κινείται στην περιοχή του 13,7% σε σχέση με το 13% το 2016**, σε μία από τις χαμηλότερες **επιδόσεις διαχρονικά** (Διάγραμμα 1.6). Μετά την εκδήλωση της κρίσης το 2009, και για μια διετία ο δείκτης παρουσιάζεται μια συνεχή εξασθένηση, ενώ μετά το 2011 το ποσοστό θετικών απαντήσεων στην ερώτηση για την ύπαρξη επιχειρηματικών ευκαιριών στο επόμενο εξάμηνο ενισχύθηκε σταθερά, αλλά ήπια, σε επίπεδα ωστόσο χαμηλότερο του διαχρονικού μέσου. Οι χαμηλές επιδόσεις του δείκτη πιθανόν να οφείλονται στην αβεβαιότητα για το εφαρμόζόμενο πρόγραμμα οικονομικής πολιτικής που ενέσκηψε το 2015 αλλά και στην επιστροφή της ύφεσης - έστω και οριακής - καθώς το κλίμα της ελληνικής επιχειρηματικότητας επιβαρύνθηκε.

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



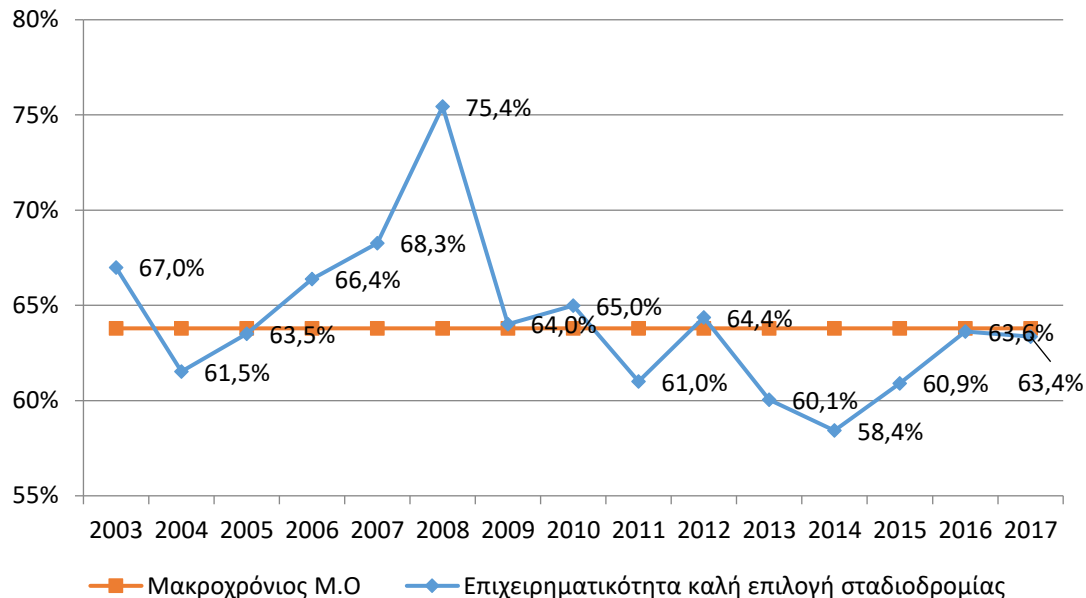
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

1.3.3 Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΩΣ ΚΑΛΗ ΕΠΙΛΟΓΗ ΣΤΑΔΙΟΔΡΟΜΙΑΣ

Ως προς την αντίληψη για το κατά πόσο οι Έλληνες γενικά εκτιμούν ότι η επιχειρηματικότητα αποτελεί μια καλή επιλογή σταδιοδρομίας, αυτή φαίνεται να περιορίζεται ανεπαίσθητα το 2017 (Διάγραμμα 1.7). Από την εκδήλωση της κρίσης και μετά, όταν και σημειώνεται μια απότομη πτώση, έκτοτε καταγράφεται διακύμανση του δείκτη κοντά στο μακροχρόνιο μέσο όρο. Έτσι, **το 2017 το 63,4% του πληθυσμού της χώρας δηλώνει ότι η επιχειρηματικότητα**

αποτελεί καλή επιλογή σταδιοδρομίας, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό το 2016 ήταν στα ίδια επίπεδα (63,6%). Πάντως με δεδομένες τις δυσκολίες που υπάρχουν πλέον για απασχόληση στο Δημόσιο τομέα λογικά θα πρέπει να αναμένεται ενίσχυση αυτής της τάσης στα επόμενα χρόνια.

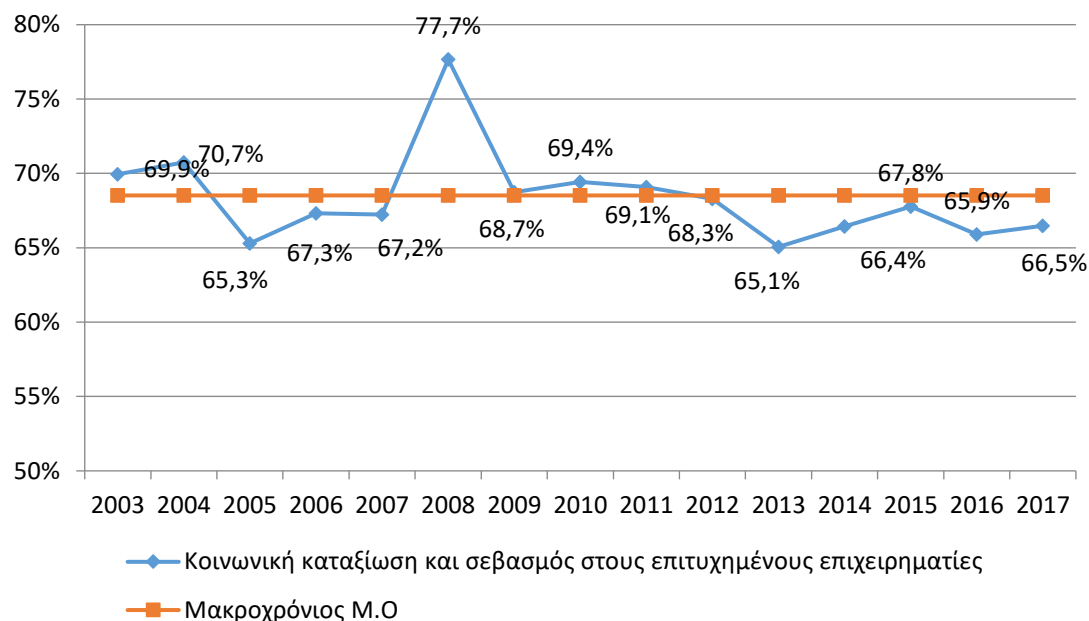
Διάγραμμα 1.7: Επιχειρηματικότητα: καλή επιλογή σταδιοδρομίας (% πληθυσμού)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

1.3.4 ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΚΑΤΑΞΙΩΣΗ ΚΑΙ ΣΕΒΑΣΜΟΣ ΣΤΟΥΣ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ

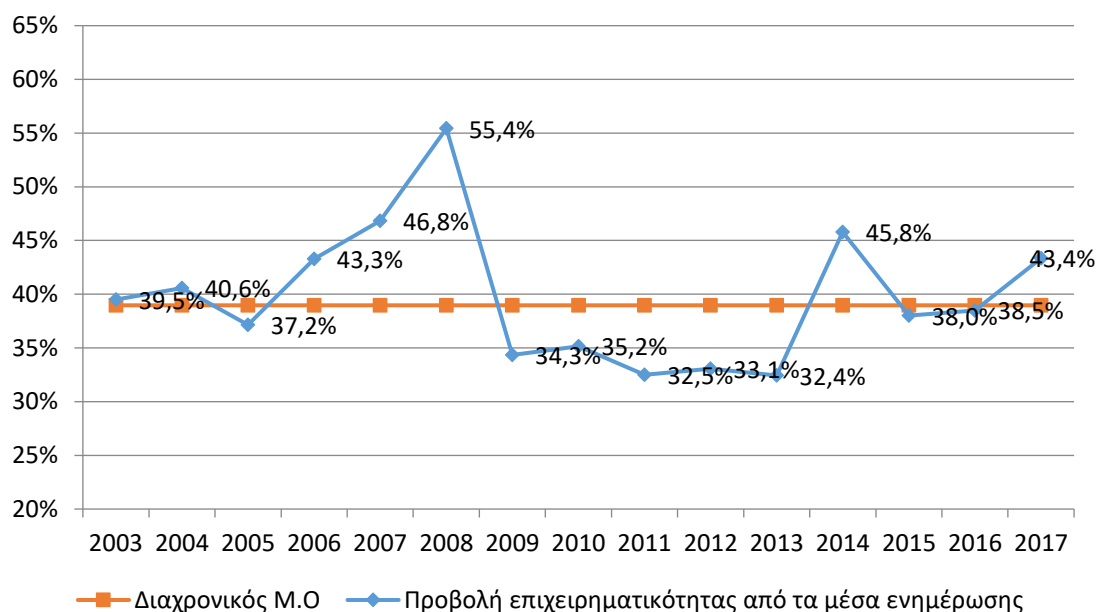
Σχεδόν αμετάβλητη παραμένει η αντίληψη ότι οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες αντιμετωπίζονται με σεβασμό στη χώρα και έχουν κοινωνική καταξίωση. Το 2017 το ποσοστό των θετικών απαντήσεων στη σχετική ερώτηση να αυξάνεται από 65,9% σε 66,5%, παραμένοντας ωστόσο σε ένα από τα χαμηλότερα ποσοστά για τη μετά την έναρξη της κρίσης εποχή (Διάγραμμα 1.8). Σε μια χώρα όπου κυριαρχούν οι πολύ μικρές επιχειρήσεις και η αυτοαπασχόληση, είναι λογικό το μεγαλύτερο μερίδιο του πληθυσμού να αντιμετωπίζει με σεβασμό εκείνους που έχουν καταγράψει επιτυχημένη πορεία στον επιχειρηματικό στίβο. Ωστόσο, η αντίληψη αυτή αμβλύνθηκε μετά την έκρηξη της κρίσης και μάλιστα το 2013 είχε καταγραφεί η ελάχιστη τιμή δεκαετίας.

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

1.3.5 ΠΡΟΒΟΛΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΑΠΟ ΤΑ ΜΕΣΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

Η Ελλάδα συνεχίζει να καταγράφει μία από τις χαμηλότερες επιδόσεις μεταξύ των χωρών καινοτομίας στην προβολή επιτυχημένων περιπτώσεων επιχειρηματιών από τα μέσα ενημέρωσης. Ωστόσο, το 2017 μετά από μια διετία πτώσης, το ποσοστό του πληθυσμού που συμφωνεί με αυτή την άποψη αυξάνεται και διαμορφώνεται στο 43,5% το 2017. Αν και οι αναφορές στη λέξη επιχειρηματικότητα και στο οικοσύστημα των start ups έχουν πυκνώσει αισθητά στο δημόσιο διάλογο τα τελευταία χρόνια, η εικόνα που παρουσιάζεται στα ΜΜΕ, είναι ακόμα μάλλον αρνητική, καθώς φαίνεται πως οι περιπτώσεις αισχροκέρδειας, κερδοσκοπίας, φοροδιαφυγής κτλ. αποτελούν ελκυστικότερα θέματα για τα ΜΜΕ, σε σχέση για παράδειγμα με κάποια επιτυχημένη επιχειρηματική ιστορία. (Διάγραμμα 1.9).

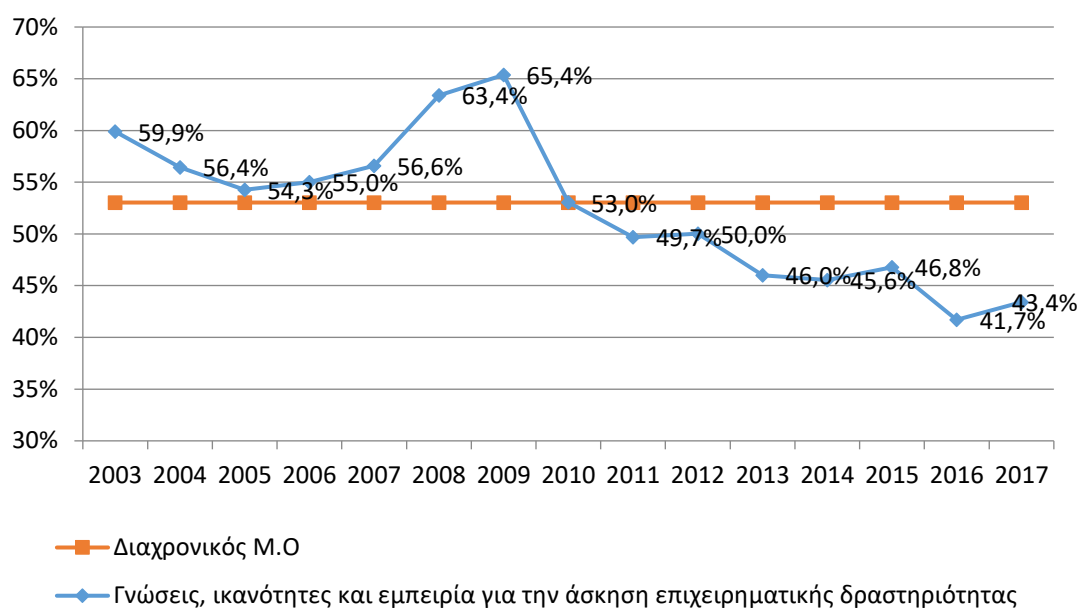
Διάγραμμα 1.9: Προβολή επιχειρηματικότητας από τα μέσα ενημέρωσης (% πληθυσμού)

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

1.3.6 ΓΝΩΣΕΙΣ, ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΛΗΨΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Όσον αφορά στους προσωπικούς παράγοντες, θα πρέπει να σημειωθεί ότι διαχρονικά η Ελλάδα καταγράφει υψηλές επιδόσεις στον «δείκτη αυτοπεποίθησης», δηλαδή στο ποσοστό του πληθυσμού που θεωρεί ότι διαθέτει τις ικανότητες, τις γνώσεις και την εμπειρία για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας (Διάγραμμα 1.10). Ωστόσο από την εκδήλωση της κρίσης και έκτοτε, ο σχετικός δείκτης διαγράφει μια πτωτική πορεία, κινούμενος σε χαμηλότερα επίπεδα και από το μακροχρόνιο μέσο όρο. **Όμως και σε αυτόν τον δείκτη σημειώνεται βελτίωση το 2017 καθώς το σχετικό ποσοστό φθάνει στο 43,4% το 2017, έναντι 41,7% το 2016.** Το δυσμενές οικονομικό περιβάλλον επηρέασε διαχρονικά τις αντιλήψεις των ατόμων για την επάρκεια γνώσεων και ικανοτήτων ώστε να ανταπεξέλθουν στις αυξημένες δυσκολίες του σημερινού περιβάλλοντος ως προς την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας.

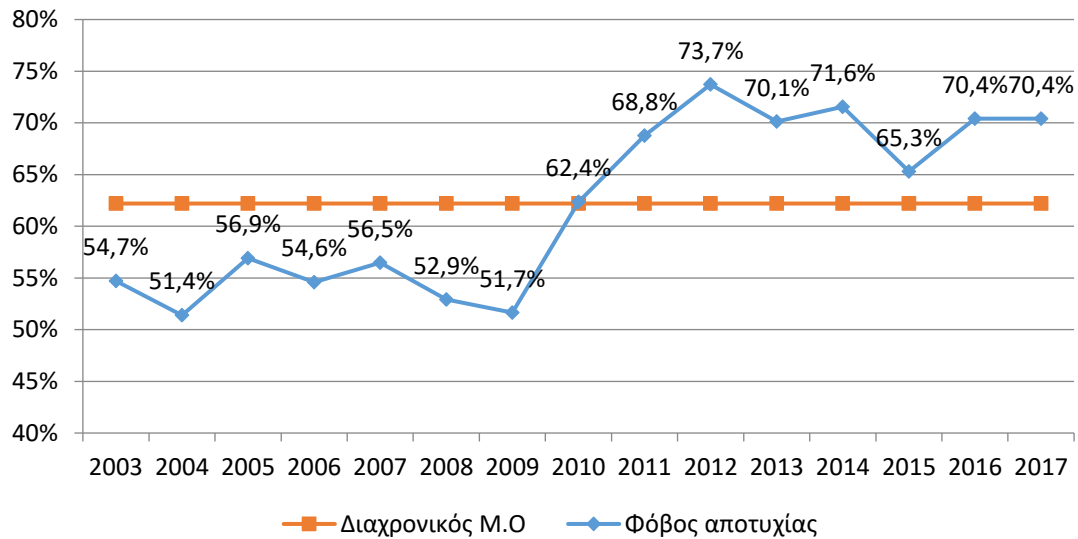
Διάγραμμα 1.10: Γνώσεις, ικανότητες και εμπειρία για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας (% πληθυσμού)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

1.3.7 ΦΟΒΟΣ ΑΠΟΤΥΧΙΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΣΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Διαχρονικά στην Ελλάδα ο δείκτης, που αφορά στον φόβο της αποτυχίας, ως αποτρεπτικού παράγοντα στην άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας, κινούνταν σε υψηλότερα επίπεδα από τις περισσότερες χώρες που συμμετείχαν στην έρευνα του GEM, με αποτέλεσμα η Ελλάδα να έχει αναδειχθεί ουκ ολίγες φορές σε «παγκόσμιο πρωταθλητή» στον συγκεκριμένο δείκτη. **Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η πορεία του δείκτη πριν και μετά την εκδήλωση της κρίσης. Συγκεκριμένα, μετά το 2009 φαίνεται ο δείκτης να διαγράφει ανοδική πορεία κυρίως ως απόρροια της οικονομικής κρίσης, ενώ παραμένει διαχρονικά πάνω από το μακροχρόνιο μέσο όρο του. Έτσι, το 2016, ο δείκτης ενισχύεται στο 70,4%, που συνιστά μία από τις υψηλότερες επιδόσεις διαχρονικά (Διάγραμμα 1.11) με τον δείκτη να παραμένει αμετάβλητος το 2017.**

Διάγραμμα 1.11: Φόβος αποτυχίας (% πληθυσμού)

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Ωστόσο θα πρέπει να σημειωθεί ότι ο φόβος επιχειρηματικής αποτυχίας ως ανασταλτικός παράγοντας έναρξης νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων φαίνεται να σταθεροποιείται ή ακόμα και σε κάποιες φορές να μειώνεται στην Ευρώπη τα τελευταία χρόνια. Ουσιαστικά αναγνωρίζεται ότι ένας επιχειρηματίας που αποτυγχάνει – και με δεδομένη την μη δόλια πτώχευση – έχει αποκτήσει μία εμπειρία η οποία μπορεί να τον βοηθήσει εφόσον αποφασίσει ξανά να ενεργοποιηθεί επιχειρηματικά, και κατά τεκμήριο αναμένεται να έχει καλύτερες πιθανότητες επιτυχίας και βιωσιμότητας.

Πράγματι σε κοινωνίες που θεωρούνται φιλικές προς την επιχειρηματικότητα και στην οποία επιχειρηματικότητα είναι ευρέως αποδεκτή, όπως στις ΗΠΑ η επιχειρηματική αποτυχία είναι ανεκτή (Landier, 2005, p.6), καθώς θεωρείται μέρος του επιχειρηματικού «παιχνιδιού». Το άτομο που βιώνει μια επιχειρηματική αποτυχία δεν στιγματίζεται (Lee et al., 2007) αλλά θεωρείται ότι αξίζει μια δεύτερη ευκαιρία. Αντίθετα, σε κοινωνίες με χαμηλή εκτίμηση της επιχειρηματικότητας, η επιχειρηματική αποτυχία δαιμονοποιείται (Baumol, 1996) και επιχειρηματικές δραστηριότητες θεωρούνται αρκετά ρισκοβόρες. Σε αυτές τις κοινωνίες, οι άνθρωποι διστάζουν την έναρξη επιχειρηματικής σταδιοδρομίας καθώς μια μελλοντική αποτυχία θα είναι ένα μόνιμο και διαρκές αρνητικό σημείο στη φήμη του ατόμου, που το κουβαλά σε κάθε βήμα της καριέρας του (Voutsina et. Al. 2018).

1.4 ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ

1.4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στην ενότητα αυτή εξετάζονται τα βασικά δημογραφικά χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που εντόπισε η έρευνα το 2017. Από την αξιολόγηση αυτών των παραμέτρων μπορούν να εξαχθούν συμπεράσματα για το προφίλ των ατόμων που αποφασίζουν να ασχοληθούν με την επιχειρηματικότητα και άρα να τροφοδοτήσουν έναν πιο αποτελεσματικό σχεδιασμό προγραμμάτων στήριξης της επιχειρηματικότητας. Ουσιαστικά, έχουμε μια εικόνα για το ποια είναι η «ύλη», ποιο είναι ουσιαστικά το πεδίο – φάσμα εφαρμογής αυτών των πολιτικών, τη δεξαμενή των ανθρώπων στα οποία απευθύνονται τα προγράμματα αυτά και τελικά αν μπορεί να διαμορφωθεί μία συσχέτιση του προφίλ του επιχειρηματία με τα διάφορα είδη και χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας που εκδηλώνουν.

1.4.2 ΗΛΙΚΙΑ

Η κατανομή των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων σε ηλικιακές ομάδες, αποτυπώνεται με δύο τρόπους: α) είτε ως ποσοστό του αντίστοιχου ηλικιακού πληθυσμού που ασχολείται με την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, β) είτε με την κατανομή των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων σε αντίστοιχα ηλικιακά κλιμάκια (Πίνακες 1.8α και β). **Με βάση την πρώτη προσέγγιση το 2017 στην Ελλάδα το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού στα αρχικά στάδια έναρξης μιας επιχείρησης εντοπίζεται στην ηλικία των 35-44 ετών (7,6%), έναντι όμως 11,3% στις χώρες καινοτομίας. Γενικά λόγω της υποχώρησης του επιπέδου της επιχειρηματικότητας συνολικά, καταγράφεται και χαμηλότερη συμμετοχή στην επιχειρηματικότητα από όλα τα ηλικιακά κλιμάκια, σε σύγκριση τουλάχιστον με τις χώρες καινοτομίας.**

Πίνακας 1.8α: Ποσοστό πληθυσμού ανά ηλικιακό κλιμάκιο που εμπλέκεται σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων (2017)*% επί του αντίστοιχου πληθυσμού*

	18-24 ετών	25-34 ετών	35-44 ετών	45-54 ετών	55-64 ετών
Βουλγαρία	3,3	4,5	5,2	2,8	2,5
Κροατία	10,7	12,7	11,5	7,1	3,4
Κύπρος	3,1	10,5	11,6	6,2	3,5
Εσθονία	24,6	25,3	23,5	16,1	8,7
Γαλλία	1,6	5,0	4,4	3,9	4,0
Γερμανία	3,4	7,7	6,5	5,0	3,4
Ελλάδα	5,7	6,2	7,6	2,0	1,7
Ιρλανδία	6,6	10,4	10,3	7,7	7,7
Ιταλία	3,9	5,8	5,3	4,4	1,8
Λετονία	19,7	19,6	17,3	13,4	2,6
Λουξεμβούργο	11,7	11,0	10,5	7,4	4,9
Ολλανδία	11,2	15,0	12,7	6,5	5,4
Πολωνία	3,7	18,7	9,2	6,7	2,5
Σλοβακία	1,6	8,5	16,7	14,5	13,1
Σλοβενία	7,6	10,9	9,1	5,0	2,3
Ισπανία	4,9	8,3	7,8	5,9	3,0
Σουηδία	7,9	8,2	7,9	7,8	4,5
Ην. Βασίλειο	6,8	11,6	8,6	9,0	5,0
Ομάδα Α	15,9	17,4	17,7	14,0	18,2
Ομάδα Β	12,9	18,3	17,1	14,0	8,9
Ομάδα Γ	7,6	11,9	11,3	8,6	5,9

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Στον Πίνακα 1.8β, καταγράφεται η δεύτερη δυνατή απεικόνιση, δηλαδή η αντίστοιχη ποσοστιαία σύνθεση των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων. Το 35% αυτών προέρχεται από το ηλικιακό κλιμάκιο 35-44 ετών, ποσοστό που είναι αρκετά υψηλό για αυτή την κατηγορία σε σύγκριση με τις άλλες χώρες καινοτομίας. Συνολικά πάντως οι δύο στους τρεις προέρχονται από τις πιο παραγωγικές ηλικίες μεταξύ 25 και 44 ετών, ενώ ιδιαίτερα μεγάλη φαίνεται η απόκλιση με τις χώρες καινοτομίας στο στρώμα 45-54 ετών, το οποίο είναι σε όλες τις χώρες σε διψήφιο επίπεδο, ενώ στην Ελλάδα μόνο 8,3% του συνόλου. **Η μέση ηλικία του επιχειρηματία αρχικών σταδίων είναι τα 35 έτη, επίδοση που είναι ένα συστηματικό εύρημα διαχρονικά.**

Πίνακας 1.8β: Ποσοστιαία κατανομή επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατά ηλικιακά κλιμάκια (2016)*% επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων*

	18-24 ετών	25-34 ετών	35-44 ετών	45-54 ετών	55-64 ετών
Βουλγαρία	12,0	25,9	31,0	16,1	15,0
Κροατία	16,1	30,5	26,7	18,5	8,2
Κύπρος	6,2	33,8	32,2	18,6	9,3
Εσθονία	15,3	30,8	26,8	17,6	9,4
Γαλλία	5,6	25,9	24,3	22,6	21,6
Γερμανία	7,4	29,8	24,0	23,8	15,0
Ελλάδα	19,1	31,4	35,1	8,3	6,2
Ιρλανδία	9,2	31,0	28,2	17,6	14,0
Ιταλία	10,1	24,9	29,3	26,8	8,9
Λετονία	15,3	33,5	26,6	20,7	3,9
Λουξεμβούργο	16,6	27,7	27,0	19,2	9,5
Ολλανδία	15,8	29,9	26,8	16,0	11,5
Πολωνία	5,1	50,3	24,4	14,2	6,0
Σλοβακία	1,7	16,1	34,7	24,6	22,9
Σλοβενία	11,8	32,4	31,4	17,0	7,4
Ισπανία	8,4	25,3	33,3	23,5	9,5
Σουηδία	15,7	25,5	23,0	23,7	12,0
Ην. Βασίλειο	11,9	30,6	21,6	24,7	11,1
Ομάδα Α	22,2	27,4	24,7	15,2	10,5
Ομάδα Β	16,5	32,2	26,0	16,8	8,4
Ομάδα Γ	11,1	29,2	28,1	20,2	11,3

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Αξίζει πάντως να σημειωθεί ότι τα τελευταία χρόνια φαίνεται γενικά να ενισχύεται η συμμετοχή από νεώτερες ηλικίες. Το αν είναι αυτό επιθυμητό ή όχι για μια οικονομία είναι αρκετά συζητήσιμο. Η ευρεία συμμετοχή των πολύ νέων στη νεοφυή επιχειρηματικότητα δεν είναι απαραίτητα επιθυμητή, γιατί ενώ συνήθως χαρακτηρίζονται από μεγαλύτερο πάθος και δυναμισμό, στερούνται εκείνης της εμπειρίας και γνώσης και πιθανόν και της κατάλληλης δικτύωσης που ενδεχομένως να βελτώνει τις πιθανότητες επιτυχίας στο εγχείρημά τους. Υπενθυμίζεται ότι στην περυσινή έκθεση είχε φανεί οικονομετρικά ότι η ηλικία του επιχειρηματία μπορούν να επηρεάσουν θετικά την πιθανότητα εμπλοκής τους στη λεγόμενη φιλόδοξη αναπτυξιακή επιχειρηματικότητα, δηλαδή την επιχειρηματικότητα που μπορεί να δημιουργήσει πολλές θέσεις εργασίας¹³.

¹³ “Ετήσια Έκθεση Επιχειρηματικότητας 2016-2017: Σε κάμψη η νέα επιχειρηματικότητα”, IOBE, Νοέμβριος 2017

Από την άλλη πλευρά, η υψηλή ανεργία των νέων στη χώρα μας, καθιστά όλο και πιο δύσκολη τη διαδικασία εύρεσης μισθωτής εργασίας, με αποτέλεσμα οι νέοι να οδηγούνται όλο και περισσότερο στην επιχειρηματικότητα για βιοποριστικούς λόγους. Ουσιαστικά δηλαδή θα μπορούσε να ειπωθεί ότι η επιχειρηματικότητα αποτελεί έσχατη λύση για τους νέους, πράγμα βέβαια που όχι μόνο δεν εξασφαλίζει τη βιωσιμότητα της νέας επιχείρησης, αλλά ενδεχομένως να αυξάνει και την πιθανότητα αποτυχίας.

Πάντως όπως δείχνει έρευνα του ινστιτούτου Kauffman που αναλύει αντίστοιχα στοιχεία από τις Η.Π.Α., η συνήθης εικόνα που υπάρχει για τους ιδρυτές νεοφυών επιχειρήσεων να είναι άτομα 20-25 ετών που ξεκίνησαν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα μόλις ή πριν καν αποφοιτήσουν δεν είναι ο κανόνας. Η μέση ηλικία των ιδρυτών νεοφυών επιχειρήσεων στις ΗΠΑ είναι περί τα 35 έτη, Μάλιστα μεγαλύτερη επιτυχία παρουσιάζουν οι νεοφυείς επιχειρήσεις που οι ιδρυτές τους έχουν προηγούμενη επαγγελματική εμπειρία σε άλλες εταιρίες, ενώ και το νέο εγχείρημα συνήθως ανήκει στον ίδιο κλάδο στον οποίο εργάζονταν πριν οι ιδρυτές τους.

Στο ίδιο συμπέρασμα καταλήγει και ευρεία έρευνα πεδίου που διεξήχθη σε 10 ευρωπαϊκές χώρες σε περίπου 4000 νέες επιχειρήσεις την περίοδο 2004-2010 και όπου διαπιστώνεται η σημασία που έχει η εμπειρία στις πιθανότητες επιβίωσης του νέου εγχειρήματος, καθώς είχε βρεθεί ότι κατά μέσο όρο οι ιδρυτές αυτών των επιτυχημένων εγχειρημάτων είχαν εμπειρία στον κλάδο περίπου 12 χρόνια (Caloghirou et al. Υ., 2015). Εξάλλου, σε πρόσφατη έρευνα επιχειρηματικότητας που διεξήχθη σε αποφοίτους μηχανικούς του ΕΜΠ οι οποίοι έχουν ακολουθήσει επιχειρηματική καριέρα, αξιολογήθηκε ότι επαγγελματικές σχέσεις και εμπειρία στον κλάδο ήταν οι σημαντικότεροι παράγοντες που τους ώθησε στην έναρξη ενός νέου εγχειρήματος, ενώ έπεται η γνώση της αγοράς. Πρόκειται δηλαδή για μια «προϊκα» που αποκτάται μετά από κάποια χρόνια επαγγελματικού βίου (Caloghirou et al. 2017) και η οποία βελτιώνει σημαντικά τις πιθανότητες επιτυχίας του εγχειρήματος.

