



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

---

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

## **Επιχειρηματικότητα 2015-16:**

**Κρίσιμη καμπή για την αναπτυξιακή δυναμική  
του επιχειρηματικού συστήματος**

**Άγγελος Τσακανίκας**

**Ιωάννης Γιωτόπουλος**

**Ευθυμία Κόρρα**

**Σοφία Σταυράκη**



**Global Entrepreneurship Monitor**

**Νοέμβριος 2016**



Global Entrepreneurship Monitor



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

Copyright © 2016 Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών - IOBE

ISSN 1790-1731

ISBN 978-960-7536-69-3

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

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

Τσάμη Καρατάσου 11, 117 42 Αθήνα

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

Χορηγός



A STAR ALLIANCE MEMBER 

## ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΙΟΒΕ

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

### **Εθνική ερευνητική ομάδα GEM**

**Άγγελος Τσακανίκας**, Επίκουρος Καθηγητής ΕΜΠ, Επιστημονικός Σύμβουλος ΙΟΒΕ

**Ιωάννης Γιωτόπουλος**, Επίκουρος Καθηγητής, Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου

**Ευθυμία Κόρρα**, Ερευνήτρια ΙΟΒΕ

**Σοφία Σταυράκη**, Ερευνήτρια ΙΟΒΕ

**Ευαγγελία Βαλαβανιώτη**, Ερευνήτρια ΙΟΒΕ

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

Η Έκθεση είναι αφιερωμένη στη μνήμη του **Καθηγητή Σταύρου Ιωαννίδη**,  
Επιστημονικού Υπεύθυνου του Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας IOBE από το  
2003.

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Το IOBE, συνεχίζοντας τη συμμετοχή του στο διεθνές ερευνητικό πρόγραμμα Global Entrepreneurship Monitor (GEM), πλέον για δέκατη τρίτη συνεχή χρονιά, δημοσιεύει την Ετήσια Έκθεση για την Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, 2015-2016. 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 στοιχεία από διεξαγωγή ερευνών πεδίου σε ένα ευρύ πλήθος χωρών παγκοσμίως. Η έρευνα του GEM διαφωτίζει διάφορες πτυχές και διαστάσεις της επιχειρηματικότητας, συνεισφέροντας έτσι στην παγκόσμια έρευνα για την υποστήριξη και την προώθηση της επιχειρηματικότητας. Το IOBE, είναι ο αποκλειστικός ελληνικός εταίρος στη διεθνή ερευνητική κοινοπραξία του GEM 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 με ορθό τρόπο η σύγκριση των στοιχείων, τόσο σε διεθνές επίπεδο όσο 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 υπόψη και τις συνέπειες της οικονομικής κρίσης.

Το IOBE θα ήθελε να ευχαριστήσει θερμά όλους όσοι 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 τη φετινή ερευνητική προσπάθεια.

Αυτή η έκθεση ωστόσο είναι ταυτόχρονα και η πρώτη από την οποία λείπει ο βασικός Επιστημονικός Υπεύθυνος της ερευνητικής ομάδας και κύριος εμπνευστής της: ο καθηγητής Σταύρος Ιωαννίδης. Ο Σταύρος Ιωαννίδης ξεκίνησε τη συνεργασία με το IOBE το 2003. Προσδιόρισε μία σημαντική περιοχή έρευνας για το Ίδρυμα ξεκινώντας μια διεθνή συνεργασία με το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας, την οποία και συστηματοποίησε όλα τα επόμενα χρόνια, προσδίδοντας κύρος και ακαδημαϊκή αρτιότητα

στο σχετικό έργο του IOBE. Ο Σταύρος τα δεκατρία αυτά χρόνια, συνέβαλε καταλυτικά με τις προτάσεις του, τις γνώσεις, την εμπειρία του και τη συνολική του παρουσία στην υλοποίηση πλήθους ερευνών και μελετών του Ιδρύματος στις γνωστικές περιοχές τις οποίες θεράπευε. Ως πνεύμα ανήσυχο, ον πολιτικό και εξάίρετος συζητητής, υποστήριξε το δημόσιο λόγο του IOBE, με εύστοχες παρεμβάσεις και αναλύσεις. Άλλωστε πίστευε βαθιά, ότι η προσέγγιση στα επιμέρους οικονομικά θέματα τα οποία μελετούσαμε δεν εξαντλούνται στην απλή τεχνική τους αποτύπωση, αλλά οφείλει να αναδεικνύει τη θεσμική και κοινωνική τους διάσταση, και ταυτόχρονα να προσφέρει πληροφόρηση χρήσιμη και κατανοητή για το ευρύ κοινό.

Πάντα κοντά στους ερευνητές του IOBE, με τις λιτές, αλλά κομβικές παρεμβάσεις του, στήριξε και ανέδειξε νέους ερευνητές, βοήθησε στη σταδιοδρομία τους και την ερευνητική τους ωρίμανση. Έδωσε κατευθύνσεις στους νέους, υποστήριξε συμβουλευτικά τους μεγαλύτερους, άφησε το στίγμα του σε σειρά θεμάτων και ειδικά με πλευρές της επιχειρηματικότητας.

Όσοι τον γνωρίσαμε, θα το θυμόμαστε πάντα για το δημιουργικό του πνεύμα, την ευγενική του παρουσία, τις εύστοχες παρατηρήσεις τους και τη βαθιά γνώση την οποία μοιράστηκε μαζί μας.

## Περιεχόμενα

<b>Επιτελική Σύνοψη</b> .....	<b>1</b>
<b>1 ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΕΓΧΕΙΡΗΜΑΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΟ 2015</b> .....	<b>11</b>
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 .....	25
1.3 Επιχειρηματικές προδιαθέσεις και αντιλήψεις.....	27
1.3.1 Εισαγωγή .....	27
1.3.2 Επιχειρηματικές ευκαιρίες στη χώρα .....	30
1.3.3 Η επιχειρηματικότητα ως καλή επιλογή σταδιοδρομίας .....	30
1.3.4 Κοινωνική καταξίωση και σεβασμός στους επιτυχημένους επιχειρηματίες .....	31
1.3.5 Προβολή επιχειρηματικότητας απο τα μέσα ενημέρωσης .....	32
1.3.6 Γνώσεις, ικανότητες και εμπειρία για την ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας .....	33
1.3.7 Φόβος αποτυχίας για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας .....	34
1.4 Δημογραφικά χαρακτηριστικά επιχειρηματιών αρχικών σταδίων .....	35
1.4.1 Εισαγωγή .....	35
1.4.2 Ηλικία .....	36
1.4.3 Φύλο .....	38
1.4.4 Μορφωτικό επίπεδο .....	39
1.5 Τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων .....	40
1.5.1 Εισαγωγή .....	40
1.5.2 Βαθμός καινοτομίας .....	41
1.5.3 Τεχνολογική ταυτότητα .....	43
1.5.4 Απασχόληση και προοπτικές ανάπτυξης .....	45
1.5.5 Ένταση ανταγωνισμού .....	48
1.5.6 Εξωστρέφεια επιχειρηματικού εγχειρήματος .....	50
<b>2 ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ: ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΚΑΙ ΜΗΧΑΝΙΣΜΟΙ</b> .....	<b>53</b>

2.1	Εισαγωγή .....	53
2.1.1	Σύγχρονες τάσεις που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα .....	53
2.2	Πηγές χρηματοδότησης επιχειρηματικότητας .....	56
2.2.1	Άτυποι επενδυτές .....	56
2.2.2	Δημόσια χρηματοδότηση .....	57
2.2.3	Επιχειρηματικοί επιταχυντές (Business accelerators).....	58
2.2.4	Κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (Venture capital).....	58
2.2.5	Επενδυτές άγγελοι (Business Angels).....	59
2.2.6	Μικροχρηματοδότηση (Microfinancing) .....	60
2.2.7	Πλατφόρμες δανεισμού (Peer to peer lending) .....	60
2.2.8	Πληθοπορισμός (Crowdfunding ) .....	61
2.3	Εμπειρικά αποτελέσματα .....	62
2.3.1	Ύψος και πηγές χρηματοδότησης.....	62
2.3.2	Ρόλος των άτυπων επενδυτών .....	66
2.3.3	Χρηματοδότηση και επιχειρηματικά κίνητρα .....	68
2.3.4	Ύψος επένδυσης και χαρακτηριστικά επιχειρηματικού εγχειρήματος.....	70
<b>3</b>	<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΒΑΣΕΙ ΕΡΕΥΝΑΣ ΕΘΝΙΚΩΝ ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΝΩΝ .....</b>	<b>73</b>
<b>4</b>	<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΜΕ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΔΥΝΑΜΙΚΗ.....</b>	<b>89</b>
4.1	Εισαγωγή .....	89
4.2	Η σημασία της ποιοτικής επιχειρηματικότητας για την οικονομία.....	90
4.3	Ανασκόπηση βιβλιογραφίας και διατύπωση υποθέσεων .....	92
4.3.1	Ο ρόλος του φύλου.....	95
4.3.2	Ο ρόλος του εκπαιδευτικού επιπέδου .....	96
4.3.3	Ο ρόλος του κινήτρου επιχειρηματικής δραστηριοποίησης.....	97
4.3.4	Ο ρόλος των αντιλήψεων για την ύπαρξη καλών ευκαιριών.....	98
4.4	Δεδομένα και μεθοδολογία.....	100
4.5	Εμπειρικά αποτελέσματα .....	104
4.6	Συμπεράσματα .....	107
<b>5</b>	<b>Βιβλιογραφία .....</b>	<b>111</b>
<b>6</b>	<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ.....</b>	<b>117</b>
6.1	Το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο για την Επιχειρηματικότητα (GEM) .....	118
6.2	Το εννοιολογικό μοντέλο του GEM.....	119



6.3	Βασικοί ορισμοί και δείκτες επιχειρηματικότητας: μεθοδολογικό πλαίσιο του GEM...	122
6.4	Γιατί διαφέρουν τα στοιχεία του GEM από τα επίσημα δημογραφικά στοιχεία (μητρώα) των επιχειρήσεων;.....	127
6.5	Το εμπειρικό μέρος του ερευνητικού προγράμματος GEM.....	128
6.6	Ο ρόλος του IOBE στο GEM .....	129
6.7	Οι διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος.....	130
6.8	Χρηματοδότηση.....	133



## ΕΠΙΤΕΛΙΚΗ ΣΥΝΟΨΗ

Το IOBE, συνεχίζοντας τη συμμετοχή του στο διεθνές ερευνητικό πρόγραμμα Global Entrepreneurship Monitor (GEM), δημοσιεύει πλέον για δέκατη τρίτη συνεχή χρονιά, την Ετήσια Έκθεση για την Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2015-2016. Η έρευνα του GEM αναλύει διάφορες πτυχές και διαστάσεις της επιχειρηματικότητας, συνεισφέροντας έτσι στην θεωρητική και εμπειρική έρευνα για την υποστήριξη και την προώθηση της επιχειρηματικότητας. Αναλυτικότερα από τα αποτελέσματα της έρευνας του 2015 προκύπτουν τα εξής ευρήματα:

*Χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων*

- **Στην Ελλάδα το ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών που βρισκόταν το 2015 σε αρχικά στάδια επιχειρηματικής ενεργοποίησης (συμπεριλαμβανομένης της αυτοαπασχόλησης) υποχωρεί στο 6,7% (περίπου 450 χιλιάδες άτομα) από 7,8% (περίπου 520 χιλιάδες) το 2014.** Αν και η εξέλιξη του δείκτη τα τελευταία χρόνια εμφανίζει διακυμάνσεις, αυτή η επίδοση κινείται στα επίπεδα του μακροχρόνιου μέσου όρου του δείκτη (2003-2015). Είναι όμως χαμηλότερη από το μέσο όρο των «χωρών καινοτομίας» (8,5%) δηλαδή των αναπτυσσόμενων χωρών που συμμετέχουν στο GEM και με τις οποίες κρίνουμε σκόπιμο να συγκρινόμαστε.
- **Δύο στους πέντε επιχειρηματίες αρχικών σταδίων πράγματι ξεκίνησαν μια νέα επιχείρηση την οποία λειτουργούσαν τουλάχιστον για τρεις μήνες κατά τη στιγμή της έρευνας (νέοι επιχειρηματίες), με τους υπόλοιπους να βρίσκονται ακόμα στη φάση της ενεργού προετοιμασίας (επίδοξοι επιχειρηματίες).** Αυτή η αναλογία συνιστά πλέον ένα συστηματικό εύρημα το οποίο σημαίνει ότι μπορεί να χρησιμοποιηθεί και ως ενδεικτικός ποσοτικός στόχος για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, καθώς είναι φανερό ότι περίπου αυτό είναι το ποσοστό των επιχειρηματικών αρχικών σταδίων που τελικά πραγματοποιεί το κρίσιμο βήμα από την προεργασία (επίδοξος) στην πραγματική έναρξη δραστηριότητας (νέος).
- Αν συνυπολογιστεί και το πολύ υψηλό ποσοστό του πληθυσμού που είναι καθιερωμένος επιχειρηματίας, δηλαδή λειτουργεί ήδη ένα εγχείρημα για τουλάχιστον 3,5 χρόνια, και το οποίο το 2015 ξεπερνά το 13% (από 12,8% το 2014), τότε προκύπτει ότι **περίπου το 20% του πληθυσμού 18-64 ετών (περίπου 1,33 εκατ. άτομα) έχει κάποια σχέση με την επιχειρηματικότητα, είτε στα αρχικά, είτε σε επόμενα στάδια.** Πρόκειται για την υψηλότερη επίδοση στην Ευρώπη και συνδέεται βεβαίως με τον υψηλό επίπεδο αυτοαπασχόλησης που συνεχίζει να κυριαρχεί στη δομή της ελληνικής επιχειρηματικότητας.

- **Το ποσοστό του πληθυσμού που δηλώνει πως έχει διακόψει ή αναστείλει την επιχειρηματική του δραστηριότητα το 2015 ανέρχεται στο 3,0% του πληθυσμού (περίπου 200 χιλιάδες άτομα), οριακά υψηλότερα από το αντίστοιχο ποσοστό του 2014 (2,8%), αλλά πολύ υψηλότερα από το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (1,8%).** Επτά στους δέκα δηλώνουν ως βασικότερο λόγο διακοπής ή αναστολής λειτουργίας της επιχείρησης την έλλειψη κερδοφορίας. Βεβαίως είναι ένας δείκτης όπου διαχρονικά η Ελλάδα εμφάνιζε υψηλές τιμές (ακόμα και στις περιόδους ισχυρής μεγέθυνσης της οικονομίας), καθώς ως ένα βαθμό συσχετίζεται με το υψηλό επίπεδο επιχειρηματικότητας. Δηλαδή σε χώρες όπου ξεκινούν ποσοτικά πολλά νέα εγχειρήματα, καταγράφονται αντίστοιχα και πολλές αποτυχίες. Γι' αυτό και στο σχεδιασμό πολιτικών για την επιχειρηματικότητα, η εστίαση απλώς στην ποσοτική ενίσχυση της επιχειρηματικότητας είναι μυωπική, καθώς μπορεί να επιτυγχάνονται υψηλές επιδόσεις σε ιδρύσεις "start ups" κτλ, αλλά αν δεν εστιαστούν στην ποιοτική επιχειρηματικότητα, απλώς θα οδηγούν και σε υψηλές επιδόσεις «shut downs»
- **Το 22,3% αυτών των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων (περίπου 124 χιλιάδες άτομα) δηλώνουν επιχειρηματίες ανάγκης και το 34,4% (περίπου 155 χιλιάδες άτομα) επιχειρηματίες ευκαιρίας.** Η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας κινείται σε πολύ χαμηλότερα επίπεδα από τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (52,2%), ενώ αντίστοιχα η επιχειρηματικότητα ανάγκης σε υψηλότερα επίπεδα (18,9%). Διαπιστώνεται πάντως ότι γενικά σε χώρες με υφεσιακά χαρακτηριστικά και υψηλή ανεργία των νέων, η διέξοδος προς την επιχειρηματικότητα συνιστά μία βιοποριστική επιλογή και όχι μια επιλογή αξιοποίησης πραγματικών επιχειρηματικών ευκαιριών. Θετική εξέλιξη είναι πάντως το γεγονός ότι το 2015 καταγράφεται το χαμηλότερο ποσοστό επιχειρηματιών ανάγκης από το 2008 που ξεκίνησε η οικονομική κρίση.
- **Η γυναικεία επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων αυξήθηκε σε 6% (περίπου 210 χιλιάδες γυναίκες) από 5,8% το 2014, ενώ στους άνδρες μειώθηκε σε 7,5% (περίπου 250 χιλιάδες άνδρες) από 9,9% το 2014.** Για πρώτη φορά από όταν ξεκίνησε η σχετική έρευνα στην Ελλάδα, οι γυναίκες αποτελούν το 44% του συνόλου των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, το υψηλότερο ποσοστό που έχει καταγραφεί, κάτι που σημαίνει ότι το σχετικό χάσμα στην επιχειρηματικότητα μεταξύ των δύο φύλων αμβλύνθηκε. Η υψηλή ανεργία στις γυναίκες, αλλά και η πίεση για εισόδημα σε νοικοκυριά όπου ενδεχομένως χάνουν την απασχόληση οι άνδρες, ίσως ερμηνεύει την εξέλιξη αυτή. Πάντως η επιχειρηματικότητα ανάγκης, αν και είναι μεγαλύτερη στις γυναίκες δεν απέχει ιδιαίτερα από τους άνδρες (21% έναντι 24%). Η μεγαλύτερη συμμετοχή των γυναικών στην επιχειρηματική δραστηριοποίηση δεν μπορεί παρά να αξιολογηθεί θετικά, καθώς γενικά τα «γυναικεία εγχειρήματα» όχι μόνο δεν υστερούν σε σχέση με

τα «ανδρικά», αλλά εμφανίζουν καλύτερες επιδόσεις σε θέματα καινοτομίας και τεχνολογικής αναβάθμισης.

- **Ηλικιακά δύο στους τρεις επιχειρηματίες αρχικών σταδίων που εντόπισε η έρευνα κατά το 2015 είναι άνω των 35 ετών. Το 29,4% είναι 45-54 ετών, σχεδόν 10% του αντίστοιχου πληθυσμού (8,4% στις χώρες καινοτομίας).** Γενικά (και διαχρονικά) καταγράφεται χαμηλότερη συμμετοχή στην επιχειρηματικότητα των νεώτερων ηλικιών μέχρι 34 ετών σε σχέση με τις ηλικιακές ομάδες άνω των 35 ετών, σε σύγκριση με τις χώρες καινοτομίας. Βεβαίως, δεν είναι απαραίτητα επιθυμητή η ευρεία συμμετοχή των πολύ νέων στην επιχειρηματικότητα. Μπορεί να εμφορούνται από μεγαλύτερο πάθος και δυναμισμό σχέση με τις μεγαλύτερες ηλικίες, αλλά ταυτόχρονα οι επιχειρηματίες νεότερης ηλικίας στερούνται εμπειρίας και γνώσης και τελικά και της κατάλληλης δικτύωσης που ενδεχομένως να βελτίωνε τις πιθανότητες επιτυχίας του εγχειρήματός τους.
- **Σχεδόν οι δύο στους πέντε επιχειρηματίες (48,6%) έχουν τουλάχιστον ένα πτυχίο τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, με το 9% μάλιστα να έχει κάποιου είδους μεταπτυχιακή ειδίκευση.** Σχεδόν 37% όμως είναι απλώς Απόφοιτοι Λυκείου, ποσοστό μάλιστα που έχει ενισχυθεί σε σχέση με το 2014.
- **Το ποσοστό των ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που δήλωσαν πως διαδραμάτισαν ρόλο άτυπου επενδυτή για τη χρηματοδοτική υποστήριξη μιας επιχειρηματικής πρωτοβουλίας άλλων ήταν 3,5%, (περίπου 234 χιλιάδες άτομα), όσο ακριβώς ήταν και το 2014, αλλά χαμηλότερα από το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (4,3%).** Περίπου το 85% αυτών αφορούν άτομα του στενού ή ευρύτερου οικογενειακού κύκλου αναδεικνύοντας έτσι emphaticά τη στενή σχέση άτυπου επενδυτή και αποδέκτη της χρηματοδότησης. Προφανώς οι δυσκολίες άντλησης κεφαλαίων από το χρηματοπιστωτικό σύστημα παραμένουν έντονες. Μέλη της οικογένειας, ίσως και υπό την ψυχολογική πίεση της υψηλής ανεργίας, αποφασίζουν να χρηματοδοτήσουν ένα εγχείρημα που ξεκινά κάποιο άλλο μέλος. Άλλωστε μια ενδεχόμενη 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 επόμενη ενδεχομένως προσπάθεια επιχειρηματικής δραστηριοποίησης.

#### *Χαρακτηριστικά των επιχειρηματικών εγχειρημάτων*

- **Σε κλαδικό επίπεδο το 2015 σημειώνεται εκτίναξη του ποσοστού που ασχολείται με τον πρωτογενή τομέα, στο υψηλότερο επίπεδο που έχει καταγραφεί ποτέ (12%), και**

ταυτόχρονα το υψηλότερο στην Ευρώπη. Θετικά αξιολογείται και η άνοδος του ποσοστού των εγχειρημάτων που αφορούν στη μεταποίηση (21,7%), σε επίπεδο υψηλότερο μάλιστα από το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (19,4%). Το ζητούμενο εδώ είναι να περιοριστεί ως ένα βαθμό στα επίπεδα των υπόλοιπων χωρών το ποσοστό των εγχειρημάτων που σχετίζονται με κλάδους με μικρότερη συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη, κλάδους δηλαδή που είναι πιο κοντά στον τελικό καταναλωτή (consumer oriented activities). Αυτό περιορίζεται το 2015 στο 46,7% κάτω και από το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (48,1%). Βεβαίως στις περισσότερες χώρες τα νέα εγχειρήματα που αναδύονται εμφανίζονται σε αυτόν τον χώρο. Ωστόσο ενώ είναι σχετικά εύκολο να δημιουργηθούν σε μια οικονομία τέτοιες επιχειρήσεις, ιδιαιτέρως σε περιόδους συρρίκνωσης της ιδιωτικής κατανάλωσης, αυτού του είδους η επιχειρηματικότητα μάλλον έχει μικρότερες πιθανότητες επιβίωσης και συνεισφοράς στην οικονομία, καθώς συνήθως χαρακτηρίζεται από έλλειψη εξωστρεφούς στρατηγικής, ένδεια καινοτομίας και χαμηλή προστιθέμενη αξία. Αν και η κρίση οδήγησε σε μία βίαιη διόρθωση των επιχειρηματικών εγχειρημάτων που απευθύνονται στον τελικό καταναλωτή, από το 2011 και μετά και παρά τη μεγάλη κάμψη της καταναλωτικής ζήτησης, σημειώνεται μικρή αυξητική τάση σε αυτά τα εγχειρήματα, χωρίς πάντως να φθάνει 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 επιχειρημάτων που παρέχουν υπηρεσίες προς τις άλλες επιχειρήσεις, αν και πιθανώς εις βάρος της μεταποίησης.

- Ένα 61% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων δηλώνει ότι κανένας (δυνατικός) πελάτης δε θα θεωρήσει τα προϊόντα / υπηρεσίες τους νέα και πρωτοποριακά έναντι 51,5% κατά μέσο όρο στις χώρες καινοτομίας. Αυτό σημαίνει τελικά πολύ χαμηλό βαθμό καινοτομίας στα νέα εγχειρήματα. Το 25,5% δηλώνει κάποιο βαθμό καινοτομίας, ενώ καταγράφεται και ένα 14% που δηλώνει ότι όλοι οι πελάτες τους θα θεωρήσουν τα προϊόντα τους καινοτομικά (16% στις αναπτυγμένες χώρες).
- Το 60% των επιχειρηματιών αρχικών-σταδίων αξιοποιούν γνωστές τεχνολογίες/διεργασίες για την παραγωγή προϊόντων / παροχή των υπηρεσιών τους, επίδοση που είναι μία από τις υψηλότερες διαχρονικά. Μόλις 12,3% δηλώνουν ότι χρησιμοποιούν εντελώς νέες τεχνολογίες στην παραγωγή / παροχή των προϊόντων / υπηρεσιών τους.
- Σχεδόν ένας στους τρεις επιχειρηματίες αρχικών σταδίων δηλώνει ότι πέρα από τους ιδρυτές, κανείς άλλος δεν θα εργάζεται στο εγχείρημα αυτό, τουλάχιστον κατά τη

**στιγμή της έναρξης λειτουργίας.** Ταυτόχρονα όμως, ένα 62% δηλώνει ότι θα απασχολεί 1 έως 5 άτομα, επίδοση που είναι από τις υψηλότερες διαχρονικά. Αυτό σημαίνει ότι η ευρεία πλειονότητα των εγχειρημάτων που εκκινούν είναι τελικά πολύ μικρές επιχειρήσεις (micro firms), κάτι πάντως που συμβαίνει σε αρκετές χώρες της Ευρώπης και αλλά και του κόσμου.

- **Αν και σχεδόν το 79% - όπως και πέρυσι - των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων εκτιμούν ότι την επόμενη πενταετία θα δημιουργούσαν τουλάχιστον μια θέση εργασίας, οι περισσότεροι από αυτούς (το 83% αυτών) δήλωσαν ότι οι θέσεις αυτές δεν αναμένεται να είναι πάνω από πέντε.** Συνεπώς όπως συμβαίνει διαχρονικά στην Ελλάδα, η νέα επιχειρηματικότητα μπορεί να εκδηλώνεται με επαρκώς υψηλά ποσοστά ως τάση στον πληθυσμό, όμως δεν μεγαλώνει. Αναπαράγει τη βασική δομή της ελληνικής οικονομίας, δηλαδή μια οικονομία που βασίζεται στη λειτουργία πολύ μικρών επιχειρήσεων, οι περισσότερες εκ των οποίων δεν αναπτύσσονται και ως εκ τούτου δεν δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας.
- **Το 54,3% των επιχειρηματιών – αυξημένο σε σχέση με το 2014 - δηλώνει πως πολλές επιχειρήσεις προσφέρουν παρόμοιο προϊόν ή υπηρεσία στην αγορά, εισέρχονται δηλαδή σε αγορές με ισχυρό ανταγωνισμό.** Βεβαίως αντίστοιχα υψηλός είναι και ο μέσος όρος σε χώρες καινοτομίας, και ακόμα πιο υψηλός σε χώρες χαμηλότερης οικονομικής ανάπτυξης. Η «ελληνική» διαφοροποίηση σε σχέση με τις χώρες καινοτομίας συνιστά το πολύ χαμηλό ποσοστό νέων εγχειρημάτων που διαθέτουν δυναμική ανάπτυξης νέων αγορών (niche markets). Με μόλις 2,3% η Ελλάδα βρίσκεται προτελευταία στη σχετική κατάταξη.
- **Το 2015 προκύπτει ένα θετικό στοιχείο στην εξωστρέφεια των νέων εγχειρημάτων καθώς μόνος ένας στους τρεις δηλώνει ότι απευθύνεται αποκλειστικά στην εγχώρια αγορά, έναντι 39,4% στις χώρες καινοτομίας.** Μάλιστα περίπου 23% των επιχειρήσεων δηλώνει ότι πάνω από το ¼ του τζίρου τους προέρχεται από πελάτες εξωτερικού, επίδοση που υπερτερεί του μέσου όρου των αναπτυγμένων χωρών (20,2%). Σαφώς μέρος αυτής της θετικής τάσης σχετίζεται με τον σχετικά υψηλό αριθμό εγχειρημάτων υπηρεσιών καταλυμάτων, που εκ της φύσεως της δραστηριότητας έχουν έναν εξωστρεφή χαρακτήρα. Διαχρονικά πάντως καταγράφεται το αισιόδοξο γεγονός ότι από το 2012 όταν πάνω από τα μισά νέα εγχειρήματα κατευθύνονταν αποκλειστικά στην εγχώρια αγορά, πλέον αυτό υποχωρεί το 2015 στο 33,9%. Μάλιστα για πρώτη φορά το ποσοστό όσων εξαγουν πάνω από το 25% του κύκλου εργασιών τους ξεπερνά το 22%. Αυτό σημαίνει ότι ενισχύεται εκτός από την έκταση των εξαγωγών (πιο πολλές

εξαγωγικές επιχειρήσεις) και η έντασή τους (μεγαλύτερο ύψος εξαγωγών), τάση που εφόσον συνεχιστεί δεν μπορεί παρά να αξιολογηθεί θετικά.

*Προσωπικές και πολιτισμικές στάσεις ως προς την επιχειρηματικότητα*

- **Στην Ελλάδα το 2015 ένα 14,2% του πληθυσμού (έναντι 20% το 2014) διαβλέπει να αναδεικνύονται επιχειρηματικές ευκαιρίες στη χώρα στο επόμενο εξάμηνο.** Πρόκειται για μία από τις χαμηλότερες επιδόσεις σε παγκόσμιο επίπεδο, ενδεικτικό της δυσμενούς οικονομικής συγκυρίας και της αυξημένης αβεβαιότητας που κυριάρχησε στην χώρα το 2015.
- **Από την άλλη πλευρά όμως το επίπεδο της αυτοπεποίθησης των πολιτών διατηρείται πάνω από το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας, καθώς το 46,8% του πληθυσμού (από 45,6% το 2014), δηλώνει ότι διαθέτει τις ικανότητες, τις γνώσεις και την εμπειρία για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας.** Το ποσοστό αυτό σχεδόν διπλασιάζεται στους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων, καθώς πάνω από το 80% αισθάνεται ότι διαθέτει έχει τις γνώσεις και τις ικανότητες να «τρέξει» μια επιχείρηση, δείγμα της εμφατικής αυτοπεποίθησής τους.
- **Ένα 61% δηλώνει ότι η επιχειρηματικότητα αποτελεί καλή επιλογή επαγγελματικής σταδιοδρομίας, (58,6% το 2014) και ένα 67,8% (από 66%) δηλώνει ότι οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες αντιμετωπίζονται με σεβασμό και καταξίωση στη χώρα, ένα από τα υψηλότερα ποσοστά 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, καθώς μόλις 38% του πληθυσμού (έναντι 46% το 2014), απαντά σε αυτό θετικά.
- **Η Ελλάδα διατηρεί διαχρονικά μία από τις υψηλότερες επιδόσεις στον κόσμο ως προς το φόβο της επιχειρηματικής αποτυχίας, τάση πάντως που έχει ενισχυθεί συνολικά στην Ευρώπη τα τελευταία χρόνια.** Και το 2005 το 64,2% του πληθυσμού (έναντι όμως 70% το 2014), το επισημαίνει ως ανασταλτικό παράγοντα στην έναρξη νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων. Η άμβλυνση αυτή ενδεχομένως να αντανακλά την ολοκλήρωση ενός υφειακού κύκλου στην οικονομία (αισιόδοξη προσέγγιση), ή απλώς τα άτομα λόγω της μεγάλης διάρκειας της κρίσης να έχουν προσαρμοστεί σε ένα νέο επιχειρηματικό πλαίσιο υψηλότερου ρίσκου (πιο απαισιόδοξη προσέγγιση). **Αν μάλιστα εστιάσουμε στους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων βλέπουμε να ενισχύεται ο φόβος της αποτυχίας σχεδόν στο 80%, κάτι που σημαίνει ότι όσοι/όσες έχουν εν τοις πράγμασι ασχοληθεί με ένα επιχειρηματικό εγχείρημα, έχουν αντιληφθεί τις δυσκολίες του εγχειρήματος και σαφώς προβληματίζονται για το ενδεχόμενο της αποτυχίας.**



### *Υψος επένδυσης και εργαλεία χρηματοδότησης*

Παρά την πρόσφατη οικονομική κρίση που έχει επηρεάσει δυσμενώς τις συνθήκες χρηματοδότησης της επιχειρηματικότητας σε ένα μεγάλο αριθμό οικονομιών ανά τον κόσμο, γενικά τα τελευταία χρόνια πυκνώνει η διάθεση σύγχρονων εργαλείων χρηματοδότησης για την τόνωση της επιχειρηματικότητας. Τα σύγχρονα χρηματοδοτικά εργαλεία, που εντάσσονται συνήθως στο τυπικό χρηματοπιστωτικό σύστημα, προσφέρουν μεγαλύτερη ευελιξία, και θεωρητικά μπορούν να καλύψουν τις ανάγκες κάθε δυνητικού επιχειρηματία. Εκτός από τις παραδοσιακές πηγές χρηματοδότησης ενός εγχειρήματος (τράπεζες, αυτοχρηματοδότηση, οικογενειακός δανεισμός), έχουν αναπτυχθεί πλέον και άλλοι μηχανισμοί άντλησης επιχειρηματικών κεφαλαίων, όπως τα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών, ο peer-to-peer δανεισμός, το crowdfunding, η μικροχρηματοδότηση, αλλά και άλλοι πιο εξειδικευμένοι μηχανισμοί δανεισμού.

**Με βάση την έρευνα του GEM στην Ελλάδα κατά το 2015 τα μισά νέα εγχειρήματα που ξεκίνησαν απαιτούσαν ένα κεφάλαιο πάνω από 30.000€, ποσό που είναι σχεδόν διπλάσιο σε σύγκριση με τον ευρωπαϊκό μέσο (16.400€), αλλά υψηλότερο ακόμα και σε σύγκριση με τις χώρες υψηλού εισοδήματος (24.000€).** Μάλιστα, ακόμα και οι επιχειρηματίες ανάγκης χρειάζονται περισσότερους χρηματικούς πόρους για να ξεκινήσουν μια επιχείρηση σε σχέση με λοιπούς ευρωπαϊούς επιχειρηματίες ανάγκης (25.500€ έναντι 21.000€ στις χώρες καινοτομίας). Συνεπώς, η έναρξη επιχείρησης στην Ελλάδα απαιτεί ένα σημαντικό χρηματικό ποσό, ακόμα και αν το κίνητρο επιχειρηματικότητας είναι η ανάγκη.

Για την άντληση αυτού του ποσού, αξιοποιούνται διάφορες πηγές χρηματοδότησης. Ειδικά το 2015 λόγω πιθανόν και της ωρίμανσης αρκετών διαρθρωτικών πόρων τύπου ΕΣΠΑ, το 44% δηλώνει ότι αξιοποίησε κάποια δημόσια χρηματοδότηση / επιδότηση στο πλαίσιο κυβερνητικού προγράμματος, έναντι μόλις 24% στην Ευρώπη. Προφανώς ο ρόλος της οικογένειας είναι σημαντικός, καθώς το 35% αξιοποίησε την πηγή αυτή (έναντι 24% στις χώρες καινοτομίας). Παρά την πολυσυλλεκτικότητα πηγών χρηματοδότησης όμως ο νέος επιχειρηματίας χρειάστηκε να καταβάλει περίπου τα ¾ της συνολικής επένδυσης από ίδια κεφάλαια (αποταμίευση, φίλοι, οικογένεια) έναντι αντίστοιχου όμως περίπου ποσοστού (71%) και στις χώρες καινοτομίας. Εξάλλου σε άλλα χαρακτηριστικά της χρηματοδότησης της νέας επιχειρηματικότητας μπορεί να σημειωθεί ότι:

- Τα γυναικεία εγχειρήματα φαίνεται να απαιτούν λιγότερα κεφάλαια έναρξης (φαινόμενο που συμβαίνει σχεδόν σε όλες τις χώρες), καθώς στις περισσότερες περιπτώσεις αφορούν δραστηριότητες λιανικής.
- Υπάρχει θετική σχέση ηλικίας και ύψους επένδυσης: τα εγχειρήματα ατόμων άνω των 35 ετών απαιτούν υψηλότερο αρχικό κεφάλαιο στην Ελλάδα σε σύγκριση με τις

χώρες καινοτομίας, με την απόκλιση μάλιστα να διευρύνεται στις μεγαλύτερες ηλικίες, καθώς απαιτούνται όλο και περισσότερα αρχικά κεφάλαια.

- Οι έντονα εξωστρεφείς νέες επιχειρήσεις απαιτούν αρκετά υψηλό αρχικό κεφάλαιο (περίπου 66.000€), καθώς συνήθως συνδέονται με μεγάλη κεφαλαιουχική επένδυση, διπλάσια της υπόλοιπης Ευρώπης (32.000€)
- Το 2015 ένα 7,6% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων έλαβε χρηματοδότηση από άτυπους επενδυτές, όσο περίπου κατά μέσο όρο και τις άλλες χώρες καινοτομίας (6,5% στην Ευρώπη).

#### *Οι απόψεις των 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 2015, το επιχειρηματικό περιβάλλον στη χώρα παραμένει δυσμενέστερο σε σύγκριση με τις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες καινοτομίας σε αρκετές διαστάσεις του.** Αν και οι εμπειρογνώμονες εκτιμούν ότι η εγχώρια αγορά είναι εξαιρετικά ρευστή, γεγονός που θα μπορούσε να θεωρηθεί ως θετικό, εφόσον εκδηλωνόταν αντίστοιχο ενδιαφέρον για επιχειρηματικότητα, οι δυσκολίες είναι πολλές. Η χαμηλή δυναμική της ελληνικής επιχειρηματικότητας ερμηνεύεται σε ένα βαθμό από τις επιπτώσεις της κρίσης, κυρίως όμως οφείλεται σε δομικές/διαρθρωτικές αδυναμίες της χώρας που έχουν να κάνουν με την γραφειοκρατία, το ασταθές φορολογικό πλαίσιο, αλλά και τη μη διαθεσιμότητα ή μη αποτελεσματική λειτουργία μηχανισμών προώθησης και υποστήριξης της επιχειρηματικότητας. **Τα βασικά εμπόδια επιχειρηματικής δραστηριοποίησης στην Ελλάδα σε σημαντικό βαθμό εκπορεύονται από την έλλειψη ενός γενικότερου πλαισίου εθνικών πολιτικών για την επιχειρηματικότητα. 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.** Εξάιρεση, στη γενική δυσμενή εικόνα αποτελεί ο τομέας της Μεταδευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, τα ζητήματα 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, όπου οι επιδόσεις της Ελλάδας το 2015 συγκλίνουν με το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας.

#### *Η αναπτυξιακή επιχειρηματικότητα σε όρους απασχόλησης*

Ο ρόλος των νέων επιχειρήσεων που φαίνεται να έχουν ευνοϊκότερες προοπτικές για να αναπτυχθούν και να δημιουργήσουν θέσεις απασχόλησης φαίνεται πως είναι πιο κρίσιμος από ποτέ σήμερα, στη σκιά της βαθιάς και παρατεταμένης οικονομικής ύφεσης από την οποία διέρχεται η ελληνική οικονομία. **Ο εντοπισμός επομένως εκείνων των φιλόδοξων**

**επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που μπορούν να συμβάλουν στην παραγωγική ανασυγκρότηση της χώρας και να αποτελέσουν βασικό μοχλό ανάκαμψης, πρέπει να αποτελεί βασικό στόχο των πολιτικών για την επιχειρηματικότητα.** Στο πλαίσιο αυτό, πραγματοποιήθηκε μια εμπειρική ανάλυση για τη διερεύνηση των παραγόντων που μπορούν να διευκολύνουν ή να εμποδίσουν την αναπτυξιακή δυναμική --σε όρους απασχόλησης-- των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα τόσο για την περίοδο της κρίσης (2009-2015), όσο και για την προ-κρίσης περίοδο (2003-2008).

**Οι οικονομετρικές αναλύσεις δείχνουν πως οι αντιλαμβανόμενες ευκαιρίες από τους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων στα χρόνια της κρίσης μπορούν να συμβάλουν στην ανάδειξη μιας επιχειρηματικότητας με αναπτυξιακή δυναμική.** Επίσης, τα εμπειρικά μας ευρήματα αποκαλύπτουν ότι η επίδραση του φύλου στις υψηλές αναπτυξιακές επιδιώξεις των επιχειρηματιών αποτελεί την περίοδο της κρίσης σημαντικό προσδιοριστικό παράγοντα, καθώς βρέθηκε πως η αναπτυξιακή γυναικεία επιχειρηματικότητα υπολείπεται σημαντικά έναντι της αντίστοιχης ανδρικής στα χρόνια της κρίσης. Επιπλέον, βρέθηκε πως η επιχειρηματικότητα ανάγκης αποτελεί ένα σημαντικό εμπόδιο για την εκκίνηση φιλόδοξων αναπτυξιακών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, ιδιαίτερα την περίοδο της κρίσης.

**Επιπρόσθετα, οι οικονομετρικές εκτιμήσεις έδειξαν πως το εκπαιδευτικό επίπεδο των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων συμβάλει θετικά στη φιλόδοξη αναπτυξιακή επιχειρηματικότητα μόνο κατά την προ-κρίσης περίοδο.** Στον αντίποδα, το εκπαιδευτικό επίπεδο δεν φαίνεται να διαδραματίζει κάποιο σημαντικό ρόλο κατά τη διάρκεια της κρίσης, αποτέλεσμα που μπορεί να συνδέεται με το πρόβλημα φυγής τεράστιου αριθμού επιστημόνων από την Ελλάδα για εύρεση εργασίας στο εξωτερικό. Τέλος, ο ρόλος των δομικών μεταρρυθμίσεων μπορεί να αποδειχθεί κομβικός για την ανάδειξη καλών επιχειρηματικών ευκαιριών, που με τη σειρά τους θα ενισχύσουν τη φιλόδοξη αναπτυξιακή επιχειρηματικότητα και την πιθανότητα για τη δημιουργία θέσεων εργασίας.



## 1 ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΕΓΧΕΙΡΗΜΑΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΟ 2015

### 1.1 ΓΕΝΙΚΗ ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το ερευνητικό πρόγραμμα «Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητα» (Global Entrepreneurship Monitor: GEM) ξεκίνησε το 1999 με πεδίο ανάλυσης μόλις 10 χώρες. Η πρώτη ελληνική συμμετοχή πραγματοποιήθηκε το 2003, μέσω του IOBE και συνεχίζεται ανελλιπώς έκτοτε, ενώ το 2015 συμμετείχαν πάνω από 60 χώρες από όλες τις οικονομικές ζώνες του κόσμου. Είναι χαρακτηριστικό ότι οι χώρες που συμμετέχουν πλέον στο GEM καλύπτουν το 90% του παγκόσμιου ΑΕΠ και το 75% του παγκόσμιου πληθυσμού. Το γεγονός αυτό σηματοδοτεί και τη σταδιακή μεγέθυνση του ερευνητικού προγράμματος σε εμπειρικό επίπεδο, αλλά και σταδιακά την ολοένα και μεγαλύτερη συνεισφορά στη θεωρητική αλλά και εμπειρική μελέτη του πεδίου της επιχειρηματικότητας. Αλλά και η συμβολή που έχουν τα αποτελέσματα της έρευνας στη δημόσια συζήτηση για την προώθηση της επιχειρηματικότητας διεθνώς, έχει επίσης ενισχυθεί, με πλήθος αναφορών σε επίπεδο επιστημονικών δημοσιεύσεων, αλλά και επιμέρους μελετών.

Βασικός στόχος της παρούσας έκθεσης είναι – όπως κάθε χρόνο - να διερευνηθεί η εξέλιξη των χαρακτηριστικών της νέας επιχειρηματικότητας που εκδηλώνεται στη χώρα, εστιάζοντας έτσι κυρίως στην επιχειρηματικότητα που βρίσκεται στα αρχικά στάδια. Στο πλαίσιο της έκθεσης αναλύονται διάφορες ποιοτικές πτυχές των εγχειρημάτων που εντόπισε η έρευνα - όπως η δυναμική ανάπτυξης, η εξωστρέφεια, ο βαθμός καινοτομίας, η τεχνολογική αναβάθμιση -, αλλά και δημογραφικά στοιχεία των ίδιων των επιχειρηματιών (π.χ. φύλο, ηλικία, επίπεδο εκπαίδευσης, επίπεδο οικογενειακού εισοδήματος), τα κίνητρα της επιχειρηματικής δραστηριοποίησης (επιχειρηματικότητα ευκαιρίας και επιχειρηματικότητα ανάγκης), και στάσεις και αντιλήψεις των ατόμων απέναντι στην επιχειρηματικότητα (π.χ. φόβος αποτυχίας, δεξιότητες, αναγνώριση ευκαιριών).

Στη φετινή ωστόσο έκθεση αναλύονται δύο ακόμα θέματα ιδιαίτερου ενδιαφέροντος: α) τα ζητήματα των αναγκαίων χρηματοδοτικών πόρων υποστήριξης της νέας επιχειρηματικότητας και β) οι προσδιοριστικοί παράγοντες που συνεισφέρουν στη λεγόμενη αναπτυξιακή επιχειρηματικότητα, δηλαδή την επιχειρηματικότητα που σταδιακά μεγεθύνεται σε όρους απασχόλησης, συνεισφέρει δηλαδή με νέες θέσεις εργασίας στην ελληνική οικονομία.

Η έκθεση διακρίνεται σε τέσσερα κεφάλαια: Στο πρώτο κεφάλαιο – που συνιστά και το βασικό κεφάλαιο της έκθεσης - αναλύονται οι κύριοι δείκτες της επιχειρηματικότητας, εστιάζοντας τόσο στη διαχρονική εξέλιξη των προσωπικών, δημογραφικών και ποιοτικών

χαρακτηριστικών των επιχειρηματιών που εντόπισε η έρευνα για το 2015, όσο και στη σύγκριση με την υπόλοιπη Ευρώπη ή/και τις χώρες καινοτομίας, δηλαδή τις πιο αναπτυγμένες χώρες που συμμετέχουν στο GEM (βλ. παρακάτω για ορισμούς). Η ανάλυση στο δεύτερο κεφάλαιο της έκθεσης εστιάζεται στη χρηματοδότηση της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, με ιδιαίτερη έμφαση στα σύγχρονα χρηματοδοτικά εργαλεία, ενώ πραγματοποιείται και μια συγκριτική ανάλυση με επιλεγμένες ομάδες χωρών της Ευρώπης. Στο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας για το επιχειρηματικό περιβάλλον της χώρας, όπως προέκυψαν από την έρευνα των 36 εθνικών εμπειρογνομόνων της επιχειρηματικότητας. Τέλος, στο τέταρτο μέρος της έκθεσης παρουσιάζεται μια εμπειρική εργασία που έχει ως στόχο να εντοπίσει τους παράγοντες εκείνους που φαίνεται να παίζουν μεγαλύτερο ρόλο στην αναπτυξιακή δυναμική των επιχειρηματικών εγχειρημάτων, σε όρους θέσεων εργασίας.

## **1.2 ΒΑΣΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ**

### **1.2.1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ**

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

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

β) στους «νέους» επιχειρηματίες, εκείνους δηλαδή που η επιχειρηματική τους δραστηριοποίηση ξεκίνησε πρόσφατα και δεν έχει υπερβεί σε διάρκεια τους 42 μήνες.<sup>1</sup>

Με δεδομένο ότι οι χώρες που συμμετέχουν στο GEM είναι αρκετά ετερογενείς μεταξύ τους, για να έχει ουσιαστικό περιεχόμενο η συγκριτική ανάλυση μεταξύ τους, έχει γίνει μία ταξινόμηση σε τρεις ομάδες, με βάση τα χαρακτηριστικά τους και έχοντας ως πρότυπο την ομαδοποίηση του World Economic Forum και της έκθεσης Global Competitiveness Report. Ειδικότερα, η πρώτη κατηγορία (Ομάδα Α) περιλαμβάνει τις χώρες χαμηλού κατά κεφαλήν

---

<sup>1</sup> Αναλυτικότερα οι ορισμοί που αφορούν τις συγκεκριμένες κατηγορίες επιχειρηματιών περιγράφονται στο Παράρτημα της έκθεσης, όπου αποσαφηνίζονται και οι υπόλοιποι βασικοί δείκτες του GEM.

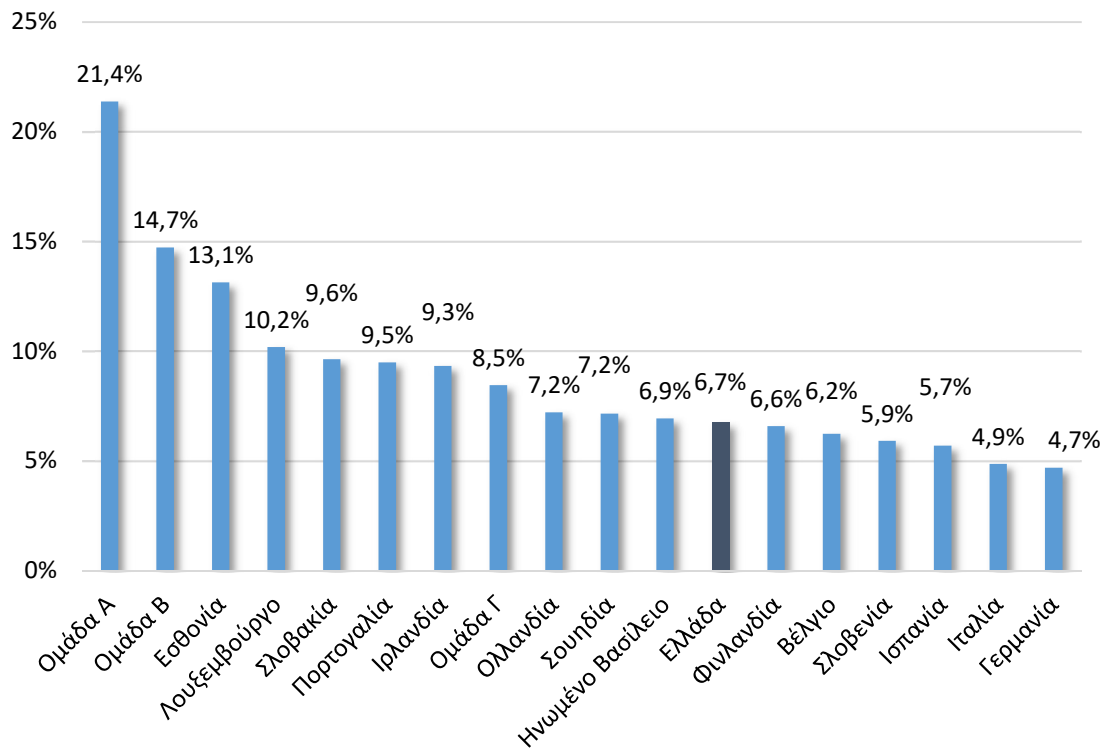
εισοδήματος, το προϊόν των οποίων προέρχεται κυρίως από την εκμετάλλευση πρωτογενών συντελεστών παραγωγής, αντιπροσωπεύουν δηλαδή αυτό που χαρακτηρίζεται ως χώρες χαμηλού κόστους. Η δεύτερη κατηγορία (Ομάδα Β) εμπεριέχει χώρες μεσαίου εισοδήματος, η ανάπτυξη των οποίων βασίζεται στη βελτίωση της αποτελεσματικότητας της οικονομίας τους. Τέλος, η τρίτη (Ομάδα Γ) περιλαμβάνει αναπτυσσόμενες χώρες, χώρες δηλαδή κατά βάση υψηλού εισοδήματος, οι οποίες βασίζονται στην ανάπτυξή τους στη συνεχή προώθηση της καινοτομίας προϊόντος και διεργασιών. Η Ελλάδα ανήκει στην ομάδα Γ και επομένως είναι δόκιμο να συγκρίνεται πέρα από την λοιπή Ευρώπη (που περιλαμβάνει και χώρες της ομάδας Β) και με τις χώρες αυτές.

Το Διάγραμμα 1.1 που ακολουθεί αποτυπώνει τον δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων σε επίπεδο χωρών που έλαβαν μέρος στην έρευνα του GEM για το 2015. Για λόγους οικονομίας χώρου, αναφέρονται μόνο οι μέσοι όροι που αφορούν τις ομάδες χωρών Α, Β και Γ και από τις χώρες της ομάδας Γ παρουσιάζονται αναλυτικά όσες είναι μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης καθώς σε αυτές ανήκει και η Ελλάδα, ώστε να έχει ουσιαστικό νόημα να εξεταστεί η σχετική θέση της χώρας μας σε αυτό το πλαίσιο<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Η ομάδα Α (χώρες χαμηλού κόστους) περιλαμβάνει τις εξής χώρες: Μποτσουάνα, Μπουρκίνα Φάσο, Καμερούν, Αίγυπτος, Σενεγάλη, Τυνησία, Ινδία, Ιράν, Φιλιππίνες, Βιετνάμ. Η ομάδα Β (χώρες βελτίωσης αποτελεσματικότητας) περιλαμβάνει τις εξής χώρες: Μαρόκο, Κίνα, Ινδονησία, Καζακστάν, Λίβανος, Μαλαισία, Ταϊλάνδη, Τουρκία, Αργεντινή, Μπαρμπάντος, Βραζιλία, Χιλή, Κολομβία, Εκουαδόρ, Γουατεμάλα, Μεξικό, Παναμάς, Περού, Πουέρτο Ρίκο, Ουρουγουάη, Βουλγαρία, Κροατία, Εσθονία, Ουγγαρία, Λετονία, Πολωνία, Ρουμανία, ΠΓΔΜ. Τέλος η ομάδα Γ (χώρες καινοτομίας) περιλαμβάνει τις εξής χώρες: Βέλγιο, Φινλανδία Γερμανία, Ελλάδα, Ιρλανδία, Ιταλία, Λουξεμβούργο, Ολλανδία, Νορβηγία, Πορτογαλία, Σλοβακία, Σλοβενία, Ισπανία Σουηδία Ελβετία Ηνωμένο Βασίλειο Αυστραλία, Ισραήλ, Νότια Κορέα, Ταιβάν, Ιαπωνία, Καναδάς και Η.Π.Α.