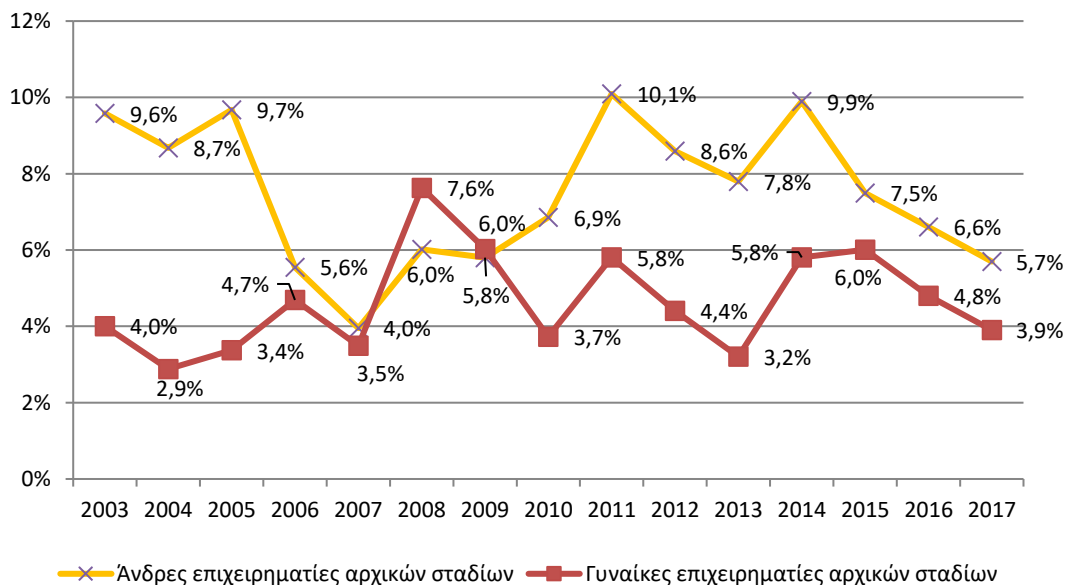
Αν εξετάσουμε τις υπόλοιπες ομάδες χωρών διαπιστώνεται ότι, στις χώρες με χαμηλό κατά κεφαλήν εισόδημα, ενεργοποιούνται μικρότερες ηλικίες στην επιχειρηματικότητα, εύρημα που συσχετίζεται με την παραπάνω υπόθεση. Παρατηρούμε ότι οι μισοί επιχειρηματίες αρχικών σταδίων στις χώρες της ομάδας Α και σχεδόν οι μισοί από τις χώρες της ομάδας Β είναι νεότεροι των 34 ετών (για το 2017) όταν αντίθετα, στις χώρες καινοτομίας (ομάδα Γ), το ποσοστό αυτό είναι αρκετά χαμηλότερο (40%). **Άρα στις πιο ανεπτυγμένες περιοχές του πλανήτη η έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας φαίνεται να είναι υπόθεση μεγαλύτερων ηλικιών, ενώ στις αναπτυσσόμενες χώρες η ανάγκη βιοπορισμού οδηγεί περισσότερους νέους σε ηλικία στην επιλογή επιχειρηματικότητας.** Αυτό προϋποθέτει ότι η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων στις ανεπτυγμένες περιοχές θα αφορά – κατά κανόνα - σε υψηλότερης ποιότητας ανθρώπινο κεφάλαιο, δηλαδή άτομα με πλουσιότερη επαγγελματική εμπειρία και πιθανόν υψηλότερο εκπαιδευτικό επίπεδο.

1.4.3 ΦΥΛΟ

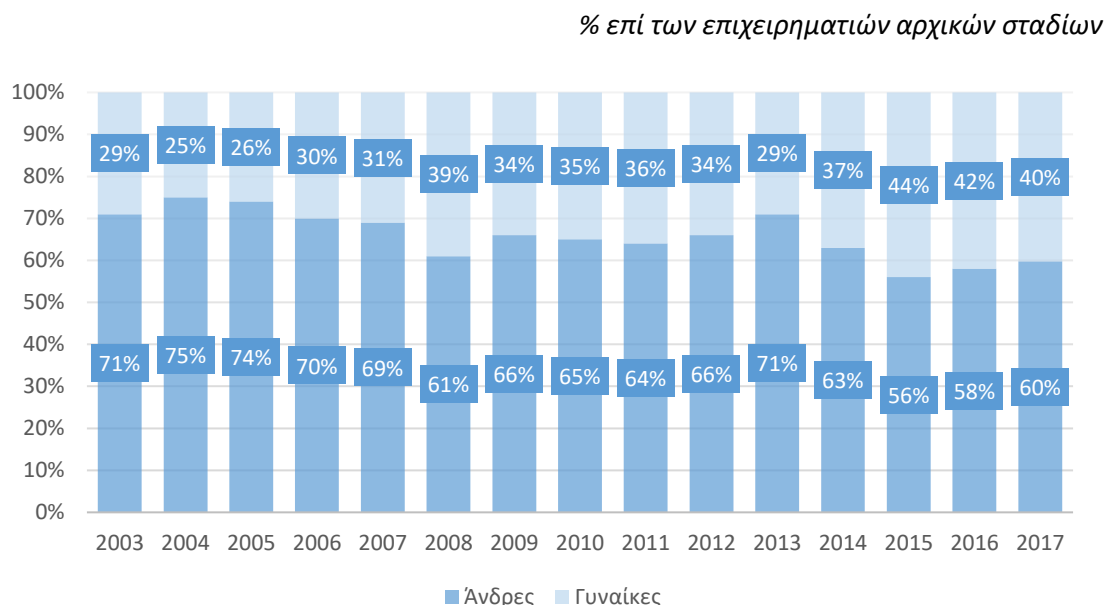
Σε ότι αφορά το φύλο των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, στο Διάγραμμα 1.12 αποτυπώνεται το ποσοστό του πληθυσμού των γυναικών και ανδρών ηλικίας 18-64 ετών που βρίσκονται σε αρχική φάση επιχειρηματικής δραστηριοποίησης. Από ότι φαίνεται διαχρονικά αυτό είναι μικρότερο από το αντίστοιχο ποσοστό των ανδρών. Επιπροσθέτως, σχεδόν πάντα οι επιμέρους δείκτες των δύο φύλων μεταβάλλονται προς την ίδια κατεύθυνση ακολουθώντας δηλαδή τη μεταβολή του συνολικού δείκτη επιχειρηματικότητας.

Έτσι και το 2017, η μείωση επηρεάζει με τον ίδιο σχεδόν τρόπο άνδρες και γυναίκες. Το ποσοστό της γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων μειώθηκε σε 3,9% (περίπου 131 χιλιάδες γυναίκες) από 4,8% το 2016, ενώ στους άνδρες μειώθηκε σε 5,7% (περίπου 185 χιλιάδες άνδρες) από 6,6% το 2016.

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



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Διάγραμμα 1.13: Κατανομή των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων ανά φύλο στην Ελλάδα, 2003-2017

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Αν και το 2017 σημειώνεται περαιτέρω υποχώρηση στη γυναικεία επιχειρηματικότητα, διαρθρωτικά στους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων το μερίδιο των γυναικών παραμένει υψηλό. Διαμορφώνεται στο 40%, σε μικρή μείωση από ότι 2016, όταν όμως το 2013 βρισκόταν στο 29%. Προφανώς η **υψηλή ανεργία στις γυναίκες, που έχει ενταθεί τα τελευταία χρόνια, αλλά και η πίεση για εισόδημα σε νοικοκυριά όπου ενδεχομένως χάνουν την απασχόληση οι άνδρες, έχει οδηγήσει αρκετές γυναίκες σε αναζήτηση κάποιας επαγγελματικής διεξόδου, έστω και από ανάγκη**. Άλλωστε η επιχειρηματικότητα ανάγκης στις γυναίκες είναι πράγματι μεγαλύτερη από την αντίστοιχη των ανδρών, αν και όχι σε τόσο μεγάλη απόσταση, όσο ίσως να αναμενόταν (Διάγραμμα 1.13)¹⁴.

1.4.4 ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

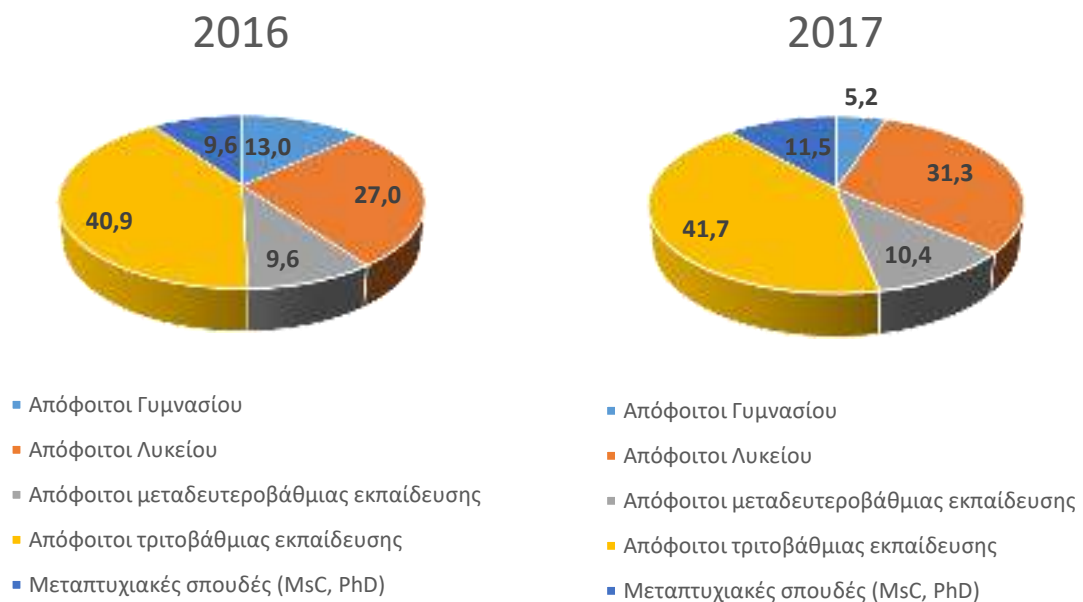
Στο Διάγραμμα 1.14 που ακολουθεί παρουσιάζεται η ποσοστιαία κατανομή των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων με βάση το επίπεδο εκπαίδευσής τους, διακρίνοντας τα εξής στρώματα: α) μέχρι απόφοιτοι Γυμνασίου, β) απόφοιτοι λυκείου, γ) απόφοιτοι

¹⁴ Υπενθυμίζεται ότι η μεγαλύτερη συμμετοχή των γυναικών στην επιχειρηματική δραστηριοποίηση αξιολογείται γενικά ως θετική εξέλιξη, καθώς οι γυναίκες επιχειρηματίες όχι μόνο δεν υστερούν σε ποιοτικά χαρακτηριστικά, αλλά καταγράφουν καλύτερες επιδόσεις σε θέματα καινοτομίας και τεχνολογικής αναβάθμισης σε σχέση με τους άνδρες επιχειρηματίες (Ιωαννίδης και Γιωτόπουλος, 2014)

μεταδευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (δηλαδή κάποιου είδους ΙΕΚ, ΚΕΚ, κτλ) δ) απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (ΑΕΙ, ΤΕΙ) και ε) άτομα με μεταπτυχιακές σπουδές.

Το 2017 δύο στους πέντε επιχειρηματίες (41,7%) διαθέτει τουλάχιστον ένα πτυχίο τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, ενώ ακόμα ένα 11,5% έχει και κάποιου είδους μεταπτυχιακή ειδίκευση. Αυτό σημαίνει δηλαδή ότι πάνω από τους μισούς επιχειρηματίες αρχικών σταδίων διαθέτει πανεπιστημιακή εκπαίδευση. Περίπου το 31% (ή 1 στους 3) όμως είναι απλώς Απόφοιτοι Λυκείου. Η κινητοποίηση στην επιχειρηματικότητα ατόμων από δεξαμενές υψηλότερου μορφωτικού επιπέδου είναι ένας διαρκής στόχος των πολιτικών για την επιχειρηματικότητα. Υπό αυτή την έννοια, στα θετικά της φετινής έκθεσης θα πρέπει να πιστωθεί το ότι ενισχύεται το ποσοστό των αποφοίτων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης που αποφάσισαν να κινηθούν επιχειρηματικά το 2017.

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



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

1.5 ΤΑ ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΕΓΧΕΙΡΗΜΑΤΩΝ

1.5.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Έχοντας αξιολογήσει μέχρι τώρα τα βασικά διαρθρωτικά χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων και των αντίστοιχων εγχειρημάτων τους, στην ενότητα αυτή εξετάζονται τα ποιοτικά χαρακτηριστικά αυτών των εγχειρημάτων που καταγράφηκαν στην έρευνα το 2017. Με τον όρο ποιοτικά χαρακτηριστικά εννοούμε στοιχεία που αφορούν στο βαθμό καινοτομικότητας του κάθε εγχειρήματος, την ένταση του ανταγωνισμού που αυτό αντιμετωπίζει, τις προοπτικές του σε όρους δημιουργίας νέων θέσεων απασχόλησης, αλλά και του βαθμού εξωστρέφειάς του. Πρόκειται δηλαδή για στοιχεία που σχετίζονται με την ποιότητα των εγχειρημάτων, η εξέταση των οποίων είναι σημαντική ειδικά στο σημερινό οικονομικό περιβάλλον όπου η ελληνική οικονομία αναζητά βιώσιμες επιχειρήσεις, με ισχυρό πολλαπλασιαστικό αποτέλεσμα στην οικονομία και δημιουργία ποιοτικών και - όσο το δυνατόν καλύτερα - αμειβόμενων θέσεων εργασίας.

Άλλωστε στη διεθνή βιβλιογραφία (Audretsch et al, 2006) έχει ήδη καταγραφεί ότι απλώς η ποσοτική ενίσχυση του αριθμού των νέων επιχειρήσεων δεν επαρκεί ως στόχος πολιτικής για την τόνωση της επιχειρηματικότητας. Για αυτό και η σχετική εμπειρική έρευνα τείνει να αμφισβητεί τις πολιτικές που στοχεύουν απλώς σε μεγάλο αριθμό νεοϊδρυόμενων επιχειρήσεων ως τρόπο ενίσχυσης της οικονομικής ανάπτυξης και δημιουργίας θέσεων εργασίας (π.χ. Shane, 2009, Hözl, 2014). Αντί της επιδότησης του σχηματισμού ενός τυπικού start up ο Shane (2009) συνιστά στους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής να επικεντρωθούν σε αυτό το υποσύνολο επιχειρήσεων με αναπτυξιακό δυναμικό, υποστηρίζοντας ότι είναι καλύτερο να έχουμε ένα μικρό αριθμό ισχυρά αναπτυσσόμενων επιχειρήσεων, παρά έναν μεγάλο αριθμό τυπικών start-ups. Μάλιστα η οικονομική κρίση ανέδειξε την ανάγκη όχι απλώς δημιουργίας πολλών επιχειρήσεων, αλλά δημιουργίας κατάλληλων συνθηκών για την ίδρυση υψηλής ποιότητας νέων επιχειρήσεων που να μπορούν να είναι βιώσιμες υπό αντίξοες οικονομικές συνθήκες και να έχουν σημαντική συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη και την τόνωση της απασχόλησης.

Σε αυτό το πλαίσιο, οι πολιτικές, τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο, έχουν διαφοροποιηθεί τα τελευταία χρόνια προς την κατεύθυνση του εντοπισμού και της υποστήριξης αυτών των ταχέως αναπτυσσόμενων επιχειρήσεων, των γαζελών όπως λέγονται. Όμως η ενθάρρυνση και η υποστήριξη της υψηλής ποιότητας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων απαιτεί επαρκή γνώση σχετικά με τις ποιοτικές διαστάσεις και τις ιδιαιτερότητες των νέων εγχειρημάτων. **Ο κύριος λοιπόν στόχος πολιτικής για την**

επιχειρηματικότητα δεν μπορεί να είναι μόνο μια αλγεβρική αύξηση του αριθμού των νεοϊδρυόμενων επιχειρήσεων που δημιουργούνται σε μια οικονομία, αλλά περισσότερο μια στοχευμένη προσπάθεια να επηρεάσουμε αυτά τα ποιοτικά χαρακτηριστικά αυτών των επιχειρήσεων, ώστε να είναι βιώσιμα, να στηρίζουν τη βιώσιμη ανάπτυξη και να παράσχουν αρκετές θέσεις εργασίας σε μια οικονομία (I.Giotopoulos, A. Kontolaimou, A.Tsakanikas 2017)¹⁵. Ειδικά οι αντίξοες οικονομικές συνθήκες, όπως αυτές που διαμορφώθηκαν στο ελληνικό περιβάλλον, αφενός δημιουργούν αυξημένους οικονομικούς περιορισμούς αφετέρου μεγιστοποιούν την ανάγκη για οικονομική ανάκαμψη και επομένως η στόχευση σε ποιοτικά εγχειρήματα οφείλει να είναι βασική προτεραιότητα πολιτικής.

1.5.2 ΒΑΘΜΟΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Ο βαθμός καινοτομίας που εμφανίζει ένα νέο εγχείρημα καταγράφεται με μάλλον ελαστικό τρόπο (soft indicator) στην έρευνα του GEM. Προκύπτει από μια ποιοτική ερώτηση αναφορικά με το πλήθος των πελατών που θα θεωρήσουν πως το προϊόν ή υπηρεσία που (θα) παρέχουν στην αγορά είναι νέο και πρωτοποριακό, με τις απαντήσεις να είναι: α) πολλοί, β) λίγοι και γ) κανένας. Επιπροσθέτως η συγκεκριμένη ερώτηση και η αντίστοιχη πληροφορία που εξάγεται, μπορεί να θεωρηθεί ως υποκειμενική, καθώς καταγράφεται μόνο ως άποψη του ίδιου του επιχειρηματία, χωρίς να καταγράφεται κάποιος άλλος πιο «σκληρός» δείκτης, που να επιβεβαιώνει την εκτίμηση του επιχειρηματία. Ωστόσο, ο δείκτης έχει μια αναλυτική αξία λόγω της διαχρονικής καταγραφής και βεβαίως της συγκριτικής αξιολόγησης με άλλες χώρες.

Στις περισσότερες χώρες, οι μισοί τουλάχιστον επιχειρηματίες αρχικών σταδίων είναι μάλλον συνειδητοποιημένοι και ρεαλιστές ως προς το βαθμό καινοτομίας που παρουσιάζουν τα εγχειρήματά τους. Έτσι και **στην Ελλάδα το 2017, σχεδόν δύο στους τρεις επιχειρηματίες δηλώνουν ότι κανένας (δυνητικός) πελάτης δε θα θεωρήσει τα προϊόντα / υπηρεσίες τους νέα και πρωτοποριακά, επίδοση πάντως αρκετά υψηλότερη από το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας. Μόλις 3,9% δηλώνει ότι όλοι θα θεωρήσουν τα προϊόντα τους ως καινοτομικά έναντι 18,3% στις χώρες καινοτομίας, επίδοση που φέρνει την Ελλάδα στην τελευταία θέση μεταξύ των χωρών καινοτομίας (Πίνακας 1.9).**

Αλλά και το ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που δηλώνει πως μερικοί ή όλοι οι πελάτες θεωρούν το προϊόν/υπηρεσία της επιχείρησης νέο και πρωτοποριακό κινείται οριακά χαμηλότερα από τα περυσινά επίπεδα, στο 35,5%, έναντι 38,6% το 2016 (Διάγραμμα 1.15). Η χαμηλή καινοτομικότητα των νέων εγχειρημάτων σίγουρα συνδέεται και

¹⁵Giotopoulos, A. Kontolaimou, A.Tsakanikas, (2017), «Drivers of high-quality entrepreneurship: what changes did the crisis bring about?», Small Business Economics, vol. 48, issue 4, 913-930

με το γεγονός ότι οι νέες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες εντοπίζονται πρωτίστως στους τομείς υπηρεσιών προς τον καταναλωτή, όπου η καινοτομία προϊόντος ή διεργασιών είναι εκ φύσεως αρκετά πιο περιορισμένη.

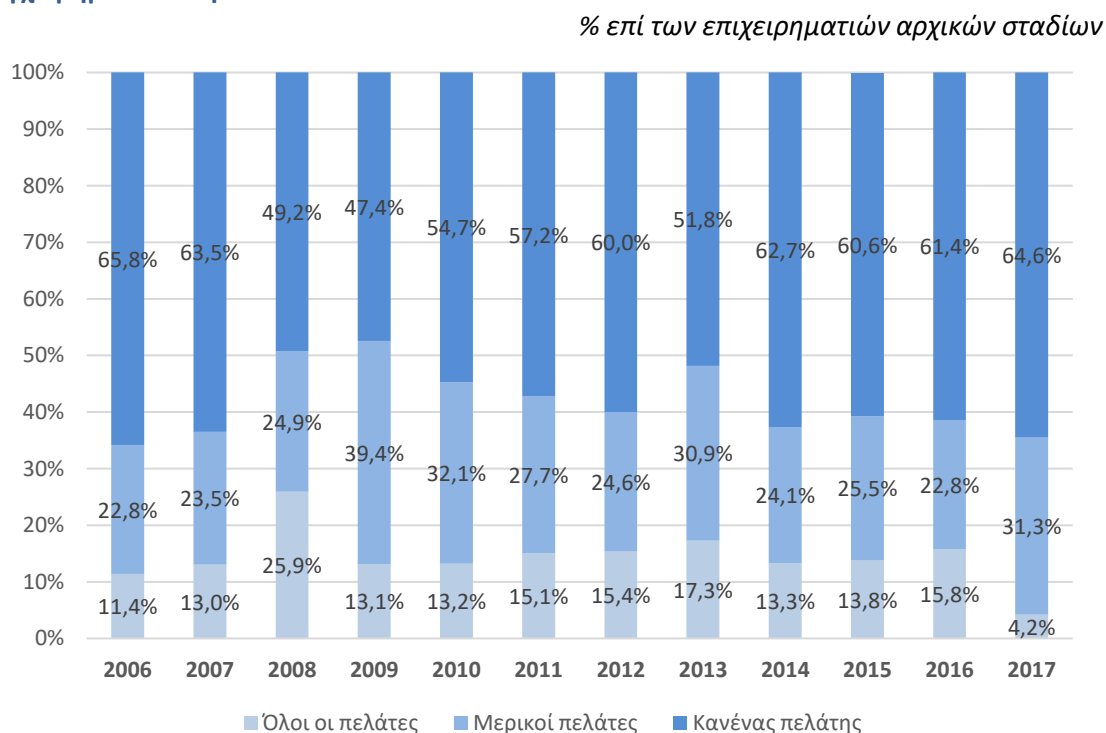
Πίνακας 1.9: Βαθμός καινοτομίας των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων ανά χώρα

% επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων

	Όλοι οι πελάτες	Μερικοί πελάτες	Κανένας πελάτης
Θα θεωρήσουν τα προϊόντα / υπηρεσίες νέα και πρωτοποριακά			
Βουλγαρία	9,4	8,1	82,6
Κροατία	14,2	14,0	71,7
Κύπρος	23,9	31,6	44,5
Εσθονία	12,2	35,0	52,8
Γαλλία	33,5	39,6	26,9
Γερμανία	12,6	23,6	63,8
Ελλάδα	3,9	31,6	64,5
Ιρλανδία	17,4	36,6	46,0
Ιταλία	31,7	32,5	35,7
Λετονία	6,3	38,0	55,7
Λουξεμβούργο	16,0	60,3	23,8
Ολλανδία	15,1	20,2	64,7
Πολωνία	6,3	19,2	74,4
Σλοβακία	15,3	34,3	50,4
Σλοβενία	19,9	30,5	49,7
Ισπανία	13,4	20,7	65,9
Σουηδία	5,7	35,3	59,0
Ην. Βασίλειο	15,5	23,6	60,9
Ομάδα Α	13,1	34,8	52,1
Ομάδα Β	13,3	30,2	56,5
Ομάδα Γ	18,3	31,7	50,1

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

1.5.3 ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

Ένα άλλο ποιοτικό γνώρισμα που εξετάζεται στο πλαίσιο της έρευνας του GEM και το οποίο σχετίζεται με την καινοτομία, κυρίως ως δείκτης όμως εισροής, και όχι ως εκροής όπως προηγουμένως, αφορά στο τεχνολογικό επίπεδο των επιχειρηματικών εγχειρημάτων στην Ελλάδα. Συγκεκριμένα, διερευνάται ο βαθμός στον οποίο οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων χρησιμοποιούν νέες τεχνολογίες/διεργασίες για την παραγωγή των προϊόντων τους / παροχή των υπηρεσιών τους. Η αξιολόγηση της τεχνολογικής ταυτότητας των νέων εγχειρημάτων γίνεται σε τρία επίπεδα, και αφορά τεχνολογίες που έχουν εμφανιστεί στην αγορά:

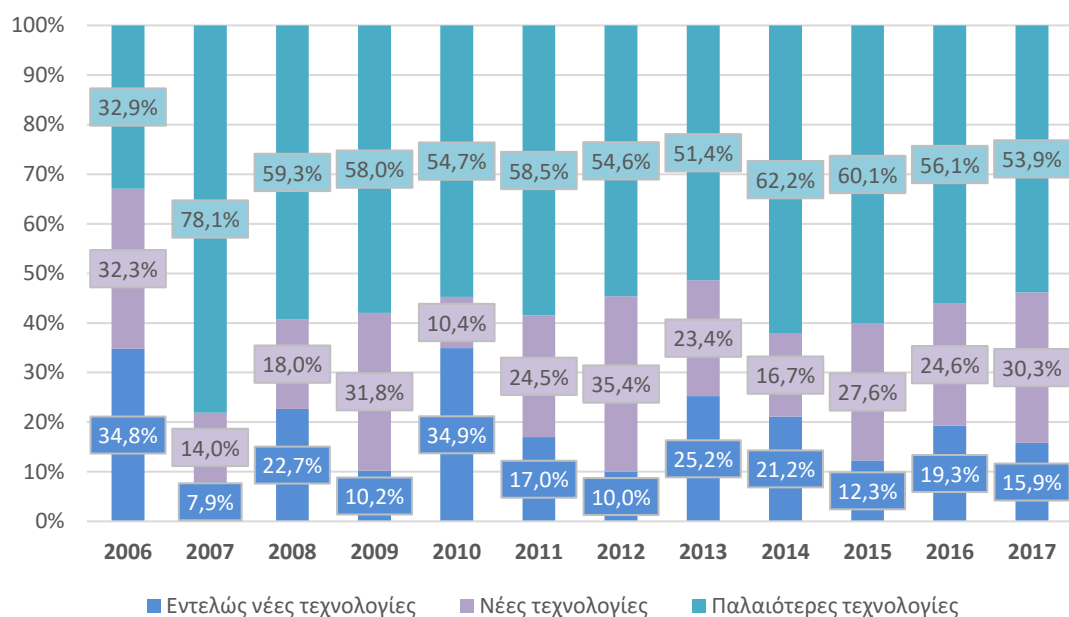
- α) εντός της προηγούμενης χρονιάς
- β) εντός της τελευταίας πενταετίας ή
- γ) είναι παλαιότερες της πενταετίας¹⁶.

¹⁶ Στο πλαίσιο του GEM, η αναφορά σε νέες τεχνολογίες/διεργασίες γίνεται με άξονα την συγκεκριμένη χώρα και αγορά στην οποία δραστηριοποιείται ο νέος επιχειρηματίας. Όταν δηλαδή κάποιος απαντά ότι πρόκειται να

Το ζητούμενο εδώ είναι η καταγραφή κατά μία έννοια του βαθμού τεχνολογικού εκσυγχρονισμού των νέων επιχειρημάτων, δηλαδή κατά πόσο τα νέα εγχειρήματα που εμφανίζονται σε μια οικονομία χρησιμοποιούν όσο το δυνατό πιο «μοντέρνες» τεχνολογίες, ή έστω τις τεχνολογίες αιχμής. **Αν και ως έναν βαθμό η επιλογή αυτή είναι ταυτολογική, με την έννοια ότι κάθε νέα επιχείρηση θα αγοράσει το τελευταίο διαθέσιμο τεχνολογικό προϊόν, καθώς αυτό θα διατίθεται στην αγορά από τους αντίστοιχους προμηθευτές, μπορεί να υπάρχουν επενδυτικές επιλογές υψηλότερου ή χαμηλότερου τιμήματος.** Σε κάθε περίπτωση ο δείκτης αυτός είναι χαρακτηριστικός της ταχύτητας με την οποία αναβαθμίζεται συνολικά η τεχνολογική ταυτότητα του επιχειρηματικού ιστού της χώρας. Σαφώς η τελευταία επηρεάζεται πρωτίστως από το επίπεδο τεχνολογικού εκσυγχρονισμού του υφιστάμενου επιχειρηματικού συστήματος. Όμως είναι σημαντικό η νέα «εισροή» στη συνολική «επιχειρηματική δεξαμενή» να ανανεώνει ως ένα βαθμό το τεχνολογικό περιεχόμενο του κάθε επιμέρους κλάδου.

Όπως φαίνεται και στο Διάγραμμα 1.16 όπου παρουσιάζονται τα διαχρονικά δεδομένα στην Ελλάδα η συγκεκριμένη ερώτηση παρουσιάζει σημαντικές διακυμάνσεις. Αν και οι παλαιότερες τεχνολογίες διαχρονικά πλειοψηφούν, υπάρχουν χρονιές που καταγράφεται μία έντονη τάση «εκσυγχρονισμού». **Το 2017 το ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών-σταδίων στην Ελλάδα που αξιοποιεί γνωστές τεχνολογίες/διεργασίες φαίνεται να εξασθενεί ελαφρά σε 53,9% από 56,1% το 2016. Στον αντίποδα, το 16% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων δηλώνει ότι χρησιμοποιεί εντελώς νέες τεχνολογίες, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για το 2016 άγγιζε το 20%.** Καθώς ο τεχνολογικός εκσυγχρονισμός των νέων επιχειρημάτων αποτελεί τη βάση για μια βιώσιμη και με προοπτικές ανάπτυξης επιχειρηματικότητα, το αποτέλεσμα αυτό δεν είναι ικανοποιητικό. Ωστόσο, το γεγονός ότι παραμένει υψηλό το ποσοστό των γνωστών τεχνολογιών, αν και μειώνεται, μπορεί να συνδεθεί με παράγοντες που έχουν να κάνουν με την κρίση, καθώς κατά κανόνα οι εντελώς νέες τεχνολογίες είναι και ακριβότερες.

χρησιμοποιήσει εντελώς νέα τεχνολογία, αυτό δεν σημαίνει ότι πρόκειται για εντελώς νέα τεχνολογία με όρους παγκόσμιας αγοράς, αλλά με όρους της τοπικής αγοράς στην οποία δραστηριοποιείται.

Διάγραμμα 1.16: Διαχρονική εξέλιξη του τεχνολογικού επιπέδου των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων στην Ελλάδα*% επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων*

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Πάντως είναι χαρακτηριστικό ότι στο συγκεκριμένο ζήτημα καταγράφονται σημαντικές αποκλίσεις και μεγάλο εύρος τιμών ανάμεσα στις διάφορες χώρες (Πίνακας 1.10). **Ιδιαίτερα αισιόδοξο πάντως είναι το γεγονός ότι η Ελλάδα το 2017 ταξινομείται μεταξύ των χωρών με τα υψηλότερα ποσοστά νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων που στηρίζονται σε εντελώς νέες ή απλά έστω νέες τεχνολογίες βάθους πενταετίας δηλαδή.**

Πίνακας 1.10: Ποσοστό νέων και επίδοξων επιχειρηματικών εγχειρημάτων που χρησιμοποιεί νέες τεχνολογίες/διαδικασίες (2017)*% επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων*

	Εντελώς νέες τεχνολογίες	Νέες τεχνολογίες	Παλαιότερες τεχνολογίες
Βουλγαρία	24,3	44,7	31,0
Κροατία	21,9	34,5	43,5
Κύπρος	34,9	19,8	45,4
Εσθονία	13,9	19,1	67,1
Γαλλία	30,9	27,5	41,6
Γερμανία	10,9	14,3	74,8
Ελλάδα	15,9	30,3	53,9
Ιρλανδία	14,7	18,8	66,5
Ιταλία	8,9	28,4	62,7
Λετονία	5,3	11,3	83,5
Λουξεμβούργο	20,3	24,1	55,6

Ολλανδία	8,0	15,3	76,7
Πολωνία	2,8	13,1	84,1
Σλοβακία	24,2	22,0	53,8
Σλοβενία	16,6	21,2	62,2
Ισπανία	11,9	19,9	68,2
Σουηδία	6,3	17,3	76,4
Ην. Βασίλειο	8,5	18,1	73,4
Ομάδα Α	15,9	29,4	54,7
Ομάδα Β	19,9	23,2	56,9
Ομάδα Γ	15,3	21,9	62,8

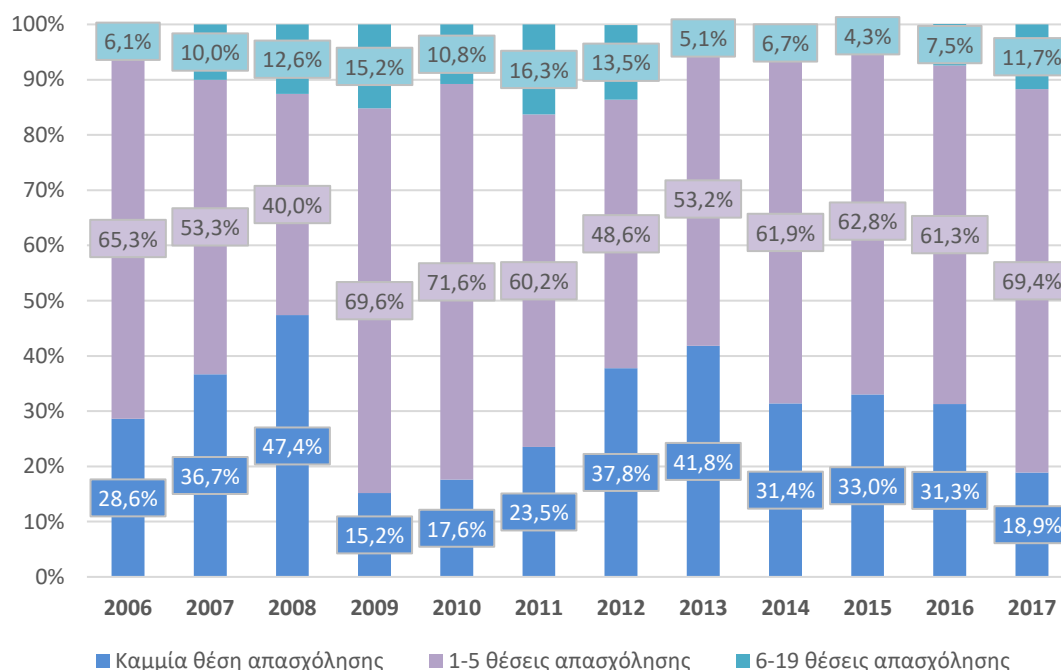
Ομάδα Α: Χώρες Χαμηλού κόστους, Ομάδα Β: Χώρες βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Ομάδα Γ: Χώρες καινοτομίας

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

1.5.4 ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

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

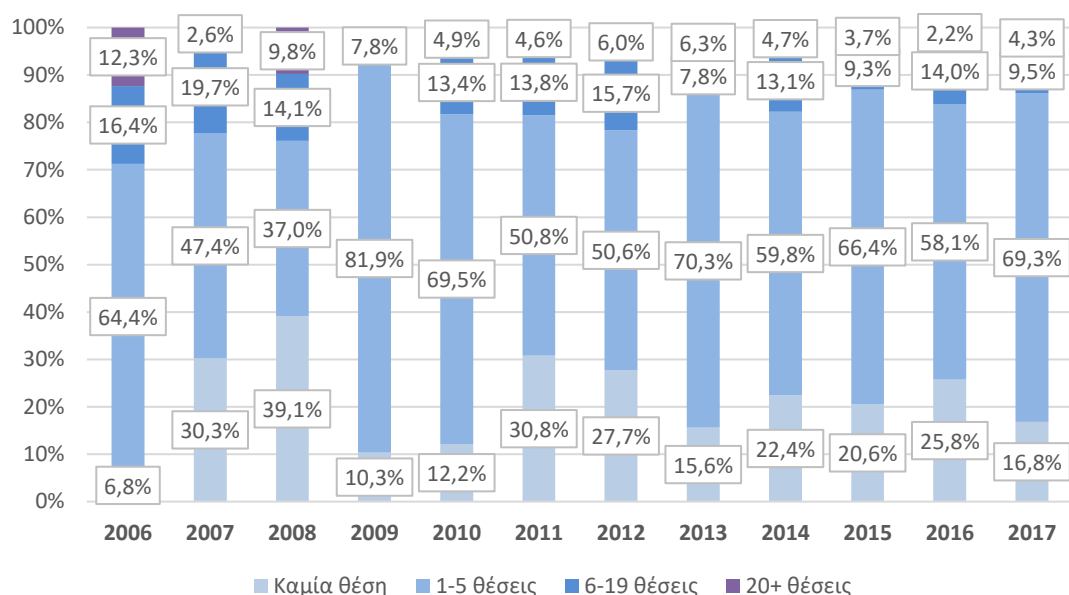
Σύμφωνα με τα αποτελέσματα (Διάγραμμα 1.17) **το 18% δηλώνει ότι πέρα από τους ιδρυτές, κανείς άλλος δεν εργάζεται στο εγχείρημα αυτό, τουλάχιστον κατά τη στιγμή της έναρξης. Ταυτόχρονα όμως, το ποσοστό που δηλώνει ότι απασχολεί 1 έως 5 άτομα, διαμορφώνεται στο 69% από 61% το 2016, ενώ ταυτόχρονα ενισχύεται και το ποσοστό των εγχειρημάτων που απασχολούν πάνω από έξι άτομα (στο 11,7%).** Η εξέλιξη αυτή είναι σημαντική καθώς συνιστά την υψηλότερη επίδοση της τελευταίας εξαετίας, παρόλο που δεν αλλάζει το ότι η ευρεία πλειονότητα των νέων εγχειρημάτων είναι πολύ μικρές επιχειρήσεις (micro) που προσφέρουν κατά βάση απασχόληση στους ιδρυτές τους. Ωστόσο, είναι θετική η ενίσχυση του μέσου μεγέθους των επιχειρήσεων.

Διάγραμμα 1.17: Αριθμός θέσεων εργασίας κατά την έναρξη της επιχείρησης*% επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων*

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

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

Από την έναρξη της οικονομικής κρίσης και μετά το ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που εκτιμούσαν ότι θα ήταν σε θέση να προσφέρουν στην επόμενη πενταετία τουλάχιστον μία θέση εργασίας, άρχισε σταδιακά να περιορίζεται από 90% το 2009 σε 70% το 2013. Το 2013 η πτωτική αυτή τάση ανακοπήκε, χωρίς ωστόσο να ξεπεράσει έκτοτε το 75%. **Το 2017 ωστόσο καταγράφεται σημαντική βελτίωση αυτών των προσδοκιών, αφού σχεδόν το 85% των επιχειρηματιών εκτιμούν ότι την επόμενη πενταετία θα δημιουργούσαν τουλάχιστον μια θέση εργασίας έναντι 75% το 2016.** Οι περισσότεροι βεβαίως (~70%) δηλώνουν ότι οι θέσεις αυτές δεν αναμένεται να είναι πάνω από πέντε, ωστόσο και πάλι η εξέλιξη αυτή μπορεί να θεωρηθεί ως μια σημαντική τόνωση των προσδοκιών απασχόλησης.

Διάγραμμα 1.18: Προοπτικές δημιουργίας θέσεων απασχόλησης εντός της επόμενης πενταετίας*% επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων*

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Σε κάθε περίπτωση, τα αποτελέσματα για την υφιστάμενη και την προσδοκώμενη απασχόληση καθώς και τον ευρύτερο περιορισμό των νέων εγχειρημάτων που καταγράφονται στην Ελλάδα το 2017, σημαίνει ότι σε όρους απασχόλησης οι απώλειες είναι ηπιότερες, καθώς τα νέα εγχειρήματα του 2017 είναι - και επιπροσθέτως προσδοκούν να γίνουν - μεγαλύτερα σε μέσου μέγεθος σε σχέση με το παρελθόν.

1.5.5 ΕΝΤΑΣΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

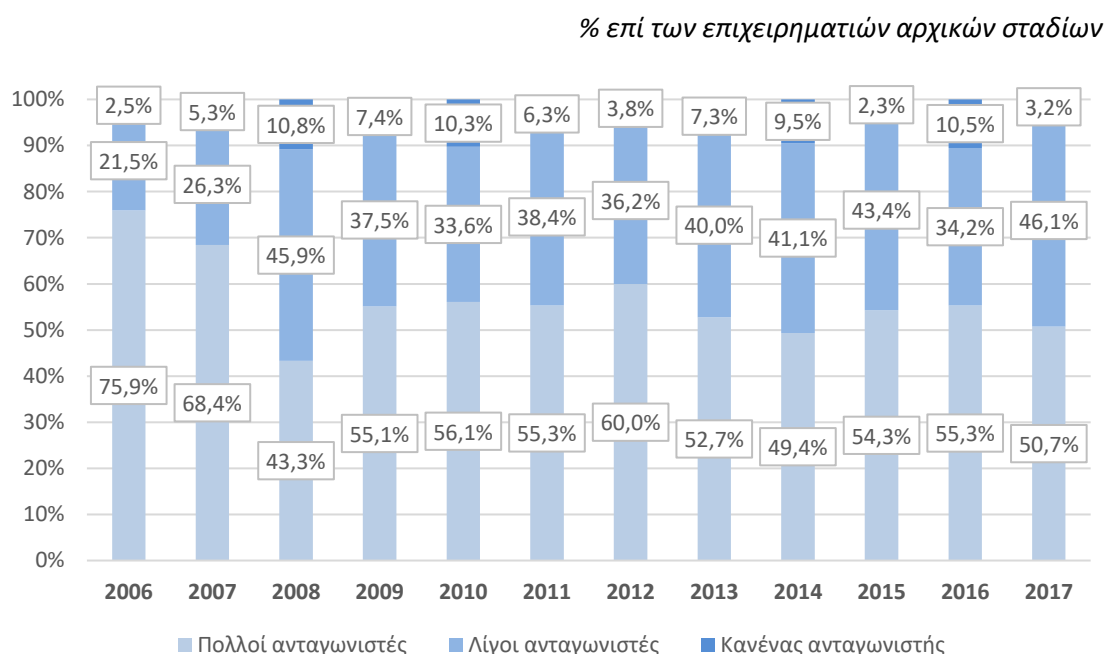
Μια άλλη ποιοτική διάσταση των νέων εγχειρημάτων που εξετάζεται στο πλαίσιο του GEM είναι η ένταση του ανταγωνισμού στις αγορές στις οποίες λανσάρονται τα νέα εγχειρήματα. Η δημιουργία νέων αγορών, διαδραματίζει κρίσιμο ρόλο στη βελτίωση της παραγωγικότητας, στην ενθάρρυνση της καινοτομίας και γενικότερα στην ενίσχυση της οικονομικής ανάπτυξης σε μια χώρα (Aghion & Griffith, 2008; Aghion et al 2005). Όταν μία επιχείρηση εισέρχεται σε μία νησίδα αγοράς (niche market), όπου δηλαδή ο ανταγωνισμός είναι ήπιος ή και ανύπαρκτος, τουλάχιστον στην πρώτη φάση διαμόρφωσης της αγοράς, υποδηλώνει ότι η επιχείρηση αυτή έχει εμφανίσει κάποια σημαντική καινοτομία, κάτι που σημαίνει ότι έχει σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης και μεγέθυνσης.

Κατά την διεξαγωγή της έρευνας του GEM, οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων καλούνται να εκτιμήσουν - σύμφωνα με τη δική τους άποψη βεβαίως - την ένταση του ανταγωνισμού, με

βάση μια ένδειξη για το εάν υπάρχουν πολλές, λίγες ή καμία επιχείρηση που προσφέρουν το ίδιο ή όμοιο προϊόν / ίδια ή όμοια υπηρεσία. Συνεπώς, εάν το προϊόν ή η υπηρεσία είναι πράγματι «νεωτερικό», ο επιχειρηματίας αναμένεται να αντιμετωπίζει χαμηλό ή και καθόλου ανταγωνισμό, τουλάχιστον κατά τη φάση αρχικής προώθησης του εγχειρήματός του στην αγορά.

Στο Διάγραμμα 1.19 φαίνεται ότι τα περισσότερα νέα εγχειρήματα που εμφανίζονται στη χώρα διαχρονικά εισέρχονται σε αγορές όπου ήδη υπάρχει έντονος ανταγωνισμός. Το 2017 το 50,7% των επιχειρηματιών – μειωμένο όμως σε σχέση με το 2016 (53,5%) - δηλώνει πως πολλές επιχειρήσεις προσφέρουν παρόμοιο προϊόν ή υπηρεσία.

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



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Αντίστοιχος όμως είναι και ο μέσος όρος και των χωρών καινοτομίας (51,2%), ενώ ακόμα πιο υψηλός είναι ο σχετικός δείκτης σε χώρες χαμηλότερης οικονομικής ανάπτυξης. Αξίζει να επισημανθεί πάντως ότι το ποσοστό των επιχειρηματιών που δηλώνουν ότι δεν έχουν κανέναν ανταγωνιστή περιορίζεται στο 3,2% το 2017, από 10,5% το 2016 (Πίνακας 1.11)¹⁷.

¹⁷ Από τις επιχειρήσεις που δηλώνουν ότι δεν έχουν κανέναν ανταγωνιστή πάντως, οι μισές ανήκουν στον κλάδο των υπηρεσιών προς τον καταναλωτή, και συγκεκριμένα, το 1/3 αυτών στις υπηρεσίες εστίασης και καταλύματος.

Πίνακας 1.11: Ποσοστιαία διάρθρωση επιχειρηματικών εγχειρημάτων με βάση τον ανταγωνισμό που αντιμετωπίζουν (2017)*% επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων*

	Πολλοί ανταγωνιστές	Λίγοι ή κανένας ανταγωνιστής
Βουλγαρία	68,8	31,2
Κροατία	51,1	48,9
Κύπρος	48,6	51,4
Εσθονία	51,3	48,7
Γαλλία	38,9	61,1
Γερμανία	56,6	43,4
Ελλάδα	50,7	49,3
Ιρλανδία	36,3	63,7
Ιταλία	63,3	36,7
Λετονία	50,5	49,5
Λουξεμβούργο	33,1	66,9
Ολλανδία	51,8	48,2
Πολωνία	71,9	28,1
Σλοβακία	58,5	41,5
Σλοβενία	50,0	50,0
Ισπανία	54,1	45,9
Σουηδία	48,5	51,5
Ην. Βασίλειο	48,1	51,9
Ομάδα Α	62,9	37,1
Ομάδα Β	59,1	40,9
Ομάδα Γ	51,2	48,8

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

1.5.6 ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΕΓΧΕΙΡΗΜΑΤΟΣ

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

Ωστόσο, η εξωστρέφεια δεν είναι εύκολη διαδικασία, καθώς απαιτεί την προσαρμογή της παραγωγής στις ευρύτερες τεχνολογικές, οικονομικές, κοινωνικές και γεωπολιτικές

μεταβολές, και προϋποθέτει τη βελτίωση των δυνατοτήτων που έχουν οι επιχειρήσεις της να παράγουν, και να αξιοποιούν τη γνώση, ούτως ώστε να μπορεί να καινοτομούν. Η αξιολόγηση επομένως της εξωστρέφειας των νέων εγχειρημάτων που εισέρχονται στην υφιστάμενη επιχειρηματικότητα της χώρας αποτελεί υψηλής σημασίας ζήτημα, καθώς μπορεί να αποτυπώσει μια μελλοντική εικόνα σχετικά με τις προοπτικές βιωσιμότητας, αλλά και μεγέθυνσης του συνόλου των επιχειρήσεων στη χώρα.

Πίνακας 1.12: Εξαγωγικός προσανατολισμός των νέων εγχειρημάτων (2017)

% επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων

	Μόνο εγχώριοι πελάτες	<25% των εσόδων προέρχονται από το εξωτερικό	26-75% των εσόδων προέρχονται από το εξωτερικό	76-100% των εσόδων προέρχονται από το εξωτερικό
Βουλγαρία	62,6	26,3	7,0	4,1
Κροατία	19,1	29,5	33,4	18,0
Κύπρος	39,0	36,3	13,5	11,2
Εσθονία	50,8	28,3	9,0	11,8
Γαλλία	31,6	44,5	13,5	10,4
Γερμανία	46,2	35,2	16,7	1,9
Ελλάδα	21,6	48,3	19,8	10,2
Ιρλανδία	28,1	44,7	13,1	14,1
Ιταλία	55,4	31,1	7,8	5,8
Λετονία	36,1	36,5	17,2	10,1
Λουξεμβούργο	17,5	31,4	32,2	18,8
Ολλανδία	56,8	33,7	3,9	5,6
Πολωνία	63,0	31,6	3,7	1,7
Σλοβακία	38,4	43,4	12,3	5,9
Σλοβενία	25,3	32,3	18,0	24,5
Ισπανία	75,1	16,1	5,9	2,9
Σουηδία	44,0	32,9	17,4	5,7
Ην. Βασίλειο	45,6	39,9	8,8	5,7
Ομάδα Α	68,5	23,6	4,6	3,4
Ομάδα Β	61,2	24,3	9,9	4,6
Ομάδα Γ	38,1	36,0	14,9	10,9

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

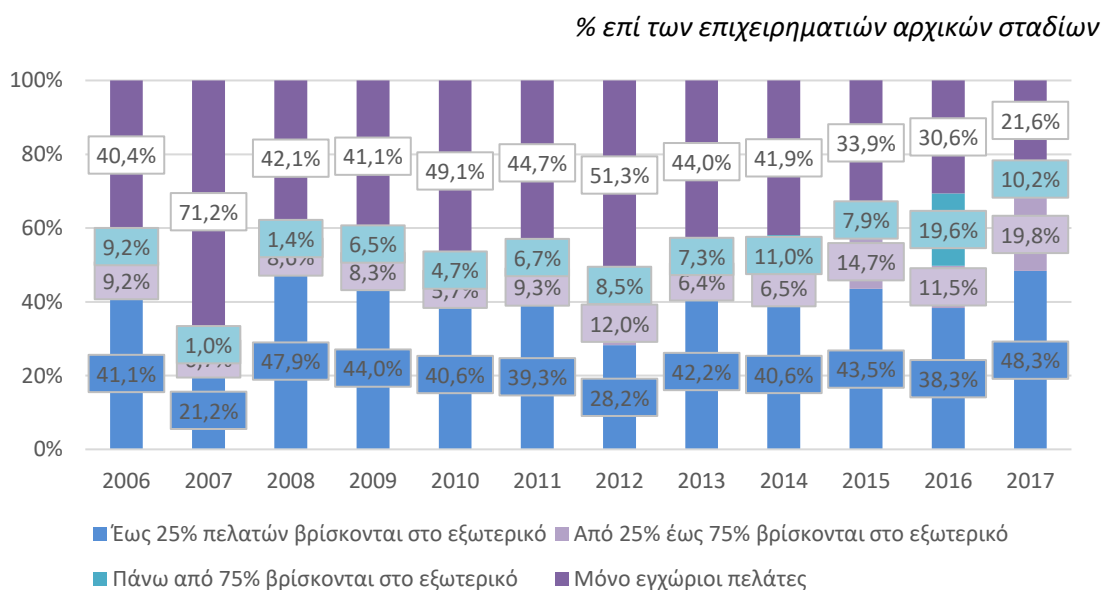
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Στο πλαίσιο της έρευνας του GEM, ο βαθμός εξωστρέφειας των νέων εγχειρημάτων προκύπτει από το ποσοστό του κύκλου εργασιών που προέρχεται από πελάτες εξωτερικού. Σύμφωνα με τον Πίνακα 1.12 για το 2017 η Ελλάδα, φαίνεται να εξάγει περισσότερο (με όρους ποσοστού επιχειρήσεων που εξάγει) σε σύγκριση με το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (ομάδα Γ). Συγκεκριμένα μόνο το 21,6% (δύο στους πέντε δηλαδή), επιχειρηματίες αρχικών σταδίων δηλώνει ότι απευθύνεται αποκλειστικά στην εγχώρια

αγορά, έναντι 38,1% στις χώρες καινοτομίας. Μάλιστα το 30% των επιχειρήσεων δηλώνει ότι πάνω από το ¼ του τζίρου τους προέρχεται από πελάτες εξωτερικού, επίδοση ελαφρώς υψηλότερη από τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (ομάδα Γ) (25,8%). Σαφώς μέρος αυτής της θετικής τάσης σχετίζεται με τον σχετικά υψηλό αριθμό εγχειρημάτων υπηρεσιών στον κλάδο του τουρισμού και των συναφών δραστηριοτήτων, που εκ φύσεως έχουν έναν εξωστρεφή χαρακτήρα. Εξάλλου, την ίδια στιγμή, στις χώρες καινοτομίας περιλαμβάνονται μεγάλες χώρες, με ευμεγέθη εσωτερική αγορά, γεγονός που επηρεάζει την εξωστρέφεια των αντίστοιχων «εγχώριων» εγχειρημάτων τους. Με λίγα λόγια ένα νέο εγχείρημα στις ΗΠΑ στοχεύει πρωτίστως να απευθυνθεί στην εσωτερική αγορά που μπορεί να υποστηρίξει έναν σημαντικού ύψους κύκλο εργασιών, παρά προσπαθεί να δραστηριοποιηθεί στο εξωτερικό.

Πάντως σε σχέση με άλλες χώρες φαίνεται γενικά ότι οι χώρες καινοτομίας διαθέτουν μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων που απευθύνεται σε διεθνείς αγορές σε σχέση με τις αναπτυσσόμενες χώρες (ομάδες Α και Β), όπως υποδηλώνουν οι σχετικοί μέσοι όροι (Πίνακας 1.12).

Διάγραμμα 1.20: Εξαγωγικός προσανατολισμός νέων επιχειρήσεων



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Όσον αφορά στη διαχρονική εξέλιξη του δείκτη εξωστρέφειας, (Διάγραμμα 1.20) παρά το γεγονός ότι από το 2012 πάνω από τα μισά νέα εγχειρήματα κατευθύνονταν αποκλειστικά στην εγχώρια αγορά, το 2016 το ποσοστό αυτό πλέον υποχωρεί στο 30,8% και το 2017 εξασθενεί περαιτέρω στο 21,6%. **Μάλιστα το ποσοστό όσων εξάγουν πάνω από το 25% του κύκλου εργασιών τους ξεπερνά το 68%. Αυτό σημαίνει ότι ενισχύεται εκτός από την έκταση των εξαγωγών και η έντασή τους, τάση που δεν μπορεί παρά να αξιολογηθεί θετικά.**

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζεται μια αποτίμηση για την εξέλιξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα με βάση συγκριτικά διεθνή στοιχεία που δημοσιεύτηκαν στην παγκόσμια έκθεση του GEM για το 2016. Συγκεκριμένα, επιχειρείται μια σφαιρική και λεπτομερής παρουσίαση της γυναικείας επιχειρηματικότητας, εξετάζοντας τη συμμετοχή τους σε διαφορετικές φάσεις της επιχειρηματικής διαδικασίας, καθώς και τα επιμέρους χαρακτηριστικά της. Επιπλέον, η έρευνα εξετάζει τα κίνητρα τους για την είσοδο στον κόσμο του επιχειρείν, τις τρέχουσες και πιθανές επιδράσεις στην ευρύτερη κοινωνία, τις πηγές χρηματοδότησης, καθώς και τις στάσεις της ευρύτερης κοινωνίας απέναντί τους. Η συγκριτική ανάλυση της «ελληνικής» γυναικείας επιχειρηματικότητας γίνεται με επιλεγμένες χώρες της Ευρώπης, καθώς και στις χώρες καινοτομίας¹⁸, όπου ανήκει η Ελλάδα. Μέσα από την συγκριτική ανάλυση εξάγονται σημαντικές πληροφορίες, οι οποίες μπορούν να αξιοποιηθούν για τη διαμόρφωση πολιτικών και στρατηγικών ενίσχυσης της γυναικείας επιχειρηματικότητας και σε εθνικό περιβάλλον και υπό όρους να βοηθήσουν στη βελτίωση των συνθηκών έκφρασής της.

2.2 ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΕ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

Σύμφωνα με τα στοιχεία του GEM, το 2016, **περίπου 163 εκατ. γυναίκες ξεκίνησαν νέες επιχειρήσεις σε 74 οικονομίες παγκοσμίως, ενώ περίπου 111 εκατ. «έτρεχαν» ήδη εδραιωμένες επιχειρήσεις**. Το γεγονός αυτό αντανακλά την ισχυρή παρουσία των γυναικών στο επιχειρείν σε όλη την υφήλιο, αλλά και αναδεικνύει την συνεισφορά των γυναικών στην ανάπτυξη και την ευημερία των κοινωνιών. Οι γυναίκες επιχειρηματίες σχεδιάζουν, δημιουργούν και παράγουν προϊόντα και υπηρεσίες, ενώ παράλληλα παρέχουν εισοδήματα στις οικογένειές τους και θέσεις εργασίας στις κοινότητες τους, συμβάλλοντας έτσι και αυτές από την πλευρά τους στην πρόοδο και στην κοινωνική ευημερία.

¹⁸ Υπενθυμίζεται ότι οι Χώρες καινοτομίας είναι: Αυστρία, Βέλγιο, Κύπρος, Εσθονία, Φινλανδία, Γαλλία, Γερμανία, Ελλάδα, Ιρλανδία, Ιταλία, Λουξεμβούργο, Ολλανδία, Νορβηγία, Πορτογαλία, Σλοβακία, Σλοβενία, Ισπανία, Σουηδία, Ελβετία, Ηνωμένο Βασίλειο, Αυστραλία, Ισραήλ, Χονγκ Κονγκ, Κατάρ, Νότια Κορέα, Ταϊβάν, Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, Καναδάς, Πουέρτο Ρίκο και Η.Π.Α

Σύμφωνα με την ανάλυση του Pew Research Center¹⁹, οι γυναίκες αποτελούν το 40% του εργατικού δυναμικού σε 80 χώρες. Στην Ελλάδα, σύμφωνα με τα στοιχεία της Eurostat, το 2017, το αντίστοιχο ποσοστό ανέρχεται στο 74,4%, έναντι 82,8% των αντρών, ενώ το 30% των απασχολούμενων γυναικών είναι επιχειρηματίες είτε δηλαδή διοικούν μια επιχείρηση με εργαζόμενους είτε είναι αυτοαπασχολούμενες²⁰. **Μέχρι το 2022, εκτιμάται ότι περίπου ένα δισεκ. γυναίκες θα εισέλθουν στο εργατικό δυναμικό²¹. ενώ ελέγχουν περισσότερα από \$20 τρισεκ. στις ετήσιες καταναλωτικές δαπάνες, αριθμός που αναμένεται να αυξηθεί σε περίπου \$28 τρισεκ. μέσα στα επόμενα 5 χρόνια²².**

Πρόσθετο ενδιαφέρον συγκεντρώνουν οι επιτυχίες και οι διακρίσεις των γυναικών σε σύγκριση με τους άντρες, αλλά και τα επιμέρους χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας που μπορεί να εκδηλώνουν. Σύμφωνα με τα στοιχεία του «Global Entrepreneurship Monitor Women's 2016/17 Report» στα περισσότερα μέρη του κόσμου, ο αριθμός των γυναικών που ξεκινούν ένα επιχειρηματικό εγχείρημα ή βρίσκονται στη διοίκηση επιχειρήσεων αυξάνεται, με πολύ έντονη, ωστόσο, διαφοροποίηση ως προς τον κλάδο, τα κίνητρα αλλά και τη χρηματοδότηση ανά χώρα. Για παράδειγμα, κάποιες γυναίκες υποκινούνται από την ανάγκη, δηλαδή ξεκινούν μια επιχείρηση όταν δεν υπάρχουν άλλες επιλογές για να στηρίξουν τις οικογένειές τους, ενώ άλλες γυναίκες υποκινούνται από τις ευκαιρίες, αξιοποιούν δηλαδή, επιχειρηματικές ευκαιρίες στην αγορά, παρόλο που έχουν τη δυνατότητα απασχόλησης υπό άλλες μορφές. Επίσης, έντονη είναι και η διαφοροποίηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας ως προς τη μορφή απασχόλησης (αυτοαπασχόληση ή ίδρυση επιχείρησης με απασχολούμενους), καθώς επίσης και ως προς τον κλάδο δραστηριότητας και τις φιλοδοξίες μεγέθυνσης των εγχειρημάτων τους.

Προφανώς, θα πρέπει να αναγνωριστεί ότι η γυναικεία επιχειρηματικότητα στις διάφορες γεωγραφικές περιοχές. επηρεάζεται από παράγοντες όπως το φυσικό περιβάλλον, η πολιτική, η θρησκεία και ο πολιτισμός που τελικά καθορίζουν τις επιχειρηματικές επιλογές και τις συμπεριφορές των γυναικών. Οι γυναίκες επιχειρηματίες ανά την υφήλιο έχουν διαφορετικές επιχειρηματικές εμπειρίες και προσδοκίες ανάλογα με την πρόσβαση τους σε ευκαιρίες, σε αγορές, χρηματοδοτικούς πόρους και υποδομές. Συνεπώς, δεν υπάρχει ένα ενιαίο προφίλ για την γυναίκα επιχειρηματία και δεν μπορεί να αντιμετωπίζονται ως ένας ενιαίος πληθυσμός, με κοινά χαρακτηριστικά. Λαμβάνοντας υπόψη λοιπόν όλα τα παραπάνω, το παρόν κεφάλαιο έχει επικεντρωθεί στην συγκριτική ανάλυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, σε σχέση κυρίως με τις ευρωπαϊκές χώρες.

¹⁹ <http://www.pewresearch.org/category/publications/>

²⁰ Eurostat, Labour Force Survey

²¹ <https://www.economist.com/economic-and-financial-indicators/2012/10/20/economic-contribution-of-women>

²² GEM, Women's Entrepreneurship 2016/2017 Report

Όπως κάθε είδους επιχειρηματικότητα, έτσι και η γυναικεία επιχειρηματικότητα μπορεί να αναδειχθεί σε κινητήριο μοχλό της οικονομικής ανάπτυξη μιας χώρας, μέσα από την ενίσχυση της απασχόλησης, την καινοτομικότητα, την εξωστρέφεια, και τη βελτίωση της ευρύτερη ανταγωνιστικότητας που υπό προϋποθέσεις μπορεί να δημιουργήσει. **Οι γυναίκες που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά απολαμβάνουν μια πηγή εισοδήματος για τους εαυτούς τους και τις οικογένειές τους, αλλά προσφέρουν και θέσεις εργασίας στις κοινότητές τους.** Γυναίκες επιχειρηματίες που καινοτομούν και παράγουν βελτιωμένα προϊόντα και υπηρεσίες φέρνουν νέες λύσεις στην αγορά, ενώ με πωλήσεις πέρα των εθνικών συνόρων, συμβάλλουν στην ανταγωνιστικότητα της οικονομίας τους.