### Διάγραμμα 1-1: Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που εμπλέκεται σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά χώρα (2015)



Ομάδα χωρών A: Χαμηλού κόστους, Ομάδα χωρών B: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Ομάδα χωρών Γ: καινοτομίας

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

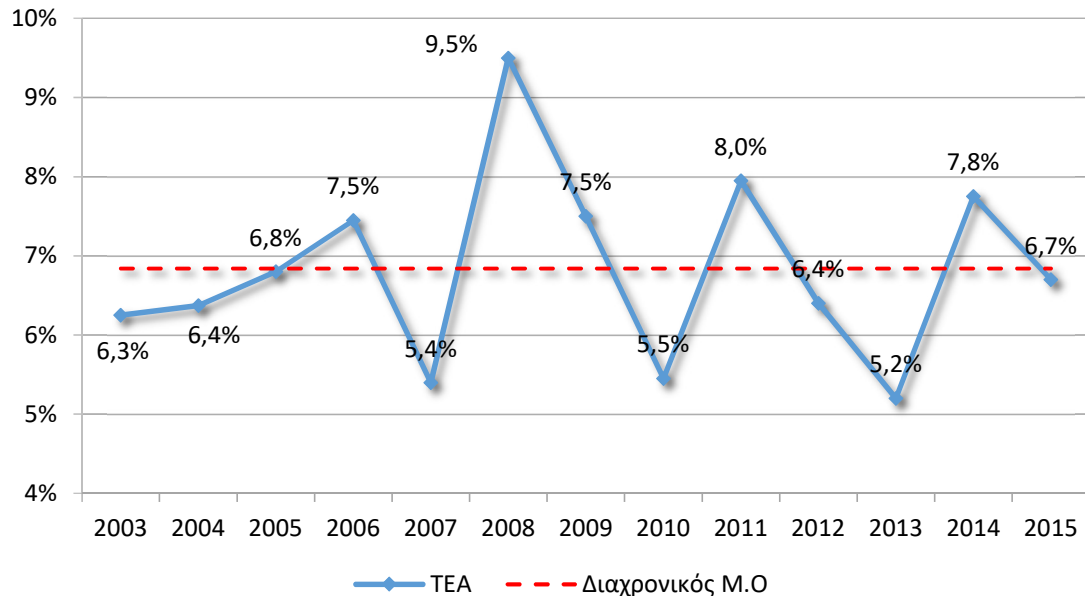
Όπως συμβαίνει με συστηματικό τρόπο σχεδόν από την αρχή του ερευνητικού προγράμματος, οι χώρες που ανήκουν στις ομάδες A και B που είναι κατά κανόνα χώρες χαμηλότερου βιοτικού επιπέδου παρουσιάζουν και το 2015 υψηλότερα ποσοστά επιχειρηματικής δραστηριοποίησης έναντι των χωρών που ανήκουν στην ομάδα Γ. Η έλλειψη πολλών ισχυρών επιχειρηματικών ομίλων, ή οι δυσκολίες εύρεσης εξαρτημένης εργασίας, σε συνδυασμό με τον αυξανόμενο αριθμό εργατικού δυναμικού, ωθεί στη λεγόμενη «επιχειρηματικότητα ανάγκης» που καταγράφεται ισχυρή στις λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες όπως επιβεβαιώνεται στην συνέχεια της ανάλυσης. Δηλαδή σε αυτές τις χώρες η αναζήτηση εργασίας είναι μία δύσκολη υπόθεση, με αποτέλεσμα τα άτομα να ωθούνται στην αυτοαπασχόληση και την μικροεπιχειρηματικότητα για καθαρά βιοποριστικούς λόγους.

**Στην Ελλάδα από την άλλη πλευρά το ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών που βρισκόταν το 2015 σε αρχικά στάδια επιχειρηματικής ενεργοποίησης υποχωρεί στο 6,7% από 7,8% το 2014. Περίπου 450 χιλιάδες άτομα δηλαδή εντάσσονται σε αυτή την κατηγορία των νέων ή επίδοξων επιχειρηματιών, έναντι περίπου 520 χιλιάδων το 2014. Υπενθυμίζεται ότι το 2015 ήταν μία χρονιά με ιδιαίτερα προβλήματα και αβεβαιότητες, καθώς οι πολιτικοοικονομικές εξελίξεις είχαν δημιουργήσει ένα νέο περιβάλλον, τόσο στο**



εσωτερικό της χώρας, όσο και σε σχέση με τους εταίρους και πιστωτές στη συγκεκριμένη χρονική στιγμή. Ταυτόχρονα, από το καλοκαίρι του 2015 και μετά είχαμε την επιβολή κεφαλαιακών ελέγχων, μοναδική εξέλιξη για τη σύγχρονη οικονομική ιστορία της χώρας. Συνεπώς, αυτή η υποχώρηση μάλλον θα πρέπει να θεωρηθεί ως μία λογική εξέλιξη στο συγκεκριμένο πλαίσιο που μετρήθηκε. Σε κάθε περίπτωση η επίδοση αυτή φέρνει την Ελλάδα κάτω από τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας.

#### Διάγραμμα 1-2: Διαχρονική εξέλιξη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ως % του πληθυσμού, στην Ελλάδα



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Συνολικά, η εξέλιξη του δείκτη αυτού τα τελευταία χρόνια φαίνεται να εμφανίζει αρκετές διακυμάνσεις (βλ. Διάγραμμα 1.2), με το φετινό δείκτη να κινείται πάντως στα όρια του μακροχρόνιου μέσου όρου του (2003-2015). Έτσι η Ελλάδα, με το ποσοστό των ατόμων ηλικίας 18-64 ετών διαχρονικά να εντοπίζεται στην περιοχή του 6,7%, κατατάσσεται γενικά χαμηλότερα από το μέσο όρο των χωρών της Ομάδας Γ (2003-2015: 8,5%).

Διακρίνοντας μεταξύ των δύο κατηγοριών που συναπαρτίζουν τους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων, δηλαδή τους επίδοξους και τους νέους επιχειρηματίες, διαπιστώνουμε ότι το 41% αυτών εντάσσονται στη δεύτερη κατηγορία, όσο περίπου ήταν και το 2014 (43%). **Αυτό σημαίνει ότι δύο από τους πέντε επιχειρηματίες (περί τα 185 χιλ. άτομα) έχουν ξεπεράσει το στάδιο της προκαταρκτικής αναζήτησης και έχει προχωρήσει ενεργά στην έναρξη της επιχείρησής του ήδη για 3 μήνες (και λιγότερο από 42 μήνες).** Η επίδοση αυτή βρίσκεται λίγο πάνω από το μέσο όρο των χωρών της καινοτομίας, ενώ φαίνεται να είναι συστηματικό εύρημα των τελευταίων ετών. Συνεπώς μπορεί να χρησιμοποιηθεί και ως ενδεικτικός ποσοτικός στόχος για την ουσιαστική ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, καθώς είναι φανερό

ότι περίπου αυτό είναι το ποσοστό των επιχειρηματικών αρχικών σταδίων που τελικά πραγματοποιεί το κρίσιμο βήμα από την προεργασία (επίδοξος) στην πραγματική έναρξη δραστηριότητας (νέος).

---

### 1.2.2 ΚΑΘΙΕΡΩΜΕΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Στο πλαίσιο της έρευνας του GEM εντοπίζονται και άτομα (ηλικίας 18-64 ετών) τα οποία δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά ήδη για αρκετό χρόνο (τουλάχιστον για 3,5 χρόνια) και συνιστούν τους λεγόμενους **καθιερωμένους επιχειρηματίες**. Ουσιαστικά η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα δίνει μια εικόνα για το επόμενο στάδιο επιχειρηματικής ανάπτυξης σε μια οικονομία, ή το υφιστάμενο επιχειρηματικό σύστημα κατά μία έννοια. Η Ελλάδα – ως συνέπεια και της ισχυρής αυτοαπασχόλησης - επιδεικνύει διαχρονικά πολύ υψηλές επιδόσεις στο δείκτη αυτό. Με βάση τα αποτελέσματα του Πίνακα 1.1, το 2015 η Ελλάδα κατατάσσεται και πάλι στην 1<sup>η</sup> θέση των χωρών καινοτομίας, και γενικότερα στις πρώτες θέσεις παγκοσμίως, καθώς ο δείκτης καθιερωμένης επιχειρηματικότητας αυξήθηκε στο 13,1% από 12,8% το 2014, (μέσος όρος χωρών καινοτομίας στο 6,8% το 2015). Βεβαίως το γεγονός ότι η Ελλάδα μοιάζει σε αυτό το χαρακτηριστικό με τις χώρες χαμηλού κόστους (Ομάδα Α) όπου ο αντίστοιχος δείκτης το 2015 είναι 12,5%, φανερώνει και τις ιδιομορφίες του παραγωγικού μας συστήματος. Έτσι η αυτοαπασχόληση συνεχίζει να κυριαρχεί στη δομή της ελληνικής επιχειρηματικότητας. Αποτέλεσμα βέβαια της υψηλής καθιερωμένης επιχειρηματικότητας είναι η Ελλάδα να κατέχει την υψηλότερη επίδοση και στη συνολική επιχειρηματικότητα μεταξύ των χωρών καινοτομίας, όπως αυτή ορίζεται από το άθροισμα των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων και των καθιερωμένων επιχειρηματιών. **Έτσι τελικά διαπιστώνεται ότι περίπου το 20% του πληθυσμού 18-64 ετών, περίπου 1,33 εκατ. άτομα – όπως και το 2014 - έχει κάποια σχέση με την επιχειρηματικότητα, είτε στα αρχικά, είτε σε επόμενα στάδια ανάπτυξης.**

Πίνακας 1-1: Συμμετοχή στην επιχειρηματική δραστηριότητα ανά χώρα (% πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών, 2015)

	Επίδοξοι επιχειρηματίες	Νέοι επιχειρηματίες	Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων	Καθιερωμένοι επιχειρηματίες	Συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα
Εσθονία	8,74	4,70	13,14	7,74	20,88
Ελλάδα	<b>3,94</b>	<b>2,80</b>	<b>6,75</b>	<b>13,09</b>	<b>19,84</b>
Ολλανδία	4,30	3,01	7,21	9,87	17,08
Φινλανδία	4,04	2,75	6,59	10,21	16,80
Πορτογαλία	5,62	4,01	9,49	7,00	16,49
Σλοβακία	6,49	3,39	9,64	5,69	15,33
Ιρλανδία	6,50	2,98	9,33	5,60	14,92
Λουξ/ργο	7,10	3,20	10,18	3,28	13,46
Ισπανία	2,13	3,62	5,70	7,70	13,40
Σουηδία	4,79	2,62	7,16	5,20	12,37
Ην. Βασίλειο	4,03	2,92	6,93	5,26	12,20
Σλοβενία	3,22	2,79	5,91	4,21	10,12
Βέλγιο	4,53	1,96	6,24	3,75	10,00
Γερμανία	2,84	1,93	4,70	4,82	9,52
Ιταλία	3,19	1,68	4,87	4,51	9,38
<b>Ομάδα Α</b>	<b>12,92</b>	<b>9,17</b>	<b>21,38</b>	<b>12,53</b>	<b>33,92</b>
<b>Ομάδα Β</b>	<b>8,50</b>	<b>6,59</b>	<b>14,73</b>	<b>8,47</b>	<b>23,20</b>
<b>Ομάδα Γ</b>	<b>5,26</b>	<b>3,35</b>	<b>8,46</b>	<b>6,77</b>	<b>15,23</b>

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

### 1.2.3 ΔΙΑΚΟΠΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Το ποσοστό του πληθυσμού 18-64 ετών που δηλώνει πως διέκοψε ή ανέστειλε την επιχειρηματική του δραστηριότητα **το 2015 ανέρχεται στο 3,0% του πληθυσμού (περίπου 200 χιλιάδες άτομα)**, οριακά υψηλότερα από το αντίστοιχο ποσοστό το 2014 (2,8%) αλλά σε μεγάλη απόσταση από το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (1,8%) (Πίνακας 1.2). Βεβαίως είναι ένας δείκτης όπου παραδοσιακά η Ελλάδα εμφάνιζε υψηλές τιμές (ακόμα και στις περιόδους ανάπτυξης), καθώς ως ένα βαθμό συσχετίζεται με το υψηλό επίπεδο επιχειρηματικότητας. Δηλαδή σε χώρες όπου ξεκινούν ποσοτικά πολλά νέα εγχειρήματα, καταγράφονται αντίστοιχα και πολλές αποτυχίες. **Γι' αυτό και στο σχεδιασμό των πολιτικών για την επιχειρηματικότητα, η εστίαση απλώς στην ποσοτική ενίσχυση της επιχειρηματικότητας είναι μάλλον μυωπική, καθώς μπορεί να επιτυγχάνονται υψηλές επιδόσεις σε ιδρύσεις start ups κτλ, αλλά αν δεν εστιαστούν στην ποιοτική επιχειρηματικότητα, απλώς θα οδηγούν και σε υψηλές επιδόσεις «shut downs».**

Εξάλλου, αρκετά μικρότερο είναι το ποσοστό του πληθυσμού που δηλώνει ότι έχει απλώς αποχωρήσει από το εταιρικό σχήμα ενώ η επιχείρηση συνεχίζει να λειτουργεί (μόλις 0,4%), σημειώνοντας μάλιστα ένα από τα χαμηλότερα ποσοστά, όταν το αντίστοιχο ποσοστό των χωρών καινοτομίας διαμορφώνεται στο 1%. **Επομένως είναι αρκετά πιο σποραδικό στην Ελλάδα το φαινόμενο να εγκαταλείπει κάποιος το εγχείρημα το οποίο ξεκίνησε.**

**Πίνακας 1-2: Διακοπή επιχειρηματικής δραστηριότητας (% πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών, 2015)**

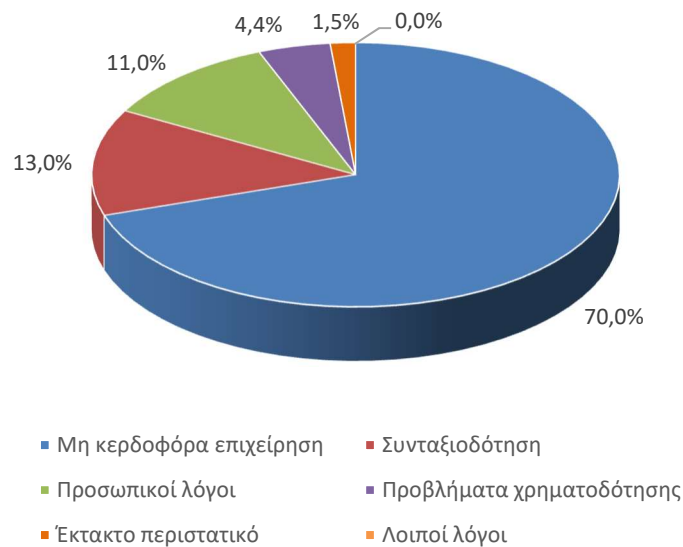
Χώρες	Διακοπή-Αναστολή Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (% πληθυσμού)	Αποχώρηση από εταιρικό σχήμα (% πληθυσμού)
Σλοβακία	3,5%	1,9%
Ελλάδα	<b>3,0%</b>	<b>0,4%</b>
Λουξεμβούργο	2,9%	1,2%
Πορτογαλία	2,3%	0,9%
Ιρλανδία	2,1%	1,0%
Σουηδία	1,9%	0,7%
Ολλανδία	1,7%	0,4%
Ηνωμένο Βασίλειο	1,5%	0,8%
Φινλανδία	1,5%	1,2%
Ιταλία	1,4%	0,5%
Εσθονία	1,4%	0,6%
Γερμανία	1,3%	0,6%
Σλοβενία	1,1%	0,6%
Ισπανία	1,1%	0,5%
Βέλγιο	0,9%	0,9%
<b>Ομάδα Α</b>	<b>5,7%</b>	<b>2,4%</b>
<b>Ομάδα Β</b>	<b>3,3%</b>	<b>1,4%</b>
<b>Ομάδα Γ</b>	<b>1,8%</b>	<b>1,0%</b>

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Ως βασικότερος λόγος διακοπής ή αναστολής λειτουργίας μιας επιχείρησης το 2015 είναι η έλλειψη κερδοφορίας σε ποσοστό 70%, ενώ από τους λοιπούς βασικούς παράγοντες ξεχωρίζουν η συνταξιοδότηση (13%), οι προσωπικοί λόγοι (11%) καθώς και τα προβλήματα χρηματοδότησης (4,4%) (Διάγραμμα 1.3). Δεν έχουμε έτσι κάποια ουσιαστική διαφοροποίηση εδώ σε σχέση με το 2014, καθώς η απουσία βιώσιμου μοντέλου ανάπτυξης κυρίως και λιγότερο τα προβλήματα χρηματοδότησης, παραμένει βασικό πρόβλημα στην επιχειρηματική αποτυχία.

**Διάγραμμα 1-3: Λόγοι διακοπής ή αναστολής λειτουργίας επιχείρησης (2015)**  
% επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM 2015

#### 1.2.4 ΚΙΝΗΤΡΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ: ΑΝΑΓΚΗ Ή ΕΥΚΑΙΡΙΑ

Μία από τις βασικές εννοιολογικές διακρίσεις που γίνονται στο πλαίσιο του GEM αφορά στον εντοπισμό των κινήτρων που ωθούν ένα άτομο στο να ξεκινήσει ένα επιχειρηματικό εγχείρημα. Δύο βασικοί τύποι κινήτρων αναλύονται:

- 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 λόγω έλλειψης άλλων επιλογών εργασίας,

δυσaréσκειας με την υπάρχουσα απασχόληση, φόβου για πιθανή απόλυση βραχυπρόθεσμα με στόχο απλώς τη διατήρηση του εισοδήματός του, το οποίο «απειλείται» με συρρίκνωση.<sup>3,4</sup>

Ο Πίνακας 1.3 παρουσιάζει την κατανομή των κινήτρων των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων εστιάζοντας στις χώρες καινοτομίας. **Στην Ελλάδα το 2015 το 27,5% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων (περίπου 124 χιλιάδες άτομα) είναι επιχειρηματίες ανάγκης και μόνο 34,4% (περίπου 155 χιλιάδες άτομα) επιχειρηματίες ευκαιρίας. Η ελληνική επιχειρηματικότητα ευκαιρίας κινείται δηλαδή σε πολύ χαμηλότερα επίπεδα από τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (52,2%), και αντίστοιχα η επιχειρηματικότητα ανάγκης σε υψηλότερα επίπεδα συγκριτικά με αυτόν τον μέσο όρο (23,4%).** Είναι προφανής η ερμηνεία αυτής της σύγκρισης, καθώς σε χώρες με υφεσιακά χαρακτηριστικά και υψηλή ανεργία των νέων (όπως π.χ και η Ισπανία), η διέξοδος προς την επιχειρηματικότητα συνιστά μία βιοποριστική επιλογή και όχι μια επιλογή αξιοποίησης πραγματικών επιχειρηματικών ευκαιριών.

---

<sup>3</sup> 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 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.

<sup>4</sup> Βεβαίως κάποιος θα έλεγε ότι οι δύο αυτοί τύποι κινήτρων επιχειρηματικής δραστηριοποίησης αποτελούν στην ουσία δύο ακραίους πόλους, καθώς τα επιχειρηματικά κίνητρα των ατόμων μπορεί να κινούνται μεταξύ αυτών των δύο πόλων και τα όρια να είναι πολύ πιο σύνθετα και δυσδιάκριτα

Πίνακας 1-3: Κίνητρα έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας ανά χώρα (2015)

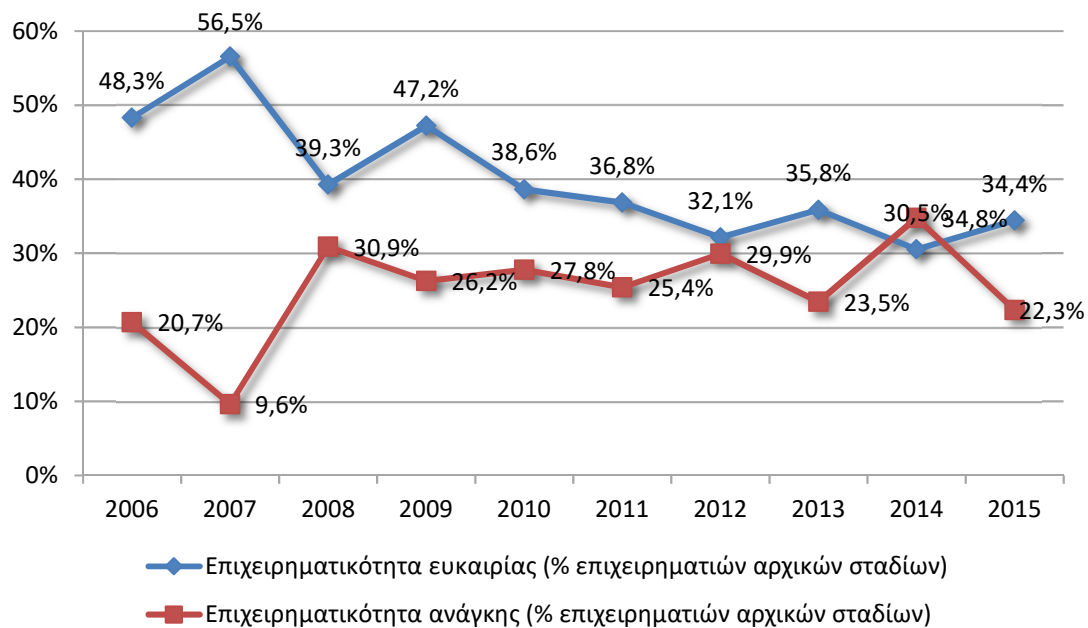
% επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων

Χώρα	Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας για τη βελτίωση του εισοδήματος ή/και εργασιακής ανεξαρτησίας (% επιχειρηματιών αρχικών σταδίων)	Επιχειρηματικότητα ανάγκης (% επιχειρηματιών αρχικών σταδίων)
Ολλανδία	65,3%	14,7%
Γερμανία	64,2%	17,1%
Φινλανδία	63,0%	15,0%
Εσθονία	57,0%	13,7%
Σουηδία	52,6%	9,2%
Λουξεμβούργο	52,2%	9,3%
Σλοβακία	51,3%	31,1%
Ηνωμένο Βασίλειο	51,2%	23,9%
Σλοβενία	44,9%	23,7%
Ισπανία	44,5%	24,8%
Βέλγιο	44,3%	27,5%
Ιρλανδία	38,5%	19,3%
Πορτογαλία	35,9%	24,5%
Ελλάδα	<b>34,4%</b>	<b>22,3%</b>
Ιταλία	30,0%	18,7%
<b>Ομάδα Α</b>	42,6%	29,1%
<b>Ομάδα Β</b>	47,5%	28,3%
<b>Ομάδα Γ</b>	52,2%	18,9%

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Από την άλλη πλευρά όμως θα πρέπει να σημειωθεί μία θετική εξέλιξη το 2015 σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά που ενδεχομένως συνδέεται και με τη μικρή αποκλιμάκωση της ανεργίας που καταγράφηκε το 2015. Όπως φαίνεται και από το Διάγραμμα 1.4. το 2015 καταγράφεται το χαμηλότερο ποσοστό ατόμων που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά από ανάγκη από το 2008 που ξεκίνησε η οικονομική κρίση. Αλλά και η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας ανέκαμψε σε σχέση με το 2014 όταν είχε αγγίξει το μικρότερο ποσοστό που είχε καταγραφεί ποτέ (30,5%). Επομένως το 2015 φαίνεται η τάση να διορθώνεται ως ένα βαθμό.

**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

Μία άλλη κατηγορία του πληθυσμού που σχετίζεται με την επιχειρηματικότητα και η οποία αξιολογείται στο πλαίσιο του GEM είναι οι λεγόμενοι «άτυποι επενδυτές» (informal investors). Πρόκειται για άτομα που χρηματοδοτούν οι ίδιοι κάποιο άλλο άτομο προκειμένου να ξεκινήσει μια νέα επιχειρηματική δραστηριότητα, χωρίς όμως οι ίδιοι να εμπλέκονται ή να δραστηριοποιούνται άμεσα σε αυτή, δηλαδή δεν είναι ούτε ιδιοκτήτες, ούτε ασκούν καθήκοντα διοίκησης στη νέα επιχείρηση. Ουσιαστικά δηλαδή πρόκειται για άτομα που υποκαθιστούν επίσημους χρηματοδοτικούς μηχανισμούς.

Προφανώς η τάση αυτή ενισχύεται όταν μία οικονομία βρίσκεται σε συνθήκες πιστωτικής στενότητας και δε λειτουργεί επαρκώς ο χρηματοπιστωτικός τομέας, όπως συμβαίνει τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα. Υπό αυτή την έννοια ο ρόλος των άτυπων επενδυτών για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων θα μπορούσε να θεωρηθεί σημαντικός, καθώς ενδεχομένως υποκαθιστούν χρηματοδότηση που λείπει από μία «αγορά». Από την άλλη πλευρά, επειδή όπως θα δούμε τις περισσότερες φορές, αυτοί οι άτυποι επενδυτές προέρχονται από το στενό οικογενειακό περιβάλλον, σημαίνει ότι η αξιολόγηση του βαθμού ωριμότητας μιας επιχειρηματικής ιδέας ενδεχομένως να μην γίνεται με ορθολογικά, αλλά περισσότερο με συναισθηματικά κριτήρια, με ότι αυτό σημαίνει για την ποιότητα και τελικά τις πιθανότητες μακροημέρευσης αυτών των επιχειρηματικών εγχειρημάτων. Ο Πίνακας 1.4



που ακολουθεί παρουσιάζει συγκριτικά δεδομένα για το ποσοστό του πληθυσμού που έδρασε ως άτυπος επενδυτής το 2015 στις χώρες καινοτομίας.

**Πίνακας 1-4: Ποσοστό άτυπων επενδυτών στο σύνολο του πληθυσμού ατόμων 18-64 ετών ανά χώρα (2014 και 2015)**

Χώρες	Άτυποι επενδυτές ( % του πληθυσμού)	
	2015	2014
Σλοβακία	8,5%	8,6%
Λουξεμβούργο	7,0%	6,1%
Εσθονία	6,8%	6,8%
Σουηδία	6,3%	5,6%
Ιρλανδία	4,0%	3,4%
Γερμανία	3,9%	3,8%
Φινλανδία	3,8%	3,1%
Ολλανδία	3,8%	3,3%
Σλοβενία	3,6%	4,7%
Ελλάδα	<b>3,2%</b>	<b>3,5%</b>
Ισπανία	3,3%	3,7%
Βέλγιο	2,8%	3,2%
Ηνωμένο Βασίλειο	2,2%	2,1%
Πορτογαλία	2,2%	2,2%
Ιταλία	1,9%	2,8%
<b>Ομάδα Α</b>	<b>9,1%</b>	<b>11,5%</b>
<b>Ομάδα Β</b>	<b>6,1%</b>	<b>5,2%</b>
<b>Ομάδα Γ</b>	<b>4,3%</b>	<b>4,3%</b>

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Στην Ελλάδα το 2015 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 234 χιλιάδες άτομα), όσο ακριβώς ήταν και το 2014, αλλά χαμηλότερα από το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (4,3%). Προφανώς οι δυσκολίες άντλησης κεφαλαίων από το χρηματοπιστωτικό σύστημα παραμένουν, ενώ υπενθυμίζεται και το γεγονός της επιβολής κεφαλαιακών ελέγχων στη χώρα<sup>5</sup>. Αντίστοιχα, τα υψηλότερα ποσοστά των χωρών της ομάδας Α και Β πιθανότατα να οφείλονται στο χαμηλότερο βαθμό ανάπτυξης του χρηματοπιστωτικού συστήματος σε αυτές τις χώρες, κάτι που φανερώνει και τον καθοριστικότερο ρόλο που παίζουν οι άτυποι επενδυτές σε αυτές τις χώρες.

<sup>5</sup> Πάντως να σημειωθεί ότι η έρευνα στον πληθυσμό ολοκληρώθηκε πριν από την επιβολή των κεφαλαιακών ελέγχων, αλλά με ενεργή μια διαδικασία διαπραγμάτευσης με τους εταίρους - πιστωτές για ένα νέο πρόγραμμα οικονομικής στήριξης.

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

**Πίνακας 1-5: Σχέση επιχειρηματιών αρχικών σταδίων και άτυπων επενδυτών στην Ελλάδα**  
% επί των άτυπων επενδυτών

Έτος	Ποια ήταν η σχέση με το άτομο που έλαβε την πιο πρόσφατη προσωπική σας επένδυση;				
	Κοντινό μέλος της οικογένειας (σύζυγος, αδελφός, παιδί, γονέας ή εγγόνι)	Άλλος συγγενής (εξ αίματος ή εξ αγχιστείας)	Συνάδελφος	Φίλος ή γείτονας	Άγνωστος που είχε μια καλή επιχειρηματική ιδέα
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%

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Όπως είναι φανερό, το 2014 αποδεικνύεται σε μία εντελώς συγκυριακή διαφοροποίηση σε σχέση με τη γενική διαχρονική τάση η οποία που φαίνεται να επανέρχεται το 2015 ως μόνιμο διαρθρωτικό χαρακτηριστικό της οικονομίας. Ο ρόλος της στενής οικογένειας είναι καθοριστικός στην Ελλάδα και οριοθετεί emphatically τη σχέση άτυπου επενδυτή και αποδέκτη της χρηματοδότησης: το 69,0% αφορούν άτομα του στενότερου οικογενειακού κύκλου και ακόμα ένα 15,5% σχέσεις του ευρύτερου οικογενειακού κύκλου. Έτσι συνολικά ένα συντριπτικό 85% των άτυπων επενδυτών είναι απλώς μέλη του στενότερου ή ευρύτερου οικογενειακού κύκλου, που ίσως και υπό την ψυχολογική πίεση της υψηλής ανεργίας αποφασίζουν να χρηματοδοτήσουν ένα εγχείρημα που ξεκινά κάποιο μέλος της στενής οικογένειας. Άλλωστε μια ενδεχόμενη 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, ακόμα και για επόμενη προσπάθεια επιχειρηματικής δραστηριοποίησης. Μια εκτενέστερη ανάλυση πάντως συνολικά για τους μηχανισμούς χρηματοδότησης των νέων εγχειρημάτων στην Ελλάδα σε σύγκριση με άλλες χώρες δίνονται σε επόμενο κεφάλαιο.

## 1.2.6 Η ΚΛΑΔΙΚΗ ΔΙΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ

Ίσως από τα πιο ενδιαφέροντα ζητήματα που αναλύονται στο πλαίσιο του GEM είναι η κλαδική διάρθρωση των νέων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών. Υιοθετώντας μια ταξινόμηση του ΟΗΕ, τα εγχειρήματα που εντοπίζονται διακρίνονται σε τέσσερις μεγάλες κατηγορίες ή τομείς δραστηριότητας: α) τον πρωτογενή τομέα, που αναφέρεται σε δραστηριότητες σχετικές την αγροτική και ζωική παραγωγή, ή την αλιεία, β) την μεταποιητική δραστηριότητα, γ) τις υπηρεσίες προς άλλες επιχειρήσεις (B2B) και τέλος δ) προϊόντα/υπηρεσίες που απευθύνονται προς τον τελικό καταναλωτή. Ο Πίνακας 1.6 συνοψίζει για το 2015 τις κλαδικές κατανομές σε επιλεγμένες χώρες καινοτομίας και μέσους όρους και των τριών ομάδων χωρών.

**Πίνακας 1-6: Ποσοστιαία κατανομή της επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων στις χώρες καινοτομίας κατά τομέα οικονομικής δραστηριότητας (2015)**

*% επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων*

Χώρες	Πρωτογενής Τομέας	Μεταποιητική δραστηριότητα	Υπηρεσίες προς επιχειρήσεις	Προϊόντα/υπηρεσίες προς καταναλωτές
Πορτογαλία	2,6%	18,9%	18,5%	60,0%
Ιταλία	7,9%	16,2%	21,5%	54,4%
Γερμανία	3,9%	16,5%	26,9%	52,7%
Ισπανία	4,9%	14,5%	29,5%	51,1%
Βέλγιο	3,1%	18,7%	28,8%	49,4%
Ιρλανδία	4,9%	17,9%	30,4%	46,8%
Ελλάδα	<b>12,1%</b>	<b>21,7%</b>	<b>19,5%</b>	<b>46,7%</b>
Σουηδία	8,8%	11,7%	33,0%	46,4%
Σλοβενία	9,6%	26,3%	20,3%	43,9%
Ολλανδία	5,4%	18,1%	34,0%	42,5%
Λουξεμβούργο	3,2%	15,5%	39,0%	42,3%
Ηνωμένο Βασίλειο	1,8%	20,5%	35,5%	42,1%
Φινλανδία	9,2%	20,5%	31,7%	38,6%
Εσθονία	7,3%	29,6%	27,5%	35,6%
Σλοβακία	4,4%	26,8%	34,4%	34,4%
<b>Ομάδα Α</b>	<b>18,0%</b>	<b>22,4%</b>	<b>5,8%</b>	<b>53,7%</b>
<b>Ομάδα Β</b>	<b>6,6%</b>	<b>24,0%</b>	<b>11,5%</b>	<b>58,0%</b>
<b>Ομάδα Γ</b>	<b>5,2%</b>	<b>19,4%</b>	<b>27,3%</b>	<b>48,1%</b>

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Αυτό που συμβαίνει το 2015 και αξίζει να σημειωθεί θετικά, είναι μία εκτίναξη του ποσοστού που ασχολείται με τον πρωτογενή τομέα στο υψηλότερο επίπεδο που έχει καταγραφεί ποτέ (12%). Είναι πολύ υψηλότερο από κάθε άλλη χώρα καινοτομίας, ακόμα και από τις χώρες της

ομάδας Β (βελτίωσης αποτελεσματικότητας) και το υψηλότερο στην Ευρώπη. Ταυτόχρονα αν και ενισχύεται το ποσοστό των νέων εγχειρημάτων που είναι Β2Β (19,5%), δηλαδή απευθύνονται σε άλλες επιχειρήσεις, είναι ακόμα χαμηλότερο έναντι του μέσου όρου των χωρών καινοτομίας. Εξάλλου θετικά αξιολογείται και η άνοδος του ποσοστού των νέων εγχειρημάτων σταδίων που εντάσσονται στην μεταποίηση, 21,7%, σε επίπεδο υψηλότερο μάλιστα από το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (19,4%).

Το ζητούμενο εδώ άλλωστε είναι να περιοριστεί ως ένα βαθμό στα επίπεδα των υπόλοιπων χωρών το ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που επιλέγει να δραστηριοποιηθεί σε κλάδους με μικρότερη συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη, κλάδους δηλαδή που βρίσκονται στο τέλος της αλυσίδας αξίας που είναι πιο κοντά στον καταναλωτή. Είναι ενθαρρυντικό λοιπόν το ότι αυτό περιορίζεται σε 46,7% σε επίπεδα δηλαδή κάτω και από το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (48,1%)<sup>6</sup>.

Βεβαίως στις περισσότερες χώρες τα νέα εγχειρήματα που αναδύονται εμφανίζονται στο χώρο της λιανικής, ωστόσο θεωρούνται γενικά λιγότερο επιθυμητά σε ένα επιχειρηματικό σύστημα, καθώς συνιστούν αυτό που λέγεται ως «ρηχή» επιχειρηματικότητα. Επιχειρήσεις λιανικής είναι εύκολο να δημιουργηθούν σε μια οικονομία, αλλά ιδιαιτέρως σε περιόδους μείωσης της ιδιωτικής κατανάλωσης, όπως η σημερινή στην Ελλάδα, αυτού του είδους η επιχειρηματικότητα μάλλον έχει μικρή πιθανότητα επιβίωσης και δεν προσδίδει δυναμική στην οικονομική ανάπτυξη, καθώς συνήθως χαρακτηρίζεται από έλλειψη εξωστρεφούς στρατηγικής, ένδεια καινοτομίας και χαμηλή προστιθέμενη αξία.

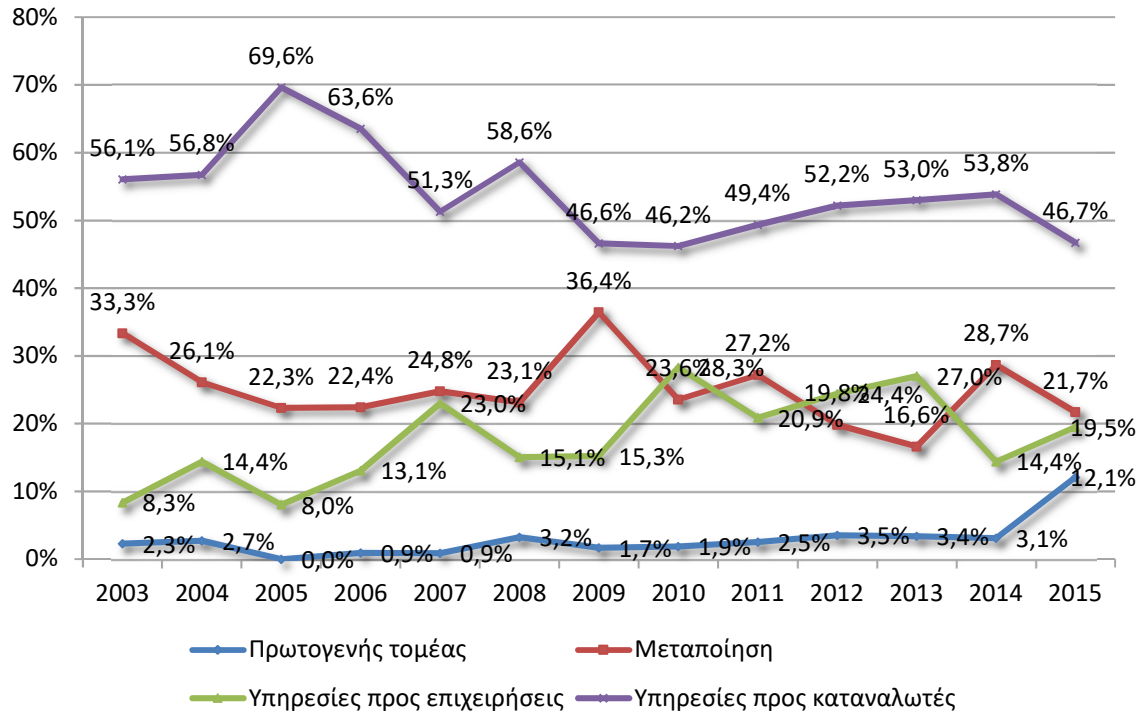
Από τη διαχρονική ανάλυση της κλαδικής κατανομής της επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα (Διάγραμμα 1.5) φαίνεται η έλευση της ύφεσης που συνειδητοποιήθηκε πιο εμφατικά μετά τα μέσα του 2009, οδήγησε σε μία βίαιη διόρθωση των επιχειρηματικών εγχειρημάτων που απευθύνονται στον τελικό καταναλωτή. Πάντως από το 2011 και μετά και παρά τη μεγάλη κάμψη της καταναλωτικής ζήτησης, σημειώνεται μικρή αυξητική τάση σε αυτά τα εγχειρήματα, χωρίς πάντως να φθάνει 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 επιχειρημάτων που παρέχουν υπηρεσίες προς τις άλλες επιχειρήσεις, αν και πιθανώς όμως εις βάρος του τομέα της μεταποίησης. Τέλος το ότι το 2015 καταγράφεται ενίσχυση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων αρχικών σταδίων που απευθύνονται στον πρωτογενή τομέα, μένει να αποδειχθεί αν οφείλεται σε εντελώς

---

<sup>6</sup> Μια αναλυτικότερη ματιά στους επιμέρους κλάδους αυτής της κατηγορίας φανερώνει ότι τα μισά από αυτά έχουν κάποια σχέση με το εμπόριο τροφίμων σε διάφορες διαστάσεις του: από εστιατόρια έως υπηρεσίες catering, delicatessen, κτλ Ένα 12% ακόμα από αυτά είμαι υπηρεσίες καταλυμάτων (ξενοδοχεία, κτλ).

συγκυριακούς παράγοντες πχ χρηματοδότηση από ευρωπαϊκούς πόρους (ΕΣΠΑ, κτλ) για νέους αγρότες ή αντανακλά μια γενικότερη τάση.

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



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

### 1.3 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΠΡΟΔΙΑΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ

#### 1.3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Μία από τις βασικές ενότητες ανάλυσης του GEM συνιστά η μέτρηση των γενικότερων προδιαθέσεων και αντιλήψεων για την επιχειρηματικότητα που διαμορφώνονται σε μία χώρα. Στο πλαίσιο αυτό, και πέρα από τα αντικειμενικά «δημογραφικά» στοιχεία των νέων εγχειρημάτων (πόσα, που, γιατί) ή τη μέτρηση της επίδοσης ενός συγκεκριμένου εγχειρήματος (πωλήσεις, κέρδη, εξαγωγές), υπάρχουν και κάποιοι παράγοντες που μπορεί να διευκολύνουν ή να δυσχεράνουν αυτήν την απόφαση. Υπάρχουν δηλαδή συμπεριφορικά (behavioral) ή προσωπικά γνωρίσματα 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 επόμενος πίνακας (Πίνακας 1.7) συνοψίζει τα αποτελέσματα σε αυτούς τους δείκτες για το 2015 στην Ελλάδα συγκριτικά με άλλες χώρες καινοτομίας<sup>7</sup>. **Η Ελλάδα εμφανίζει μία από τις χαμηλότερες επιδόσεις σε παγκόσμιο επίπεδο σε ότι αφορά το ποσοστό ατόμων που διαβλέπουν επιχειρηματικές ευκαιρίες το επόμενο βήμα στη χώρα. Ταυτόχρονα έχει μία από τις υψηλότερες επιδόσεις ως προς το φόβο της επιχειρηματικής αποτυχίας, επίδοση πάντως που διαχρονικά ήταν υψηλή.** Το επίπεδο της αυτοπεποίθησης διατηρείται πάνω από το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας, όπως και η αντίληψη ότι η επιχειρηματική σταδιοδρομία είναι επιθυμητή επιλογή, αλλά και το ότι οι επιχειρηματίες είναι αποδεκτοί αξιακά στα «μάτια» της κοινωνίας. Από την άλλη πλευρά όμως, και πάλι η εστίαση των ΜΜΕ σε επιτυχημένες επιχειρηματικές ιστορίες αποτιμάται ως χαμηλή.

Ενδιαφέρον έχει όμως η ανάλυση αυτών των χαρακτηριστικών όχι μόνο στο γενικό πληθυσμό, αλλά ειδικά στα άτομα που έχουν κάποια σχέση με την επιχειρηματικότητα. Αν εστιάσουμε έτσι σε επιχειρηματίες αρχικών σταδίων και καθιερωμένους επιχειρηματίες, βλέπουμε να εκτινάσσεται το επίπεδο της αυτοπεποίθησης, καθώς πάνω από το 80% αισθάνεται ότι έχει τις γνώσεις και τις ικανότητες να «τρέξει» μια επιχείρηση. Ταυτόχρονα όμως ενισχύεται ο φόβος της αποτυχίας κάτι που σημαίνει ότι όσοι/όσες έχουν εν τοις πράγμασι ασχοληθεί με ένα επιχειρηματικό εγχείρημα, έχουν αντιληφθεί τις δυσκολίες του εγχειρήματος και σαφώς προβληματίζονται για το ενδεχόμενο της αποτυχίας. Στα επόμενα αναλύονται διεξοδικότερα οι παράγοντες αυτοί και σε σύγκριση τόσο διαχρονικά, όσο και σε σύγκριση με τις χώρες καινοτομίας.

---

<sup>7</sup> Επισημαίνεται πάντως ότι τα αποτελέσματα αυτά έρευνας αφορούν απαντήσεις **ολόκληρου του δείγματος**, και όχι μόνο των ατόμων που δραστηριοποιούνται ή πρόκειται να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά. Συνεπώς εκφράζουν περισσότερο εθνικά πολιτισμικά χαρακτηριστικά των πολιτών μιας χώρας.

Πίνακας 1-7: Προσωπικοί και πολιτιστικοί παράγοντες επιχειρηματικής δραστηριοποίησης (% θετικών απαντήσεων στον πληθυσμό 18-64 ετών, 2015)

	Επιχ/κές ευκαιρίες το προσεχές 6μηνο	Γνώσεις ικανότητα & εμπειρία επιχ/τας	Φόβος αποτυχίας	Επιχ/τα ως καλή επιλογή καριέρας	Κοινωνική καταξίωση στους επιτυχημένους επιχ/τίες	Εστίαση των ΜΜΕ στην επιχ/τα
<b>Σουηδία</b>	70,2%	36,7%	41,6%	52,7%	69,8%	61,3%
<b>Εσθονία</b>	51,4%	44,0%	47,1%	53,4%	62,6%	49,1%
<b>Φινλανδία</b>	48,6%	37,4%	40,2%	33,2%	84,9%	68,2%
<b>Ολλανδία</b>	48,4%	40,6%	38,2%	79,2%	64,6%	57,7%
<b>Λουξεμβούργο</b>	48,2%	44,0%	47,6%	44,1%	68,8%	44,1%
<b>Ηνωμένο Βασίλειο</b>	41,6%	43,6%	37,2%	57,9%	79,2%	61,1%
<b>Βέλγιο</b>	40,3%	31,9%	50,2%	54,2%	54,5%	54,7%
<b>Ιρλανδία</b>	39,4%	45,0%	40,8%	52,6%	80,3%	67,4%
<b>Γερμανία</b>	38,3%	36,2%	46,8%	50,8%	75,7%	49,8%
<b>Πορτογαλία</b>	28,1%	48,9%	44,9%	63,4%	62,9%	71,6%
<b>Σλοβακία</b>	26,4%	52,4%	41,4%	50,8%	64,2%	54,0%
<b>Ισπανία</b>	26,0%	45,3%	43,1%	53,2%	48,4%	46,9%
<b>Ιταλία</b>	25,7%	30,5%	61,9%	60,9%	69,0%	48,5%
<b>Σλοβενία</b>	20,5%	48,6%	40,1%	53,7%	70,0%	60,3%
<b>Ελλάδα</b>	<b>14,2%</b>	<b>46,8%</b>	<b>64,2%</b>	<b>60,9%</b>	<b>67,8%</b>	<b>38,0%</b>
<i>Ελλάδα * (Μόνο Επιχειρηματίες)</i>	16,5%	82,2%	54,4%	60,3%	66,1%	40,9%
<b>Ομάδα Α</b>	53,8%	65,8%	33,1%	65,7%	74,4%	67,6%
<b>Ομάδα Β</b>	41,1%	53,0%	38,1%	66,2%	66,1%	61,4%
<b>Ομάδα Γ</b>	39,7%	41,9%	43,1%	52,9%	67,1%	58,8%

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

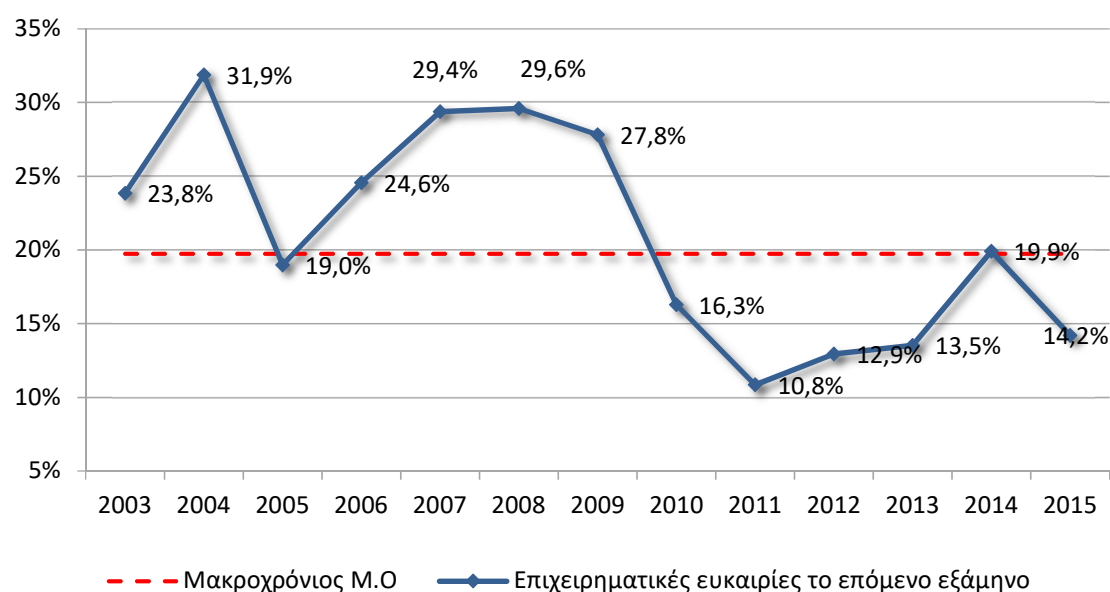
\*Ανάλυση επί του δείγματος των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων και των καθιερωμένων επιχειρηματιών

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

### 1.3.2 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΣΤΗ ΧΩΡΑ

Όπως αναφέρθηκε και νωρίτερα πρόκειται για έναν δείκτη όπου η ελληνική επίδοση είναι από τις χαμηλότερες στον κόσμο. Η Ελλάδα καταγράφει μείωση στο σχετικό δείκτη το 2015, καθώς αυτός κινείται στην περιοχή του 14,2% σε σχέση με το 20% το 2014 (Διάγραμμα 1.6). Μετά το σοκ της συνειδητοποίησης της κρίσης το 2009, από το 2011 και μετά το ποσοστό θετικών απαντήσεων στην ερώτηση για την ύπαρξη επιχειρηματικών ευκαιριών στο επόμενο εξάμηνο ενισχύθηκε σταθερά, αλλά ήπια. Υπενθυμίζεται ότι το 2014 είχε καταγραφεί θετικός ρυθμός μεγέθυνσης της οικονομίας, γεγονός που είχε αποτυπωθεί σε αυτό το δείκτη ύπαρξης επιχειρηματικών ευκαιριών, που είναι ένας δείκτης προσδοκιών, κατά μία έννοια. Ωστόσο, η αβεβαιότητα για το εφαρμοζόμενο πρόγραμμα οικονομικής πολιτικής που ενέσκηψε το 2015 και η επιστροφή στην ύφεση - έστω και οριακή - οδήγησαν το σχετικό δείκτη σε επίπεδα χαμηλότερα του διαχρονικού μέσου όρου (19,5%), καθώς είναι φανερό ότι επιβαρύνθηκε το κλίμα της ελληνικής επιχειρηματικότητας. Πάντως παρά τη διόρθωση στο δείκτη, αυτός παραμένει υψηλότερος της περιόδου 2011-2013.

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



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

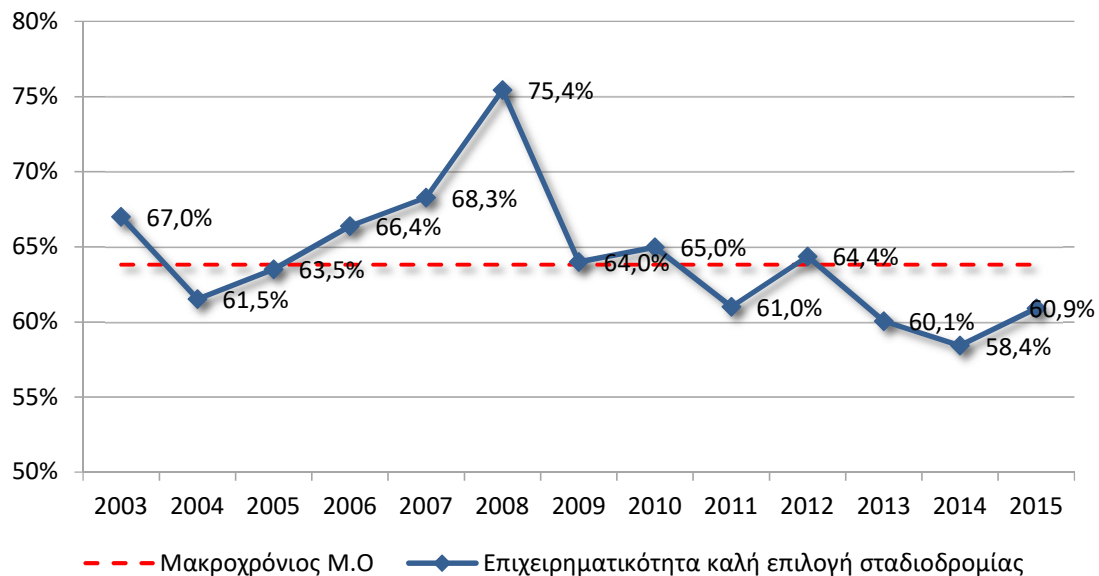
### 1.3.3 Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΩΣ ΚΑΛΗ ΕΠΙΛΟΓΗ ΣΤΑΔΙΟΔΡΟΜΙΑΣ

Ως προς την πολιτισμική αντίληψη για το κατά πόσο οι Έλληνες γενικά εκτιμούν ότι η είσοδος στον επιχειρηματικό κόσμο αποτελεί μια καλή επιλογή σταδιοδρομίας αυτή έχει βελτιωθεί οριακά το 2015 (Διάγραμμα 1.7). Τα τελευταία χρόνια καταγράφεται διακύμανση του δείκτη κοντά στο μακροχρόνιο μέσο όρο μετά την απότομη πτώση που σημειώθηκε το 2008, την



περίοδο που ξέσπασε η κρίση. Έτσι, το 2015 το 61,0% του δείγματος δηλώνει ότι η επιχειρηματικότητα αποτελεί καλή επιλογή σταδιοδρομίας, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό το 2014 ήταν 58,6%. 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.