Αν και τα οφέλη της γυναικείας επιχειρηματικότητας είναι καλά τεκμηριωμένα στη σχετική βιβλιογραφία και με εμπειρικά πλέον δεδομένα, εξακολουθούν να παραμένουν χάσματα μεταξύ των φύλων στην αγορά εργασίας, με τις γυναίκες να εμφανίζουν μεγαλύτερη ανεργία και χαμηλότερα εισοδήματα²³. Στην Ελλάδα, για παράδειγμα, το 2017, το ποσοστό ανεργίας στις γυναίκες ανήλθε στο 26,1%, όταν το αντίστοιχο ποσοστό στους άντρες ήταν κοντά στο 18%. Από την άλλη πλευρά, το μισθολογικό χάσμα μεταξύ αντρών και γυναικών στην Ελλάδα έχει περιοριστεί τα τελευταία χρόνια, ως συνέπεια όμως της δραματικής μείωσης των μισθών²⁴). Παρά το γεγονός ότι σε πολλές περιοχές του κόσμου η γυναικεία επιχειρηματικότητα περιορίζεται είτε λόγω έλλειψης κεφαλαίου είτε λόγω κοινωνικών εμποδίων, οι γυναίκες επιχειρηματίες συμβάλλουν ουσιαστικά στην οικονομική ανάπτυξη και στη μείωση της φτώχειας²⁵. Σε σύγκριση με τους άντρες επιχειρηματίες, οι γυναίκες είναι περισσότερο πιθανό να συμβάλλουν στην εκπαίδευση, την υγεία και την διατροφή των παιδιών τους. Από την άλλη όμως σε πολλές γεωγραφικές περιοχές παρά τις αντιξοότητες, η γυναικεία επιχειρηματικότητα αναπτύσσεται έστω και σε μικρό βαθμό, επειδή αποτελεί ίσως τον μόνο τρόπο για να «επιβιώσουν» γυναίκες που ζουν σε συνθήκες ακραίας φτώχειας: μέσω της επιχειρηματικότητας κερδίζουν εισοδήματα, διευκολύνουν την ανεξαρτησία τους και αναλαμβάνουν έναν πιο ενεργό κοινωνικό ρόλο²⁶.

Σε παγκόσμιο επίπεδο, η έκθεση του GEM για την γυναικεία επιχειρηματικότητα έδειξε ότι παραμένουν, έστω και σε μικρό βαθμό, οι διαφορές μεταξύ των δύο φύλων, αλλά και μεταξύ των γυναικών ανά επίπεδο ανάπτυξης, κυρίως ως προς τις προοπτικές μεγέθυνσης της επιχείρησης και τα κίνητρα. **Συγκεκριμένα, καταγράφεται μείωση του χάσματος (5%) μεταξύ των φύλων σε σχέση με την τελευταία έκθεση (2014)²⁷ για τις οικονομίες που συμμετείχαν και στις δύο μελέτες, με τα ποσοστά επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων**

²³ World Employment and Social Outlook: Trends 2015, ILO

²⁴ Eurostat, http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=earn_gr_gpgr2&lang=en

²⁵ Women's Entrepreneurship: How to Measure the Gap between New Female and Male Entrepreneurs?, World Bank, 2017

²⁶ "Minority and Women Entrepreneurs: Building Capital, Networks, and Skills", Brookings Institute, 2015

²⁷ GEM, Women's Entrepreneurship 2014 Report

στις γυναίκες να παρουσιάζουν αύξηση κατά 10%. Ομοίως, μεταξύ των 63 οικονομιών που περιλαμβάνονται και στις δύο εκθέσεις, οι θετικές αντιλήψεις που αφορούν τις επιχειρηματικές ευκαιρίες στο γυναικείο πληθυσμό ενισχύθηκαν, με αποτέλεσμα η διαφορά με τους άντρες να μειωθεί ελαφρά. **Αξίζει να σημειωθεί ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες έχουν κατά 5% περισσότερες πιθανότητες να είναι καινοτόμες στις επιχειρήσεις τους σε σχέση με τους άντρες, ενώ οι επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών αυξηθήκαν κατά 16% το 2016 σε σχέση με το 2014.** Από την άλλη όμως οι προθέσεις δεν μεταφράζονται πάντα σε πράξεις, γεγονός που επιβεβαιώνεται από το εύρημα ότι περισσότερες γυναίκες από ότι άντρες, ενδέχεται να αποχωρήσουν από ένα εγχείρημα: η πιθανότητα διακοπής μιας επιχειρηματικής προσπάθειας είναι μεγαλύτερη στις γυναίκες.

Όσον αφορά στα ποσοστά της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας στο γυναικείο φύλο αυξήθηκαν 8% σε σχέση με την έρευνα του 2014. Ωστόσο, όπως έχει επισημανθεί και σε άλλες σχετικές εργασίες, όσο πιο ανεπτυγμένη είναι μια οικονομία, τόσο μειώνεται το επίπεδο της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Αυτό συμβαίνει γιατί υπάρχει ένας επιχειρηματικός τομέας που είναι σε θέση να προσφέρει θέσεις εξαρτημένης εργασίας στις γυναίκες με σημαντικές παροχές, με αποτέλεσμα να είναι πιο ελκυστικός για εργασία, σε σχέση π.χ. με την αυτοπροαπασχόληση.

Όμως, δεδομένου ότι υπάρχει μεγαλύτερη ζήτηση για επιχειρηματικότητα στις αναπτυσσόμενες οικονομίες παρά στις ανεπτυγμένες, συγκριτικά λιγότερα είναι τα εγχειρήματα που κατορθώνουν να μεταβαίνουν σε ένα πιο ώριμο στάδιο. Συνεπώς, μπορεί οι Χώρες καινοτομίας να παρουσιάζουν μικρότερη ζήτηση για επιχειρηματικότητα, αλλά τα άτομα που εισέρχονται στον κόσμο των επιχειρήσεων, έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες να ιδρύσουν μια βιώσιμη επιχείρηση, καθώς ένα εύρωστο οικονομικό περιβάλλον ενισχύει τη βιωσιμότητα.

Αν και γενικότερα καταγράφεται σταδιακή βελτίωση των περισσότερων δεικτών, εξακολουθούν να υπάρχουν σημαντικές προκλήσεις για τις γυναίκες επιχειρηματίες. Η ανάγκη παραμένει το βασικό κίνητρο επιχειρηματικότητας, ενώ εντοπίζονται και χαμηλότερες προσδοκίες για ανάπτυξη και υψηλότερα ποσοστά αποχώρησης συγκριτικά με τους άντρες. **Είναι χαρακτηριστικό ότι μόλις το 35% των γυναικών στις Χώρες καινοτομίας πιστεύει ότι έχει ικανότητες για να ξεκινήσει μια επιχείρηση.**

Σχετικά με τα επίπεδα καινοτομίας στην γυναικεία επιχειρηματικότητα, το επίπεδο οικονομικής μεγέθυνσης φαίνεται να παίζει σημαντικό ρόλο, καθώς οι Χώρες καινοτομίας ξεχωρίζουν στην παραγωγή βελτιωμένων προϊόντων και υπηρεσιών. Αξίζει να σημειωθεί ότι η καινοτομία είναι ένας δείκτης όπου η γυναικεία επιχειρηματικότητα εμφανίζεται να υπερτερεί έως και 5% σε σχέση με την επιχειρηματικότητα ανδρών.

Επιπροσθέτως, ένας σημαντικός παράγοντας που χαρακτηρίζει τη γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι η εξωστρέφεια. **Στις Χώρες καινοτομίας, πάνω από το ένα πέμπτο των γυναικών επιχειρηματιών δηλώνει ότι τουλάχιστον το 25% των πωλήσεων προέρχεται από το εξωτερικό, όταν το αντίστοιχο ποσοστό στους άντρες είναι αισθητά χαμηλότερο.**

Όσον αφορά στους κλάδους, το χονδρικό/λιανικό εμπόριο αντιπροσωπεύει περίπου το 60% της γυναικείας επιχειρηματικής δραστηριότητας στις αναπτυσσόμενες χώρες, ενώ στις Χώρες καινοτομίας, μόνο το ένα τρίτο των γυναικών επιχειρηματιών συμμετέχουν σε αυτόν τον τομέα. Πάνω από τις μισές γυναίκες επιχειρηματίες στις Χώρες καινοτομίας απασχολούνται σε υπηρεσίες προς την κυβέρνηση, την υγεία, την εκπαίδευση και τις κοινωνικές υπηρεσίες, ενώ είναι λιγότερο πιθανό να εμφανιστούν νέα εγχειρήματα στον τομέα των ΤΠΕ.

Ομοίως, οι αντιλήψεις των γυναικών σχετικά με τις ικανότητές τους για να ξεκινήσουν μια επιχείρηση έχουν αρνητική συσχέτιση με το επίπεδο ανάπτυξης, δηλαδή είναι αισθητά χαμηλότερες στις Χώρες καινοτομίας συγκριτικά με τις λιγότερο ανεπτυγμένες οικονομίες²⁸. Η ίδια τάση παρατηρείται και στην εκπαίδευση, εύρημα που πιθανόν να ερμηνεύεται από το γεγονός ότι η εκπαίδευση είναι λιγότερο συσχετισμένη με την οικοδόμηση επιχειρηματικών ικανοτήτων ή με την ανάπτυξη εμπιστοσύνης στις επιχειρηματικές δραστηριότητες. Τέλος, σημαντικό ζήτημα αποτελεί και η πρόσβαση σε κεφάλαιο που θεωρείται ακόμη μεγαλύτερο εμπόδιο για τις γυναίκες επιχειρηματίες και υψηλότερο κυρίως για τις γυναίκες επιχειρηματίες που βρίσκονται σε οικονομίες με χαμηλά επίπεδα ανάπτυξης ή βρίσκονται σε διαφορετικά πολιτικά, θρησκευτικά και κοινωνικά πλαίσια.

2.3 ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

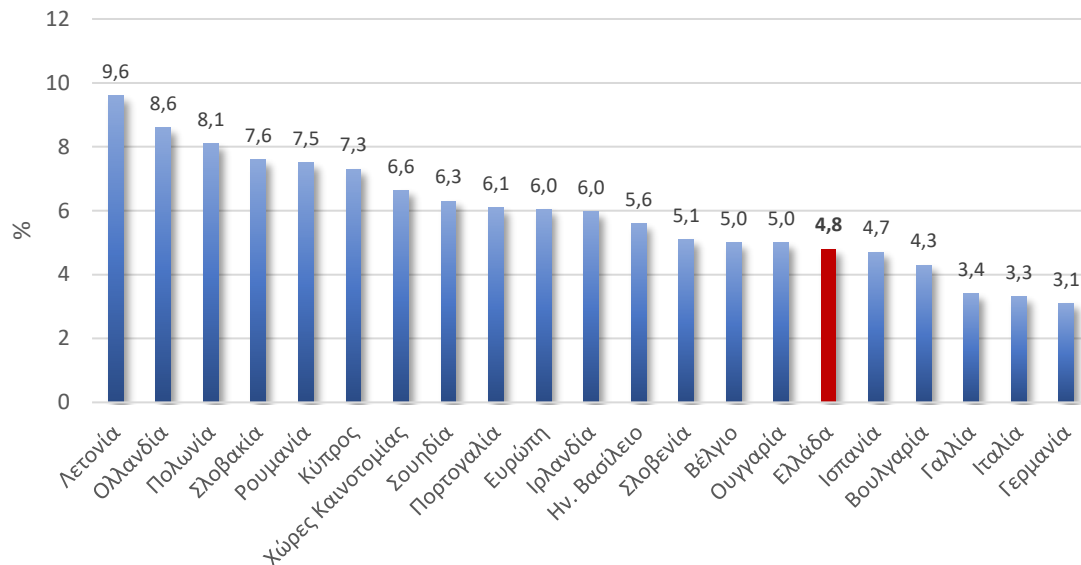
Στην παρούσα υποενότητα παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας του GEM 2016, τα οποία αφορούν στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων στις γυναίκες στην Ελλάδα. Συγκεκριμένα, αναλύονται τα κύρια ποιοτικά χαρακτηριστικά της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, καθώς και ζητήματα που αφορούν τα στάδια ανάπτυξης, τις επιχειρηματικές προδιαθέσεις, καθώς και τα ζητήματα χρηματοδότησης. Παράλληλα επιχειρείται και μία σύγκριση των δεικτών με επιλεγμένες ευρωπαϊκές χώρες, όπως επίσης και με το σύνολο της Ευρώπης και την ομάδα χωρών καινοτομίας, στην οποία ανήκει η Ελλάδα. Για την εκπόνηση της ανάλυσης χρησιμοποιήθηκαν στοιχεία από 37 οικονομίες, οι οποίες ομαδοποιήθηκαν σε επίπεδα οικονομικής ανάπτυξης και γεωγραφικών περιοχών. Η ανάλυση επικεντρώνεται κυρίως στα στοιχεία του 2016, προχωρώντας ωστόσο σε μια συγκριτική ανάλυση και με τα αποτελέσματα της έρευνας του GEM του 2014.

²⁸ GEM, Women's Entrepreneurship 2016/2017 Report

2.3.1 ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ

Όπως έχει εξηγηθεί και προηγούμενα, ο βασικός δείκτης που εξετάζεται στο πλαίσιο της έρευνας του GEM είναι ο δείκτης που σχετίζεται με την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων. Δηλαδή το σύνολο του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών, που είτε είναι επίδοξοι επιχειρηματίες είτε νέοι επιχειρηματίες. Η πληρέστερη εικόνα για το ειδικό βάρος της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην οικονομία και κοινωνία μιας χώρας μπορεί να σχηματιστεί αν εξεταστεί το ποσοστό του γυναικείου πληθυσμού της χώρας που κατευθύνεται σε επιχειρηματική δραστηριότητα. Είναι βέβαια φανερό ότι το ζήτημα είναι σημαντικό και από την πλευρά του σχεδιασμού πολιτικών για την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας, καθώς αντανακλά τον βαθμό δηλαδή στον οποίο ο γυναικείος πληθυσμός είναι εξοικειωμένος με την επιχειρηματική δραστηριότητα.

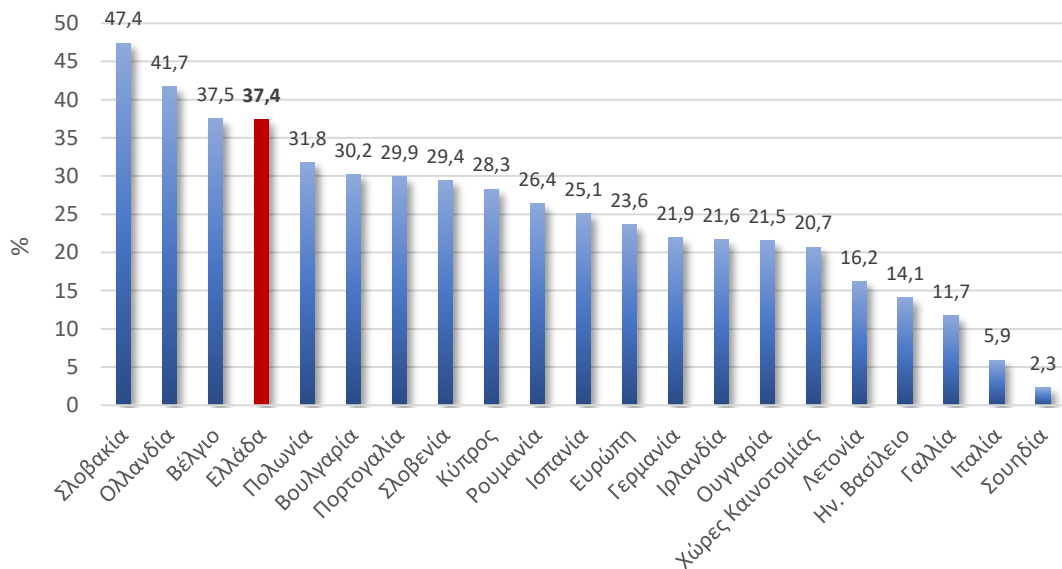
Έτσι, λοιπόν, **το ποσοστό των γυναικών λοιπόν που βρίσκεται στα αρχικά στάδια επιχειρηματικότητας, στην Ελλάδα ανέρχεται σε 4,8%, σε ελαφρώς χαμηλότερα επίπεδα από ότι στην Ευρώπη και στις Χώρες καινοτομίας (6,0% και 6,6% αντίστοιχα).** Ξεχωρίζει η Λετονία με την γυναικεία επιχειρηματικότητα να ανέρχεται στο 9,6%, ενώ ακολουθεί η Ολλανδία με 8,6% (Διάγραμμα 2.1). Παρατηρείται, πάντως, πως υψηλότερη επιχειρηματικότητα γυναικών εμφανίζουν οι αναπτυσσόμενες χώρες του πλανήτη συγκριτικά με τις ανεπτυγμένες. Δηλαδή, τα υψηλότερα ποσοστά επιχειρηματικής δραστηριοποίησης παρουσιάζονται συνήθως σε χώρες όπου η αναζήτηση εργασίας είναι μία δύσκολη υπόθεση, ή σε χώρες με υψηλά ποσοστά ανεργίας, όπου τα άτομα ωθούνται στην επιχειρηματικότητα αναγκαστικά. Σε αυτές τις περιπτώσεις η επιχειρηματικότητα συνήθως αφορά κυρίως σε αυτοαπασχόληση και μικροεπιχειρηματικότητα, και αποσκοπεί κατά βάση σε βιοπορισμό.

Διάγραμμα 2.1: Ποσοστό γυναικών ηλικίας 18-64 ετών που εμπλέκεται σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά χώρα, 2016

Πηγή: GEM, Women's Entrepreneurship 2016/2017 Report

Συγκριτικά με τα αποτελέσματα της αντίστοιχης έρευνας του GEM το 2014, η εικόνα για την γυναικεία επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων δεν διαφέρει ιδιαίτερα, με τον σχετικό δείκτη στην Ευρώπη και στις Χώρες καινοτομίας να εντοπίζεται ελαφρώς χαμηλότερα, ενώ στην Ελλάδα η τάση είναι διαφορετική, καθώς ο δείκτης ήταν στο 5,8%. Η ενίσχυση δηλαδή του δείκτη σε Ευρώπη και χώρες καινοτομίας το 2016 και η ταυτόχρονη μείωση στην Ελλάδα, ασφαλώς συνδέεται με το εγχώριο δυσμενές οικονομικό και επιχειρηματικό περιβάλλον.

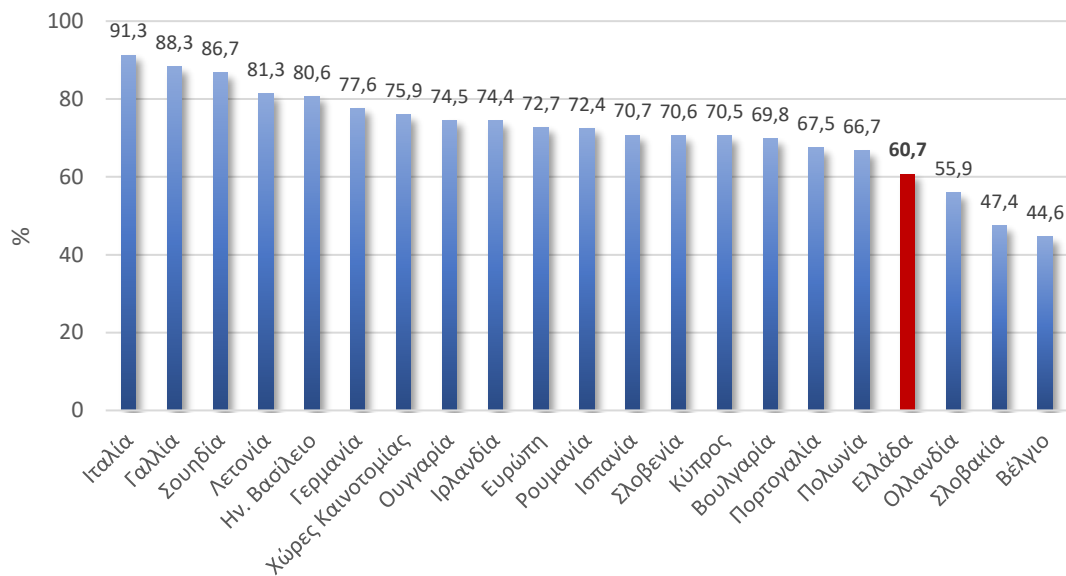
Σε ότι αφορά τα κίνητρα και στη διάκριση μεταξύ επιχειρηματικότητας ανάγκης και ευκαιρίας, **βασικό κίνητρο για την γυναικεία επιχειρηματικότητα σύμφωνα με το 37,4% των γυναικών επιχειρηματιών στην Ελλάδα αποτελεί η ανάγκη, εύρημα το οποίο εντοπίζεται μεν στην Ευρώπη και στις Χώρες καινοτομίας αλλά σε αισθητά χαμηλότερα επίπεδα (23,6% και 20,7% αντίστοιχα)**. Είναι φανερό ότι το κίνητρο της ανάγκης είναι ισχυρότερο στις αναπτυσσόμενες χώρες, όπου οι δυνατότητες εύρεσης ικανοποιητικής απασχόλησης με μισθωτή σχέση είναι γενικά δυσκολότερες. Αξίζει να σημειωθεί ότι η Ελλάδα βρίσκεται στις τέσσερις πρώτες θέσεις όσον αφορά στην γυναικεία επιχειρηματικότητα ανάγκης, γεγονός που πιθανόν να οφείλεται στα υψηλά ποσοστά ανεργίας στις γυναίκες, αλλά και στην δυσκολία εύρεσης εξαρτημένης εργασίας (Διάγραμμα 2.2). Πάντως το 2016 καταγράφεται εξασθένηση του ποσοστού των γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων από ανάγκη σε σχέση με το 2014, τόσο στην Ευρώπη και στις Χώρες καινοτομίας (από 25%, αμφότερα), όσο και στην Ελλάδα (από 42,9%).

Διάγραμμα 2.2: Γυναικεία επιχειρηματικότητα ανάγκης, 2016*% επί των γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων*

Πηγή: GEM, Women's Entrepreneurship 2016/2017 Report

Από την άλλη πλευρά, η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας αποτελεί βασικό κίνητρο της για το 60% των γυναικών επιχειρηματιών στην Ελλάδα, επίδοση όμως που και πάλι φέρνει τη χώρα στις τελευταίες θέσεις της συγκριτικής κατάταξης. Αντιθέτως, στις Χώρες καινοτομίας και στην Ευρώπη, οι ευκαιρίες αποτελούν βασικό κίνητρο έναρξης επιχειρηματικότητας σε ποσοστό 72,7% και 75,9%, αντίστοιχα (Διάγραμμα 2.3). Μια εύλογη υπόθεση είναι ότι όσο πιο ανεπτυγμένοι είναι οι θεσμοί και οι πολιτικές σε μια χώρα, τόσο λιγότερο έντονο θα είναι το κίνητρο της επιχειρηματικής δραστηριότητας από γυναίκες για λόγους ανάγκης, ή διαφορετικά, τόσο ισχυρότερο θα είναι το κίνητρο της ευκαιρίας. **Οι διαπιστώσεις αυτές οδηγούν σε ένα σημαντικό συμπέρασμα: το ποσοστό της επιχειρηματικότητας ανάγκης που εκδηλώνεται από γυναίκες φαίνεται να εξαρτάται αποφασιστικά από το μέγεθος και την ποιότητα των κοινωνικών παροχών που είναι διαθέσιμες σε μια χώρα.**

Συνεπώς, θα μπορούσε να ειπωθεί ότι η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα η ανάληψη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων αποτελεί μία βιοποριστική λύση και όχι μια επιλογή αξιοποίησης επιχειρηματικών ευκαιριών, εύρημα το οποίο συνάδει με τα υψηλά ποσοστά ανεργίας στις γυναίκες.

Διάγραμμα 2.3: Γυναικεία επιχειρηματικότητα ευκαιρίας, 2016*% επί των γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων***Πηγή:** GEM, Women's Entrepreneurship 2016/2017 Report

Πρόκειται για ένα εύρημα με εξαιρετική σημασία για τον σχεδιασμό πολιτικών για την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας στη χώρα, δεδομένου ότι υποδηλώνει πως η μείωση της επιχειρηματικότητας ανάγκης μπορεί να επιτευχθεί μόνο με πολιτικές στοχευμένες στην ενίσχυση της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας των γυναικών.

Σε ότι αφορά στους κλάδους αυτών των εγχειρημάτων, **οι γυναίκες επιχειρηματίες στην Ελλάδα δραστηριοποιούνται κυρίως στο Χονδρικό και λιανικό εμπόριο και στις Υπηρεσίες, εύρημα το οποίο εντοπίζεται πάντως και στην Ευρώπη και στις Χώρες καινοτομίας.** Ωστόσο, αυτό που ξεχωρίζει είναι το ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό στον κλάδο του εμπορίου στην Ελλάδα (42,2%) σε σχέση με τα αντίστοιχα ποσοστά των υπολοίπων χωρών, το οποίο κατατάσσει τη χώρα στις τρεις πρώτες θέσεις μαζί με την Βουλγαρία και την Πορτογαλία (Πίνακας 2.1). Πρόκειται για ένα αρνητικό εύρημα, καθώς τα δεδομένα επιβεβαιώνουν ότι τα εγχειρήματα που υλοποιούνται από γυναίκες απευθύνονται στον τελικό κυρίως καταναλωτή, αφορούν δηλαδή σε δραστηριότητες με σχετικά μικρή αναπτυξιακή δυναμική.

Πίνακας 2.1: Ποσοστιαία κατανομή της γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ανά χώρα και τομέα οικονομικής δραστηριότητας (2016)

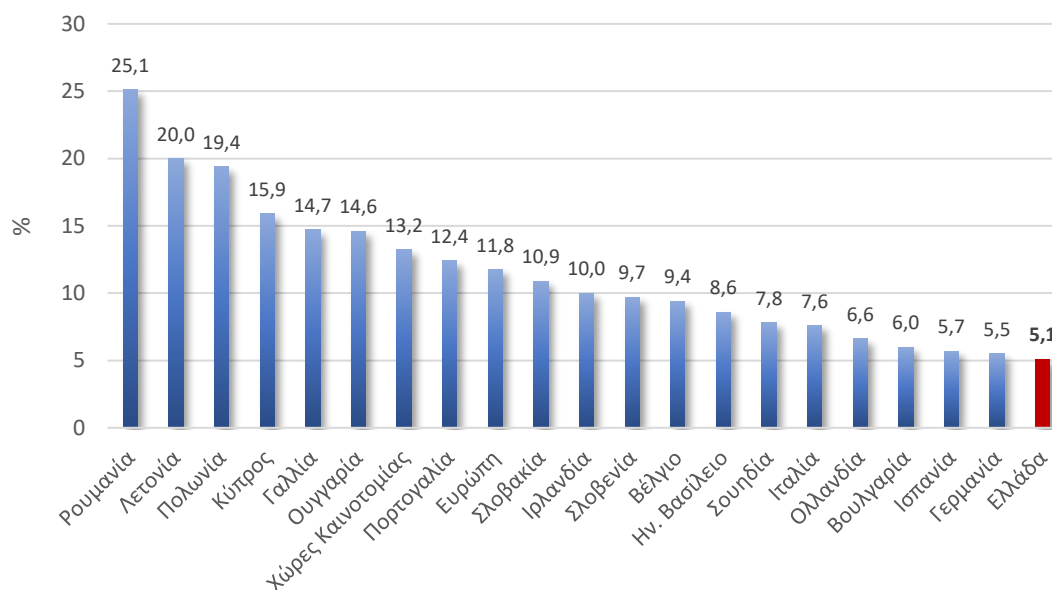
	Γεωργία & Ορυχεία	Μεταποίηση & Μεταφορές	Χονδρικό & Λιανικό εμπόριο	ΤΠΕ	Υπηρεσίες*
Βέλγιο	6,0%	14,3%	19,9%	2,9%	57,4%
Βουλγαρία	2,0%	9,4%	64,2%	0,0%	24,1%
Γαλλία	4,0%	8,3%	32,3%	0,0%	55,3%
Γερμανία	3,0%	12,3%	24,1%	4,2%	56,2%
Ελλάδα	11,0%	6,9%	42,2%	0,0%	40,1%
Ην. Βασίλειο	3,0%	3,1%	35,2%	5,5%	52,9%
Ιρλανδία	3,0%	7,8%	29,7%	4,4%	55,4%
Ισπανία	9,0%	5,0%	36,2%	2,7%	47,6%
Ιταλία	30,0%	11,4%	15,9%	0,0%	42,8%
Κύπρος	3,0%	4,1%	37,5%	1,3%	54,5%
Λετονία	21,0%	18,2%	24,2%	0,0%	36,7%
Ολλανδία	0,0%	1,3%	25,1%	1,6%	71,8%
Ουγγαρία	8,0%	10,4%	36,8%	3,9%	40,6%
Πολωνία	13,0%	4,7%	17,2%	1,6%	64,0%
Πορτογαλία	9,0%	6,9%	43,7%	2,3%	38,1%
Ρουμανία	20,0%	9,0%	35,3%	6,7%	28,8%
Σλοβακία	6,0%	7,2%	20,3%	1,4%	65,2%
Σλοβενία	5,0%	10,3%	24,7%	5,4%	55,0%
Σουηδία	14,0%	6,0%	17,2%	1,2%	61,9%
Ευρώπη	9,1%	8,9%	28,3%	2,4%	51,4%
Χώρες καινοτομίας	6,5%	7,4%	33,4%	2,4%	50,3%

Πηγή: GEM, Women's Entrepreneurship 2016/2017 Report, **Επεξεργασία:** IOBE

Σημ: Στον κλάδο των Υπηρεσιών περιλαμβάνονται υπηρεσίες κυβερνητικές, υγείας, εκπαίδευσης κοινωνικές καθώς και επαγγελματικές.