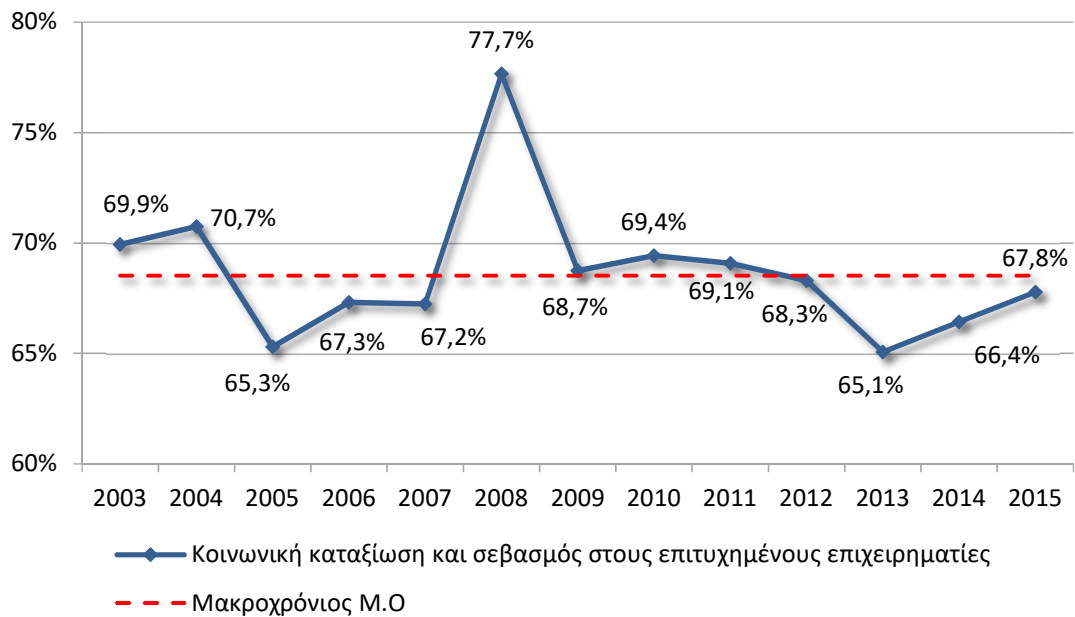
**Διάγραμμα 1-7: Επιχειρηματικότητα: καλή επιλογή σταδιοδρομίας (% πληθυσμού)**



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

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

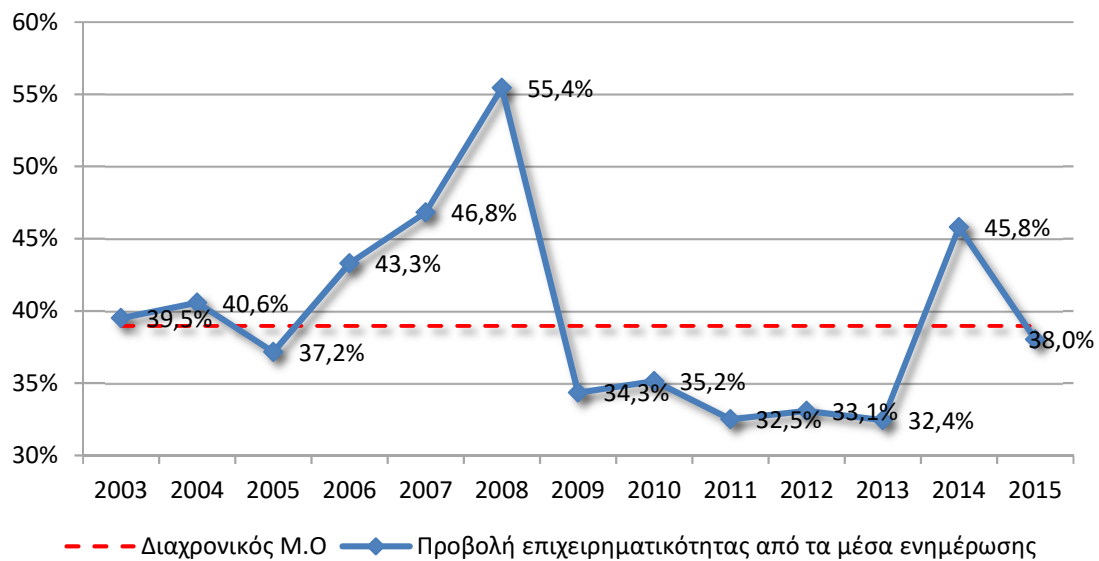
Συνεχίζει να διευρύνεται στον ελληνικό πληθυσμό η αντίληψη ότι οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες αντιμετωπίζονται με σεβασμό στη χώρα και έχουν κοινωνική καταξίωση. Έτσι το 2015 το ποσοστό των θετικών απαντήσεων στη σχετική ερώτηση διευρύνθηκε από 66,4% σε 67,8% επιτυγχάνοντας ένα από τα υψηλότερα ποσοστά για τη μετά την έναρξη της κρίσης εποχή (Διάγραμμα 1.8). Σε μια χώρα όπου κυριαρχούν - παρά την κρίση - οι πολύ μικρές επιχειρήσεις και η αυτοαπασχόληση, είναι λογικό να αντιμετωπίζονται με σεβασμό εκείνοι που έχουν καταγράψει επιτυχημένη πορεία στον επιχειρηματικό στίβο. Διαχρονικά ωστόσο - όπως διαπιστώνεται και από το επόμενο διάγραμμα - η αντίληψη αυτή αμβλύθηκε μετά την έκρηξη της κρίσης. Πάντως από το 2013 και μετά - όταν και καταγράφηκε η ελάχιστη τιμή δεκαετίας - σημειώνεται μία σταθερή ανοδική τάση.

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

### 1.3.5 ΠΡΟΒΟΛΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΑΠΟ ΤΑ ΜΕΣΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

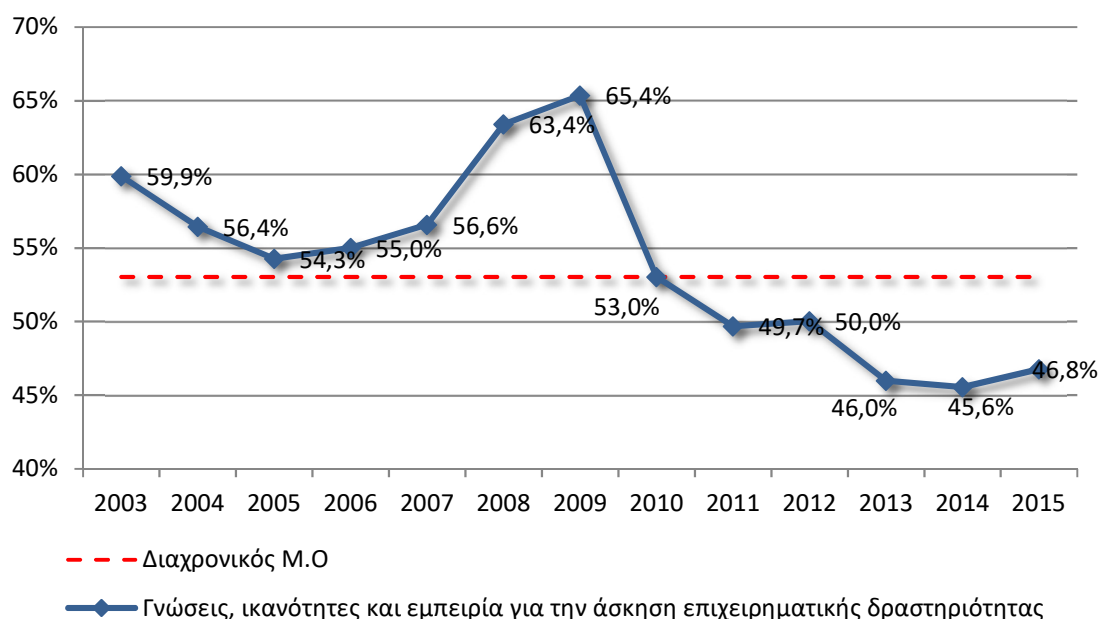
Η Ελλάδα συνεχίζει να καταγράφει μία από τις χαμηλότερες επιδόσεις μεταξύ των χωρών καινοτομίας στην προβολή επιτυχημένων περιπτώσεων επιχειρηματιών από τα μέσα ενημέρωσης. Μάλιστα η βελτίωση που είχε καταγραφεί το 2014 αποδεικνύεται συγκυριακή, καθώς το ποσοστό του πληθυσμού που συμφωνεί με αυτή την άποψη είναι μόνο 38% (έναντι 46% το 2014). Αν και οι αναφορές στη λέξη επιχειρηματικότητα έχουν πυκνώσει αισθητά στο δημόσιο διάλογο τα τελευταία χρόνια, δε φαίνεται να συμβαίνει το ίδιο στα ΜΜΕ, σύμφωνα τουλάχιστον με την άποψη των περισσότερων πολιτών στη χώρα. Είναι αρκετά συχνότερη η αρνητική εικόνα, καθώς φαίνεται πως ένα ρεπορτάζ για περιπτώσεις αισχροκέρδειας ή κερδοσκοπίας, ή φοροδιαφυγής είναι πιο πιθανό να προβληθεί στα ΜΜΕ σε σχέση για παράδειγμα με κάποια επένδυση μιας επιχείρησης ή κάποιο επιτυχημένο start up, που εμφανίζονται σπανιότερα.

**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

Περνώντας στους προσωπικούς παράγοντες που εξετάστηκαν, 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 τα τελευταία χρόνια έχει υποχωρήσει σε χαμηλότερα επίπεδα από το μακροχρόνιο μέσο όρο, αν και το 2015 σημειώθηκε μικρή αύξηση του ποσοστού σε 46,8% από 45,6% το 2014, μετά από 5 χρόνια μείωσης. Σε κάθε περίπτωση, η πορεία του δείκτη εντός της περιόδου της κρίσης - παρά τον υποκειμενισμό που σίγουρα ενέχει - αντανακλά την επιδείνωση των συνθηκών επιχειρηματικότητας. Το δυσμενές οικονομικό περιβάλλον δηλαδή φαίνεται να έχει επηρεάσει τις αντιλήψεις των ατόμων για το αν επαρκούν οι γνώσεις και οι ικανότητές τους για να ανταπεξέλθουν στις αυξημένες δυσκολίες του σημερινού περιβάλλοντος ως προς την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας.

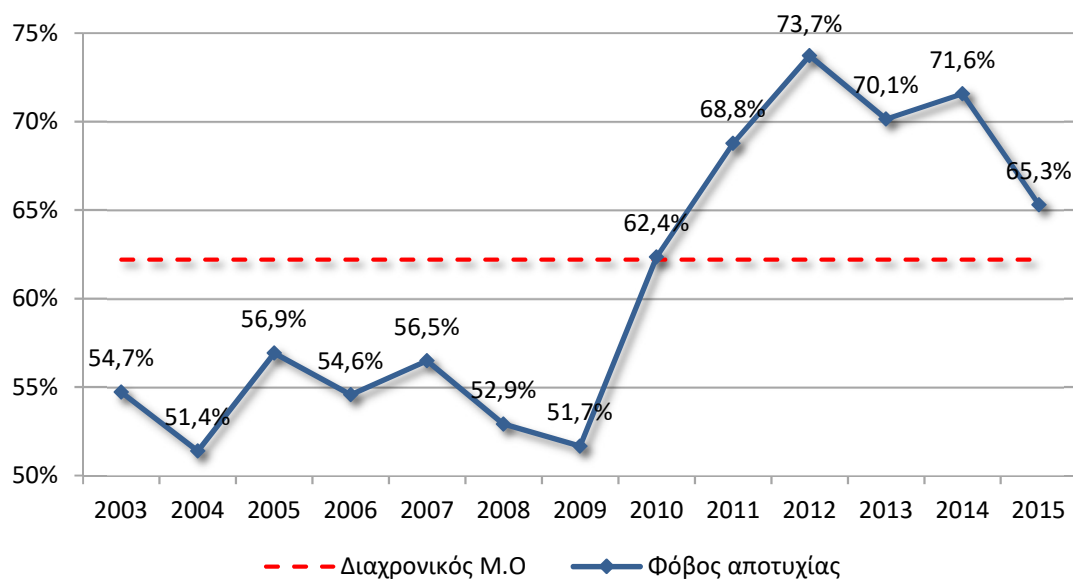
**Διάγραμμα 1-10: Γνώσεις, ικανότητες και εμπειρία για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας (% πληθυσμού)**

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

### 1.3.7 ΦΟΒΟΣ ΑΠΟΤΥΧΙΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΣΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η εξέλιξη του δείκτη που αφορά στον φόβο της αποτυχίας, ως αποτρεπτικού παράγοντα στην άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας (Διάγραμμα 1.11). Διαχρονικά στην Ελλάδα ο δείκτης αυτός κινούνταν πολύ υψηλά, υψηλότερα 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. **Μετά το 2009 η οικονομική κρίση φαίνεται να έχει οδηγήσει αυτό το δείκτη σε ένα νέο πολύ υψηλότερο επίπεδο και παρά την σημαντική υποχώρηση που σημειώνεται το 2015 (65,3%), ο δείκτης παραμένει πάνω από το μακροχρόνιο μέσο όρο του.** Πάντως θα πρέπει να σημειωθεί ότι αυτή η αισθητή εξασθένιση του δείκτη ενδεχομένως να αντανακλά την ολοκλήρωση ενός υφεσιακού κύκλου στην οικονομία (αισιόδοξη προσέγγιση), ή απλώς τα άτομα λόγω της μεγάλης διάρκειας της κρίσης να έχουν προσαρμοστεί σε ένα νέο επιχειρηματικό πλαίσιο υψηλότερου ρίσκου (πιο απαισιόδοξη προσέγγιση).

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 έχει ενισχυθεί συνολικά στην Ευρώπη τα τελευταία χρόνια. Έτσι, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δίνει έμφαση σε πολιτικές για την υποστήριξη και την προώθηση της δεύτερης ευκαιρίας στην επιχειρηματικότητα (second chance entrepreneurship). Ουσιαστικά αναγνωρίζεται ότι ένας επιχειρηματίας που αποτυγχάνει – και με δεδομένη την μη δόλια πτώχευση – έχει αποκτήσει μία εμπειρία η οποία μπορεί να τον βοηθήσει εφόσον αποφασίσει ξανά να ενεργοποιηθεί επιχειρηματικά, και κατά τεκμήριο αναμένεται να έχει καλύτερες πιθανότητες επιτυχίας και βιωσιμότητας.

## 1.4 ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ

### 1.4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σε αυτή την ενότητα παρουσιάζονται τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την ανάλυση βασικών δημογραφικών στοιχείων των επιχειρηματιών αρχικών-σταδίων. Η εξέταση χαρακτηριστικών όπως ηλικία, φύλο εκπαιδευτικό επίπεδο κτλ. στην εκδήλωση επιχειρηματικής δραστηριοποίησης, αλλά και στην ποιότητα των εγχειρημάτων είναι ένα θέμα που στη διεθνή βιβλιογραφία αποκτά ολοένα και μεγαλύτερο ενδιαφέρον. Η αξιολόγηση αυτών των παραμέτρων είναι χρήσιμη άλλωστε στο σχεδιασμό προγραμμάτων στήριξης της επιχειρηματικότητας, καθώς αποσαφηνίζει ποιο είναι ουσιαστικά το πεδίο –

φάσμα εφαρμογής αυτών των πολιτικών, ποια είναι η δεξαμενή των ατόμων στα οποία απευθύνονται και τελικά αν μπορούμε να «ταιριάξουμε» το είδος των ατόμων που πρέπει να στηρίξουμε με είδη ή τύπους επιχειρηματικότητας.

#### 1.4.2 ΗΛΙΚΙΑ

Η κατανομή των επιχειρηματιών σε ηλικιακά προφίλ, αποτυπώνεται εδώ με δύο τρόπους: α) είτε ως ποσοστό του αντίστοιχου ηλικιακού πληθυσμού που ασχολείται με την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, β) είτε με την κατανομή των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων σε ηλικιακά κλιμάκια (Πίνακες 1.8 α και β). **Με βάση την πρώτη απεικόνιση κατά το 2015 η Ελλάδα εμφανίζει ένα μεγάλο μέρος του πληθυσμού ηλικίας 45-54 ετών (σχεδόν 10%) να βρίσκεται στα αρχικά στάδια έναρξης μιας επιχείρησης έναντι 8,4% στις χώρες καινοτομίας. Γενικά φαίνεται χαμηλότερη συμμετοχή των ηλικιών μέχρι 34 ετών σε σχέση με τις ηλικιακές ομάδες άνω των 35 ετών, σε σύγκριση με τις χώρες καινοτομίας. Αυτή η τάση, είναι και η διαχρονική, καθώς μόνο πέρυσι είχε ανατραπεί και είχαν καταγραφεί υψηλότερες συμμετοχές από νεότερες ηλικίες, τάση όμως που δεν συνεχίζεται το 2015. Όπως φαίνεται άλλωστε και στον πίνακα 1.8β, δύο στους τρεις επιχειρηματίες αρχικών σταδίων που εντόπισε η έρευνα κατά το 2015 είναι άνω των 35 ετών, με το 30% να ανήκει στο στρώμα 45-54 ετών.**

**Πίνακας 1-8α: Ποσοστό πληθυσμού ανά ηλικιακό κλιμάκιο που εμπλέκεται σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων (2015)**

*% επί του αντίστοιχου πληθυσμού*

	18-24 ετών	25-34 ετών	35-44 ετών	45-54 ετών	55-64 ετών
<b>Εσθονία</b>	14,7%	21,5%	17,1%	7,3%	4,6%
<b>Σλοβακία</b>	12,1%	12,7%	12,8%	7,3%	3,5%
<b>Λουξεμβούργο</b>	9,0%	12,1%	11,4%	10,0%	7,2%
<b>Ιρλανδία</b>	9,0%	8,4%	9,1%	12,5%	7,6%
<b>Πορτογαλία</b>	7,5%	12,2%	11,4%	9,0%	6,0%
<b>Ολλανδία</b>	7,3%	9,7%	7,8%	7,2%	4,2%
<b>Ιταλία</b>	5,9%	6,8%	5,1%	3,9%	3,4%
<b>Σουηδία</b>	5,6%	9,3%	7,3%	7,0%	6,0%
<b>Φιλανδία</b>	5,2%	8,6%	9,7%	5,2%	4,4%
<b>Γερμανία</b>	4,6%	6,3%	5,0%	5,4%	2,0%
<b>Ην. Βασίλειο</b>	3,9%	7,3%	8,9%	7,9%	5,4%
<b>Βέλγιο</b>	3,4%	9,9%	9,0%	5,0%	2,9%
<b>Ισπανία</b>	3,4%	7,1%	8,4%	5,0%	2,2%
<b>Ελλάδα</b>	<b>2,9%</b>	<b>7,3%</b>	<b>6,9%</b>	<b>9,9%</b>	<b>5,7%</b>
<b>Σλοβενία</b>	2,8%	11,4%	6,8%	5,0%	2,0%
<b>Ομάδα Α</b>	16,7%	25,6%	23,9%	21,4%	16,5%
<b>Ομάδα Β</b>	12,9%	18,3%	17,2%	13,6%	9,3%
<b>Ομάδα Γ</b>	6,9%	10,6%	10,2%	8,4%	5,4%

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

**Πίνακας 1-8β: Ποσοστιαία κατανομή επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατά ηλικιακά κλιμάκια (2015)***% επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων*

	18-24 ετών	25-34 ετών	35-44 ετών	45-54 ετών	55-64 ετών
<b>Σλοβακία</b>	16,6%	30,6%	29,5%	16,1%	7,3%
<b>Εσθονία</b>	14,1%	38,0%	28,9%	11,8%	7,2%
<b>Ολλανδία</b>	14,0%	26,4%	21,9%	26,0%	11,7%
<b>Ιταλία</b>	13,9%	26,0%	25,7%	20,4%	14,0%
<b>Γερμανία</b>	12,6%	25,4%	23,3%	30,1%	8,7%
<b>Ιρλανδία</b>	12,0%	23,9%	23,7%	27,2%	13,3%
<b>Σουηδία</b>	11,8%	28,1%	22,1%	21,4%	16,7%
<b>Λουξεμβούργο</b>	11,5%	26,8%	26,3%	23,3%	12,2%
<b>Φινλανδία</b>	11,2%	27,1%	29,1%	17,5%	15,1%
<b>Πορτογαλία</b>	9,6%	27,6%	28,8%	21,4%	12,5%
<b>Ηνωμένο Βασίλειο</b>	8,6%	22,7%	28,9%	25,2%	14,7%
<b>Βέλγιο</b>	7,5%	33,2%	31,1%	19,0%	9,3%
<b>Ελλάδα</b>	<b>6,9%</b>	<b>26,4%</b>	<b>22,8%</b>	<b>29,4%</b>	<b>14,5%</b>
<b>Ισπανία</b>	5,7%	26,8%	39,8%	20,7%	7,1%
<b>Σλοβενία</b>	5,5%	42,0%	25,9%	19,2%	7,4%
<b>Ομάδα Α</b>	22,0%	34,1%	22,8%	14,3%	6,8%
<b>Ομάδα Β</b>	16,8%	33,0%	26,6%	16,5%	7,0%
<b>Ομάδα Γ</b>	11,2%	27,7%	26,9%	22,6%	12,1%

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Βεβαίως, δεν είναι απαραίτητα επιθυμητή η ευρεία συμμετοχή των πολύ νέων στην επιχειρηματικότητα. Μπορεί να εμφορούνται από μεγαλύτερο πάθος και να είναι ίσως πιο δυναμικοί, αλλά είναι βέβαιο ότι οι επιχειρηματίες νεότερης ηλικίας στερούνται εμπειρίας και γνώσης και τελικά και της κατάλληλης δικτύωσης που ενδεχομένως να βελτιώνει τις πιθανότητες επιτυχίας στο εγχείρημά τους. Από την άλλη πλευρά, η υψηλή ανεργία των νέων στη χώρα μας, στερεί σε όλο και περισσότερους την ελπίδα εύρεσης μισθωτής εργασίας, με αποτέλεσμα να στρέφονται εντατικότερα προς κάποιου είδους αυτόνομη επιχειρηματική δραστηριοποίηση.

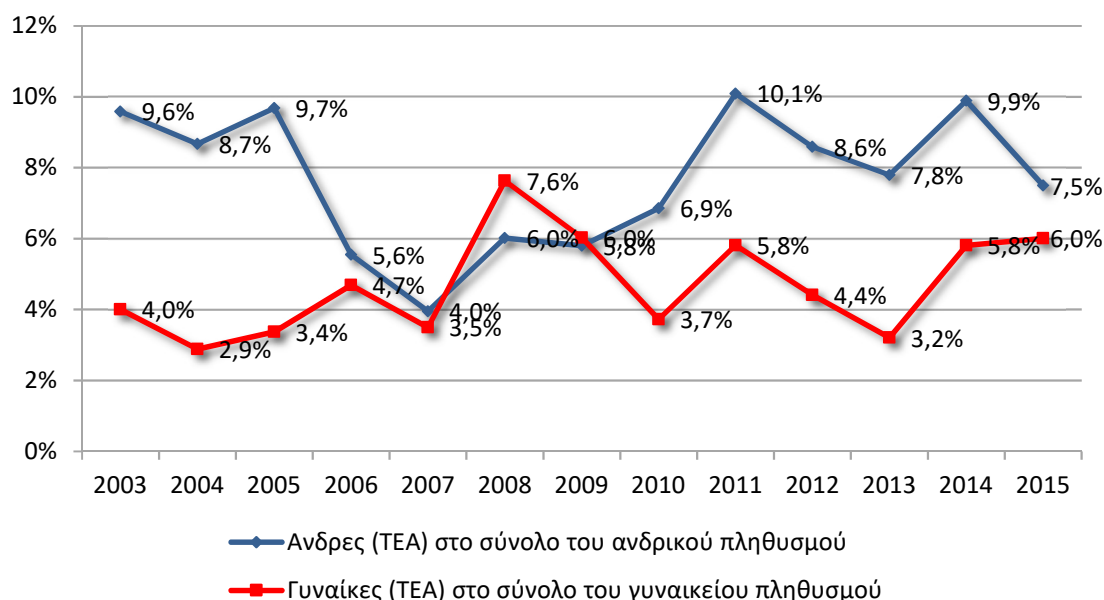
Αν εξετάσουμε τις υπόλοιπες ομάδες χωρών διαπιστώνεται ότι, όσο χαμηλότερο το κατά κεφαλήν εισόδημα, τόσο μικρότερες οι ηλικίες στις οποίες το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού εισέρχεται στον επιχειρηματικό κόσμο. Παρατηρούμε ότι το 56% των νέων επιχειρηματιών στις χώρες της ομάδας Α και το 50% στις χώρες της ομάδας Β είναι νεότεροι των 34 ετών (για το 2015) όταν αντίθετα, στις χώρες καινοτομίας (ομάδα Γ), το ποσοστό αυτό είναι χαμηλότερο. Άρα στις πιο ανεπτυγμένες περιοχές του πλανήτη η έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας φαίνεται να είναι υπόθεση μεγαλύτερων ηλικιών. Αυτό προϋποθέτει ότι η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων σε αυτές τις περιοχές θα αφορά – κατά κανόνα - σε υψηλότερης ποιότητας ανθρώπινο κεφάλαιο, δηλαδή άτομα με πλουσιότερη επαγγελματική εμπειρία και πιθανόν υψηλότερο εκπαιδευτικό επίπεδο. Αντίθετα, στις

αναπτυσσόμενες χώρες η ανάγκη βιοπορισμού, αλλά και η μικρότερη συμμετοχή του πληθυσμού σε ανώτερες βαθμίδες εκπαίδευσης, οδηγεί περισσότερους νέους σε ηλικία στην επιλογή επιχειρηματικότητας.

### 1.4.3 ΦΥΛΟ

Όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα το ποσοστό του πληθυσμού των γυναικών ηλικίας 18-64 ετών που βρίσκονται σε αρχική φάση επιχειρηματικής δραστηριοποίησης) διαχρονικά είναι μικρότερο από το αντίστοιχο ποσοστό των ανδρών. Δηλαδή ως ποσοστό του αντίστοιχου πληθυσμού σχεδόν πάντα το ποσοστό των ανδρών ήταν μεγαλύτερο (Διάγραμμα 1.12). Επιπροσθέτως σχεδόν πάντα οι επιμέρους δείκτες των δύο φύλων μεταβάλλονται προς την ίδια κατεύθυνση ακολουθώντας δηλαδή τη μεταβολή του συνολικού δείκτη επιχειρηματικότητας. Ωστόσο το 2015, φαίνεται για πρώτη φορά μετά την έναρξη της κρίσης, η μεταβολή του ποσοστού της επιχειρηματικότητας να μην έχει το ίδιο πρόσημο και στα δύο φύλα: ο δείκτης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων υποχώρησε, αλλά φαίνεται η μείωση να έχει προέλθει αποκλειστικά από τους άνδρες. Έτσι το ποσοστό της γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων αυξήθηκε σε 6% (περίπου 210 χιλιάδες γυναίκες) από 5,8% το 2014 ενώ στους άνδρες μειώθηκε σε 7,5% (περίπου 250 χιλιάδες άνδρες) από 9,9% το 2014. Αυτό σημαίνει ότι το 2015 το χάσμα επιχειρηματικότητας μεταξύ των δύο φύλων αμβλύθηκε, γεγονός που είχε να συμβεί από το 2009.

**Διάγραμμα 1-12: Διαχρονική εξέλιξη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ανά φύλο (% αντίστοιχου πληθυσμού) στην Ελλάδα**



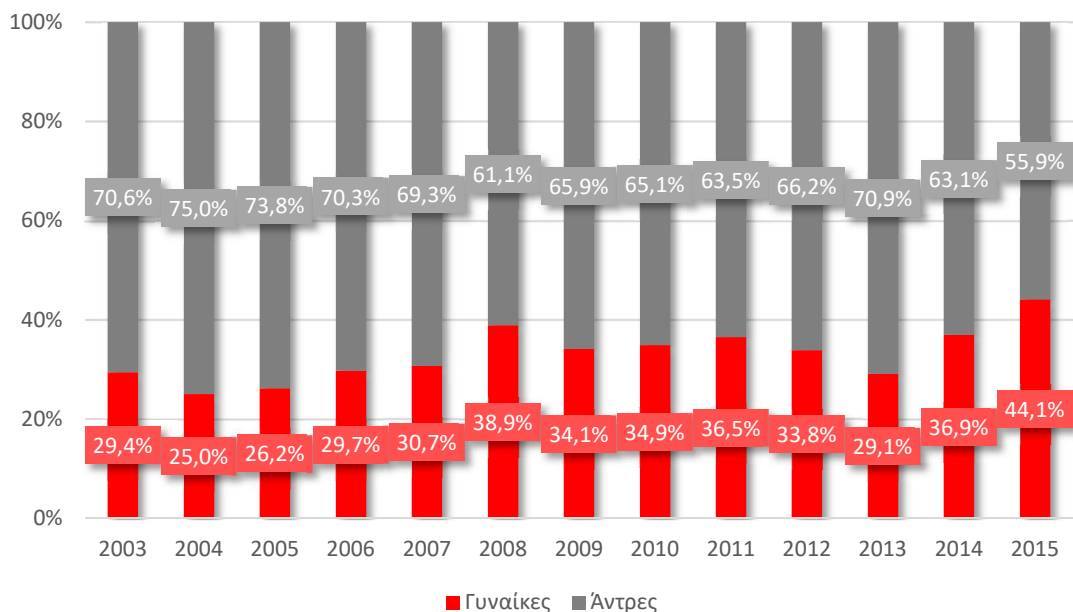
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM



Μάλιστα αν εστιάσουμε αποκλειστικά στο φύλο των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που εντόπισε η έρευνα το 2015, διαπιστώνουμε ότι για πρώτη φορά από όταν ξεκίνησε η σχετική έρευνα στην Ελλάδα, οι γυναίκες αποτελούν το 44% του συνόλου, το υψηλότερο ποσοστό που έχει καταγραφεί. Πρόκειται για την 3<sup>η</sup> συνεχόμενη χρονιά που καταγράφεται άνοδος αυτού του ποσοστού, γεγονός που σημαίνει ότι συνιστά πλέον μία τάση. **Η υψηλή ανεργία στις γυναίκες, που έχει ενταθεί στην τριετία 2013-2015, αλλά και η πίεση για εισόδημα σε νοικοκυριά όπου χάνουν την απασχόληση οι άνδρες, ίσως ερμηνεύει την εξέλιξη αυτή.** Πάντως γενικά η επιχειρηματικότητα ανάγκης αν και είναι μεγαλύτερη στις γυναίκες δεν απέχει ιδιαίτερα από τους άνδρες (21% έναντι 24%).

Η μεγαλύτερη συμμετοχή των γυναικών πάντως στην επιχειρηματική δραστηριοποίηση δεν μπορεί παρά να αξιολογηθεί θετικά, καθώς όπως είχε επισημανθεί σε εκτενή εμπειρική ανάλυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας (Ιωαννίδης και Γιωτόπουλος, 2014), οι γυναίκες επιχειρηματίες καταγράφουν καλύτερες επιδόσεις σε θέματα καινοτομίας και τεχνολογικής αναβάθμισης σε σχέση με τους άνδρες επιχειρηματίες. Άρα είναι επιθυμητό να κινητοποιηθεί μεγαλύτερο μέρος των γυναικών προς την επιχειρηματική δραστηριοποίηση.

**Διάγραμμα 1-13: Κατανομή των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων ανά φύλο στην Ελλάδα, 2003-2015**



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

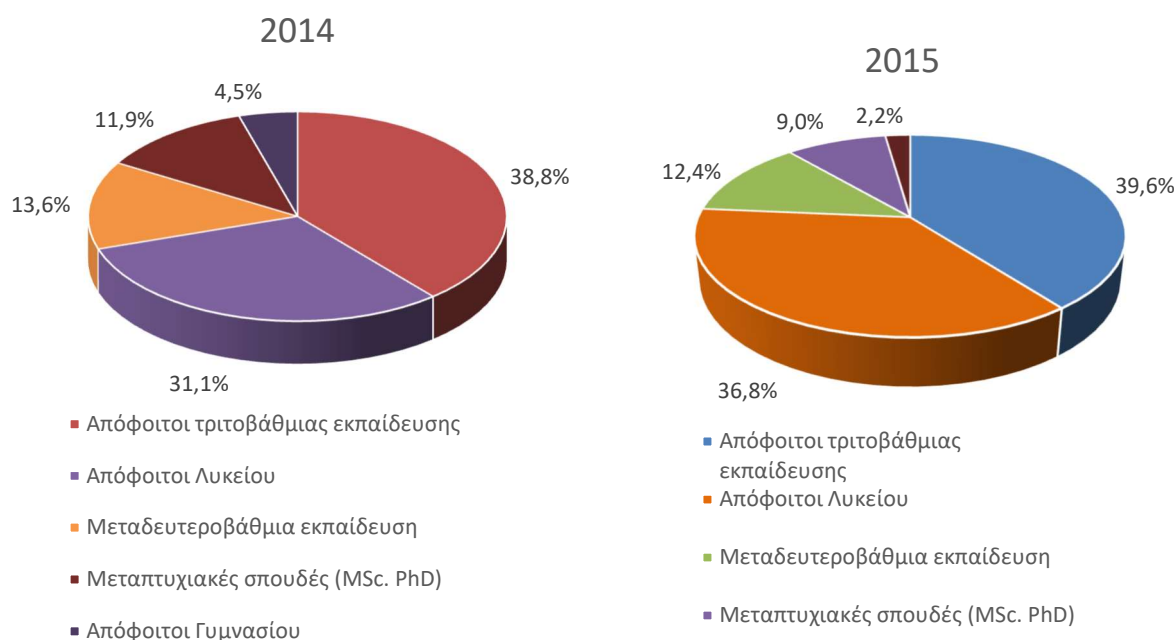
#### 1.4.4 ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

Στο Διάγραμμα 1.14 που ακολουθεί παρουσιάζεται η ποσοστιαία κατανομή των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων διακρίνοντας πέντε επίπεδα εκπαίδευσης αυτών: α) (μέχρι)

απόφοιτοι Γυμνασίου, β) απόφοιτοι λυκείου, γ) απόφοιτοι μεταδευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (κάποιου είδους ΙΕΚ, ΚΕΚ, κτλ) δ) απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (ΑΕΙ, ΤΕΙ) και ε) μεταπτυχιακές σπουδές.

Όπως φαίνεται από το Διάγραμμα 1.14 που συνοψίζει την ποσοστιαία κατανομή της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ανά εκπαιδευτικό επίπεδο, το 2015 σχεδόν οι δύο στους πέντε επιχειρηματίες (48,6%) έχουν τουλάχιστον ένα πτυχίο τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, με το 9% μάλιστα να έχει κάποιου είδους μεταπτυχιακή ειδίκευση. Σχεδόν το 37% (ή 1 στους 3) όμως είναι απλώς Απόφοιτοι Λυκείου, ποσοστό μάλιστα που έχει ενισχυθεί σε σχέση με το 2014.

**Διάγραμμα 1-14: Ποσοστιαία κατανομή επιχειρηματιών αρχικών-σταδίων ως προς το εκπαιδευτικό τους επίπεδο**



Πηγή: ΙΟΒΕ, επεξεργασία στοιχείων GEM

## 1.5 ΤΑ ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΕΓΧΕΙΡΗΜΑΤΩΝ

### 1.5.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στην ενότητα αυτή εξετάζονται τα ειδικά ποιοτικά και διαρθρωτικά χαρακτηριστικά των νέων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών που καταγράφηκαν στην Ελλάδα το 2015. Ήδη έχουμε διαμορφώσει μια πρώτη εικόνα για αυτά τα εγχειρήματα, κυρίως από τη δυναμική των ίδιων

των ατόμων. Εδώ όμως μπαίνουμε σε πιο ειδικά χαρακτηριστικά που αφορούν το βαθμό καινοτομικότητας του νέου εγχειρήματος, την ένταση του ανταγωνισμού που αντιμετωπίζει, τις προοπτικές του σε όρους δημιουργίας νέων θέσεων απασχόλησης, αλλά και του βαθμού εξωστρέφειάς του. Πρόκειται για στοιχεία που σχετίζονται με την ποιότητα των εγχειρημάτων, η εξέταση των οποίων είναι σημαντική ειδικά στο σημερινό περιβάλλον αναζήτησης βιώσιμων εγχειρημάτων.

Πράγματι έχει αναφερθεί από πολλούς σε διάφορες χώρες (Audretsch et al, 2006) ότι η γενική τόνωση της επιχειρηματικότητας με ποσοτική αύξηση του αριθμού των νέων επιχειρήσεων δεν επαρκεί ως στόχος δημόσιας πολιτικής. Η πρόσφατη οικονομική κρίση υπογράμμισε την ανάγκη όχι απλώς δημιουργίας πολλών επιχειρήσεων σε μια οικονομία, αλλά δημιουργίας συνθηκών για την ανάδειξη υψηλής ποιότητας δυναμικών νέων επιχειρήσεων που θα μπορούν να είναι βιώσιμες υπό αντίξοες οικονομικές συνθήκες και να έχουν σημαντική συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη και την τόνωση της απασχόλησης.

Συνεπώς όλο και περισσότεροι ερευνητές και ακαδημαϊκοί επισημαίνουν σε επίπεδο δημόσιας πολιτικής την ανάγκη εστίασης σε εκείνο το υποσύνολο των επιχειρήσεων που μπορούν να έχουν μία ισχυρότερη αναπτυξιακή δυναμική. Για αυτό και στο κεφάλαιο 4 γίνεται μία αναλυτική εμπειρική διερεύνηση για τις παραμέτρους που επηρεάζουν την αναπτυξιακή δυναμική των νέων εγχειρημάτων και σε αυτό παραπέμπουμε για περισσότερα. Στα επόμενα όμως εστιάζουμε στα αποτελέσματα του 2015 συγκριτικά με άλλες χώρες.

---

### 1.5.2 ΒΑΘΜΟΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Ο βαθμός της καινοτομίας που εμφανίζει το νέο εγχείρημα εξετάζεται στο πλαίσιο του GEM 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) λίγοι και γ) κανένας.

Παρά το γεγονός πως η συγκεκριμένη ερώτηση και η αντίστοιχη πληροφορία που εξάγεται μπορεί να θεωρηθεί ως υποκειμενική, καθώς καταγράφεται μόνο ως άποψη του ίδιου του επιχειρηματία και όχι κάποιος άλλος δείκτης, έχει μια αναλυτική αξία ειδικά σε διαχρονικό πλαίσιο, αλλά και συγκριτικά με άλλες χώρες.

Στις περισσότερες χώρες, οι μισοί τουλάχιστον επιχειρηματίες αρχικών σταδίων είναι μάλλον συνειδητοποιημένοι ως προς το βαθμό καινοτομίας που παρουσιάζουν τα εγχειρήματά τους, με αποτέλεσμα να δηλώνουν ότι **κανένας** (δυνητικός) πελάτης δε θα θεωρήσει τα προϊόντα / υπηρεσίες τους νέα και πρωτοποριακά. **Στην Ελλάδα το 2015, ένα 61% συμφωνεί σε αυτό, έναντι όμως 51,5% κατά μέσο όρο στις χώρες καινοτομίας. Από την άλλη πλευρά όμως**

καταγράφεται και ένα 14% που δηλώνει – ίσως και μαξιμαλιστικά - ότι όλοι θα θεωρήσουν τα προϊόντα τους ως καινοτομικά έναντι 16% στις χώρες καινοτομίας (Πίνακας 1.9).

**Πίνακας 1-9: Βαθμός καινοτομίας των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων ανά χώρα**

*% επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων*

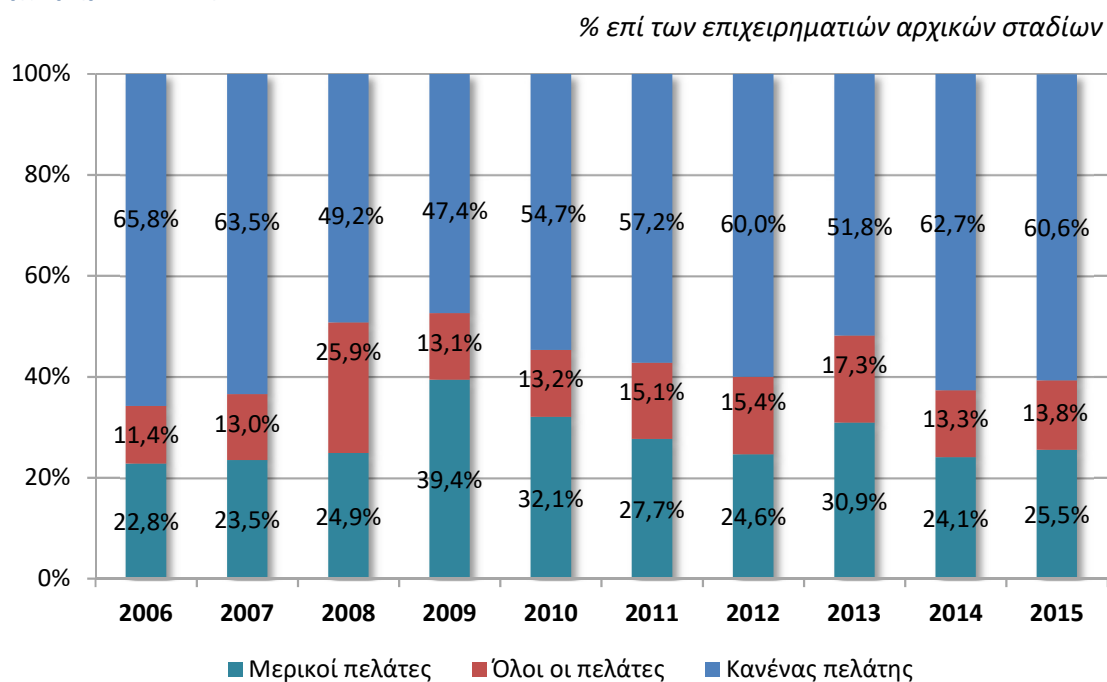
	Όλοι οι πελάτες	Μερικοί πελάτες	Κανένας πελάτης
Ιταλία	29.5%	36.7%	33.8%
Βέλγιο	24.0%	32.1%	44.0%
Ολλανδία	20.7%	21.1%	58.2%
Σλοβενία	20.5%	27.2%	52.4%
Ηνωμένο Βασίλειο	19.8%	34.5%	45.7%
Ελβετία	16.9%	36.0%	47.1%
Ιρλανδία	15.6%	39.8%	44.6%
Φινλανδία	15.1%	27.2%	57.7%
<b>Ελλάδα</b>	<b>13.8%</b>	<b>25.5%</b>	<b>60.6%</b>
Σλοβακία	13.5%	34.2%	52.3%
Εσθονία	13.3%	39.5%	47.1%
Γερμανία	13.2%	35.7%	51.1%
Λουξεμβούργο	13.0%	52.2%	34.9%
Ισπανία	10.6%	23.8%	65.6%
Σουηδία	9.2%	35.9%	54.9%
Πορτογαλία	5.2%	29.2%	65.6%
<b>Ομάδα Α</b>	<b>11.1%</b>	<b>25.3%</b>	<b>63.6%</b>
<b>Ομάδα Β</b>	<b>15.5%</b>	<b>29.0%</b>	<b>55.5%</b>
<b>Ομάδα Γ</b>	<b>16.0%</b>	<b>32.5%</b>	<b>51.5%</b>

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Πάντως όπως φαίνεται και στο Διάγραμμα 1.15 όπου παρουσιάζονται τα διαχρονικά δεδομένα στην Ελλάδα, το 2015 το ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που δηλώνει πως μερικοί ή όλοι οι πελάτες θεωρούν το προϊόν/υπηρεσία της επιχείρησης νέο και πρωτοποριακό ανέρχεται στο 39,3%, επίδοση χαμηλότερη μεν από το διαχρονικό μέσο όρο (42.7%), αλλά βελτιωμένη σε σύγκριση με το 2014 (37,4%). Προφανώς η χαμηλή καινοτομικότητα των νέων εγχειρημάτων θα πρέπει να συσχετίζεται και με το εύρημα, ότι οι νέες επιχειρηματικές προσπάθειες εντοπίζονται πρωτίστως στους τομείς υπηρεσιών προς τον καταναλωτή, όπου η καινοτομία προϊόντος ή διεργασιών είναι εκ φύσεως αρκετά πιο περιορισμένη.

### Διάγραμμα 1-15: Διαχρονική εξέλιξη του βαθμού καινοτομίας των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων στην Ελλάδα



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

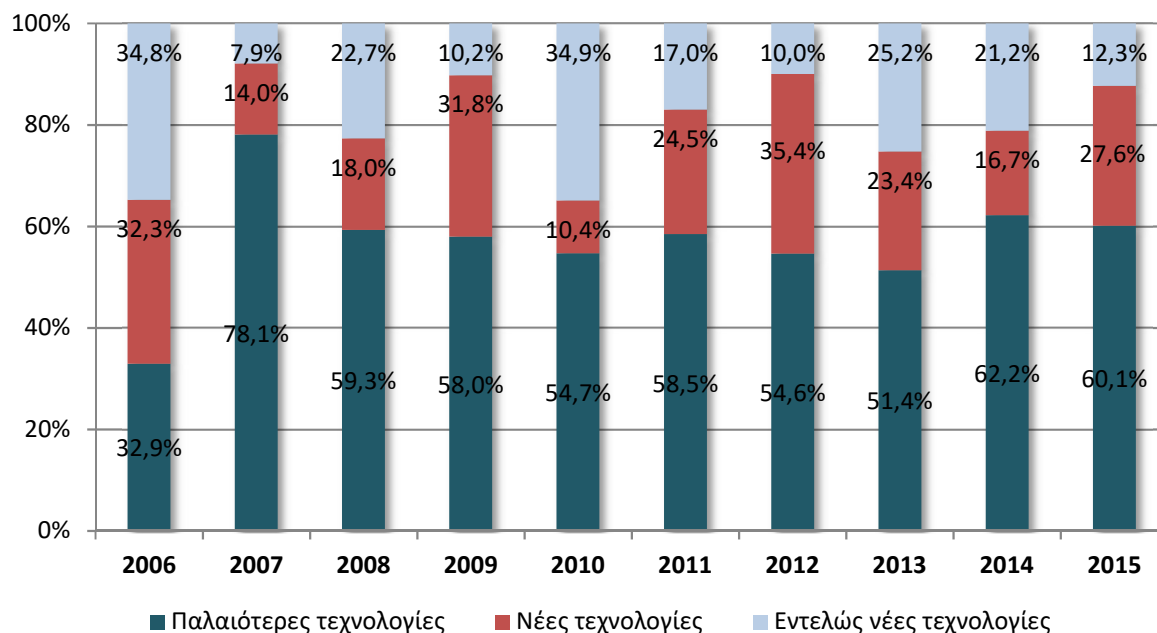
#### 1.5.3 ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

Μια άλλη βασική πτυχή των νέων εγχειρημάτων που εντόπισε η έρευνα του GEM και η οποία σχετίζεται με την καινοτομία κυριότερα ως στοιχείο 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. Αυτή η «νεωτερικότητα» αξιολογείται σε τρία επίπεδα. Πρόκειται για τεχνολογίες που έχουν εμφανιστεί στην αγορά (είναι δηλαδή διαθέσιμες): α) εντός της περασμένης χρονιάς β) εντός της τελευταίας πενταετίας ή γ) είναι παλαιότερες της πενταετίας<sup>8</sup>. Με αυτό τον τρόπο καταγράφεται κατά μία έννοια ο βαθμός εκσυγχρονισμού των νέων εγχειρημάτων που εισρέουν στη δεξαμενή της υφιστάμενης επιχειρηματικότητας μιας οικονομίας. Προφανώς το ζητούμενο εδώ είναι τα νέα εγχειρήματα που εμφανίζονται σε μια οικονομία να χρησιμοποιούν όσο το δυνατό πιο νέες τεχνολογίες ώστε να αναβαθμίζεται συνολικά η τεχνολογική ταυτότητα του επιχειρηματικού ιστού της χώρας.

<sup>8</sup> Στο πλαίσιο του GEM, η αναφορά σε νέες τεχνολογίες/διεργασίες γίνεται με άξονα την συγκεκριμένη χώρα και αγορά στην οποία δραστηριοποιείται ο νέος επιχειρηματίας. Όταν δηλαδή κάποιος απαντά ότι πρόκειται να χρησιμοποιήσει εντελώς νέα τεχνολογία, αυτό δεν σημαίνει ότι πρόκειται για εντελώς νέα τεχνολογία με όρους παγκόσμιας αγοράς, αλλά με όρους της τοπικής αγοράς στην οποία δραστηριοποιείται.

### Διάγραμμα 1-16: Διαχρονική εξέλιξη του τεχνολογικού επιπέδου των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων στην Ελλάδα

% επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Διαχρονικά (Διάγραμμα 1.16) η συγκεκριμένη ερώτηση διακρίνεται για τη μεταβλητότητά της. Αν και πάντα οι παλαιότερες τεχνολογίες πλειοψηφούν, υπάρχουν χρονιές που καταγράφεται μία έντονη τάση «εκμοντερνισμού». Το 2015 πάντως το 60% των επιχειρηματιών αρχικών-σταδίων στην Ελλάδα φαίνεται να αξιοποιεί γνωστές τεχνολογίες/διεργασίες, επίδοση που είναι μία από τις υψηλότερες διαχρονικά. Ταυτόχρονα, μόλις το 12,3% - από τις χαμηλότερες επιδόσεις – δηλώνει ότι χρησιμοποιεί εντελώς νέες τεχνολογίες. Θα μπορούσε αυτό να συνδεθεί με παράγοντες που έχουν να κάνουν με την κρίση, καθώς κατά κανόνα οι εντελώς νέες τεχνολογίες είναι και ακριβότερες τεχνολογίες, ωστόσο βλέπουμε ότι το 2013 το αντίστοιχο ποσοστό βρισκόταν στο 51%. Με δεδομένη τη χαμηλή πρόσβαση των επιχειρηματιών σε διαθέσιμα κεφάλαια για τον εκσυγχρονισμό τους, ίσως η ροή και η περίοδος υλοποίησης των συγχρηματοδοτούμενων προγραμμάτων ΕΣΠΑ κτλ να ερμηνεύει ως ένα βαθμό τις διακυμάνσεις σε αυτό το δείκτη.

Πάντως είναι χαρακτηριστικό ότι στο συγκεκριμένο ζήτημα καταγράφονται σημαντικές αποκλίσεις και μεγάλο εύρος τιμών ανάμεσα στις διάφορες χώρες (Πίνακας 1.10). Όμως η Ελλάδα το 2015 ταξινομείται μεταξύ των χωρών με τα υψηλότερα ποσοστά νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων που στηρίζονται σε εντελώς νέες ή απλά έστω νέες τεχνολογίες (πενταετίας), γεγονός που δεν μπορεί παρά να αξιολογηθεί θετικά.

**Πίνακας 1-10: Ποσοστό νέων και επίδοξων επιχειρηματικών εγχειρημάτων που χρησιμοποιεί νέες τεχνολογίες/διαδικασίες (2015)***% επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων*

Χώρες	Εντελώς νέες τεχνολογίες	Νέες τεχνολογίες	Παλαιότερες τεχνολογίες
Φιλανδία	3,9%	16,1%	80,0%
Σουηδία	8,2%	18,0%	73,8%
Γερμανία	7,4%	19,3%	73,2%
Σλοβενία	10,3%	17,0%	72,7%
Πορτογαλία	7,8%	19,9%	72,3%
Ισπανία	11,9%	17,8%	70,2%
Ηνωμένο Βασίλειο	8,8%	21,4%	69,8%
Βέλγιο	13,5%	22,8%	63,7%
Ολλανδία	13,6%	23,3%	63,1%
Λουξεμβούργο	14,6%	24,3%	61,1%
Εσθονία	15,6%	23,6%	60,8%
Ελλάδα	<b>12,3%</b>	<b>27,6%</b>	<b>60,1%</b>
Ιρλανδία	16,6%	26,6%	56,8%
Ιταλία	21,3%	26,0%	52,7%
Σλοβακία	29,0%	27,5%	43,5%
<b>Ομάδα Α</b>	<b>15,6%</b>	<b>22,9%</b>	<b>61,5%</b>
<b>Ομάδα Β</b>	<b>22,2%</b>	<b>22,6%</b>	<b>55,3%</b>
<b>Ομάδα Γ</b>	<b>11,8%</b>	<b>20,6%</b>	<b>67,7%</b>

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

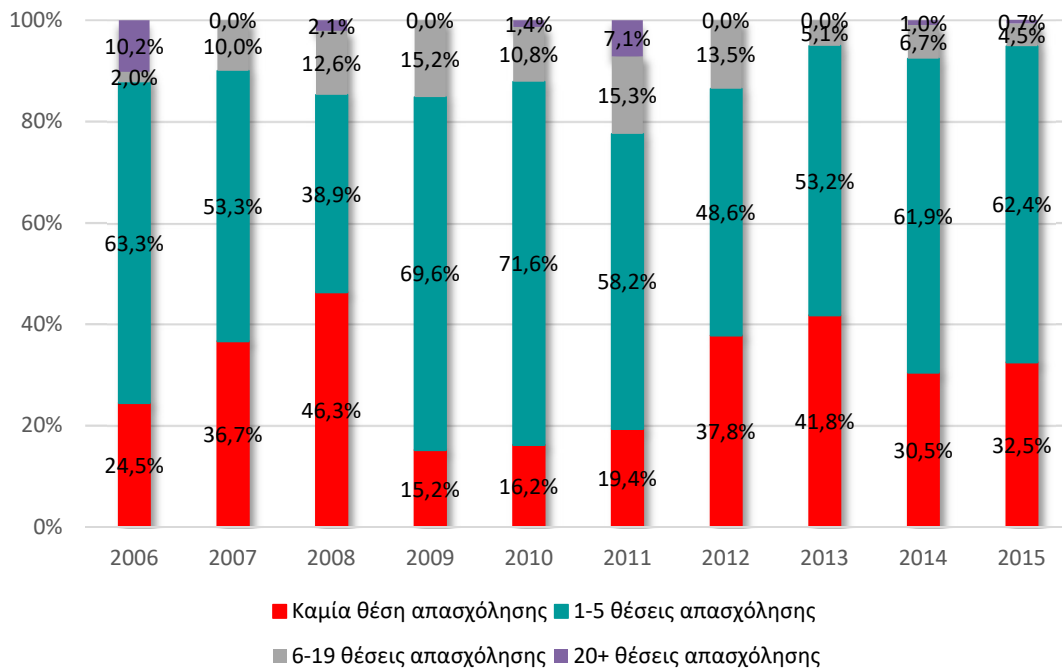
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

#### 1.5.4 ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Ένα βασικό χαρακτηριστικό των εγχειρημάτων που εμφανίζονται σε μια οικονομία είναι βεβαίως το μέγεθός τους σε όρους θέσεων εργασίας. Στο πλαίσιο αυτό ερωτώνται οι επιχειρηματίες για το πόσοι εργαζόμενοι (θα) απασχολούνται στο εγχείρημά τους κατά την έναρξή του, εξαιρώντας τους ίδιους τους ιδρυτές.

**Διάγραμμα 1-17: Αριθμός θέσεων απασχόλησης στην Ελλάδα, 2006-2015**

% επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων



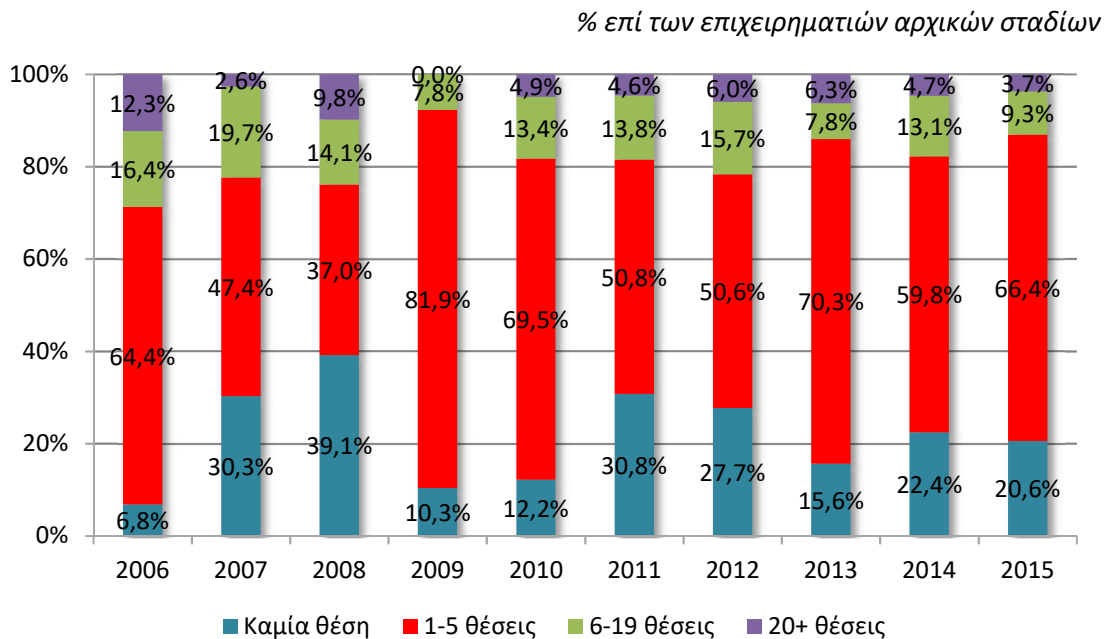
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα (Διάγραμμα 1.17) **σχεδόν ένας στους τρεις το 2015 δηλώνει ότι πέρα από τους ιδρυτές, κανείς άλλος δεν εργάζεται στο εγχείρημα αυτό, τουλάχιστον κατά τη στιγμή της έναρξης. Ταυτόχρονα, ένα 62% δηλώνει ότι απασχολεί 1 έως 5 άτομα, επίδοση που είναι από τις υψηλότερες διαχρονικά.** Ελάχιστα έτσι είναι τα εγχειρήματα που αφορούν σε περισσότερες θέσεις εργασίας, κάτι που σημαίνει ότι η ευρεία πλειονότητα των εγχειρημάτων είναι πολύ μικρές επιχειρήσεις (micro) σύμφωνα με τη διεθνή τουλάχιστον ταξινόμηση.