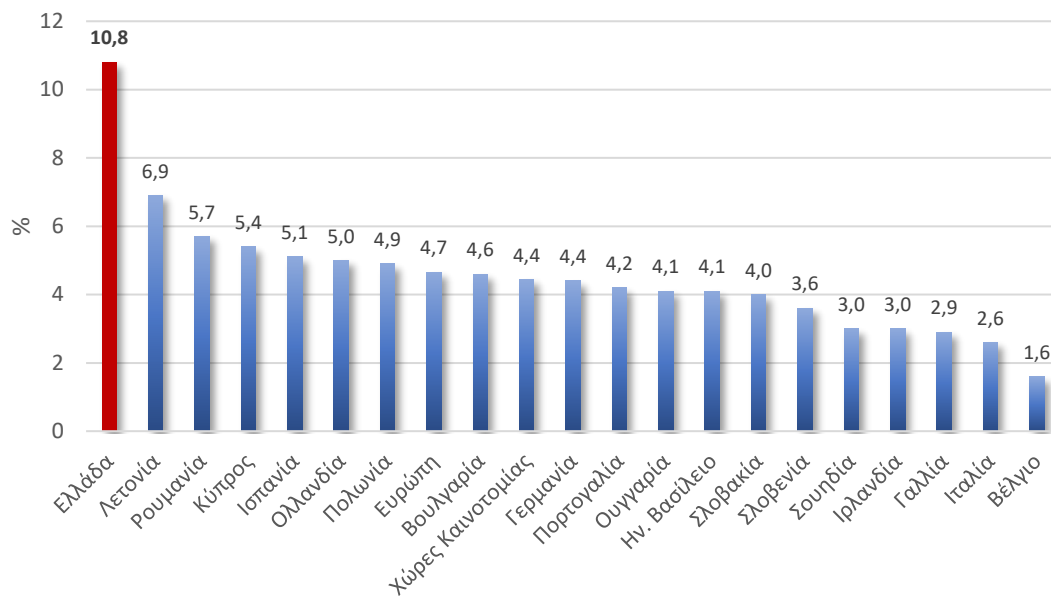
Όσον αφορά στις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών²⁹, η Ελλάδα καταλαμβάνει την τελευταία θέση με μόλις 5,1%, όταν στην Ευρώπη και τις Χώρες καινοτομίας το αντίστοιχο ποσοστό ανέρχεται σε 11,8% και 13,2%, αντίστοιχα (Διάγραμμα 2.4). Πρωτοπόρα χώρα στις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών για το 2016 αναδεικνύεται η Ρουμανία, με 25,1%, ενώ ακολουθούν η Λετονία και η Πολωνία στην περιοχή του 20%. Επιπροσθέτως, σημειώνεται και η μεγάλη υποχώρηση αυτής της πρόθεσης το 2016 (κατά 4 ποσοστιαίες μονάδες) σε σχέση με το 2014 (από 9,4%), όταν στην Ευρώπη και στις Χώρες καινοτομίας παραμένουν σχεδόν αμετάβλητες. Το γεγονός αυτό δείχνει απογοήτευση και την στροφή των γυναικών προς άλλες μορφές απασχόλησης, πιθανόν λόγω της αβεβαιότητας και του ασταθούς οικονομικού περιβάλλοντος. **Συνεπώς είναι εξαιρετικά φτωχή η δεξαμενή των δυνητικών επιχειρηματιών που μπορούν να προκύψουν από το υφιστάμενο εργατικό δυναμικό, καθώς φαίνεται να μην αποτελεί μια επιλογή υψηλής προτεραιότητας για τη συντριπτική πλειονότητα των γυναικών.**

²⁹ Οι επιχειρηματικές προθέσεις αποτυπώνουν την επιθυμία και την πρόθεση των γυναικών να προβούν στην υλοποίηση κάποιας επιχειρηματικής ιδέας, δηλαδή εξετάζεται το ποσοστό των γυναικών που επιθυμεί να προβεί στην ανάληψη ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος,

Διάγραμμα 2.4: Επιχειρηματικές προθέσεις γυναικών στο σύνολο του γυναικείου πληθυσμού 18-64 ετών, 2016

Πηγή: GEM, Women's Entrepreneurship 2016/2017 Report

Η εικόνα πάντως αλλάζει σχετικά όταν εξεταστούν όχι τα αρχικά στάδια επιχειρηματικής δραστηριοποίησης αλλά η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα, η οποία αναφέρεται στα άτομα τα οποία δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά σε μια επιχείρηση που λειτουργεί ήδη τουλάχιστον για 3,5 χρόνια. Ως συνέπεια της υψηλής αυτοαπασχόλησης που υπάρχει στη χώρα, η Ελλάδα καταλαμβάνει την πρώτη θέση όσον αφορά το ποσοστό των γυναικών σε εδραιωμένες επιχειρήσεις συγκριτικά με άλλα χώρες, με 10%, όταν στην Ευρώπη και στις Χώρες καινοτομίας, ο αντίστοιχος δείκτης είναι μόλις 4,7% και 4,4%, αντίστοιχα (Διάγραμμα 2.5). Οι γυναίκες επιχειρηματίες στην Ελλάδα απασχολούνται σε εδραιωμένες επιχειρήσεις σε μεγαλύτερο βαθμό από ότι στις άλλες χώρες, και μάλιστα το ποσοστό των γυναικών σε εδραιωμένες επιχειρήσεις, στην Ελλάδα σημειώνει ενίσχυση κατά 3,1 ποσοστιαίες μονάδες σε σχέση με το 2014 (από 7,7%). Ενδεχομένως σε κάποιο βαθμό στην Ελλάδα, να υποκρύπτεται σε αυτό το ποσοστό και κάποιο μέρος ανδρικής απασχόλησης, καθώς είναι πιθανό να μην μπορεί τυπικά να εμφανιστεί ο πραγματικός ιδιοκτήτης μιας επιχείρησης για ρυθμιστικούς λόγους (π.χ. Δημόσιος υπάλληλος), αν και μόνο ως ανεκδοτολογικές μπορεί να είναι οι σχετικές ενδείξεις.

Διάγραμμα 2.5: Ποσοστό γυναικών σε εδραιωμένες επιχειρήσεις, 2016

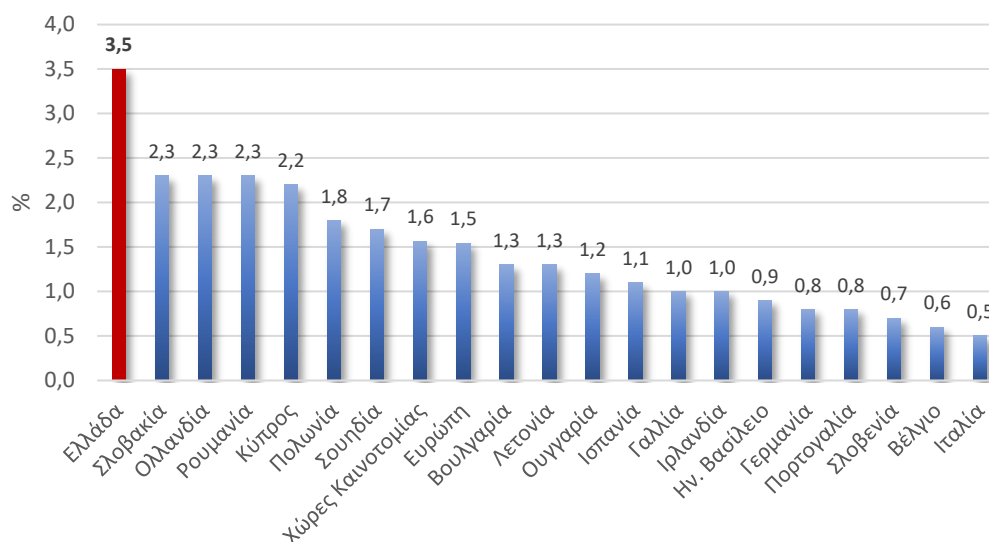
Πηγή: GEM, Women's Entrepreneurship 2016/2017 Report

Όσον αφορά στη διακοπή της επιχειρηματικής δραστηριότητας, η Ελλάδα καταλαμβάνει την πρώτη θέση με 3,5%, πάνω μόνο από Σλοβακία, Ολλανδία και Ρουμανία με 2,3%. Σε αισθητά χαμηλότερα επίπεδα εντοπίζεται ο αντίστοιχος δείκτης στην Ευρώπη και στις Χώρες καινοτομίας (1,5% και 1,6%, αντίστοιχα, Διάγραμμα 2.6). Η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα κυρίως αποσκοπεί στη δημιουργία εισοδήματος, γεγονός που πιθανόν να ερμηνεύει και το υψηλό ποσοστό των γυναικών επιχειρηματιών στη χώρα που διακόπτουν τη δραστηριότητά τους σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες. Εξάλλου, αυτό σχετίζεται και με το κίνητρο της εκδήλωσης επιχειρηματικότητας, καθώς η επιχειρηματικότητα ανάγκης στις περισσότερες των περιπτώσεων δεν διακρίνεται για τη βιωσιμότητα της, επειδή αποτελεί μια βιοποριστική λύση και όχι μια επιλογή αξιοποίησης επιχειρηματικών ευκαιριών.

Οι λόγοι διακοπής μιας επιχειρηματικής δραστηριοποίησης μπορεί να ποικίλλουν και να αφορούν οποιαδήποτε φάση ανάπτυξης των επιχειρήσεων. Δύο βασικοί λόγοι διακοπής ή αναστολής της επιχειρηματικής δραστηριότητας που εξετάζονται στο GEM είναι η έλλειψη κερδοφορίας ή η έλλειψη χρηματοδότησης. Σε αυτές τις περιπτώσεις, ο επιχειρηματίας μπορεί να πουλήσει την επιχείρηση, να αποσυρθεί, ή ακόμα και στραφεί σε κάποια άλλη επενδυτική ευκαιρία. Σε μια ανεπτυγμένη οικονομία η διακοπή ή η αναστολή της λειτουργίας μιας επιχείρησης δεν κρίνεται πάντα ως αποτυχία. Οι επιχειρηματίες που αντιμετωπίζουν δυσκολίες στις επιχειρήσεις τους και διακόπτουν τις δραστηριότητες τους ενδέχεται να αναζητήσουν νέες επενδυτικές ευκαιρίες, να στραφούν σε άλλες επιχειρηματικές δραστηριότητες ή ακόμα και σε νέες αγορές. Ωστόσο, σε αυτές τις περιπτώσεις καθοριστικής σημασίας ρόλο έχουν η διάθεση χρηματοδοτικών μηχανισμών, το ολοκληρωμένο θεσμικό πλαίσιο, αλλά και η παρουσία ενός βιώσιμου επιχειρηματικού σχεδίου ανάπτυξης. Συνεπώς,

αναμένει κανείς ότι σε μια ανεπτυγμένη κοινωνία θα πρέπει να υπάρχει ισορροπία μεταξύ πολύ μικρής και υπερβολικά υψηλής διακοπής λειτουργίας επιχειρήσεων.

Διάγραμμα 2.6: Διακοπή επιχειρηματικής δραστηριότητας (% γυναικείου πληθυσμού, 2016)



Πηγή: GEM, Women's Entrepreneurship 2016/2017 Report

Πίνακας 2.2: Λόγοι διακοπής ή αναστολής της επιχειρηματικής δραστηριότητας, 2016

	Μη κερδοφόρα Επιχείρηση (%)	Έλλειψη Χρηματοδότησης (%)	Άλλοι λόγοι* (%)
Βέλγιο	25	5,8	69,2
Βουλγαρία	69,2	0,0	30,8
Γαλλία	8,5	28,4	63,1
Γερμανία	11,5	5,6	82,9
Ελλάδα	72,7	11,0	16,3
Ην. Βασίλειο	26,2	3,6	70,2
Ιρλανδία	34,4	5,0	60,6
Ισπανία	52	1,2	46,8
Ιταλία	12,7	18,7	68,6
Κύπρος	41,6	17,1	41,3
Λετονία	39,9	5,3	54,8
Ολλανδία	30,7	2,0	67,3
Ουγγαρία	28,5	20	51,5
Πολωνία	13	17,4	69,6
Πορτογαλία	58,4	19,4	22,2
Ρουμανία	42,5	13,4	44,1
Σλοβακία	45,2	9,7	45,1
Σλοβενία	56,3	0,0	43,7
Σουηδία	21,2	0,0	78,8
Ευρώπη	32,2	9,2	58,7
Χώρες καινοτομίας	30,9	8,0	61,1

Πηγή: GEM, Women's Entrepreneurship 2016/2017 Report

Σημ: Προσωπικοί λόγοι ή Συνταξιοδότηση

Στο πλαίσιο αυτό, η έλλειψη κερδοφορίας αποτελεί βασικό λόγο διακοπής της επιχειρηματικής δραστηριότητας των γυναικών στην Ελλάδα, εύρημα που εντοπίζεται στις περισσότερες χώρες, με την Ελλάδα ωστόσο να κατέχει την 1^η θέση, ενώ ακολουθούν η Βουλγαρία και η Πορτογαλία με ιδιαίτερα ψηλά ποσοστά (**Πίνακας 2.2**).

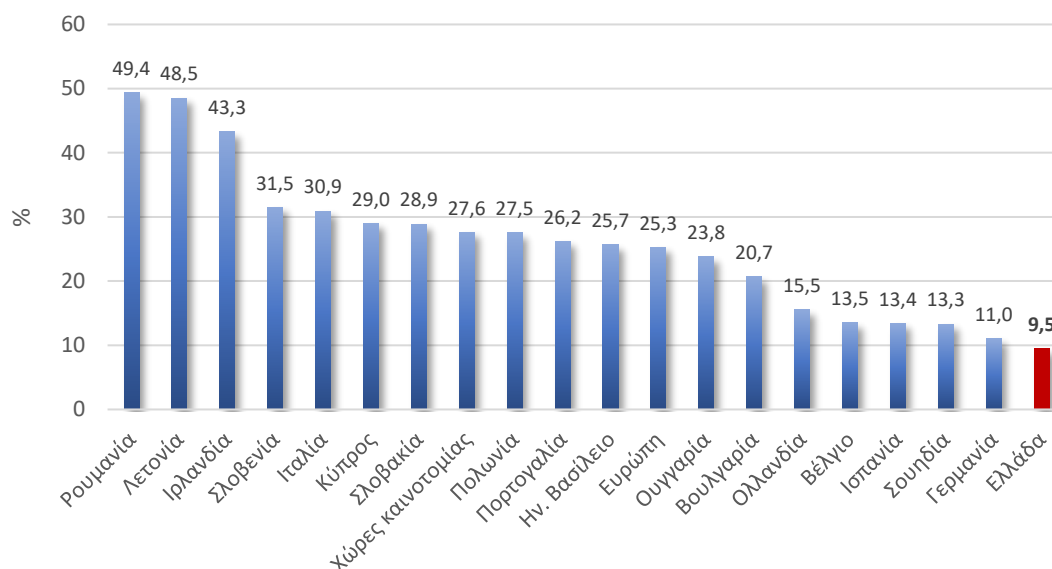
2.3.2 ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ

Στην ενότητα αυτή εξετάζονται τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των νέων εγχειρημάτων των γυναικών που καταγράφηκαν στην Ελλάδα το 2016. Με τον όρο ποιοτικά γνωρίσματα αναφερόμαστε σε στοιχεία που αφορούν στις προοπτικές μεγέθυνσης σε όρους απασχόλησης, στο βαθμό καινοτομικότητας και εξωστρέφειας του νέου εγχειρήματος, κ.α. Προφανώς σημαντικοί παράγοντες που μπορεί να επηρεάσουν το επίπεδο ανάπτυξης της επιχείρησης είναι οι προσωπικές φιλοδοξίες και οι συνθήκες του περιβάλλοντος, όπως η ζήτηση της αγοράς, ο ανταγωνισμός, η διαθεσιμότητα ειδικευμένου εργατικού δυναμικού, καθώς και οι κανονισμοί του εργατικού δικαίου. **Ωστόσο, από την παγκόσμια έρευνα του GEM, προκύπτει ότι όσο υψηλότερο είναι το επίπεδο οικονομικής ανάπτυξης της χώρας, τόσο περισσότερο οι γυναίκες επιχειρηματίες επιθυμούν να αναπτύξουν τις επιχειρήσεις τους, όχι μόνο ως προς την επέκταση των δραστηριοτήτων τους και των πωλήσεων τους, αλλά και ως προς τις θέσεις απασχόλησης.**

Στο πλαίσιο της έρευνας του GEM όλοι οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων εκφράζουν τις προσδοκίες τους για τις θέσεις εργασίας που διαβλέπουν πως θα δημιουργήσει δυνητικά το νέο τους εγχείρημα εντός της επόμενης πενταετίας. Ιδιαίτερα χαμηλά καταγράφονται τα ποσοστά των γυναικών επιχειρηματιών που εκτιμούν ότι στην επόμενη πενταετία θα δημιουργήσουν πάνω από 6 θέσεις απασχόλησης. **Έτσι λοιπόν, στην Ελλάδα μόλις το 9,5% των γυναικών επιχειρηματιών διαβλέπουν προοπτικές ανάπτυξης, όταν το αντίστοιχο ποσοστό στην Ευρώπη και στις Χώρες καινοτομίας ξεπερνά το 23% και το 27%, αντίστοιχα.** Ξεχωρίζουν η Ρουμανία και η Λετονία με τις μισές σχεδόν γυναίκες επιχειρηματίες να προσδοκούν στη δημιουργία τουλάχιστον έξι θέσεων απασχόλησης, εύρημα το οποίο δείχνει την αναπτυξιακή δυναμική – τουλάχιστον ως προσδοκία - της επιχειρηματικότητας στις συγκεκριμένες χώρες (Διάγραμμα 2.7).

Διάγραμμα 2.7: Προοπτικές δημιουργίας άνω των έξι θέσεων απασχόλησης εντός της επόμενης πενταετίας ανά χώρα, 2016

% επί των γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων



Πηγή: GEM, Women's Entrepreneurship 2016/2017 Report

Στο πλαίσιο της έρευνας του GEM αξιολογείται και ο βαθμός της καινοτομίας που εμφανίζει το νέο εγχείρημα³⁰. Ο όρος καινοτομία αναφέρεται στον σχεδιασμό και τη δημιουργία βελτιωμένων προϊόντων και υπηρεσιών που γενικά δεν είναι διαθέσιμα στην αγορά. Η καινοτομία αφορά στα μοναδικά χαρακτηριστικά ή σε νέες χρήσεις των προϊόντων και υπηρεσιών, ενώ επηρεάζεται από πολλούς παράγοντες, όπως το επίπεδο ανταγωνισμού, την διαθεσιμότητα των σύγχρονων τεχνολογιών και γνώσεων, αλλά και από τις απαιτήσεις των πελατών. Επίσης, σημαντικός παράγοντας είναι και η αντίληψη των επιχειρηματιών σχετικά με το τι θεωρούν καινοτόμο και μοναδικό. Αυτό που θεωρείται καινοτόμο σε μια χώρα ή περιοχή μπορεί να είναι συνηθισμένο σε άλλη αγορά. Συνεπώς, η οικονομική ανάπτυξη και οι κοινωνικές δομές διαμορφώνουν τα επίπεδα καινοτομίας, γεγονός που επιβεβαιώνεται και από τα στοιχεία της παγκόσμιας έρευνας του GEM που έδειξαν ότι τα επίπεδα καινοτομίας ενισχύονται με την οικονομική ανάπτυξη³¹. Η παρουσία επενδύσεων σε προηγμένες γνώσεις, τα υψηλά επίπεδα τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, οι νομικοί θεσμοί που προστατεύουν τις ιδέες, αλλά και οι απαιτητικοί πελάτες, χαρακτηριστικά που συναντώνται

³⁰ Υπενθυμίζεται ότι ο βαθμός της καινοτομίας που εμφανίζει το νέο εγχείρημα εξετάζεται με βάση μια ποιοτική ερώτηση που έχει την εξής μορφή: πόσοι από τους πελάτες τους θεωρούν / θα θεωρήσουν πως το προϊόν ή υπηρεσία που (θα) παρέχουν στην αγορά είναι νέο και πρωτοποριακό, με τις αντίστοιχες απαντήσεις να είναι, α) πολλοί, β) μερικοί και γ) κανένας. Το νέο εγχείρημα χαρακτηρίζεται ως καινοτομικό όταν η απάντηση αφορά πολλούς ή μερικούς πελάτες

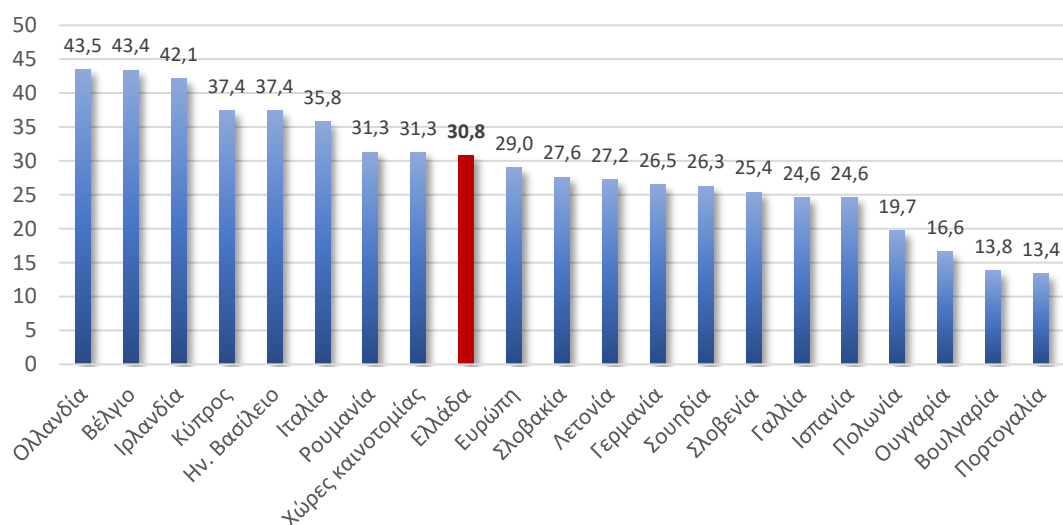
³¹ GEM Women's entrepreneurship Report 2016/17

σε μια οικονομικά ανεπτυγμένη χώρα, αποτελούν προϋποθέσεις για τη δημιουργία καινοτομίας.

Όσον αφορά στην Ελλάδα, μία στις τρεις γυναίκες επιχειρηματίες δήλωσαν ότι παράγουν βελτιωμένα προϊόντα και υπηρεσίες, ποσοστό συγκρίσιμο με την υπόλοιπη Ευρώπη και τις Χώρες καινοτομίας (31,3% αμφότερα). Τα υψηλότερα ποσοστά καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών εντοπίζονται στην Ολλανδία και στο Βέλγιο στην περιοχή του 43,5%, ενώ ακολουθεί η Ιρλανδία με 42% (Διάγραμμα 2.8).

Διάγραμμα 2.8: Βαθμός καινοτομίας στη γυναικεία επιχειρηματικότητα, 2016

% επί των γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων



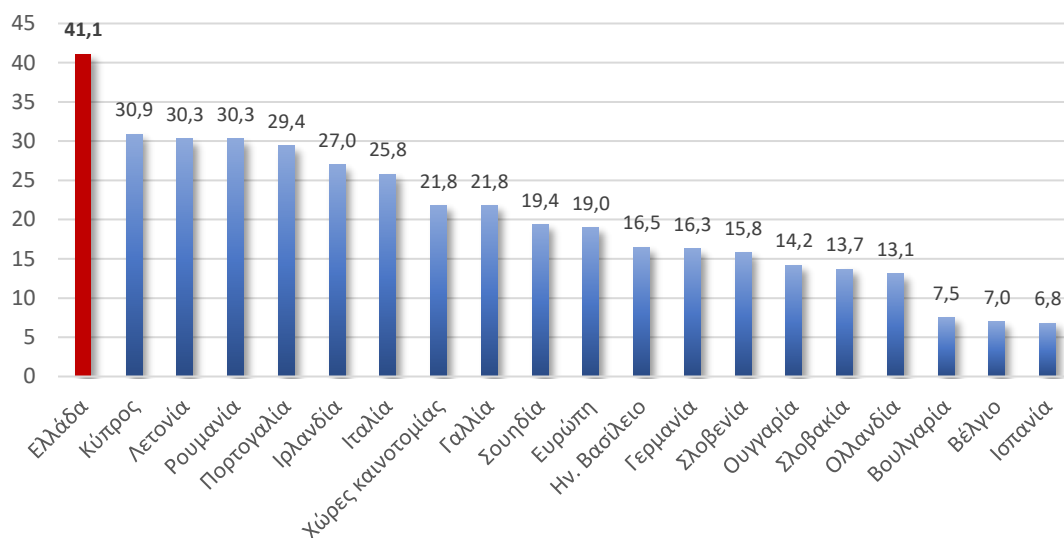
Πηγή: GEM, Women's Entrepreneurship 2016/2017 Report, **Επεξεργασία:** IOBE

Ένα ακόμα ιδιαίτερα σημαντικό γνώρισμα των νέων εγχειρημάτων που αναλύεται στο πλαίσιο του GEM είναι ο εξαγωγικός τους χαρακτήρας. Οι προοπτικές εξωστρέφειας των νέων εγχειρημάτων συνιστούν ένα υψηλής σπουδαιότητας ποιοτικό κριτήριο του εγχειρήματος. Οι επιχειρηματίες δραστηριοποιούνται εκτός των συνόρων τους κυρίως επειδή πιστεύουν ότι υπάρχουν ευκαιρίες σε παγκόσμιο επίπεδο, αλλά ταυτόχρονα και επειδή φιλοδοξούν την ανάπτυξη της επιχείρησής τους. Ο προσανατολισμός στις ξένες αγορές μπορεί να προέρχεται και από το γεγονός ότι η εγχώρια αγορά είναι πολύ μικρή ή ο ανταγωνισμός είναι μεγάλος. Ωστόσο, οι συνθήκες του οικονομικού και κοινωνικού περιβάλλοντος παίζουν καθοριστικό ρόλο για το εξωτερικό εμπόριο, με τις σύγχρονες υποδομές και τα δίκτυα (οδικά, τηλεπικοινωνιών, κ.α.), τη γεωγραφική ή πολιτιστική ταυτότητα, αλλά και το θεσμικό πλαίσιο που διέπει την εκροή προϊόντων σε ξένες αγορές να αποτρέπουν ή να ενθαρρύνουν τους επιχειρηματίες να στραφούν σε αγορές εκτός των εθνικών τους συνόρων.

Με βάση τα αποτελέσματα της έρευνας το **41,1% των γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων στην Ελλάδα, δηλώνει ότι πάνω από το ¼ των πωλήσεων τους προέρχεται από ξένους πελάτες, κατατάσσοντας την χώρα στην 1^η θέση**, ενώ ακολουθούν η Κύπρος, η Λετονία και η Ρουμανία στην περιοχή του 30% και οι τρεις. Σε αισθητά χαμηλότερα ποσοστά εντοπίζεται η εξωστρέφεια των γυναικών επιχειρηματιών στη Ευρώπη και στις Χώρες καινοτομίας (19,0% και 21,8%, αντίστοιχα, Διάγραμμα 2.9). **Προφανώς αυτό είναι αποτέλεσμα και της ενασχόλησης σε εγχειρήματα που συνδέονται με τις υπηρεσίες καταλυμάτων, την εστίαση και το εμπόριο που συνδέονται κυρίως με τον τουρισμό.**

Διάγραμμα 2.9: Εξαγωγές άνω του 25% των πωλήσεων, 2016

% επί των γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων



Πηγή: GEM, Women's Entrepreneurship 2016/2017 Report, **Επεξεργασία: IOBE**

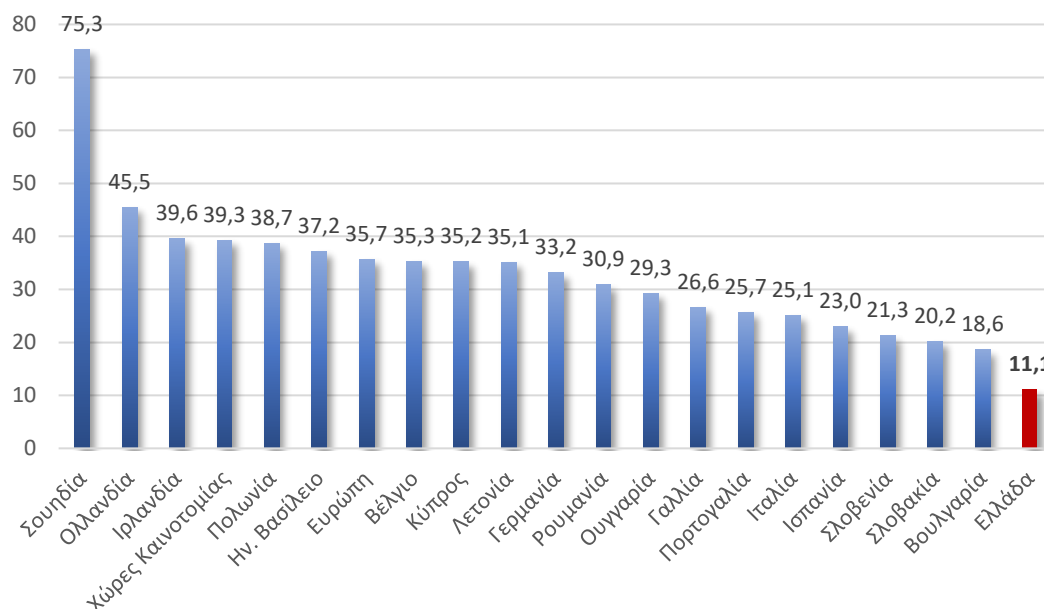
2.3.3 ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ

Οι κοινωνικές αντιλήψεις που επικρατούν σε μία χώρα περί επιχειρηματικότητας μπορούν να αποτελέσουν δείκτη ενθάρρυνσης και υποστήριξης προς τους εν δυνάμει επιχειρηματίες. Οι αντιλήψεις περί επιχειρηματικότητας περιλαμβάνουν τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται το επιχειρηματικό περιβάλλον γύρω τους, δηλαδή αν θεωρούν ότι υπάρχουν καλές ευκαιρίες για ένα νέο εγχείρημα, τις προσωπικές τους ικανότητες, δηλαδή αν νομίζουν ότι έχουν την ικανότητα να ξεκινήσουν μια επιχείρηση, καθώς και τον βαθμό στον οποίο εμποδίζονται να μουν στον επιχειρηματικό κόσμο από το φόβο της αποτυχίας.

Στην Ελλάδα σύμφωνα με την έρευνα του GEM το 2016, μόλις το 11% των γυναικών θεωρεί ότι υπάρχουν ευκαιρίες για έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας, κατατάσσοντας τη

χώρα στην τελευταία θέση στη σχετική λίστα (Διάγραμμα 2.10). Αντίθετα η εικόνα στην Ευρώπη και στις Χώρες καινοτομίας είναι πολύ καλύτερη, με τον αντίστοιχο δείκτη να διαμορφώνεται στο 33% και 35% αντίστοιχα.

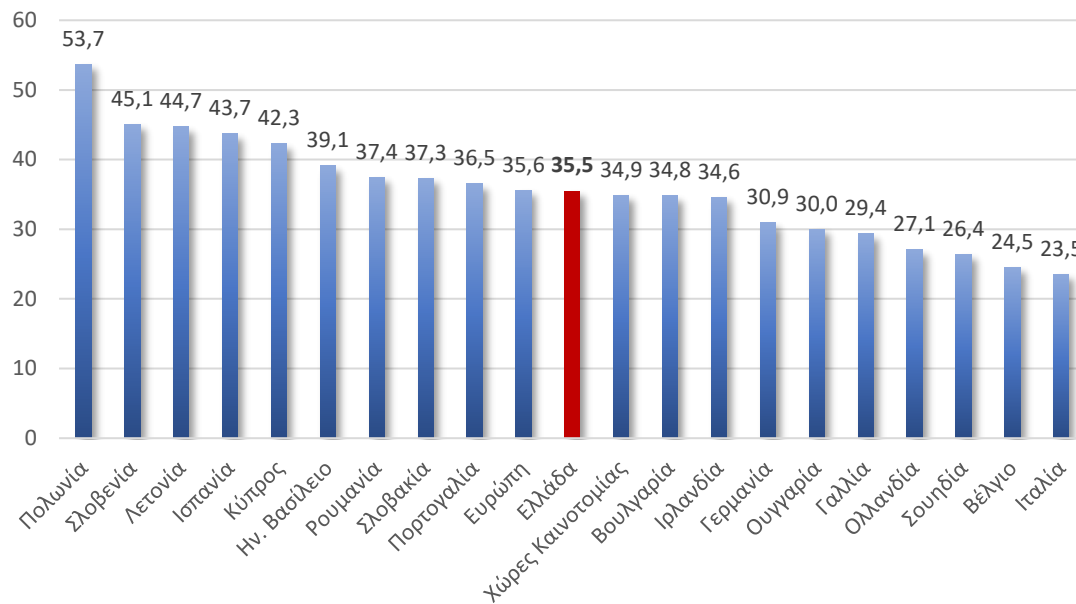
Διάγραμμα 2.10: Επιχειρηματικές ευκαιρίες στο επόμενο εξάμηνο (% γυναικείου πληθυσμού, 2016)



Πηγή: GEM, Women's Entrepreneurship 2016/2017 Report, **Επεξεργασία:** IOBE

Συγκριτικά με την έρευνα του GEM 2014 για την γυναικεία επιχειρηματικότητα παρατηρείται σημαντική εξασθένηση του ποσοστού των γυναικών που διαβλέπουν επιχειρηματικές ευκαιρίες στο σύνολο των γυναικών στην Ελλάδα κατά 7 ποσοστιαίες μονάδες, ως απόρροια τη παρατεταμένης αβεβαιότητας που έχει επιφέρει η κρίση στη χώρα. Αντιθέτως ανοδική είναι η τάση που εντοπίζεται στην Ευρώπη και στις Χώρες καινοτομίας (άνοδο κατά 3 ποσοστιαίες μονάδες αμφότερα).