Εξίσου ενδιαφέρον όμως έχει να εξεταστούν οι προσδοκίες που έχουν οι ίδιοι οι επιχειρηματίες για το πόσες θέσεις εργασίας διαβλέπουν ότι μπορεί να δημιουργήσει το νέο τους επιχειρηματικό εγχείρημα εντός της επόμενης πενταετίας. Είναι άλλωστε και το ζήτημα στο οποίο εστιάζει και το κεφάλαιο 4 καθώς η συγγραφική ομάδα έχει επιλέξει να αναλύσει το ζήτημα της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας, σε βάθος πενταετίας ως κομβικό στη σημερινή δύσκολη συγκυρία για τη χώρα. 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 (0) θέσεις. Το Διάγραμμα 1.18 παραθέτει τα σχετικά δεδομένα σε διαχρονική βάση από το 2003 έως και το 2015 για την Ελλάδα.



### Διάγραμμα 1-18: Προοπτικές δημιουργίας θέσεων απασχόλησης εντός της επόμενης πενταετίας



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Από την έναρξη της οικονομικής κρίσης 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 μειώνεται από 90% το 2009 σε 72% το 2012. Το 2013 η πτωτική αυτή τάση ανακόπηκε, όμως στη συνέχεια επανήλθε σε επίπεδα κάτω του 85%. Έτσι το 2015 δεν καταγράφεται κάποια αξιοσημείωτη εξέλιξη, αφού σχεδόν το 79% των επιχειρηματιών εκτιμούν ότι την επόμενη πενταετία θα δημιουργούσαν τουλάχιστον μια θέση εργασίας έναντι 78% το 2014. Οι περισσότεροι όμως (66%) δήλωσαν ότι οι θέσεις αυτές δεν αναμένεται να είναι πάνω από πέντε.

Αν και θεωρητικά είναι θετικό το γεγονός ότι μόλις ένας στους πέντε επιχειρηματίες αρχικών σταδίων είναι τόσο απαισιόδοξος για το επιχειρηματικό του εγχείρημα ώστε να μην διαβλέπει ότι θα είναι σε θέση να προσφέρει έστω μία θέση εργασίας, η σύγκριση με τις υπόλοιπες χώρες είναι απογοητευτική. Πιο συγκεκριμένα χρησιμοποιώντας ένα (σχετικό υψηλό βεβαίως) κατώφλι των 10 θέσεων εργασίας, μόλις το 4,1% εκτιμά ότι θα είναι σε θέση να συνεισφέρει στην οικονομία με αυτές τις θέσεις απασχόλησης. Στις χώρες καινοτομίας το αντίστοιχο ποσοστό είναι της τάξης του 15%.

Συνεπώς παραμένει ένα σταθερό, δομικό χαρακτηριστικό της νέας επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα το εύρημα ότι η νέα επιχειρηματικότητα μπορεί να εκδηλώνεται με επαρκώς υψηλά ποσοστά ως τάση στον πληθυσμό, όμως **δεν μεγαλώνει**. Αναπαράγει τη βασική δομή της ελληνικής οικονομίας, δηλαδή μια οικονομία που βασίζεται

στη λειτουργία πολύ μικρών επιχειρήσεων οι περισσότερες εκ των οποίων δεν αναπτύσσονται και ως εκ τούτου δεν δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας.

---

#### 1.5.5 ΕΝΤΑΣΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

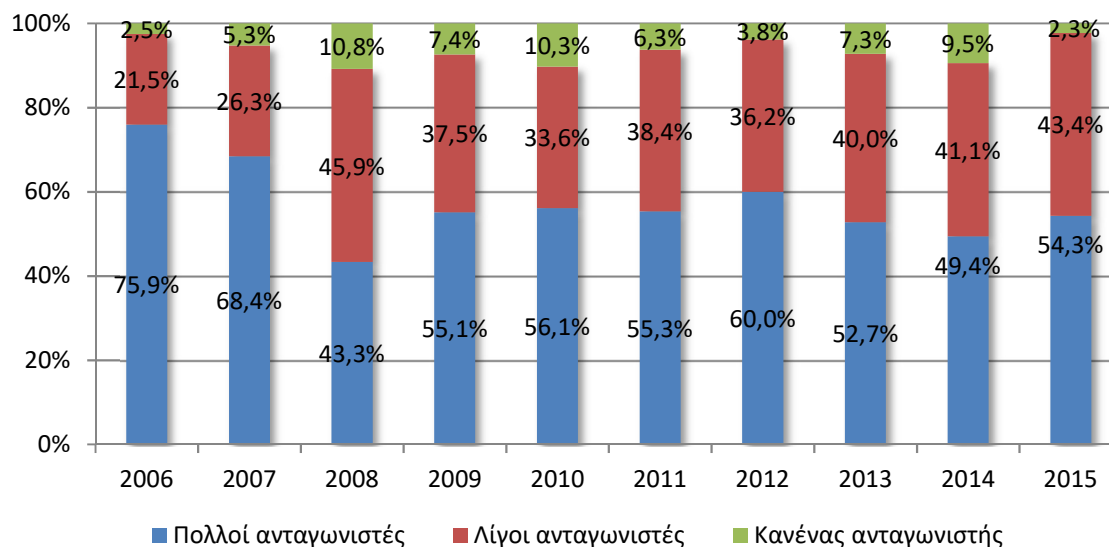
Η ένταση του ανταγωνισμού σε μία αγορά σύμφωνα με τη βιβλιογραφία της βιομηχανικής οργάνωσης, αλλά και της πολιτικής ανταγωνισμού διαδραματίζει κρίσιμο ρόλο στη βελτίωση της παραγωγικότητας, στην ενθάρρυνση της καινοτομίας και γενικότερα στην ενίσχυση της οικονομικής ανάπτυξης (Aghion & Griffith, 2008; Aghion et al 2005). Στον αντίποδα, όταν μία επιχείρηση εισέρχεται σε μία νησίδα αγοράς (niche market), όπου δηλαδή ο ανταγωνισμός είναι ήπιος ή και ανύπαρκτος τουλάχιστον στην πρώτη φάση διαμόρφωσης μιας αγοράς υποδηλώνει ότι οι επιχειρήσεις αυτές έχουν εμφανίσει κάποια σημαντική καινοτομία, κάτι που σημαίνει ότι έχουν αυξημένες πιθανότητες όχι απλά βιωσιμότητας, αλλά μεγέθυνσης και ευρύτερης συνεισφορά στην οικονομία.

Στο πλαίσιο του GEM, οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων καλούνται να εκτιμήσουν την ένταση του ανταγωνισμού, **με τη δική τους διαπίστωση 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 «λανσαρίσματος» του εγχειρήματός του στην αγορά.

Όπως δείχνουν τα αποτελέσματα (Διάγραμμα 1.19 και Πίνακας 1.11), τα περισσότερα νέα εγχειρήματα που εμφανίζονται στη χώρα διαχρονικά εισέρχονται σε αγορές όπου ήδη υπάρχει έντονος ανταγωνισμός. **Το 2015 το 54,3% των επιχειρηματιών – αυξημένο σε σχέση με το 2014 - δηλώνει πως πολλές επιχειρήσεις προσφέρουν παρόμοιο προϊόν ή υπηρεσία. Βεβαίως αντίστοιχα υψηλός είναι και ο μέσος όρος σε χώρες καινοτομίας, και ακόμα πιο υψηλός σε χώρες χαμηλότερης οικονομικής ανάπτυξης.** Ουσιαστική «ελληνική» διαφοροποίηση σε σχέση με τις χώρες καινοτομίας συνιστά το πολύ χαμηλό ποσοστό σε νέες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες με δυναμική για ανάπτυξη νέων αγορών. Με μόλις 2,3% η Ελλάδα βρίσκεται προτελευταία στη σχετική κατάταξη, με την περίπτωση της Ιρλανδίας να ξεχωρίζει, καθώς εκεί το 2015 σχεδόν ένας στους τέσσερις επιχειρηματίες αρχικών σταδίων ξεκινά τη λειτουργία του δημιουργώντας μια νέα νησίδα αγοράς.

### Διάγραμμα 1-19: Ποσοστιαία διάρθρωση επιχειρηματικών εγχειρημάτων με βάση τον ανταγωνισμό που αντιμετωπίζουν

% επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

### Πίνακας 1-11: Ποσοστιαία διάρθρωση επιχειρηματικών εγχειρημάτων με βάση τον ανταγωνισμό που αντιμετωπίζουν (2015)

% επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων

	Πολλοί ανταγωνιστές	Λίγοι ανταγωνιστές	Κανένας ανταγωνιστής
Ιρλανδία	24.5%	51.2%	24.3%
Σλοβενία	47.4%	39.8%	12.8%
Ηνωμένο Βασίλειο	47.4%	39.8%	12.7%
Λουξεμβούργο	37.9%	51.4%	10.7%
Ολλανδία	55.8%	34.3%	9.9%
Εσθονία	44.5%	46.8%	8.7%
Ισπανία	57.8%	33.6%	8.6%
Γερμανία	42.3%	49.3%	8.3%
Πορτογαλία	49.4%	42.5%	8.1%
Σουηδία	48.7%	43.3%	8.0%
Βέλγιο	43.8%	48.7%	7.5%
Φινλανδία	65.1%	28.7%	6.2%
Ιταλία	66.4%	30.2%	3.4%
Ελλάδα	<b>54.3%</b>	<b>43.4%</b>	<b>2.3%</b>
Σλοβακία	62.2%	37.3%	0.5%
Ομάδα Α	58.3%	33.5%	8.3%
Ομάδα Β	56.9%	34.8%	8.3%
Ομάδα Γ	51.2%	39.1%	9.7%

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

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

### 1.5.6 ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΕΓΧΕΙΡΗΜΑΤΟΣ

Ένα ακόμα κρίσιμο χαρακτηριστικό των νέων εγχειρημάτων που αναλύεται στο πλαίσιο του GEM είναι ο εξαγωγικός τους χαρακτήρας. Προφανώς οι προοπτικές εξωστρέφειας των νέων εγχειρημάτων όπως τις εκφράζει βεβαίως και πάλι ίσως υποκειμενικά ο επιχειρηματίας συνιστούν ένα υψηλής σπουδαιότητας ποιοτικό κριτήριο του εγχειρήματος. Ειδικά για την Ελλάδα στο πλαίσιο ενός νέου αναπτυξιακού υποδείγματος για τη χώρα, ο στόχος είναι η ταυτόχρονη ενίσχυση της εξωστρέφειας της ελληνικής οικονομίας και η σταδιακή υποκατάσταση μέρους των εισαγωγών, έτσι ώστε ο εξωτερικός τομέας της οικονομίας να μετατραπεί από πηγή σημαντικής απώλειας εισοδήματος για τους κατοίκους της χώρας, σε πηγή δημιουργίας εισοδήματος. Σε ένα παγκοσμιοποιημένο πλέον επιχειρηματικό περιβάλλον, οποιαδήποτε δραστηριότητα δημιουργεί προϊόντα/υπηρεσίες που διαθέτουν εξωτερική ζήτηση ή υποκαθιστούν εισαγόμενα προϊόντα/υπηρεσίες, «φέρνουν» ή «εξοικονομούν» συνάλλαγμα» δεν μπορεί παρά να είναι επιθυμητές δραστηριότητες σε μια οικονομία σαν την ελληνική.

Σαφώς όμως η εξωστρέφεια δεν είναι εύκολη διαδικασία. Γενικότερα πρόκειται για μια διαδικασία που περιλαμβάνει την αναβάθμιση της προσαρμοστικής ικανότητας μιας οικονομίας στις ευρύτερες τεχνολογικές, οικονομικές, κοινωνικές και γεωπολιτικές μεταβολές, και προϋποθέτει τη βελτίωση της δυνατότητας που έχουν οι επιχειρήσεις της να παράγουν, να αποκτούν και να χρησιμοποιούν τη γνώση, ούτως ώστε να μπορεί να καινοτομούν. Αν και αυτό αφορά συνολικά το επιχειρηματικό σύστημα της χώρας, η αξιολόγηση αυτού του χαρακτηριστικού στις νέες επιχειρήσεις που εισέρχονται στην υφιστάμενη δεξαμενή επιχειρηματικότητα έχει τη σημασία της.

Έτσι λοιπόν στο πλαίσιο του GEM, το ζήτημα της εξωστρέφειας των νέων εγχειρημάτων μετράται από το ποσοστό του κύκλου εργασιών που προέρχεται από πελάτες εξωτερικού. Από τα αποτελέσματα (Πίνακας 1.12) για το 2015 για την Ελλάδα σε σύγκριση με τις χώρες καινοτομίας προκύπτει ένα θετικό στοιχείο, καθώς φαίνεται να εξάγει περισσότερο (με όρους ποσοστού επιχειρήσεων που εξάγει) σε σύγκριση με το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (ομάδα Γ). **Συγκεκριμένα μόνο το 34% (ένας στους τρεις δηλαδή), επιχειρηματίες αρχικών σταδίων δηλώνει ότι απευθύνεται αποκλειστικά στην εγχώρια αγορά, έναντι 39,4% στις χώρες καινοτομίας. Μάλιστα περίπου 23% των επιχειρήσεων δηλώνει ότι πάνω από το ¼ του τζίρου τους προέρχεται από πελάτες εξωτερικού, επίδοση που υπερτερεί του μέσου όρου των χωρών καινοτομίας (ομάδα Γ) (20,2%).** Σαφώς μέρος αυτής της θετικής τάσης σχετίζεται με τον σχετικά υψηλό αριθμό εγχειρημάτων υπηρεσιών καταλυμάτων, που εκ της φύσεως της δραστηριότητας έχουν έναν εξωστρεφή χαρακτήρα. Πάντως σε σχέση με άλλες χώρες φαίνεται γενικά ότι οι χώρες καινοτομίας διαθέτουν

μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων που απευθύνεται σε διεθνείς αγορές σε σχέση με τις αναπτυσσόμενες χώρες (ομάδες Α και Β), όπως υποδηλώνουν οι σχετικοί μέσοι όροι.

**Πίνακας 1-12: Εξαγωγικός προσανατολισμός (% επιχειρηματιών αρχικών σταδίων), 2015**

*% 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
<b>Ισπανία</b>	79,1%	14,6%	4,2%	2,1%
<b>Ιταλία</b>	51,3%	32,4%	11,9%	4,4%
<b>Ολλανδία</b>	46,3%	34,0%	11,6%	8,1%
<b>Γερμανία</b>	43,6%	31,2%	14,3%	10,8%
<b>Φιλανδία</b>	38,5%	54,3%	4,0%	3,2%
<b>Εσθονία</b>	38,3%	41,7%	9,8%	10,2%
<b>Σουηδία</b>	37,8%	44,4%	9,6%	8,2%
<b>Ηνωμένο Βασίλειο</b>	36,9%	45,0%	14,9%	3,3%
<b>Σλοβενία</b>	34,8%	31,5%	16,6%	17,0%
<b>Ελλάδα</b>	<b>33,9%</b>	<b>43,5%</b>	<b>14,7%</b>	<b>7,9%</b>
<b>Ιρλανδία</b>	21,6%	50,9%	21,9%	5,6%
<b>Βέλγιο</b>	18,5%	58,7%	14,4%	8,5%
<b>Πορτογαλία</b>	18,4%	55,9%	20,0%	5,7%
<b>Λουξεμβούργο</b>	17,6%	42,4%	24,6%	15,4%
<b>Σλοβακία</b>	15,3%	63,9%	14,8%	6,0%
<b>Ομάδα Α</b>	75,8%	18,5%	3,9%	1,8%
<b>Ομάδα Β</b>	62,1%	25,0%	9,4%	3,5%
<b>Ομάδα Γ</b>	39,4%	40,4%	13,0%	7,2%

Weighted data

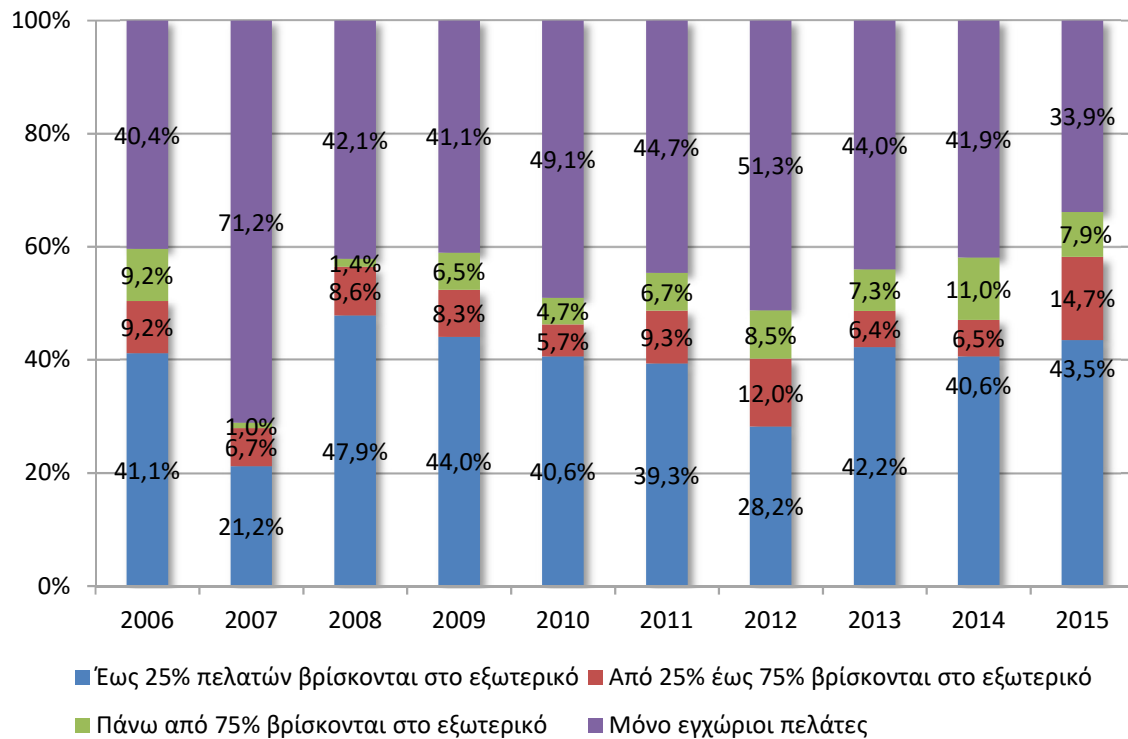
Ομάδα χωρών Α: Χαμηλού κόστους, Ομάδα χωρών Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Ομάδα χωρών Γ: καινοτομίας

\*Αύξουσα ταξινόμηση

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

**Διάγραμμα 1-20: Εξαγωγικός προσανατολισμός νέων επιχειρήσεων**

(% επί των επιχειρηματικών εγχειρημάτων)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Αναλύοντας τα διαχρονικά στοιχεία για την Ελλάδα (Διάγραμμα 1.20,) πάντως δεν μπορεί να μην αναγνωρισθεί το αισιόδοξο γεγονός ότι από το 2012 όταν πάνω από τα μισά νέα εγχειρήματα κατευθύνονταν αποκλειστικά στην εγχώρια αγορά, το 2015 το ποσοστό αυτό πλέον υποχωρεί στο 33,9%. Μάλιστα για πρώτη φορά το ποσοστό όσων εξαγουν πάνω από το 25% του κύκλου εργασιών τους ξεπερνά το 22%. Αυτό σημαίνει ότι ενισχύεται εκτός από την έκταση των εξαγωγών και η έντασή τους, τάση που εφόσον συνεχιστεί δεν μπορεί παρά να αξιολογηθεί θετικά.

## 2 ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ: ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΚΑΙ ΜΗΧΑΝΙΣΜΟΙ

### 2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο αναλύεται το ζήτημα της χρηματοδότησης της επιχειρηματικότητας που βρίσκεται στα αρχικά στάδια, όπως έχει προκύψει από την έρευνα του GEM. Στόχος του παρόντος κεφαλαίου είναι να αποδοθούν οι διεθνείς τάσεις σχετικά με τα εργαλεία χρηματοδότησης που είναι διαθέσιμα στο τυπικό ή/και άτυπο χρηματοδοτικό σύστημα και στη συνέχεια να αναλυθούν τα εμπειρικά στοιχεία για την Ελλάδα σε σύγκριση με τις άλλες χώρες που βρίσκονται στο ίδιο στάδιο οικονομικής ανάπτυξης με αυτήν. Για το λόγο αυτό έχει επιλεγεί η Ελλάδα να συγκρίνεται αφενός με τη μέση ευρωπαϊκή εικόνα – γεωγραφική δηλαδή προσέγγιση ανεξαρτήτως οικονομικού επιπέδου<sup>9</sup> - αφετέρου με την ομάδα των χωρών καινοτομίας (ομάδα Γ) δηλαδή τις χώρες που βασίζουν την ανάπτυξή τους στη συνεχή προώθηση της καινοτομίας (βλ. και προηγούμενα κεφάλαια<sup>10</sup>), ακολουθώντας την ομαδοποίηση που υιοθετεί το World Economic Forum<sup>11</sup>.

Πριν όμως αναλυθούν τα εμπειρικά στοιχεία, στις επόμενες ενότητες παρουσιάζονται οι σύγχρονες εξελίξεις που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα γενικά καθώς και πως συσχετίζονται με την χρηματοδότηση.

#### 2.1.1 ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Η ολοένα και εντεινόμενη παγκοσμιοποίηση, η διάχυση της πληροφορίας μέσα από την ανάπτυξη των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών (ΤΠΕ) και οι νέοι τρόποι επικοινωνίας, κυρίως λόγω των κοινωνικών δικτύων, επηρεάζουν τόσο το είδος, όσο και τα χαρακτηριστικά της νέας επιχειρηματικότητας, ενώ διευκολύνουν ποσοτικά την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας: σήμερα είναι πολύ πιο εύκολη σε σχέση με προηγούμενες δεκαετίες η

<sup>9</sup> Η ταξινόμηση των οικονομιών ανά γεωγραφική περιοχή έχει γίνει με βάση τη σύνθεση των γεωγραφικών περιοχών παγκοσμίως από τα Ηνωμένα Έθνη. Η Ευρώπη περιλαμβάνει τις εξής χώρες (που συμμετέχουν στο GEM προφανώς): Βουλγαρία, Κροατία, Εσθονία, Ουγγαρία, Καζακστάν, Λετονία, ΠΓΔΜ, Πολωνία, Ρουμανία, Βέλγιο, Φινλανδία, Γερμανία, Ελλάδα, Ιρλανδία, Ιταλία, Λουξεμβούργο, Ολλανδία, Νορβηγία, Πορτογαλία, Σλοβακία, Σλοβενία, Ισπανία, Σουηδία, Ελβετία και Ηνωμένο Βασίλειο.

<sup>10</sup> Η ομάδα των χωρών καινοτομίας περιλαμβάνει τις εξής χώρες: Βέλγιο, Φινλανδία, Γερμανία, Ελλάδα, Ιρλανδία, Ιταλία, Λουξεμβούργο, Ολλανδία, Νορβηγία, Πορτογαλία, Σλοβακία, Σλοβενία, Ισπανία, Σουηδία, Ελβετία, Ηνωμένο Βασίλειο, Αυστραλία, Ισραήλ, Νότια Κορέα, Ταϊβάν, Καναδάς και Η.Π.Α.

<sup>11</sup> Σύμφωνα με το World Economic Forum στην Ομάδα αυτή ανήκουν χώρες που εστιάζουν στην ανάπτυξη τους μέσω της καινοτομίας και της γνώσης, με την επιχειρηματικότητά τους να είναι περισσότερο έντασης γνώσης, αν και με διαρκώς αυξανόμενο τομέα των υπηρεσιών.

επιχειρηματική πρωτοβουλία, σε περισσότερες χώρες, ακόμα και σε αυτές που έχουν πρόσφατο ιστορικό ολοκληρωτικών καθεστώτων. Στην τόνωση άλλωστε της επιχειρηματικότητας έχει συμβάλει σε σημαντικό βαθμό η διεύρυνση και η άμεση διάθεση σύγχρονων εργαλείων χρηματοδότησης που πλέον υπάρχουν σε όλες τις οικονομίες, αν και η πρόσφατη οικονομική κρίση έχει επηρεάσει τους αντίστοιχους μηχανισμούς. Τα σύγχρονα χρηματοδοτικά εργαλεία, που θα παρουσιαστούν και στη συνέχεια, εντάσσονται συνήθως στο τυπικό χρηματοπιστωτικό σύστημα, προσφέρουν μεγαλύτερη ευελιξία, προσαρμόζονται σε κάθε οικονομία, και θεωρητικά μπορούν να καλύψουν τις ανάγκες κάθε δυνητικού επιχειρηματία. Η διαθεσιμότητα «σύγχρονων» εργαλείων δε σημαίνει όμως ότι και πιο παραδοσιακές μορφές επιχειρηματικής χρηματοδότησης, όπως είναι η αυτοχρηματοδότηση ή ο δανεισμός από φίλους και οικογενειακά μέλη, δεν εξακολουθούν να υφίστανται, και μάλιστα να τυγχάνουν ευρείας αποδοχής όπως θα διαπιστώσουμε στη συνέχεια. Έτσι, παράλληλα με την ύπαρξη των παραδοσιακών πηγών χρηματοδότησης έχουν αναπτυχθεί και άλλοι μηχανισμοί άντλησης επιχειρηματικών κεφαλαίων, όπως ο peer-to-peer δανεισμός, το crowdfunding, η μικροχρηματοδότηση, και άλλοι πιο εξειδικευμένοι μηχανισμοί δανεισμού. Συνεπώς, υπάρχουν πλέον διαθέσιμα χρηματοδοτικά εργαλεία που προσαρμόζονται στις ανάγκες του κάθε επιχειρηματία για την υλοποίηση νέων επενδύσεων.