Όσον αφορά στις ικανότητες έναρξης μια επιχείρησης, τα ευρήματα δεν διαφοροποιούνται ιδιαίτερα ανάμεσα στις υπο εξέταση χώρες. **Στην Ελλάδα το 35,5% των γυναικών εκτιμά ότι διαθέτει τις ικανότητες για την έναρξη μια επιχείρησης, όταν στην Ευρώπη και στις Χώρες καινοτομίας ο εν λόγω δείκτης ανέρχεται σε 35,6% και 34,9%, αντίστοιχα.** Πρωτοπόρα χώρα αναδεικνύεται η Πολωνία με 53,7%, ενώ ακολουθούν η Σλοβενία και η Λετονία στην περιοχή του 45% (Διάγραμμα 2.11).

Διάγραμμα 2.11: Γνώσεις και ικανότητες για έναρξη επιχείρησης (% γυναικείου πληθυσμού, 2016)

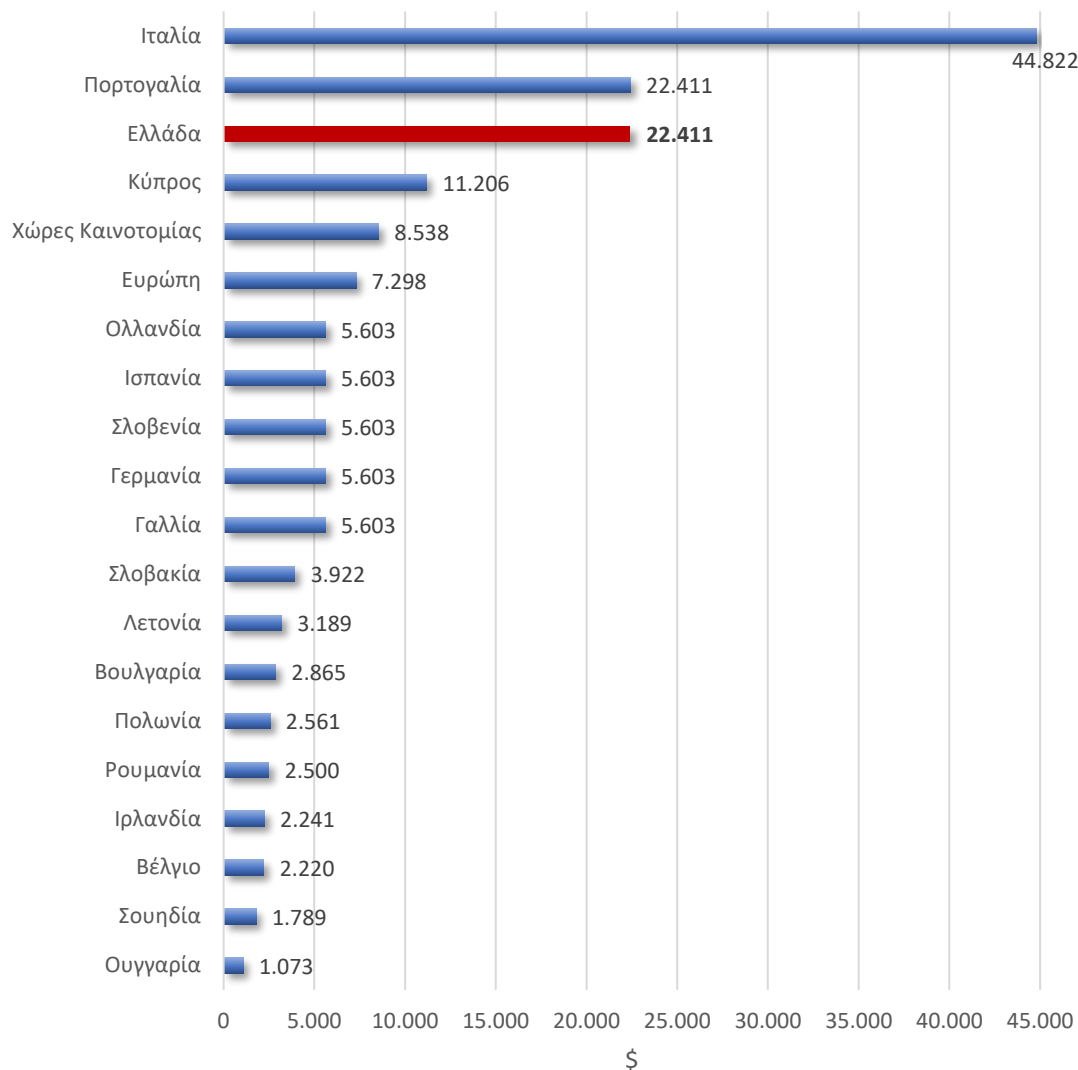
Πηγή: GEM, Women's Entrepreneurship 2016/2017 Report, **Επεξεργασία:** IOBE

Τέλος σε ότι αφορά τον φόβο της αποτυχίας, αυτός προκύπτει κυρίως από την ανησυχία σχετικά με τις νομικές, οικονομικές, και κοινωνικές συνέπειες μιας επιχειρηματικής αποτυχίας, ενώ οφείλεται στο ασταθές οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον που μπορεί να επικρατεί σε μια χώρα. Επίσης, η εξασφάλιση χρηματοδότησης καθώς και η ζήτηση αγαθών και υπηρεσιών στην αγορά αποτελούν καθοριστικούς παράγοντες για την βιωσιμότητα του εγχειρήματος.

2.3.4 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΕΙΩΝ ΕΓΧΕΙΡΗΜΑΤΩΝ

Αναφορικά, με το ύψος του επενδυόμενου κεφαλαίου στα εξεταζόμενα γυναικεία εγχειρήματα στην Ελλάδα αυτά φαίνεται να αποτελούν μια αρκετά ακριβή επένδυση, καθώς μαζί με την Πορτογαλία, έχουν ένα μέσο ποσό επένδυσης που ανέρχεται στις \$22.411 (Διάγραμμα 2.12). Δηλαδή οι γυναίκες επιχειρηματίες στην Ελλάδα διαθέτουν για την υλοποίηση ενός νέου εγχειρήματος το 2^ο υψηλότερο κεφάλαιο, ξεπερνώντας κατά πολύ το μέσο ποσό επένδυσης στην Ευρώπη, αλλά και στις Χώρες της καινοτομίας (\$7.298 και \$8.538, αντίστοιχα).

Όσον αφορά στη πηγή χρηματοδότησης δεν καταγράφεται καμία διαφοροποίηση μεταξύ των εξεταζόμενων χωρών, καθώς βασική πηγή άντλησης κεφαλαίου και για την γυναικεία επιχειρηματικότητα αποτελούν σε όλες τις χώρες τα μέλη της οικογενείας ή/και οι συγγενείς.

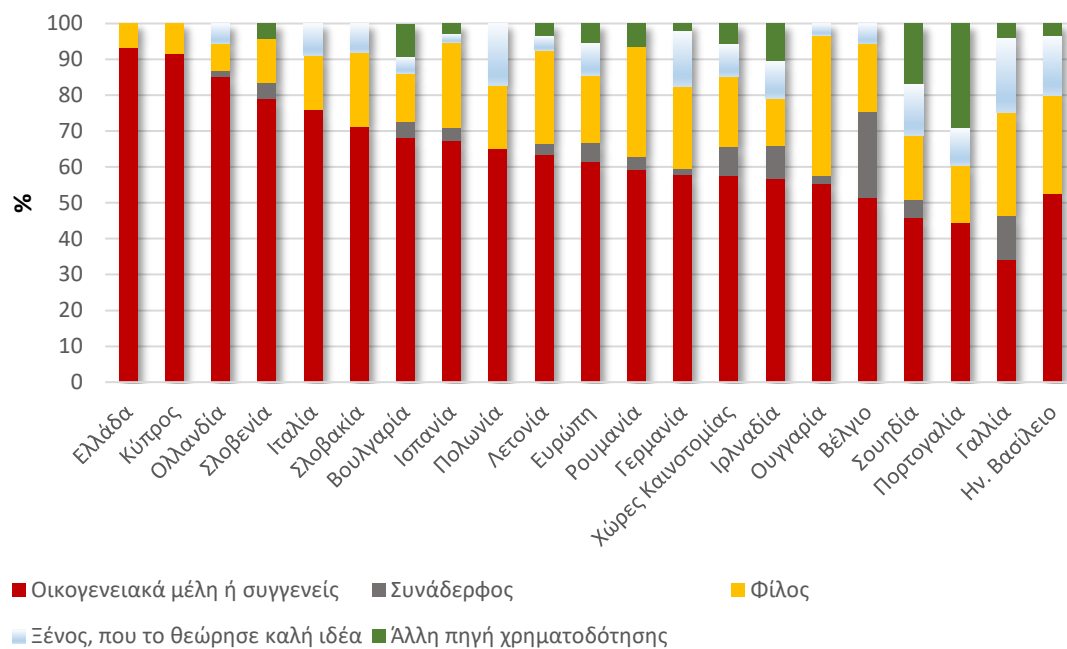
Διάγραμμα 2.12: Μέσο ποσό επένδυσης, 2016*% επί των γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων***Πηγή:** GEM, Women's Entrepreneurship 2016/2017 Report, **Επεξεργασία:** IOBE

Το πρόβλημα της έλλειψης χρηματοδότησης αποτελεί πάντως ένα παγκόσμιο φαινόμενο, αν και με διαφορετική ένταση σε κάθε οικονομία. Ειδικά οι γυναίκες επιχειρηματίες ίσως αντιμετωπίζουν πρόσθετα εμπόδια στην αρχική υλοποίηση μιας ιδέας καθώς αναδεικνύεται emphaticά ως πρόβλημα η περιορισμένη πρόσβαση σε χρηματοδοτικά εργαλεία, κυρίως στις αναδυόμενες οικονομίες, αλλά και σε λιγότερο βαθμό στις αναπτυσσόμενες οικονομίες. Σε σχετική μελέτη της Goldman Sachs προέκυψε ότι οι γυναίκες κατέχουν ή διαχειρίζονται περισσότερο από το ένα τρίτο των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων (ΜμΕ) στις αναδυόμενες αγορές, ενώ εκτιμάται ότι το 2018 το χάσμα χρηματοδότησης μεταξύ αντρών και γυναικών επιχειρηματιών θα ανέλθει σε σχεδόν \$1,5 τρισεκ. (Πλαίσιο 2.1).

Σχεδόν όλα τα εγχειρήματα στην Ελλάδα (94%) αντλούν ένα μέρος της χρηματοδότησής τους από την οικογένεια, επίδοση που φέρνει την Ελλάδα στην 1^η θέση, ενώ ακολουθούν η Κύπρος και η Ολλανδία, με 92% και 85% αντίστοιχα. Το γεγονός ότι βασική πηγή χρηματοδότησης αποτελεί ο στενός οικογενειακός κύκλος αναδεικνύει τελικά τον κεντρικό ρόλο της οικογένειας στην Ελλάδα για την υλοποίηση μιας νέας επιχειρηματικής ιδέας (Διάγραμμα 2.13).

Διάγραμμα 2.13: Πηγές χρηματοδότησης, 2016

% επί των γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων



Πηγή: GEM, Women's Entrepreneurship 2016/2017 Report, **Επεξεργασία:** IOBE

Πλαίσιο 2.1.

Goldman Sachs 10,000 Women - The Women Entrepreneurs Opportunity Facility ("WEOF")

Πρόκειται για μια παγκόσμια πρωτοβουλία που ξεκίνησε το 2008 και παρέχει στις γυναίκες επιχειρηματίες ανά τον κόσμο στήριξη για την υλοποίηση νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων, μέσω προγραμμάτων επιχειρηματικής και διοικητικής εκπαίδευσης, καθοδήγησης και δικτύωσης, αλλά και πρόσβασης σε χρηματοδοτικά κεφάλαια. Στόχος είναι η προώθηση της οικονομικής ανάπτυξης και η βιωσιμότητα των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων, καθώς αναδεικνύει και το ρόλο της γυναικείας επιχειρηματικότητας στις αναπτυξιακές στρατηγικές μιας χώρας. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσω δράσεων και συνεργασιών μεταξύ φορέων πολιτικής και χρηματοδοτικών ιδρυμάτων. Μέσω της συγκεκριμένης δράσης, και σε την συνεργασία με το International Finance Corporation, μέλος της Παγκόσμιας Τράπεζας, έχουν επενδυθεί πάνω από \$1 δισεκ. σε γυναίκες επιχειρηματίες σε αναδυόμενες αγορές, ξεπερνώντας κατά πολύ τον αρχικό στόχο της χρηματοδότησης, (\$0,6 δισεκ.). Η παροχή κεφαλαίων αποτιμάται στο \$1 δισεκ. και αφορά στην υλοποίηση νέων επενδύσεων από γυναίκες εν δυνάμει επιχειρηματίες από 26 χώρες, συμπεριλαμβανομένων μερικών από τις φτωχότερες και πληγείσες από τις συγκρούσεις χώρες. Επίσης, μέσω της πρωτοβουλίας, χρηματοδοτήθηκαν μεταξύ άλλων και 10 συμβουλευτικά προγράμματα σε εννέα χώρες συνολικής αξίας \$4,3 εκατ. Η εν λόγω δράση έχει ενισχύσει μέχρι στιγμής (5/2018) 50.000 γυναίκες επιχειρηματίες με χρηματοδοτικά κεφάλαια, ενώ έχει ως στόχο να φτάσει τις 100.000 γυναίκες επιχειρηματίες σε 10 χρόνια.

2.4 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η γυναικεία επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων στην Ελλάδα κινείται γενικά σε ελαφρώς χαμηλότερα επίπεδα από ότι στην Ευρώπη και στις Χώρες καινοτομίας και έχει ως βασικό κίνητρο την ανάγκη (37,4% του συνόλου των γυναικών επιχειρηματιών), όπως πάντως συμβαίνει και σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Η υψηλή ανεργία στις γυναίκες και οι δυσκολίες εύρεσης εξαρτημένης εργασίας φαίνεται πως οδηγούν τις Ελληνίδες στην επιχειρηματικότητα περισσότερο από ότι σε ευρωπαϊκές χώρες και τις χώρες καινοτομίας.

Η μεγάλη μείωση της πρόθεσης εκδήλωσης νέας επιχειρηματικότητας από γυναίκες στην Ελλάδα (στο 5,1% το 2016), όταν στην Ευρώπη και στις Χώρες καινοτομίας βρίσκονται στην περιοχή του 12% είναι ενδεικτική της περιορισμένης δυναμικής, αλλά και του δυσμενούς εγχώριου περιβάλλοντος. Την αρνητική εικόνα συμπληρώνει και το γεγονός ότι στην Ελλάδα μια γυναίκα έχει περισσότερες πιθανότητες να διακόψει τη λειτουργία της επιχείρησής της συγκριτικά με άλλες χώρες της Ευρώπης και τις χώρες καινοτομίας, λόγω χαμηλής κερδοφορίας.

Ιδιαίτερα χαμηλά είναι και τα ποσοστά των γυναικών επιχειρηματιών στην Ελλάδα (9,5%) που εκτιμούν ότι στην επόμενη πενταετία θα δημιουργήσουν πάνω από 6 θέσεις απασχόλησης, σε σχέση με την Ευρώπη και τις Χώρες καινοτομίας (23% και το 27%,

αντίστοιχα). Σε ότι αφορά την καινοτομία και την εξωστρέφεια των εγχειρημάτων που δημιουργούν, μία στις τρεις γυναίκες επιχειρηματίες στην Ελλάδα δήλωσε ότι παράγει βελτιωμένα προϊόντα και υπηρεσίες, ποσοστό πάντως αντίστοιχο με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο (31,3% αμφότερα). Σε όρους εξωστρέφειας, το 41,1% των γυναικών επιχειρηματιών στην Ελλάδα δηλώνει ότι πάνω από το ¼ των πωλήσεων τους προέρχεται από ξένους πελάτες.

Αναφορικά με τους κλάδους δραστηριότητας, η εικόνα δεν φαίνεται να διαφοροποιείται ιδιαίτερα από το γενικό περιβάλλον, με τις γυναίκες επιχειρηματίες στην Ελλάδα να δραστηριοποιούνται κυρίως στο Χονδρικό και λιανικό εμπόριο και στις Υπηρεσίες, όπως στην Ευρώπη και στις Χώρες καινοτομίας. Ωστόσο, αυτό που ξεχωρίζει είναι το ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό στον κλάδο του εμπορίου στην Ελλάδα (42,2%) έναντι των υπολοίπων χωρών. Τέλος, όσον αφορά στη χρηματοδότηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, η χρηματοδότηση από μέλη της οικογενείας εντοπίζεται σε ποσοστό 94%, κατατάσσοντας τη χώρα την 1^η θέση.

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

Στο πλαίσιο του GEM διεξάγεται κάθε χρόνο και μια πρόσθετη εμπειρική έρευνα με ερωτηματολόγιο που απευθύνεται σε εθνικούς εμπειρογνώμονες, ειδικούς (national entrepreneurship experts) στα ζητήματα επιχειρηματικότητας. Στο παρόν κεφάλαιο, παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας εμπειρογνώμωνων του 2017, οι οποίοι επιλέγονται λόγω της γνώσης και της εμπειρίας που κατέχουν σε διάφορες διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος σε κάθε χώρα. Πρόκειται συνήθως για ακαδημαϊκούς, επιχειρηματίες, επενδυτές, διαμορφωτές πολιτικής, κ.α. Στην Ελλάδα η ομάδα των εθνικών εμπειρογνώμωνων περιλαμβάνει 36 άτομα, τα οποία κατανέμονται ισοβαρώς (τέσσερις ανά κατηγορία) στις παρακάτω 9 διαστάσεις³².

- ♦ Χρηματοδοτική Υποστήριξη
- ♦ Κυβερνητικές Πολιτικές για την επιχειρηματικότητα
- ♦ Κυβερνητικά Προγράμματα για την επιχειρηματικότητα
- ♦ Μεταφορά Έρευνας και Ανάπτυξης
- ♦ Εκπαίδευση και Κατάρτιση
- ♦ Εμπορικές και Επαγγελματικές Υποδομές
- ♦ Ανοιχτότητα (openness) της Αγοράς /Εμπόδια Εισόδου
- ♦ Πρόσβαση σε Υλική Υποδομή
- ♦ Πολιτισμικά και Κοινωνικά Πρότυπα

Σκοπός της συγκεκριμένης έρευνας του προγράμματος του GEM είναι η εξαγωγή συμπερασμάτων σχετικά με το επιχειρηματικό περιβάλλον σε κάθε χώρα που συμμετέχει στην έρευνα, πληροφόρηση την οποία δεν είναι πάντα σε θέση να παρέχουν τα ίδια τα άτομα που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά και τα οποία απαντούν στην έρευνα πληθυσμού. Οι εμπειρογνώμονες καλούνται να απαντήσουν στις περισσότερες ερωτήσεις το βαθμό συμφωνίας τους με μία θέση / άποψη (item statement), με βάση μια εννιαβάθμια κλίμακα Likert (όπου 1: απόλυτα λάθος και 9: απόλυτα σωστό), με τις αντίστοιχες διατυπώσεις να έχουν σχεδόν σε όλες τις περιπτώσεις θετική χροιά. Έτσι για παράδειγμα απαντήσεις κοντά

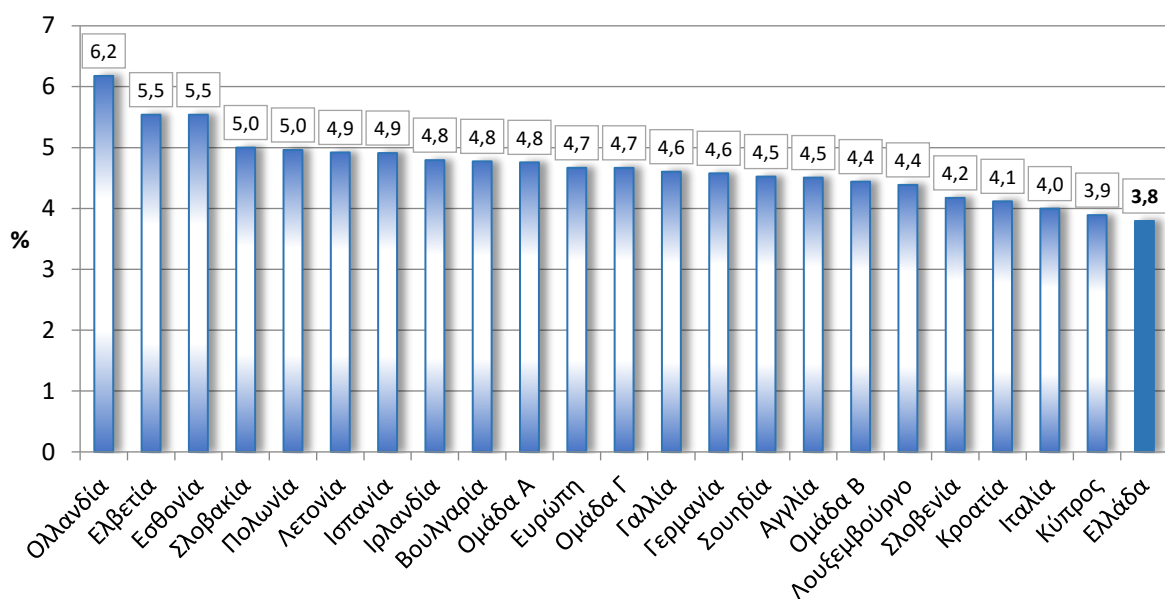
³² Αναλυτικότερη περιγραφή των διαστάσεων υπάρχει στο Παράρτημα. Επίσης βασική προϋπόθεση της έρευνας είναι να εντοπιστούν τέσσερις εμπειρογνώμονες σε κάθε διάσταση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος.

στο 5 σημαίνουν πρακτικά, ουδέτερη απάντηση, δηλαδή η συγκεκριμένη θέση δεν είναι ούτε σωστή ούτε λάθος. Στις επόμενες σελίδες παρουσιάζονται οι αντίστοιχες αξιολογήσεις, σε σύγκριση με επιλεγμένες ευρωπαϊκές χώρες.

Αναλυτικότερα, και ως προς **την επάρκεια πηγών για τη χρηματοδότηση επιχειρηματικών εγχειρημάτων**, η Ελλάδα συγκεντρώνει μέσο όρο μόλις 3,8, καταλαμβάνοντας την τελευταία θέση, μεταξύ των υπόλοιπων ευρωπαϊκών χωρών³³. Σημειώνεται ότι μόλις πέντε χώρες βρίσκονται πάνω από το μέσο όρο των απαντήσεων της κλίμακας (ούτε σωστό/ούτε λάθος), με την υψηλότερη θέση στην κατάταξη να καταλαμβάνει η Ολλανδία με μέσο όρο 6,2. Πρόκειται δηλαδή για μια «προβληματική» γενικά περιοχή όχι μόνο στην Ελλάδα, αλλά συνολικά στην Ευρώπη, καθώς η χρηματοπιστωτική κρίση έχει επηρεάσει δυσμενώς το επιχειρηματικό περιβάλλον στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες (Διάγραμμα 3.1).

Διάγραμμα 3.1: Χρηματοδοτική στήριξη

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



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

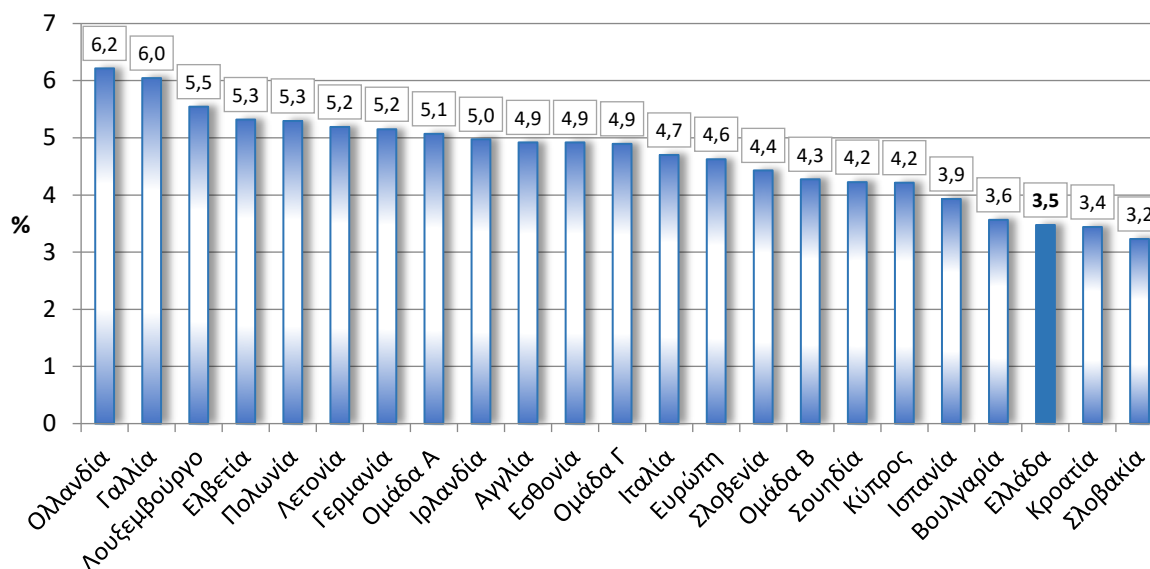
Αναφορικά με την αξιολόγηση πολιτικών στην Ελλάδα για την **ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας**, φαίνεται αυτές να μην είναι επαρκείς, με τη χώρα να καταλαμβάνει την τρίτη θέση από το τέλος (με μέσο όρο 3,5) μεταξύ των άλλων ευρωπαϊκών χωρών. Ωστόσο, θα πρέπει να σημειωθεί η σημαντική βελτίωση του δείκτη (από 2,7 το 2016), γεγονός

³³ Παραδείγματα ερωτήσεων σε αυτή τη διάσταση είναι τα εξής: α) υπάρχει επάρκεια σε διαθέσιμη χρηματοδότηση από άτυπους επενδυτές (οικογένεια, φίλοι και συνάδελφοι) για νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις, β) υπάρχει επάρκεια σε διαθέσιμη χρηματοδότηση από επαγγελματίες Επιχειρηματικούς Αγγέλους για νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις, γ) υπάρχει επάρκεια σε χρηματοδότηση μέσω κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών (venture capital) για νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις

που αναδεικνύει μια αλλαγή στις προτεραιότητες που αφορούν τη νέα επιχειρηματικότητα, πιθανόν με την παρουσία δημόσιων προγραμμάτων, ειδικών πρωτοβουλιών για την στήριξη νέων επιχειρηματικών ιδεών (Διάγραμμα 3.2)³⁴.

Διάγραμμα 3.2: Εθνικές Πολιτικές και Προτεραιότητες για τη νέα επιχειρηματικότητα

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

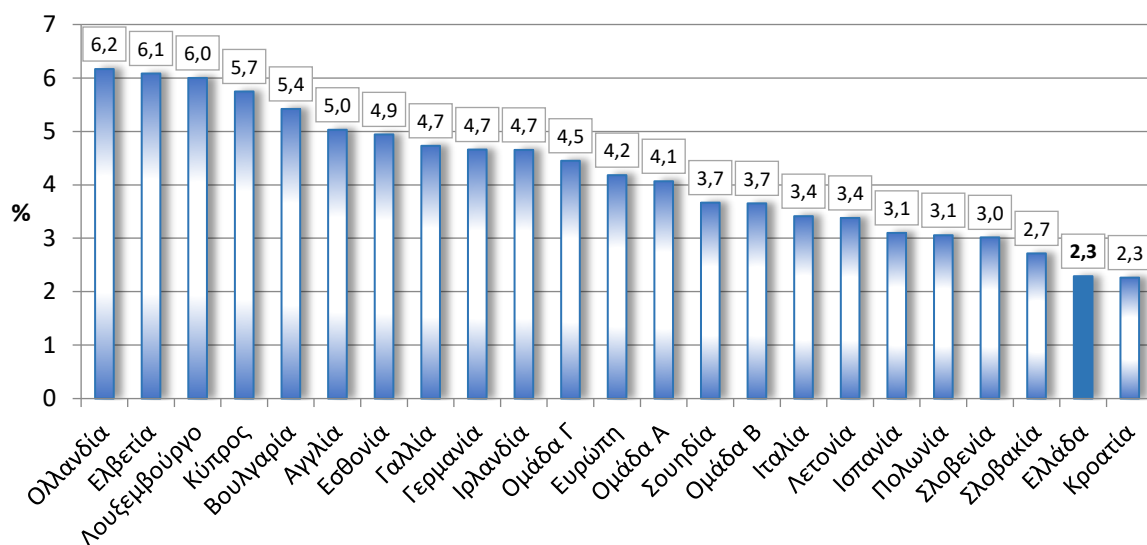


Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Τις χαμηλότερες επιδόσεις παρουσιάζει η Ελλάδα και σε θέματα επάρκειας πολιτικών για τη μείωση της γραφειοκρατίας και τη συνεκτικότητα της φορολογικής πολιτικής για τις νέες επιχειρήσεις. Συγκεκριμένα, ο μέσος όρος των απαντήσεων σε αυτό το πλέγμα των ερωτήσεων είναι μόλις 2,3, κατατάσσοντας και εδώ την χώρα στην τελευταία θέση³⁵. Πάντως θα πρέπει να σημειωθεί ότι λίγες είναι οι χώρες με μέσο όρο πάνω από το 5 σε αυτό τον παράγοντα, γεγονός που αναδεικνύει τη γραφειοκρατία σε βασικό ανασταλτικό παράγοντα επιχειρηματικότητας γενικότερα στην Ευρώπη (Διάγραμμα 3.3).

³⁴ Παραδείγματα ερωτήσεων είναι τα εξής: α) Η υποστήριξη των νέων και αναπτυσσόμενων επιχειρήσεων αποτελεί υψηλή προτεραιότητα για τη θέσπιση πολιτικής σε εθνικό επίπεδο, β) Οι φόροι και οι άλλοι κυβερνητικοί κανονισμοί εφαρμόζονται στις νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις με προβλέψιμο και συνεπή τρόπο.

³⁵ Ενδεικτικά παρατίθεται η ερώτηση: α) Το ύψος της φορολογίας ΔΕΝ αποτελεί εμπόδιο στη δημιουργία και ανάπτυξη των επιχειρήσεων, β) Οι φόροι και οι άλλοι κυβερνητικοί κανονισμοί εφαρμόζονται στις νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις με προβλέψιμο και συνεπή τρόπο, γ) Δεν είναι εξαιρετικά δύσκολο για τις νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις να αντιμετωπίσουν την κυβερνητική γραφειοκρατία, τους κανονισμούς και τις απαιτήσεις αδειοδότησης.

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Όσον αφορά στην εφαρμογή κυβερνητικών προγραμμάτων στήριξης της επιχειρηματικότητας τα οποία έχουν να κάνουν π.χ. με υπηρεσίες μιας στάσης, θερμοκοιτίδες και γενικώς την υποστήριξη της νέας επιχειρηματικότητας, η Ελλάδα βρίσκεται πάλι τελευταία στην κατάταξη (μέσος όρος απαντήσεων 3,5). Αδυναμίες εντοπίζονται αναφορικά με το πλήθος και τη στόχευση των κρατικών προγραμμάτων αλλά και την αποτελεσματική διαχείρισή τους³⁶. Η Ελλάδα μαζί με την Κύπρο και την Σλοβακία είναι οι μόνες χώρες με μέσο όρο κάτω του 4 σε αυτόν τον παράγοντα (Διάγραμμα 3.4).

Η ίδια εικόνα εντοπίζεται και στα θέματα εκπαίδευσης, όπου η Ελλάδα καταλαμβάνει χαμηλή θέση, με την πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση να θεωρείται ότι δεν προάγει επαρκώς την επιχειρηματικότητα³⁷. Γενικότερα στις ευρωπαϊκές χώρες που ανήκουν στην ομάδα των χωρών καινοτομίας το σύστημα εκπαίδευσης σε αυτές τις βαθμίδες, δεν φαίνεται να συμβάλλει επαρκώς στην προώθηση της επιχειρηματικότητας. Πιο θετικά αξιολογείται το

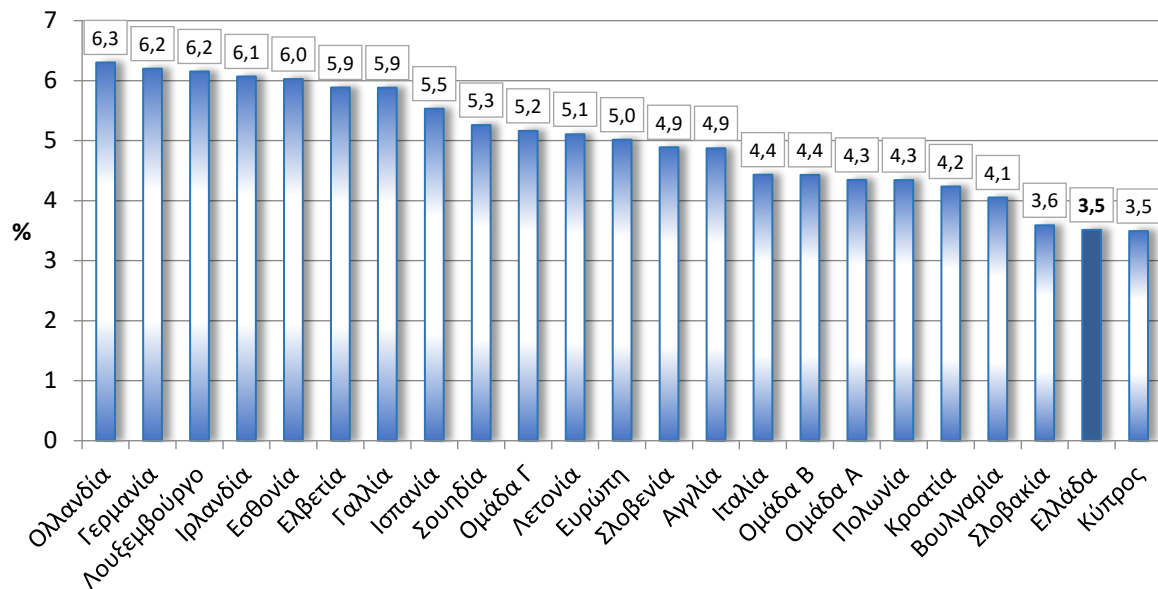
³⁶ Παραδείγματα ερωτήσεων είναι τα εξής: α) Τα επιστημονικά πάρκα και οι επιχειρηματικές θερμοκοιτίδες παρέχουν αποτελεσματική υποστήριξη στις νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις, β) Υπάρχει ένας ικανοποιητικός αριθμός κρατικών προγραμμάτων για νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις, γ) Οι απασχολούμενοι των κρατικών οργανισμών είναι ικανοί και αποτελεσματικοί στην υποστήριξη νέων και αναπτυσσόμενων επιχειρήσεων.

³⁷ Ενδεικτικά παρατίθενται οι ερωτήσεις: α) Η διδασκαλία στην πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση παρέχει επαρκή εκπαίδευση σχετικά με τις οικονομικές αρχές της αγοράς, β) Η διδασκαλία στην πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση προάγει τη δημιουργικότητα, την αυτάρκεια και την πρωτοβουλία, γ) Η διδασκαλία στην πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση εστιάζει επαρκώς στην επιχειρηματικότητα και στη δημιουργία νέων επιχειρήσεων.

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

Διάγραμμα 3.4: Κυβερνητικά Προγράμματα στήριξης νέας επιχειρηματικότητας

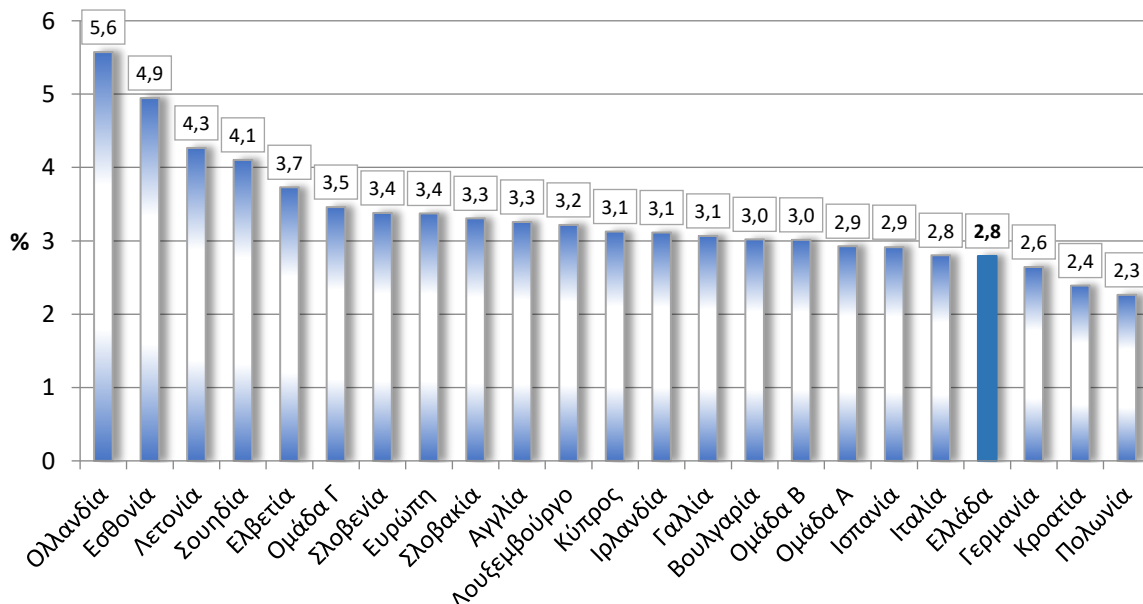
(μέσος όρος σε κλίμακα 1: απόλυτα λάθος έως 9: απόλυτα σωστό)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Διάγραμμα 3.5: Εκπαίδευση και Κατάρτιση (Πρωτοβάθμια –Δευτεροβάθμια)

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



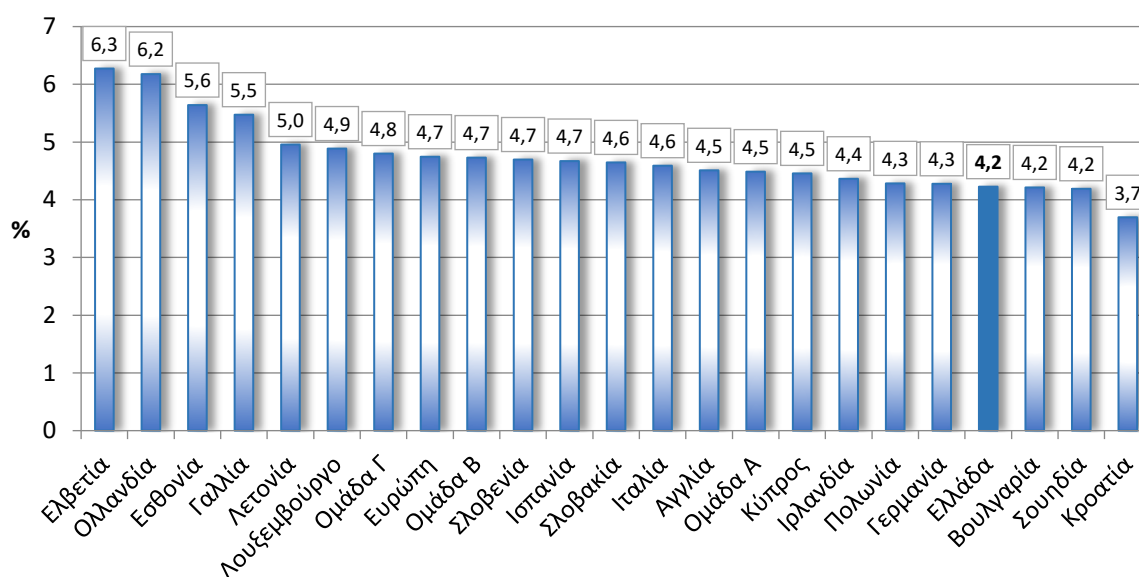
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Εξίσου περιορισμένη φαίνεται να είναι η συμβολή της μεταδευτεροβάθμιας εκπαίδευσης και κατάρτισης στην επιχειρηματικότητα, καθώς η Ελλάδα κατατάσσεται χαμηλότερα από το

μέσο όρο των ευρωπαϊκών χωρών³⁸. Η βελτίωση που σημείωσε ο συγκεκριμένος δείκτης τα τελευταία χρόνια υποδηλώνει μια ποιοτική αλλαγή, καθώς η εισαγωγή των μαθημάτων επιχειρηματικότητας στα πανεπιστήμια και στην ανώτερη εκπαίδευση στις αρχές της δεκαετίας του 2000 φαίνεται να έχει αρχίσει να αποδίδει αποτελέσματα, τουλάχιστον σύμφωνα με τη γνώμη των εμπειρογνομόνων. Ωστόσο, τον τελευταίο χρόνο παρατηρείται μια μικρή πτώση, με τον μέσο όρο των απαντήσεων να διαμορφώνεται από 4,3 το 2016 σε 4,2 το 2017 (Διάγραμμα 3.6).

Διάγραμμα 3.6: Εκπαίδευση και Κατάρτιση (Μεταδευτεροβάθμια)

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



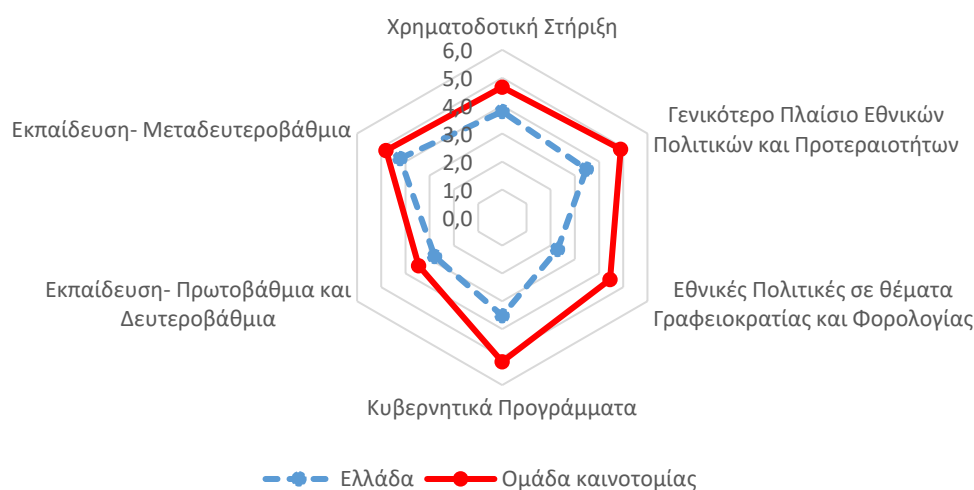
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Συνολικά συγκρίνοντας τις επιδόσεις της Ελλάδας σε σχέση με τον μέσο όρο των αξιολογήσεων στις χώρες καινοτομίας, για τις πρώτες τέσσερις διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος προκύπτει ότι οι Έλληνες εμπειρογνώμονες αξιολογούν τις συγκεκριμένες διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος δυσμενέστερα σε σχέση με τους εμπειρογνώμονες στις άλλες χώρες καινοτομίας. Πάντως σε σχέση με άλλες χρονιές στον τομέα της εκπαίδευσης σημειώνεται το 2017 μία μικρή σύγκλιση στο μέσο όρο των χωρών καινοτομίας. Από την άλλη πλευρά, οι μεγαλύτερες υστερήσεις εντοπίζονται αναφορικά με τις Εθνικές Πολιτικές σε θέματα Γραφειοκρατίας και Φορολογίας, και τα Κυβερνητικά Προγράμματα (Διάγραμμα 3.7).

³⁸ Παραδείγματα ερωτήσεων είναι τα εξής: α) Τα ιδρύματα τριτοβάθμιας εκπαίδευσης παρέχουν καλή και επαρκή προετοιμασία για τη δημιουργία και ανάπτυξη νέων επιχειρήσεων, β) Το επίπεδο της εκπαίδευσης στη διοίκηση επιχειρήσεων παρέχει καλή και επαρκή προετοιμασία για την ίδρυση και ανάπτυξη νέων επιχειρήσεων, γ) Τα συστήματα επαγγελματικής, τεχνικής, και δια βίου εκπαίδευσης παρέχουν καλή και επαρκή προετοιμασία για την ίδρυση και ανάπτυξη νέων επιχειρήσεων.

Διάγραμμα 3.7: Διαστάσεις επιχειρηματικού περιβάλλοντος Ι (2017)

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



Ομάδα Χωρών Γ: καινοτομίας

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Περνώντας στη δεύτερη ενότητα ερωτήσεων, αναφορικά με το πεδίο μεταφοράς/διάχυσης της γνώσης στην επιχειρηματική κοινότητα και ιδιαίτερα στις νέες επιχειρήσεις³⁹, η Ελλάδα βρίσκεται στην πέμπτη θέση της κατάταξης από το τέλος, με μέσο όρο 4,0 (από 4,5 το 2016), ενώ την πρώτη θέση καταλαμβάνει η Ολλανδία με μέσο όρο 6,0 (Διάγραμμα 3.8).

Οι εμπειρογνώμονες καλούνται να αξιολογήσουν και την επάρκεια των εμπορικών υποδομών και υπηρεσιών για τη στήριξη της επιχειρηματικότητας, με την έννοια της διαθεσιμότητας σε βοηθητικές υπηρεσίες που χρειάζονται οι επιχειρήσεις για τη λειτουργία τους (consulting, τραπεζικές, νομικές, λογιστικές υπηρεσίες, κτλ). Γενικότερα, σε αυτό το πλέγμα ερωτήσεων οι κρίσεις είναι θετικές σε όλες της χώρες, μ σε σύγκριση με τις άλλες διαστάσεις των επιχειρηματικού περιβάλλοντος⁴⁰. Παρόλα αυτά και πάλι η εικόνα της Ελλάδας συγκριτικά με τις άλλες ευρωπαϊκές χώρες είναι δυσμενής, με το μέσο όρο των

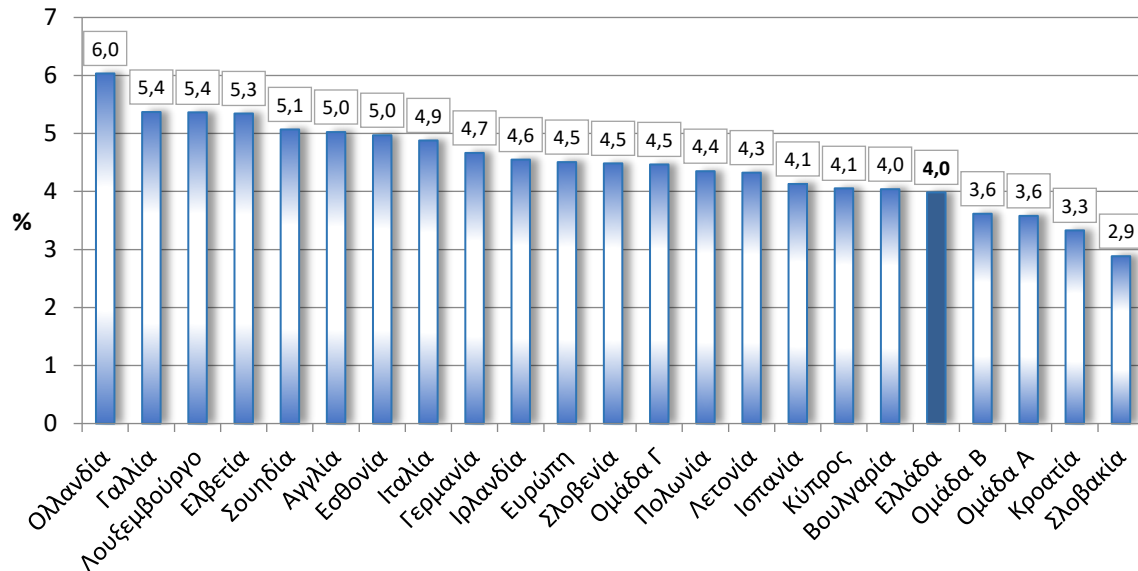
³⁹ Ενδεικτικές ερωτήσεις: α) Οι νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις μπορούν να ανταπεξέλθουν στην υιοθέτηση της σύγχρονης τεχνολογίας, β) Υφίστανται επαρκείς κρατικές επιδοτήσεις προς τις νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις για την υιοθέτηση σύγχρονης τεχνολογίας, γ) Η επιστημονική και τεχνολογική βάση υποστηρίζει αποτελεσματικά τη δημιουργία εγχειρημάτων παγκόσμιας κλάσης βασισμένων σε νέες τεχνολογίες, σε τουλάχιστον ένα θεματικό πεδίο.

⁴⁰ Παραδείγματα ερωτήσεων είναι τα εξής: α) Είναι εύκολο για τις νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις να έχουν πρόσβαση σε καλούς υπεργολάβους, προμηθευτές και συμβούλους, β) Είναι εύκολο για τις νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις να έχουν πρόσβαση σε σωστές επαγγελματικές νομικές και λογιστικές υπηρεσίες, γ) Είναι εύκολο για τις νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις να έχουν πρόσβαση σε ορθές τραπεζικές υπηρεσίες (έλεγχο λογαριασμών, συναλλαγματικές συναλλαγές, πιστωτικές επιστολές κτλ).

απαντήσεων της να εντοπίζεται στην περιοχή του 4,7, καταλαμβάνοντας την πέμπτη θέση από το τέλος (Διάγραμμα 3.9).

Διάγραμμα 3.8: Μεταφοράς Έρευνας & Ανάπτυξης

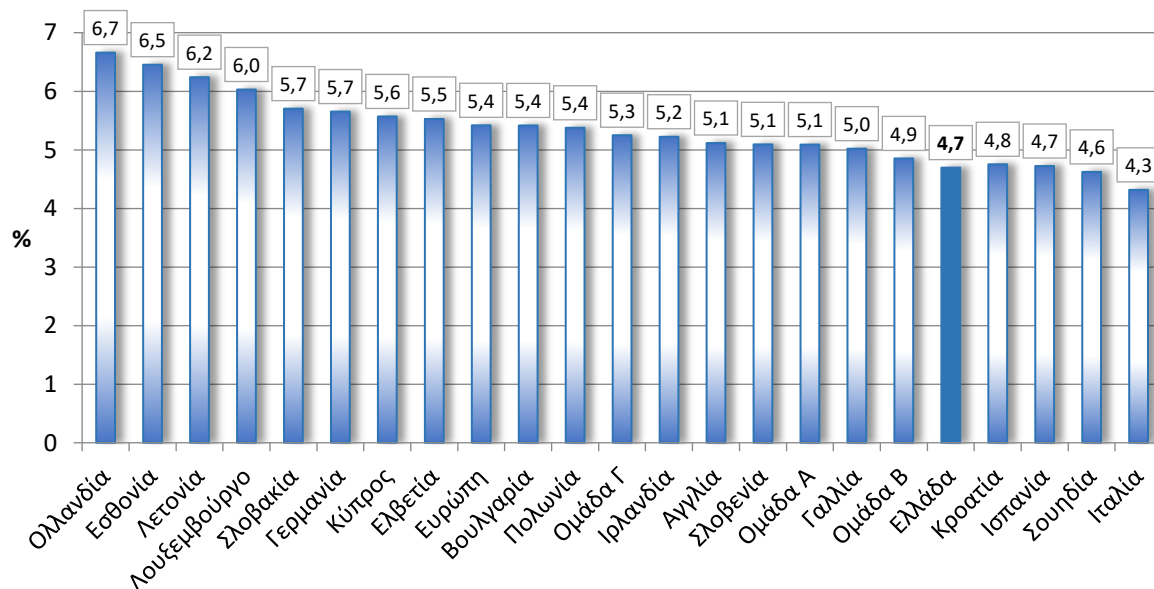
(μέσος όρος σε κλίμακα 1: απόλυτα λάθος έως 9: απόλυτα σωστό)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Διάγραμμα 3.9: Εμπορική και Επαγγελματική Υποδομή

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

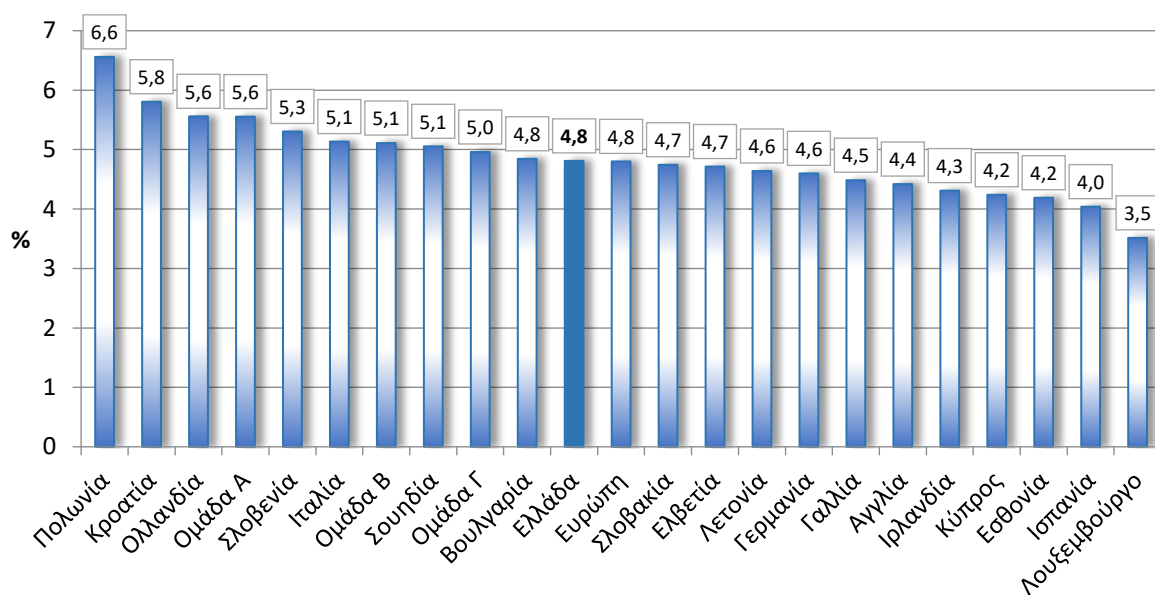


Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Η εικόνα ωστόσο φαίνεται να διαφοροποιείται, λόγω ενδεχομένως και της διαδικασίας αναδιάρθρωσης και γενικότερων αλλαγών που συμβαίνουν σε επιμέρους αγορές προϊόντων / υπηρεσιών, όσον αφορά στην εγχώρια αγορά, καθώς φαίνεται να δημιουργούνται ευκαιρίες σε βαθμό μεγαλύτερο από ότι σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες, με πιο ώριμες ίσως αγορές⁴¹. Έτσι η Ελλάδα κατατάσσεται σε αρκετά υψηλή θέση μεταξύ των χωρών, με μέσο όρο απαντήσεων στο 4,8, ενώ στην 1^η και 2^η θέση της κατάταξης βρίσκονται η Πολωνία και η Κροατία, με 6,6 και 5,8 αντίστοιχα (Διάγραμμα 3.10).

Διάγραμμα 3.10: Εγχώριες Αγορές (Δυναμική – μεταβαλλόμενες αγορές)

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



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Σημαντικές δυσχέρειες εξακολουθούν να υφίστανται στην Ελλάδα όσον αφορά στην είσοδο νέων επιχειρήσεων στην αγορά, καθώς η χώρα βρίσκεται στην τρίτη θέση από το τέλος της κατάταξης με μέσο όρο 3,8⁴². Παρά τη δυναμική που διαφαίνεται στο περιβάλλον, δεν είναι εύκολο σε νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις να διεισδύσουν σε νέες αγορές, με τα εμπόδια εισόδου να είναι ακόμη υψηλά (Διάγραμμα 3.11).

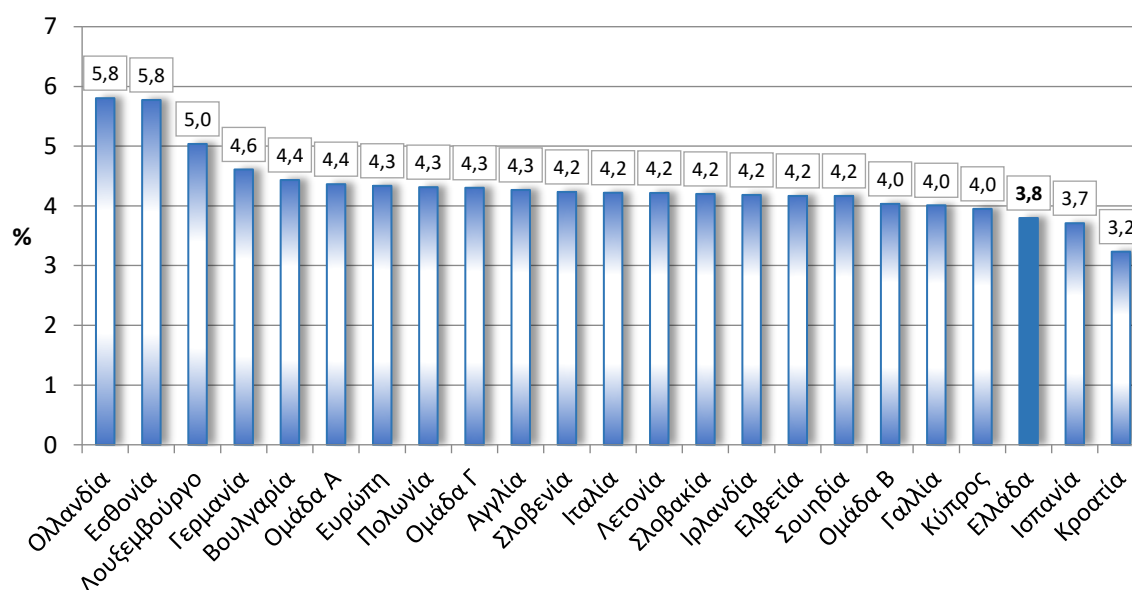
⁴¹ Ενδεικτικές ερωτήσεις: α) Οι αγορές αγαθών και υπηρεσιών ανάμεσα σε επιχειρήσεις (business to business) μεταβάλλονται δραματικά χρόνο με το χρόνο, β) Οι αγορές καταναλωτικών αγαθών και υπηρεσιών μεταβάλλονται δραματικά χρόνο με το χρόνο.

⁴² Παραδείγματα ερωτήσεων είναι τα εξής: α) Οι νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις μπορούν εύκολα να εισέλθουν σε νέες αγορές, β) Οι νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις μπορούν να επωμιστούν το κόστος εισόδου στην αγορά, γ) Οι νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις μπορούν να εισέλθουν στις αγορές χωρίς να εμποδίζονται αδικώς από τις ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις.

Σε ότι αφορά την πρόσβαση των νέων επιχειρήσεων σε υλικές υποδομές όπως είναι τα τηλεπικοινωνιακά δίκτυα, το νερό, το ηλεκτρικό ρεύμα, αλλά και το κόστος των παροχών αυτών, εδώ η εικόνα είναι σημαντικά καλύτερη, με τον μέσο όρο των απαντήσεων να ανέρχεται σε 6,1⁴³. Ωστόσο, σε σύγκριση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες η Ελλάδα βρίσκεται χαμηλότερα σε σχέση με το μέσο όρο αυτών (Διάγραμμα 3.12).

Διάγραμμα 3.11: Εγχώριες Αγορές (Διευκόλυνση Εισόδου)

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



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Τέλος ως προς τα πολιτισμικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά της εθνικής κουλτούρας, και πάλι οι εκτιμήσεις των εμπειρογνομόνων είναι αρνητικές, καθώς ο μέσος όρος των απαντήσεων (3,9) είναι μικρότερος συγκριτικά με την πλειοψηφία των άλλων ευρωπαϊκών χωρών⁴⁴. Σε αυτό το πλέγμα ερωτήσεων εξετάζεται κατά πόσο η εθνική κουλτούρα ενθαρρύνει την ανάληψη επιχειρηματικού κινδύνου, τη δημιουργικότητα και την καινοτομία,

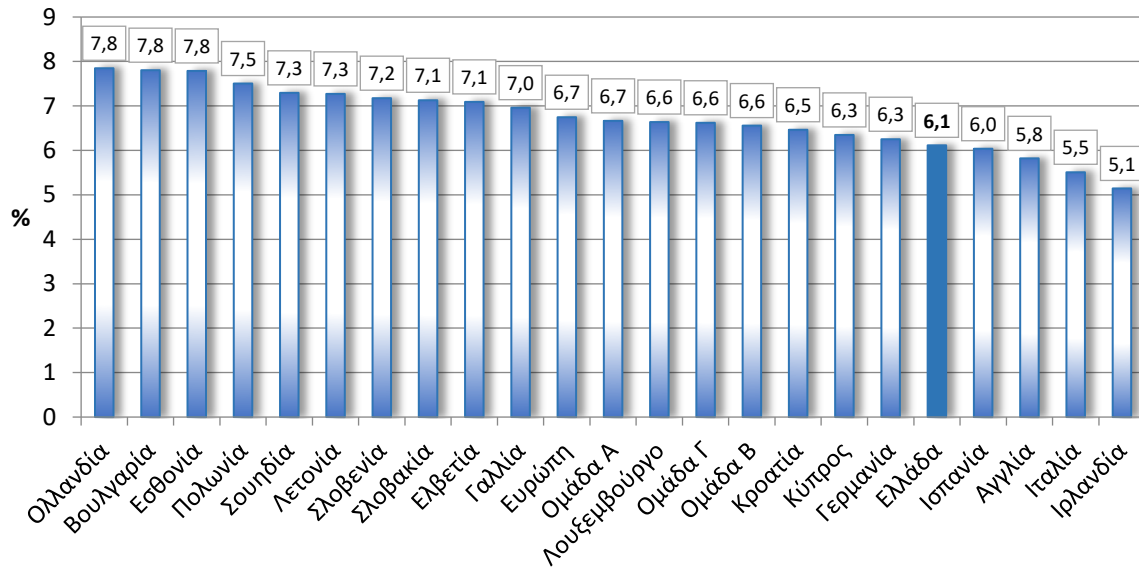
⁴³ Ενδεικτικές ερωτήσεις: α) Η δαπάνη για πρόσβαση σε επικοινωνίες (τηλέφωνο, διαδίκτυο κτλ.) δεν είναι ιδιαίτερα υψηλή για τις νέες ή αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις, β) Μια νέα ή αναπτυσσόμενη επιχείρηση μπορεί να αποκτήσει πρόσβαση στις επικοινωνίες (τηλέφωνο, διαδίκτυο) περίπου σε μια εβδομάδα, γ) Οι νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις μπορούν να ανταπεξέλθουν στο κόστος βασικών τους αναγκών (αέριο, νερό, ηλεκτρικό ρεύμα, αποχέτευση).

⁴⁴ Παραδείγματα ερωτήσεων είναι τα εξής: α) Η εθνική κουλτούρα δίνει έμφαση στην αυτάρκεια, την αυτονομία και την ατομική πρωτοβουλία, β) Η εθνική κουλτούρα ενθαρρύνει την ανάληψη επιχειρηματικού κινδύνου (risk taking), γ) Η εθνική κουλτούρα ενθαρρύνει τη δημιουργικότητα και την καινοτομία.

κτλ. με τα αποτελέσματα να φέρνουν την Ελλάδα πάνω από πέντε μόνο ευρωπαϊκές χώρες (Διάγραμμα 3.13).

Διάγραμμα 3.12: Πρόσβαση σε Υλικές Υποδομές

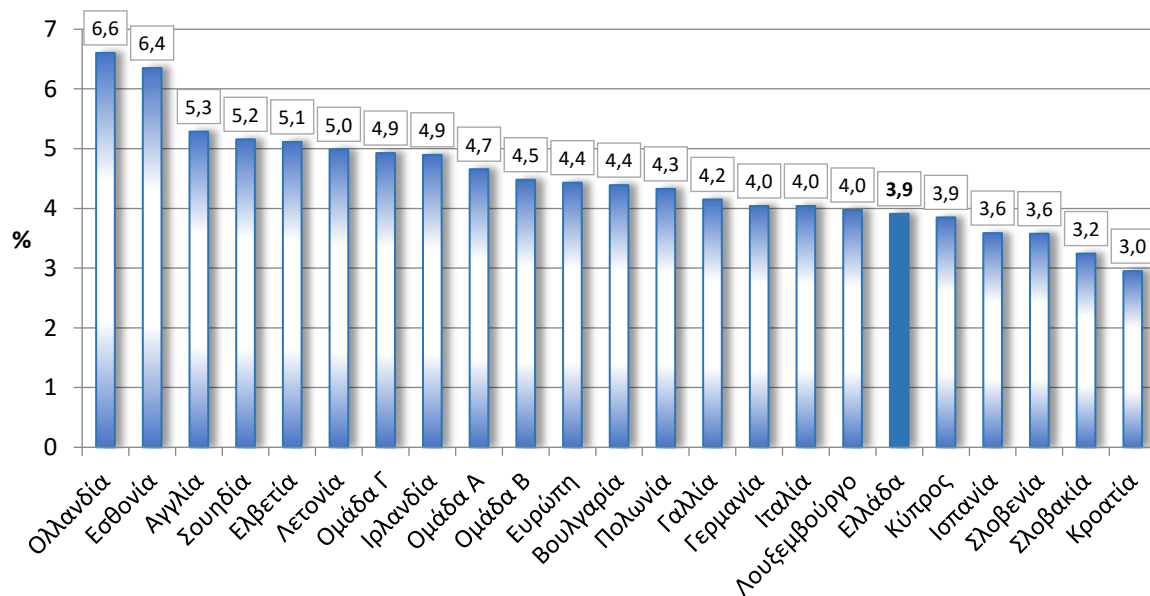
(μέσος όρος σε κλίμακα 1: απόλυτα λάθος έως 9: απόλυτα σωστό)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Διάγραμμα 3.13: Πολιτισμικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά

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

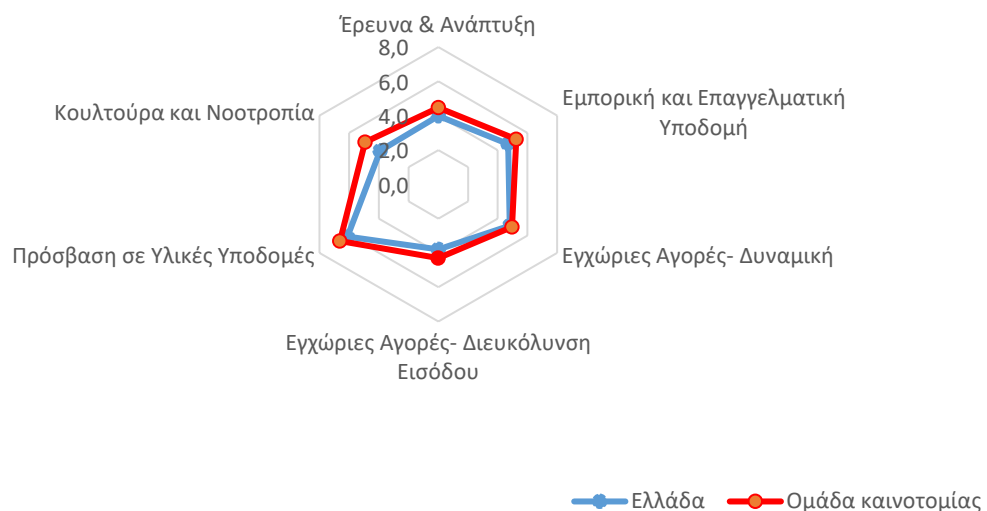


Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Με βάση τις αξιολογήσεις των εμπειρογνομόνων σε αυτές τις έξι διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος φαίνεται μια μικρότερη απόκλιση σχεδόν σε όλους τους παράγοντες. Οι εθνικοί εμπειρογνώμονες εκτιμούν ότι η εγχώρια αγορά παρουσιάζει μια έντονη δυναμική, γεγονός που θα μπορούσε να θεωρηθεί ως θετικό, εφόσον εκδηλωνόταν αντίστοιχο ενδιαφέρον για επιχειρηματικότητα και διευκολύνονταν οι νέοι επιχειρηματίες να εισέλθουν σε αυτή. Επίσης, οι επιδόσεις της Ελλάδας συγκλίνουν στις χώρες καινοτομίας σε θέματα έρευνας και ανάπτυξης, δηλαδή στη δυνατότητα πρόσβασης των νέων σε επιστημονική/τεχνολογική γνώση και στην υποστήριξη των επιχειρηματικών εγχειρημάτων που βασίζονται σε υψηλή τεχνολογία, αλλά και στην πρόσβαση σε υλικές υποδομές. Αντίθετα, παραμένουν ακόμα οι υστερήσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος στην Ελλάδα σε σχέση με τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας σε θέματα επιχειρηματικής κουλτούρας και διευκόλυνσης εισόδου στην εγχώρια αγορά (Διάγραμμα 3.14).

Διάγραμμα 3.14: Διαστάσεις επιχειρηματικού περιβάλλοντος II (2016)

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



Ομάδα Χωρών Γ: καινοτομίας

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Από την συνολική ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας αναδεικνύεται η χαμηλή δυναμική της ελληνικής επιχειρηματικότητας που οφείλεται κυρίως σε δομικές/διαρθρωτικές αδυναμίες της χώρας, οι οποίες λόγω της μακροχρόνιας κρίσης έγιναν εντονότερες. **Παράγοντες που επιδρούν ανασταλτικά στην τόνωση της επιχειρηματικότητας έχουν να κάνουν με τη γραφειοκρατία, το ασταθές φορολογικό πλαίσιο αλλά και τη μη διαθεσιμότητα ή μη αποτελεσματική λειτουργία μηχανισμών προώθησης και υποστήριξης της επιχειρηματικότητας.** Οι βασικές αδυναμίες ωστόσο στήριξης και ενίσχυσης της επιχειρηματικής δραστηριοποίησης στην Ελλάδα προέρχονται σε σημαντικό βαθμό από την έλλειψη ενός γενικότερου πλαισίου εθνικών πολιτικών για την

επιχειρηματικότητα και στοχευμένων στρατηγικών. Σημαντικά προσκόμματα στην επιχειρηματικότητα προκύπτουν και από τη δυσκολία εύρεσης χρηματοδότησης του επιχειρηματικού εγχειρήματος, τα υψηλά εμπόδια εισόδου στην αγορά, αλλά και την επικρατούσα κουλτούρα για θέματα επιχειρηματικότητας που είναι μάλλον αμφίσημη. **Συνεπώς η κρίση ναι μεν επηρέασε δυσμενώς το επιχειρηματικό περιβάλλον, αλλά ουσιαστικά ανέδειξε και μεγιστοποίησε την επίδραση των βασικών διαρθρωτικών ζητημάτων και προβλημάτων που ήδη ενυπάρχουν στο ελληνικό περιβάλλον.**

Με βάση την έρευνα, οι τρεις σημαντικότεροι παράγοντες που οι εμπειρογνώμονες εκτιμούν ότι δυσχεραίνουν την προώθηση της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα είναι:

- Η έλλειψη ολοκληρωμένου θεσμικού πλαισίου και ενιαίων πολιτικών σε ότι αφορά στη φορολογία των νέων επιχειρήσεων, στη γραφειοκρατία και γενικότερα στους ισχύοντες κανονισμούς αλλά και αναφορικά με το ρόλο των δημόσιων φορέων που εποπτεύουν την ίδρυση των νέων επιχειρήσεων
- Τα προσκόμματα που δημιουργούνται από τη λειτουργία του ευρύτερου πολιτικού και κοινωνικού περιβάλλοντος
- Η περιορισμένη διάθεση χρηματοδοτικών μέσων, και κατ' επέκτασιν η απουσία χρηματοδοτικής στήριξης που αντιμετωπίζουν οι νέες επιχειρήσεις.

Σύμφωνα με τους εμπειρογνώμονες οι βασικότεροι τρόποι προώθησης της επιχειρηματικότητας στη χώρα θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν :

- Την βελτίωση του επιπέδου εκπαίδευσης και κατάρτισης στην Ελλάδα ώστε να παρέχονται οι απαραίτητες γνώσεις και εφόδια στα άτομα για την ανάπτυξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων
- Τη βελτίωση του οικονομικού κλίματος, μέσα από δράσεις που ενθαρρύνουν την επιχειρηματικότητα και παρέχουν κίνητρα για την υλοποίηση νέων εγχειρημάτων
- Την αναβάθμιση και τον εκσυγχρονισμό των φυσικών υποδομών όπως οδικοί άξονες, δίκτυα παροχής νερού, φυσικού αερίου και ηλεκτρισμού, τηλεπικοινωνιακά δίκτυα αλλά και οργανωμένοι χώροι για την εγκατάσταση επιχειρήσεων που διευκολύνουν και καθιστούν πιο άμεση και γρήγορη την διαδικασία υλοποίησης και περαιτέρω ανάπτυξης επιχειρηματικών εγχειρημάτων
- Την υιοθέτηση ενιαίας πολιτικής και στρατηγικής για την στήριξη της επιχειρηματικότητας, με δημόσια προγράμματα, ειδικές πρωτοβουλίες για νέους επιχειρηματίες, γυναίκες και άνεργους και σε περιφερειακό επίπεδο
- Τη διάθεση σύγχρονων χρηματοοικονομικών εργαλείων για την παροχή χρηματοδοτικής στήριξης.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Aghion, P., Bloom, N., Blundell, R., Griffith, R. & Howitt, P. (2005). "Competition and Innovation: an Inverted-U Relationship," *The Quarterly Journal of Economics*, Oxford University Press, vol. 120(2), pages 701-728.
- Aghion, P. & Griffith, R. (2008). "Competition and growth: reconciling theory and evidence". Zeuthen Lectures. MIT Press: Cambridge, US
- Barr, M. S., (2015), "Minority and Women Entrepreneurs: Building Capital, Networks, and Skills", Brookings Institute
- Baumol, W. J. (1996). Entrepreneurship: productive, unproductive, and destructive. *Journal of Business Venturing*, 11, 3-22.
- Caloghirou Y., A. Protogerou, A. Tsakanikas, A, (2015), "The AEGIS survey: a quantitative analysis of New Entrepreneurial Ventures in Europe", chapter 3 in *Dynamics of Knowledge-Intensive Entrepreneurship: Business Strategy and Public Policy*, Edited by F.Malerba, Y.Caloghirou, M.McKelvey, S. Radosevic, Routledge Publishing
- Caloghirou, Y. Protogerou, A., Tsakanikas, A., Kastelli, I. (2017) "Fostering knowledge-intensive entrepreneurship in tertiary education: Empirical evidence from engineering schools in Greece", 15th Globelics Conference, Athens
- Giotopoulos, A. Kontolaimou, A. Tsakanikas, (2017), «Drivers of high-quality entrepreneurship: what changes did the crisis bring about?», *Small Business Economics*, vol. 48, issue 4, 913-930
- ILO, "World Employment and Social Outlook: Trends", 2015
- Kelley, D.J., B. S. Baumer, C. Brush, P. G. Greene, M. Mahdavi, M. Majbouri, M. Cole, M. Dean, and R. Heavlow, (2017), "Women's Entrepreneurship 2016/2017 Report", GEM
- Kelley, D.J., C. Brush, P. G. Greene, M. Herrington, A. Ali and P. Kewgem, (2014) "Women's Entrepreneurship 2014", Special Report, 2014, GEM
- Lahm, J. Robert and H. Little, (2005), "Bootstrapping business start-ups: entrepreneurship literature, textbooks, and teaching versus current business practices?", *Journal of Entrepreneurship Education*
- Landier, A. (2005). Entrepreneurship and the Stigma of Failure. Unpublished working paper, Stern School of Business, New York University
- Lee, S.-H., Peng, M. W., & Barney, J. B. (2007). Bankruptcy law and entrepreneurship development: A real options perspective. *Academy of management review*, 32(1), 257-272.
- Meunier, F., Y. Krylova, and R. Ramalho, (2017), "Women's Entrepreneurship: How to Measure the Gap between New Female and Male Entrepreneurs?", World Bank

Voutsina, K., Tsakanikas A., Liouka, I. Lioukas, S., Siokas, G, "Determinants and moderators of Fear of Failure in early stage entrepreneurship: An exploratory study". submitted to Small Business Economics.

Τσακανίκας, Α., Γιωτόπουλος, Ι., Σταυράκη, Σ., Βαλαβανιώτη, Ε., “Ετήσια Έκθεση Επιχειρηματικότητας 2016-2017: Σε κάμψη η νέα επιχειρηματικότητα”, IOBE Νοέμβριος 2017
IOBE, “Η χρηματοδότηση μέσω χρηματιστηριακής αγοράς και το νέο αναπτυξιακό πρότυπο της Ελλάδας”, Μάρτιος 2018

Ιωαννίδης, Σ. και Γιωτόπουλος, Ι. (2014). “Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2012-2013: Ενδείξεις Ανάκαμψης της Μικρής Επιχειρηματικότητας;”, IOBE.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

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

Π.2 Το εννοιολογικό μοντέλο του GEM

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

Π.4 Το εμπειρικό κομμάτι του GEM και ο ρόλος του IOBE

Π.5 Οι διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος

Π.6 Η λίστα των εμπειρογνωμόνων για το 2017

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

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

Το GEM, λοιπόν, έχει ως στόχο:

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

Ένα από τα βασικά πλεονεκτήματα της έρευνας του GEM είναι ο αυξανόμενος κάθε χρονιά αριθμός των χωρών που συμμετέχουν (κατά την έρευνα του 2017 έλαβαν μέρος 54 χώρες), και η ανάλυση πλέον των δεδομένων με βάση και το επίπεδο της οικονομικής ανάπτυξης ανά κράτος. Με τον τρόπο αυτό, δίνεται η δυνατότητα στους συμμετέχοντες να συγκριθούν με χώρες που βρίσκονται σε παρόμοιο αναπτυξιακό στάδιο, καθιστώντας την όποια σύγκριση πιο δόκιμη και ουσιαστική.

Π.2. Το εννοιολογικό μοντέλο του GEM

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

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

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

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

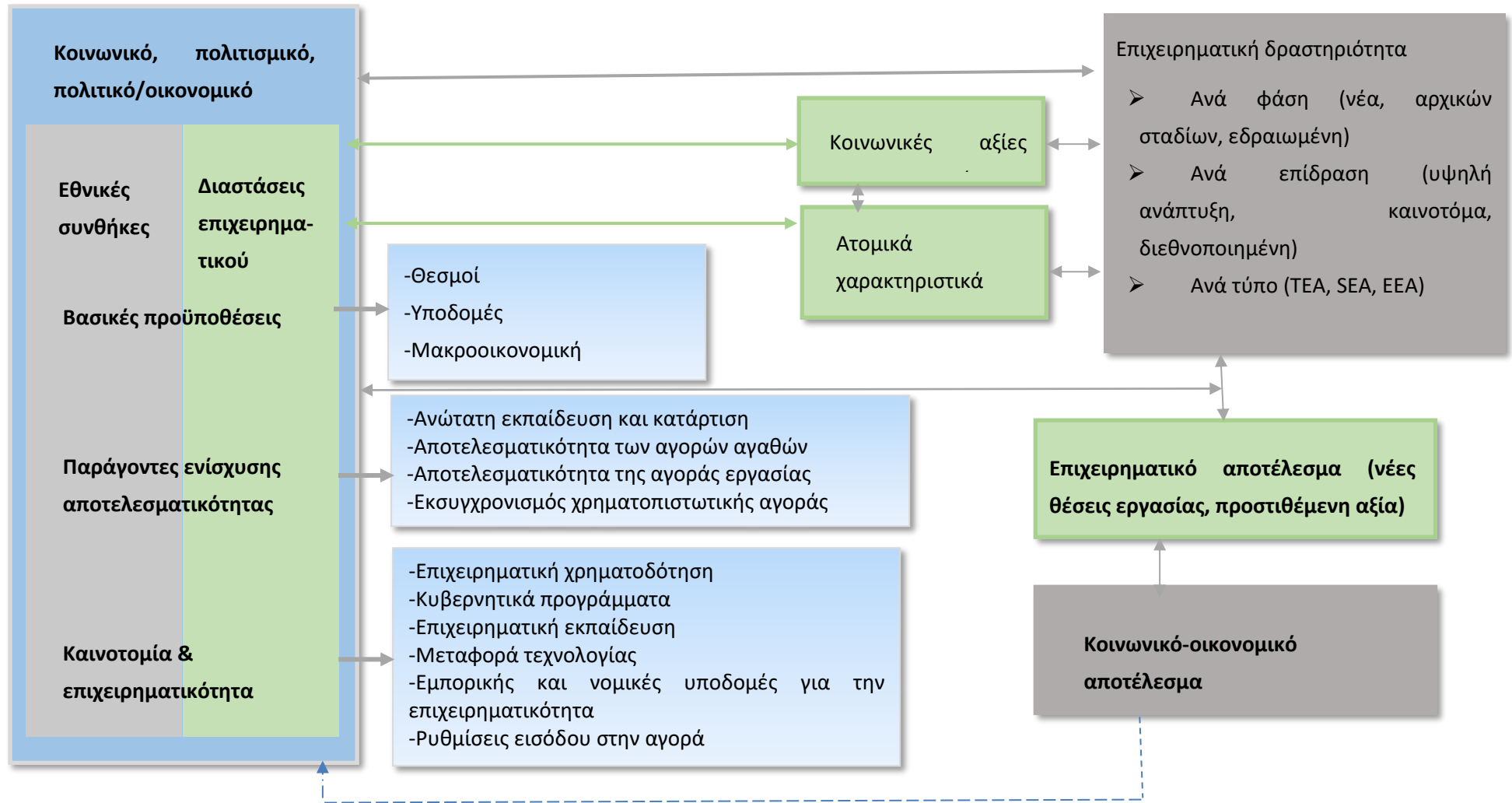
άλλων διαστάσεων είναι πολύ υψηλότερη για οικονομίες που βασίζονται στην καινοτομία, όπως η ευκολία της επιχειρηματικής χρηματοδότησης, η ύπαρξη κυβερνητικών προγραμμάτων ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας, η μεταφορά τεχνολογίας, κα.

Αναλυτικότερα, η πρώτη ομάδα Διαστάσεων –οι Βασικές Προϋποθέσεις- επιδρούν σε ολόκληρη την οικονομική δραστηριότητα μιας χώρας. Με αυτή την έννοια, ο ρόλος τους είναι σημαντικότερος για τις καθιερωμένες οικονομικές δραστηριότητες, παρά για την επιχειρηματικότητα, με την έννοια της δημιουργίας νέων επιχειρήσεων και δραστηριοτήτων. Η δεύτερη ομάδα –την οποία το GEM περιγράφει ως διαστάσεις που προωθούν την αποτελεσματικότητα- επηρεάζουν τόσο τις καθιερωμένες οικονομικές δραστηριότητες, όσο και τη νέα επιχειρηματικότητα. Για τις πρώτες, οι διαστάσεις αυτές ενισχύουν την αποτελεσματικότητα επιτρέποντάς τους να επιτύχουν οικονομίες κλίμακας και εύρους. Από την άλλη πλευρά, η νέα επιχειρηματικότητα ευνοείται από τις νέες ευκαιρίες που δημιουργούνται στην αγορά και τις οποίες είναι σε θέση να εκμεταλλευτεί με αποτελεσματικότερες μεθόδους από αυτές που επικρατούσαν στο παρελθόν. Τέλος, η τρίτη ομάδα –την οποία το GEM περιγράφει ως Διαστάσεις Καινοτομίας και 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 όσα συζητήθηκαν παραπάνω, το ισχύον εννοιολογικό μοντέλο του GEM έχει τη μορφή που αποτυπώνεται στο σχήμα που ακολουθεί.

Σχήμα 1. Το εννοιολογικό πλαίσιο του GEM



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

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

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

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

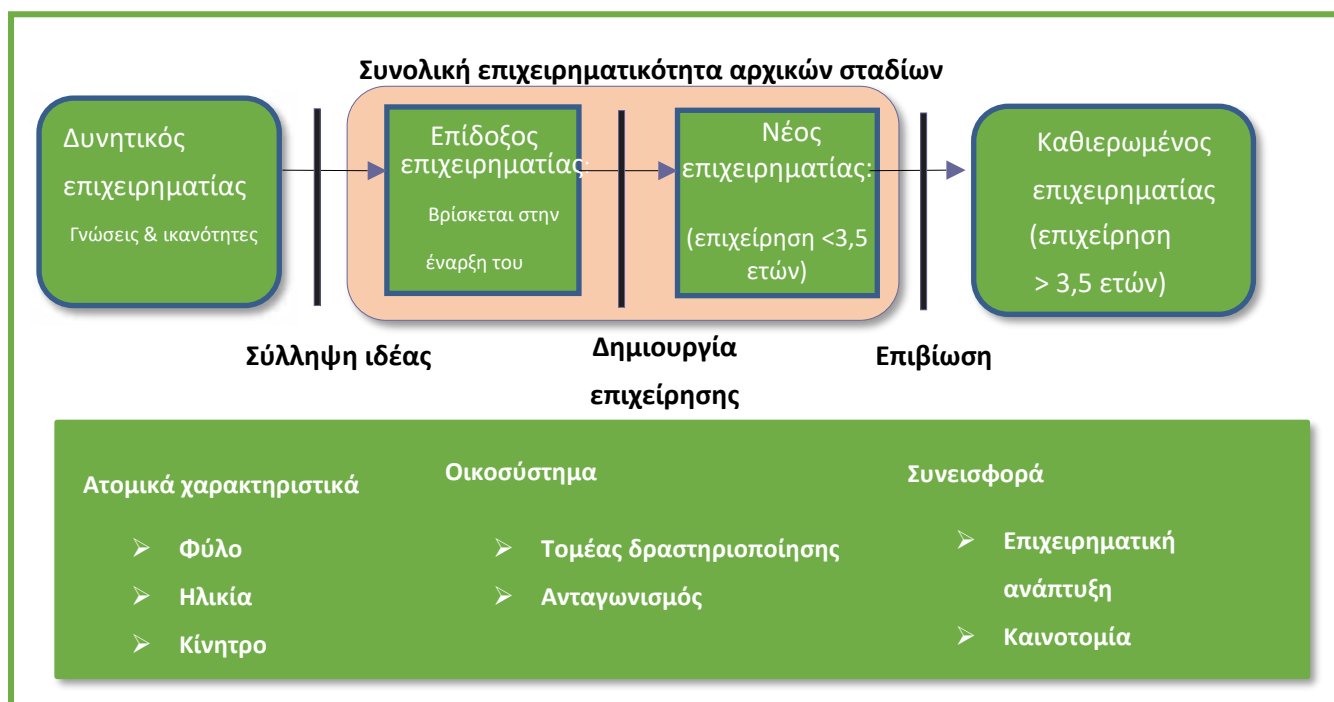
Το ερευνητικό μοντέλο του GEM προσεγγίζει την έννοια της επιχειρηματικότητας σε ένα αρκετά ευρύ πλαίσιο, καθώς καλύπτει ολόκληρο το φάσμα της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Εντούτοις, η ανάλυση εστιάζεται στον επιχειρηματία, δηλαδή στις δραστηριότητές του, τις ανάγκες που εκφράζει, τις πεποιθήσεις,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

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

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

Στο Σχήμα 2 αποδίδεται γραφικά η επιχειρηματική διαδικασία και οι αντίστοιχοι τύποι επιχειρηματικής δραστηριότητας που χρησιμοποιεί το GEM.

Σχήμα 2: Η επιχειρηματικότητα στο πλαίσιο του GEM



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

Ο δείκτης αυτός αντιπροσωπεύει και αποδίδει μια νέα, δυναμική, επιχειρηματική δραστηριότητα, ακόμα κι αν ένα 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, τότε δε θα υπάρχει εκδήλωση επιχειρηματικής δραστηριότητας, με ό,τι αυτό σημαίνει για την οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας.

Από την άλλη πλευρά, οι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων που έχουν πληρώσει μισθούς και αμοιβές για περισσότερο από 42 μήνες θεωρούνται καθιερωμένοι επιχειρηματίες. Οι επιχειρηματίες αυτοί έχουν ξεπεράσει το κρίσιμο όριο των 3,5 ετών λειτουργίας και έχουν επιβιώσει. Υψηλά

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

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

Ορολογία και βασικοί δείκτες επιχειρηματικότητας

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

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

Π.4. Το εμπειρικό μέρος του GEM και ο ρόλος του IOBE

Ένα από τα ισχυρότερα ερευνητικά πλεονεκτήματα του GEM είναι ο όγκος των στοιχείων που έχει πλέον σχηματιστεί από το 1997 και η δημιουργία εναρμονισμένων μεταβλητών μέτρησης της επιχειρηματικής δραστηριότητας σε ένα ευρύ σύνολο χωρών. Αναλυτικότερα, με βάση και το εννοιολογικό μοντέλο που παρουσιάστηκε νωρίτερα, τα μεθοδολογικά εργαλεία του GEM βασίζονται στις εξής πηγές δεδομένων:

- Έρευνα πεδίου (τηλεφωνικές συνεντεύξεις) σε τυχαία αντιπροσωπευτικά δείγματα ενηλίκων ηλικίας 18 έως 64 ετών, σε μεγέθη που κυμαίνονται 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 (εμπειρογνώμονες επιχειρηματικότητας). Αναλόγως με τη χώρα, πραγματοποιούνται έως και 50 αντίστοιχες συνεντεύξεις.
- Τυποποιημένα εθνικά στοιχεία μακροοικονομικών κυρίως δεικτών για την αντίστοιχη οικονομία που λαμβάνονται από αξιόπιστες διεθνείς πηγές (π.χ. Παγκόσμια Τράπεζα, Διεθνές Νομισματικό Ταμείο, ΟΗΕ, κτλ).

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

θεματικές εκθέσεις, όπου αναλύονται κάθε χρόνο ειδικά θέματα που άπτονται επιμέρους διαστάσεων της επιχειρηματικότητας.

Το IOBE αποτελεί τον εθνικό ερευνητικό συνεργάτη του GEM από το 2003. 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 επιχειρηματικότητας⁴⁵.

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

Π.5. Οι διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος

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

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

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

⁴⁵ Η έρευνα πληθυσμού εκπονείται από την εταιρεία Datarower με τη βοήθεια του συστήματος τηλεφωνικών συνεντεύξεων CATI. Το δείγμα επιλέχθηκε με την τεχνική της πολυσταδιακής στρωματοποιημένης δειγματοληψίας, με βάση τα δημογραφικά χαρακτηριστικά κάθε γεωγραφικού διαμερίσματος, αστικότητα της περιοχής, φύλο και ηλικία.

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 ειδικότητά των εκπαιδευτών που διδάσκουν στοιχεία επιχειρηματικότητας.

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

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

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

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

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

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

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

Π.6. Λίστα Εμπειρογνομώνων (2017)

με αλφαβητική σειρά

1	Αντωνακόπουλος	Ιωάννης
2	Γαλιάτσου	Έλενα
3	Γκενάκος	Χρήστος
4	Γούναρης	Βασίλης
5	Δαρμάρος	Θεόδωρος
6	Δενιόζος	Δημήτρης
7	Διακουλάκης	Νίκος
8	Δουκίδης	Γεώργιος
9	Καλλιάνη	Άννα
10	Καλογήρου	Γιάννης
11	Καρούνος	Θεόδωρος
12	Καστής	Νικήτας
13	Κοντοδαίμων	Μάρθα
14	Κοντολαίμου	Αλεξάνδρα
15	Κόρρα	Ευθυμία
16	Κωνσταντέλλου	Αναστασία
17	Λαμπρούκος	Σωκράτης - Νικόλαος
18	Λεβεντάκης	Αρτέμιος
19	Λιούκας	Σπύρος
20	Λώλος	Σαράντης
21	Μασουράκης	Μιχάλης
22	Μαυρούκας	Ζαχαρίας
23	Μορφούλης	Γιώργος
24	Ορφανού	Φαίη
25	Παντελιάδης	Στέφανος
26	Παπάζογλου	Παναγιώτης
27	Παπαχαλαράμπος	Λουκάς
28	Σαχίνη	Εύη
29	Σιώκας	Ευάγγελος
30	Στάγκος	Μιχαήλ
31	Στεφανόπουλος	Γιώργος
32	Στούμπου	Μυλαίδη
33	Τσουκαλίδης	Αβραάμ
34	Φιλίππου	Λένα
35	Χατζαντώνης	Δημήτρης
36	Χατζηκρανιώτης	Ευριπίδης