Αναλυτικότερα, οι ΤΠΕ έχουν δώσει τη δυνατότητα ανάπτυξης της λεγόμενης ψηφιακής ή νέας οικονομίας, όπου όλα τα επιχειρηματικά κέντρα μπορούν να συνδεθούν μεταξύ τους, να ανταλλάξουν γνώση, ιδέες και να αναδείξουν νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες και τελικά νέες θέσεις απασχόλησης. Η έννοια της «αγοράς» πλέον επαναπροσδιορίζεται και συνδέεται άμεσα με τις κινητές εφαρμογές και τις αντίστοιχες τεχνολογικές εξελίξεις, καθώς και τη διαδικτυακή πρόσβαση σε αγαθά και υπηρεσίες. Οι επιχειρηματίες δημιουργούν πλατφόρμες για να προβάλλουν και να βελτιώσουν τα αγαθά και τις υπηρεσίες τους, αλλά και να συνδέσουν επιχειρήσεις μεταξύ τους. Επιπλέον, έχουν αναπτυχθεί ψηφιακοί χώροι όπου προβάλλονται νέες ευκαιρίες απασχόλησης, αλλά και νέα εργαλεία χρηματοδότησης. Το Διαδίκτυο των Πραγμάτων (Internet of Things) έχει έναν τεράστιο αντίκτυπο στην επιχειρηματική κοινότητα, καθώς διευκολύνει την πρόσβαση στην επιχειρηματική εκπαίδευση, την ανάδειξη των επιχειρηματικών ευκαιριών και συμβάλλει στην πληρέστερη κατανόηση των σύγχρονων αγορών. Έτσι προάγεται η επικοινωνία και η ανταλλαγή πληροφοριών ανάμεσα στους πελάτες και τους επιχειρηματικούς εταίρους, αλλά αναδεικνύονται και νέες πηγές πιθανής χρηματοδότησης.

Στην πραγματικότητα με αυτόν τον τρόπο διευκολύνεται η σχέση πελατών – προμηθευτών, αλλά και η πρόσβαση / πληροφόρηση δυνητικών επενδυτών σε ιδέες και επιχειρηματικές ευκαιρίες, με αποτέλεσμα να λειτουργεί αποδοτικότερα η «ορθολογική κατανομή των πόρων», βασικό ζητούμενο σε ένα οικονομικό σύστημα. Η ανάπτυξη σύγχρονων εργαλείων αναζήτησης, συνέβαλαν σημαντικά στην καλύτερη ενημέρωση και των ίδιων των



επιχειρηματιών, γεγονός που τους παρέχει άμεσα τη δυνατότητα αξιολόγησης επενδυτικών ευκαιριών που είναι διαθέσιμες όχι μόνο στο εγχώριο επιχειρηματικό οικοσύστημα, αλλά και σε διεθνή ορίζοντα. Άλλωστε οι επιχειρηματικές ιδέες που «ανθίζουν» σε μια οικονομία μπορούν να ευδοκιμήσουν και σε ένα άλλο οικοσύστημα, ενώ τα άτομα με δεξιότητες και γνώσεις μετακινούνται σε περιοχές όπου αξιοποιούνται και επιβραβεύονται καλύτερα, εφόσον αναγνωρίζεται η επιχειρηματική τους ικανότητα. Τελικά η παγκοσμιοποίηση έχει ως συνέπεια την αλλαγή από την - καθιερωμένη μέχρι πρόσφατα - νοοτροπία του «ζείτε εκεί όπου γεννηθήκατε» σε μια κουλτούρα που προωθεί τη δημιουργία και τις νέες ευκαιρίες σε όποιο σημείο του πλανήτη αυτές εμφανίζονται.

Ωστόσο, στην άνθηση της επιχειρηματικότητας συμβάλλει πέραν της τεχνολογίας και ένας σημαντικός αριθμός κοινωνικών και δημογραφικών παραγόντων. Έτσι για παράδειγμα σημαντικός κοινωνικός παράγοντας στην ενίσχυση της επιχειρηματικής δραστηριότητας αποτελούν οι λεγόμενοι «millennials», δηλαδή νέοι άνθρωποι που στην τρέχουσα χρονική περίοδο βγαίνουν στην αγορά εργασίας. Οι Millennials αναζητούν εργασία σε μια εποχή όμως που η παγκόσμια οικονομική κρίση έχει επιδεινώσει την εύρεση εργασίας όπως δείχνουν και τα υψηλά ποσοστά ανεργίας των νέων. Συγκεκριμένα, τα ποσοστά ανεργίας των νέων ξεπερνούν κατά μέσο όρο το 13%, σχεδόν τρεις φορές υψηλότερο από το ποσοστό ανεργίας των ενηλίκων, σε παγκόσμιο επίπεδο<sup>12</sup>. Ακόμα πιο απαισιόδοξες όμως είναι οι μεσοπρόθεσμες προβλέψεις, καθώς σύμφωνα με το ILO, μεταξύ 2014 και 2019, η ανεργία των νέων θα αυξηθεί έως και 8% σε ορισμένα μέρη της Ευρώπης, της Νότιας Αμερικής και της Αφρικής. Ήδη στην Ελλάδα το ποσοστό ανεργίας των νέων αγγίζει το 50% το 2015, όταν στο σύνολο της χώρας ανέρχεται σε 25,1%. Πολλοί νέοι / νέες ως εκ τούτου, ενδέχεται να στραφούν στη δημιουργία επιχειρήσεων, καθώς η εύρεση θέσης εργασίας αποδεικνύεται δύσκολη υπόθεση.

Ταυτόχρονα, αυξάνεται και ο αριθμός των ατόμων στην ηλικιακή ομάδα των 60+ που δεν αποσύρονται από την ενεργό επαγγελματική δράση, είτε επειδή επιθυμούν να εξακολουθήσουν να εργάζονται, είτε επειδή χρειάζονται το εισόδημα αυτό σε αντίστιξη με μία μικρότερη σύνταξη. Αυτό το γεγονός καθιστά ακόμα πιο δύσκολη την εύρεση εργασίας για τους πιο νέους. Επιπλέον, τα άτομα αυτής της ηλικιακής ομάδας κατέχουν – κατά κανόνα - δεξιότητες και γνώσεις που αποκτώνται από την πλούσια εργασιακή τους εμπειρία, με αποτέλεσμα να έχουν συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των νέων. Συνεπώς, πολλοί είναι οι νέοι που θα στραφούν στην επιχειρηματικότητα για να εξασφαλίσουν εισόδημα, ακόμα και αν αυτό γίνεται από ανάγκη και όχι λόγω του εντοπισμού και αξιοποίησης μιας ευκαιρίας.

---

<sup>12</sup> ILO World Employment and Social Outlook (WESO) Report 2015

Τέλος, η ανάπτυξη νέων χρηματοοικονομικών εργαλείων πραγματοποιήθηκε και στο πλαίσιο της ανάγκης υιοθέτησης νέων πολιτικών και επιχειρηματικών μοντέλων εξαιτίας της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης. Έτσι λοιπόν, στον απόηχο της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, πολλές οικονομίες προσπαθούν να εφαρμόσουν νέες στρατηγικές για την ενίσχυση της απασχόλησης, βελτιώνοντας την ποιότητα των θέσεων εργασίας και συμβάλλοντας στην αντιμετώπιση της εισοδηματικών ανισοτήτων. Οι περισσότερες κυβερνήσεις αναγνωρίζουν άλλωστε τα οφέλη, -κοινωνικά και οικονομικά-, της επιχειρηματικότητας, όσον αφορά κυρίως στη δημιουργία θέσεων εργασίας, αλλά και στη συμβολή της στην ανάπτυξη της οικονομίας. Γι' αυτό και γενικά οι εφαρμοζόμενες οικονομικές πολιτικές προσπαθούν να αντισταθμίσουν τις επιπτώσεις της παγκόσμιας ύφεσης, π.χ. με χαμηλά επιτόκια, που ενθαρρύνουν την χρηματοδότηση, και κατ' επέκτασιν ενισχύουν τις επενδύσεις, έτσι ώστε οι επιχειρηματίες να δραστηριοποιούνται όλο και πιο ενεργά στην αγορά με νέα αγαθά και υπηρεσίες.

## **2.2 ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ**

Η επιχειρηματική χρηματοδότηση μπορεί να έχει εξελιχθεί σημαντικά την τελευταία δεκαετία, ωστόσο πολλά από τα προηγούμενα μοντέλα και μηχανισμοί παραμένουν ενεργά ακόμα και σήμερα. Οι παραδοσιακοί τρόποι χρηματοδότησης μιας επιχείρησης κυρίως αφορούν άτυπους επενδυτές, δηλαδή άντληση κεφαλαίων από φίλους, οικογενειακά μέλη και συναδέλφους, ή από κεφάλαια που διαθέτουν οι ίδιοι οι εν δυνάμει επιχειρηματίες. Από την άλλη, τα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (Venture Capital) συνεχίζουν να συνδράμουν σε μεγάλες επενδύσεις και κυρίως σε επιχειρήσεις με σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης, με το μεγαλύτερο ποσοστό όμως αυτών να εξακολουθεί να επενδύει σε μεγάλο βαθμό στις ανεπτυγμένες οικονομίες. Από την άλλη, νεότερα μοντέλα χρηματοδότησης, συμπεριλαμβανομένων των αγγέλων επενδυτών (business angels), της μικροχρηματοδότησης (microfinance), και των επιχειρηματικών επιταχυντών (accelerators), έχουν ωριμάσει σημαντικά κατά την τελευταία 10ετία και αρχίζουν να λειτουργούν πιο αποδοτικά. Επίσης, ένα από τα πιο δημοφιλή εσχάτως εναλλακτικά εργαλεία χρηματοδότησης είναι και το crowdfunding (πληθοπορισμός), στο οποίο και γίνεται αναφορά στη συνέχεια.

---

### **2.2.1 ΑΤΥΠΟΙ ΕΠΕΝΔΥΤΕΣ**

Όπως έχουν δείξει οι περισσότερες εθνικές εκθέσεις του GEM τα τελευταία χρόνια, η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας μέσω της άτυπης επένδυσης – δηλαδή μέσω φίλων, μελών της οικογένειας αλλά και συναδέλφων - είναι τεράστια. Οι επιχειρηματίες χρησιμοποιούν

πολύ συχνά δανειακά κεφάλαια από φίλους, οικογενειακά μέλη και συναδέλφους, καθώς σε αρκετές περιπτώσεις δεν είναι εύκολο να εξασφαλίσουν επίσημη χρηματοδότηση μέσω κάποιου Venture Capital ή άλλης εξωτερικής πηγής χρηματοδότησης. Στην περίπτωση της άτυπης χρηματοδότησης, οι επιχειρηματίες μπορούν να παρέχουν σε φίλους ή σε μέλη της οικογένειάς τους, μερίδιο ιδίων κεφαλαίων ή να τους παρέχουν τη δυνατότητα να ελέγχουν σε ένα βαθμό τη συμμετοχή τους στην επιχείρηση, ως μια μορφή αποπληρωμής των δανειακών κεφαλαίων. Ωστόσο, αυτό το είδος της χρηματοδότησης μπορεί να θέσει τον επιχειρηματία σε δύσκολη θέση απέναντι στα μέλη της οικογένειάς του ή τους φίλους του, καθώς αυτοί είναι πιθανόν να αναμένουν να διαδραματίσουν σημαντικότερο ρόλο στην εταιρεία σε σύγκριση με αυτό που αποδίδει ο επιχειρηματίας ως αντάλλαγμα για τις επενδύσεις τους<sup>13</sup>. Επιπροσθέτως αυτού του τύπου οι επενδύσεις ενέχουν και μία μορφή οικονομικού ανορθολογισμού, καθώς η απόφαση επένδυσης δε βασίζεται – κατά κανόνα - σε κάποια δομημένη μορφή ελέγχου, αξιοπιστίας ή αποδοτικότητας (τυπικό κίνητρο επένδυσης), αλλά περισσότερο σε συναισθηματικά κίνητρα. Έτσι, οι επενδύσεις μέσω φίλων, οικογένειας, και συναδέλφων έχουν ήδη αρχίσει σε ένα βαθμό να μεταλλάσσονται σε νέες μορφές χρηματοδότησης, κυρίως στη μορφή του online crowdfunding. Έτσι λοιπόν, στην εποχή της μαζικής άνθισης των κοινωνικών δικτύων, χρηματοδοτικά εργαλεία, όπως το crowdfunding, που μπορούν εύκολα και άμεσα να αξιοποιηθούν από τους επιχειρηματίες, είναι πιθανό να γίνονται όλο πιο δημοφιλή (βλ. και παρακάτω).

---

### 2.2.2 ΔΗΜΟΣΙΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ

Με την έννοια της δημόσιας χρηματοδότησης εννοούμε την «περιστασιακή» χρηματοδότηση μιας επιχειρηματικής πρωτοβουλίας κατά την οποία δυνητικοί επιχειρηματίες μπορούν να λάβουν ποσά κεφαλαίου μέσω επιχορήγησης ή δανείου από έναν κυβερνητικό φορέα ή από μη κερδοσκοπικούς φορείς όπως ΜΚΟ, ερευνητικά ιδρύματα ή πανεπιστήμια. Οι φορείς που παρέχουν το κεφάλαιο μέσω της επιδότησης ή του δανείου έχουν ως σκοπό την τόνωση της επιχειρηματικότητας, και πιθανόν κάποιο συμφέρον στην προώθηση προϊόντων/υπηρεσιών, κυρίως σε νέους τομείς με σημαντικές προοπτικές εξέλιξης και ανάπτυξης. Ορισμένοι νέοι επιχειρηματικοί τομείς με σημαντικές προοπτικές εξέλιξης, π.χ., όπως η τηλεϊατρική, η τεχνολογία, τα πληροφορικά συστήματα ή η παραγωγή ενέργειας, έχουν αρκετά υψηλό κόστος έναρξης επιχειρήσεων και απαιτούν κεφαλαιακές επενδύσεις υψηλού ρίσκου. Αυτό τις καθιστά μη ελκυστικές σε αμιγώς ιδιώτες επενδυτές. Συνεπώς, επιχειρήσεις σε αυτούς τους τομείς αντλούν (ή πρέπει να στραφούν για να αντλήσουν) κεφάλαια μέσω της δημόσιας χρηματοδότησης. Σε αντάλλαγμα, για αυτά τα κεφάλαια κίνησης, οι επιχειρηματίες

---

<sup>13</sup> Gregson, 2014

καλούνται συνήθως να αποδώσουν ένα μερίδιο δικαιωμάτων χρήσης ή δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας στον φορέα ή ίδρυμα χρηματοδότησης<sup>14</sup>. Την τελευταία 10ετία μάλιστα είναι ολοένα και πιο έντονη η παρουσία κυβερνητικών φορέων σε αντίστοιχα επενδυτικά σχήματα, ενισχύοντας την επιχειρηματικότητα και δίνοντας τελικά ευκαιρίες σε νέους ανθρώπους να υλοποιήσουν τις καινοτόμες ιδέες τους σε νέους τομείς, ακόμα και σε δραστηριότητες υψηλού ρίσκου. Μάλιστα σύμφωνα με σχετική έρευνα σε 20 αναπτυσσόμενες και αναπτυσσόμενες οικονομίες<sup>15</sup>, κλάδοι που συγκεντρώνουν αρκετή δημόσια χρηματοδότηση τείνουν να προσελκύουν τελικά και μεγάλη ιδιωτική χρηματοδότηση, ενώ είναι αυτοί όπου καταγράφεται και μεγάλος όγκος initial public offerings (IPOs), δηλαδή εγγραφές σε χρηματιστηριακές αγορές, αλλά και αυξημένη κινητικότητα σε όρους εξαγορών και συγχωνεύσεων.

---

### 2.2.3 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΙ ΕΠΙΤΑΧΥΝΤΕΣ (BUSINESS ACCELERATORS)

Το μοντέλο της «επιτάχυνσης» της επιχειρηματικής χρηματοδότησης έχει καταστεί πολύ δημοφιλές στις ΗΠΑ και έχει αρχίσει να εξαπλώνεται σταδιακά και στον υπόλοιπο κόσμο. Αν και είναι ένα σχετικά πρόσφατο φαινόμενο, το μοντέλο δανείζεται στοιχεία από το πιο εδραιωμένο μοντέλο της «θερμοκοιτίδας» ή του εκκολαπτηρίου, σύμφωνα με τον οποίο ένας οργανισμός (ιδιωτικός ή δημόσιος) παρέχει στους επιχειρηματίες κάποια χρηματοδότηση, αλλά περισσότερο παρέχει επιχειρηματική καθοδήγηση και υποδομές για μια χρονική διάρκεια συνήθως από ένα έως πέντε έτη. Τέτοιου είδους προγράμματα, «επιταχύνουν» αυτή τη διαδικασία σε τρεις με έξι μήνες, δίνοντας μεγαλύτερη έμφαση στη δικτύωση των επιχειρηματιών με δυνητικούς επενδυτές ή/και άλλες επιτυχημένες εταιρείες. Γενικά κατά τη διάρκεια του προγράμματος γίνεται μια προσπάθεια εντατικής προσέλκυσης επενδυτικού ενδιαφέροντος και εξασφάλισης περισσότερων κεφαλαίων χρηματοδότησης για την επιχείρηση που συμμετέχει στο πρόγραμμα. Σε αντάλλαγμα, οι επιχειρηματίες συνήθως δίνουν στους χορηγούς ένα μικρό ποσό μετοχικής συμμετοχής (από 6% έως 10%)<sup>16</sup>.

---

### 2.2.4 ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ (VENTURE CAPITAL)

Τα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (Venture Capital) αποτελούν ίσως την πιο διαδεδομένη – ειδικά τις δύο τελευταίες δεκαετίες - μορφή χρηματοδότησης επιχειρηματικών σχεδίων με δυνητικά υψηλές αποδόσεις, αλλά και ρίσκο. Ωστόσο, ο όρος Venture Capital πολύ συχνά χρησιμοποιείται για να δηλώσει ένα ταμείο επιχειρηματικού

---

<sup>14</sup> Bussgang, 2014

<sup>15</sup> Brander, Du, και Hellman (2014)

<sup>16</sup> Brookings, 2016

κεφαλαίου, που διοικείται από ένα άτομο ή ένα σύνολο φορέων λήψης επενδυτικών αποφάσεων, το οποίο χρησιμοποιεί τα χρήματα επενδυτών για τη χρηματοδότηση επιχειρήσεων με υψηλές αποδόσεις. Οι υψηλές αποδόσεις αποτελούν τον βασικό λόγο που προκαλεί το ενδιαφέρον των επενδυτών. Οι επιχειρήσεις που αντλούν κεφάλαια από Venture Capital τείνουν να δραστηριοποιούνται σε τομείς στους οποίους οι εταίροι έχουν κάποια εμπειρία, είτε σχετική με τον τομέα δραστηριοποίησης της επιχείρησης, είτε σχετικά με την τοποθεσία όπου δραστηριοποιείται η επιχείρηση. Αν και οι επενδυτές των Venture Capital παρακολουθούν την επιχείρηση από την έναρξη της, οι περισσότερες επενδύσεις μέσω Venture Capital γίνονται σε μεταγενέστερο στάδιο, όταν οι επιχειρήσεις βρίσκονται πλέον σε φάση ανάπτυξης. Αυτό σημαίνει ότι τα Venture Capitals τελικά αποτελούν συνήθως χρηματοδότες δεύτερης φάσης και αντιδιαστέλλονται από το κεφάλαιο σποράς (seed capital) που μπορεί να δοθεί από διάφορους φορείς σε προγενέστερο στάδιο. Η μεγάλη προβολή της χρηματοδότησης μέσω VCs στον επιχειρηματικό κόσμο, ωστόσο, αρκετές φορές δρα παραπλανητικά στους επιχειρηματίες σχετικά με το ρόλο και το μέγεθος αυτών<sup>17</sup>. Πράγματι τα VCs κάνουν συχνά σημαντικές επενδύσεις, που κυμαίνονται από \$250.000 μέχρι και \$100 εκατ., επιδιώκοντας όμως απόδοση έως και 10 φορές την επένδυσή τους, μέσω της εισόδου σε χρηματιστηριακή αγορά ή μέσω κάποιας εξαγοράς<sup>18</sup>. Αυτό όμως πρακτικά καθιστά δύσκολη τη χρηματοδότηση μιας μικρής επιχείρησης. Επιπλέον, σε αντάλλαγμα για τις επενδύσεις τους, τα Venture Capital συνήθως αναμένουν ένα 20 έως 30 % (ή ακόμα μεγαλύτερο) μερίδιο των ιδίων κεφαλαίων ιδιοκτησίας από οποιαδήποτε χρηματοδοτούμενη εταιρεία<sup>19</sup>.

---

### 2.2.5 ΕΠΕΝΔΥΤΕΣ ΑΓΓΕΛΟΙ (BUSINESS ANGELS)

Οι «επενδυτές άγγελοι» είναι άτομα με οικονομική ευρωστία, που επενδύουν σε υψηλής ποιότητας επιχειρηματικές δραστηριότητες, με αντάλλαγμα ένα μερίδιο ιδίων κεφαλαίων. Οι επενδυτές αυτοί είναι συνήθως άτομα που μπορούν να αξιολογούν επενδύσεις και να επενδύσουν τελικά είτε μεμονωμένα, είτε σε ομάδες, χωρίς απαραίτητα να ανήκουν σε ένα κοινό ταμείο. Συχνά, πρόκειται για εξαιρετικά εύπορους ιδιώτες, οι οποίοι έχουν ήδη δικές τους κερδοφόρες επιχειρήσεις και επιθυμούν να μοιραστούν δεξιότητες και γνώσεις με νέους επιχειρηματίες. Ουσιαστικά, αυτή η μορφή χρηματοδότησης αποτελεί μια εναλλακτική στρατηγική επένδυσης για τους νέους επιχειρηματίες, και κυρίως αφορά επιχειρηματίες που

---

<sup>17</sup> Για παράδειγμα, μόνο το 0,16% των μικρών επιχειρήσεων που ξεκίνησε στις ΗΠΑ λαμβάνουν χρηματοδότηση από VC (Gregson, 2014). Επιπλέον, ο μέσος όρος ηλικίας των επιχειρήσεων που λαμβάνουν αυτού του είδους τη χρηματοδότηση είναι τέσσερα έτη (Small Business Association, 2013), ενώ οι start-up επιχειρήσεις σπάνια λαμβάνουν χρηματοδότηση από VC.

<sup>18</sup> Gregson, 2014

<sup>19</sup> Bussgang, 2014

δεν μπορούν να εξασφαλίσουν χρηματοδότηση από επίσημη πηγή π.χ. τράπεζες. Μπορεί οι επενδυτές αυτού του τύπου να προσομοιάζουν με τα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (Venture Capital), ωστόσο, η ουσιώδης διαφορά έγκειται στο ότι μεμονωμένα άτομα μπορούν να χρηματοδοτήσουν επενδύσεις χωρίς να ανήκουν αλλά ούτε και να ενεργούν εξ ονόματος μιας ομάδας επενδυτών ή ενός επιχειρηματικού ταμείου. Έτσι οι «άγγελοι» επενδυτές μπορούν να επενδύσουν σε ένα ευρύτερο φάσμα επιχειρήσεων που μπορεί να βρίσκεται στην αρχική φάση ανάπτυξης ή ακόμα και να μην αποδίδει υψηλά κέρδη, όπως κατά κανόνα αναμένεται από τα Venture Capital. Το χαρακτηριστικό αυτό καθιστά το συγκεκριμένο είδος επενδυτών πιο δημοφιλές, καθώς μπορεί να χρηματοδοτήσει ένα επιχειρηματικό σχέδιο σε όλο το στάδιο ανάπτυξης του, αλλά μόνο στα αρχικά στάδια ανάπτυξης ως γέφυρα για επίσημη χρηματοδότηση μέσω επιχειρηματικών κεφαλαίων (Venture Capital) σε μεταγενέστερο στάδιο. Τέλος, οι επενδυτές αυτοί μπορούν να συνθέτουν και ένα δίκτυο angels επενδυτών (BAN) και να μοιράζονται τους πόρους με άλλους επενδυτές.

---

## 2.2.6 ΜΙΚΡΟΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ (MICROFINANCING)

Η μικροχρηματοδότηση ως πηγή άντλησης κεφαλαίων μπορεί να θεωρείται σχετικά παραδοσιακή, ωστόσο, αποτελεί ακόμα σημαντική πηγή χρηματοδότησης επιχειρήσεων αρχικών σταδίων, κυρίως σε αναπτυσσόμενες οικονομίες. Σύμφωνα με το υφιστάμενο μοντέλο, μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα οργανισμοί αλλά και κρατικοί φορείς προσφέρουν δάνεια χωρίς εξασφάλιση (collateral) σε δυνητικούς επιχειρηματίες που διαφορετικά δεν θα είχαν καμία πρόσβαση σε χρηματοδότηση<sup>20</sup>. Αυτή η μορφή χρηματοδότησης αποτελεί λύση για την παροχή ευκαιριών χρηματοδότησης για τους επιχειρηματίες κυρίως σε χώρες όπου οι πιστωτές είναι απρόθυμοι να παράσχουν κεφάλαια σε επιχειρηματίες χωρίς εμπράγματα εξασφαλίσεις, με αποτέλεσμα να μην έχουν τη δυνατότητα να χρηματοδοτήσουν κάποια ιδέα τους.

---

## 2.2.7 ΠΛΑΤΦΟΡΜΕΣ ΔΑΝΕΙΣΜΟΥ (PEER TO PEER LENDING)

Ο Peer-to-peer (P2P) δανεισμός είναι ένα πιο σύγχρονο μοντέλο χρηματοδότησης με χαρακτηριστικά παρόμοια με τη μικροχρηματοδότηση. Το μοντέλο προσφέρει σε επιχειρηματίες με περιορισμένη πρόσβαση στις παραδοσιακές μορφές χρηματοδότησης την

---

<sup>20</sup> Η πιο γνωστή διεθνώς περίπτωση είναι η Grammen Bank που ιδρύθηκε στο Μπαγκλαντές από τον M.Yunus το 1983, με το Grammen Foundation που από το 1997 στοχεύει αποκλειστικά στους πιο «φτωχούς από τους φτωχούς» και δραστηριοποιείται ήδη σε 40 χώρες. Τα τελευταία χρόνια στην ίδια κατεύθυνση κινείται και το Ίδρυμα Bill & Melinda Gates.

ευκαιρία να τους χορηγηθούν μη εξασφαλισμένα δάνεια σε σύντομο χρονικό διάστημα. Η διαφορά τους σε σχέση με την μικροχρηματοδότηση έγκειται στο γεγονός ότι οι P2P δάνεια επικεντρώνονται αποκλειστικά στην κερδοφορία, και περιλαμβάνουν μια πιο αυστηρή διαδικασία ελέγχου με βάση την πιστωτική ικανότητα του επιχειρηματία-παραλήπτη. Τα δάνεια αναμένεται να αποπληρωθούν με τόκο σε σχετικά σύντομο χρονικό διάστημα, ενώ η παραχώρηση μετοχών ή άλλων δικαιωμάτων επί της επιχείρησης δεν προβλέπεται. Επειδή αυτό το μοντέλο ευνοεί τα άτομα με μια ισχυρή πιστοληπτική ικανότητα, είναι περισσότερο διαδεδομένο σε ανεπτυγμένες χώρες, αν και σταδιακά εξαπλώνεται και στις αναπτυσσόμενες χώρες<sup>21</sup>. Η χρηματοδότηση μέσω P2P δανεισμού πάντως έχει ακόμα μάλλον μικρή αποδοχή στην επιχειρηματική δραστηριότητα σε σύγκριση με άλλα μοντέλα.

---

### 2.2.8 ΠΛΗΘΟΠΟΡΙΣΜΟΣ (CROWDFUNDING)

Το Crowdfunding (ή πληθοπορισμός σε μία πρώτη απόδοση στα ελληνικά) αποτελεί ένα νέο μοντέλο επιχειρηματικής χρηματοδότησης, παρόμοιο - σε γενικές γραμμές - με τη μικροχρηματοδότηση και με τον P2P δανεισμό. Σε αυτό μοντέλο, οι επιχειρηματίες παρουσιάζουν τα έργα τους σε μελλοντικούς πιστωτές μέσω μιας ηλεκτρονικής πλατφόρμας, με στόχο την άντληση χρηματοδότησης για την υλοποίηση του έργου τους. Σημαντικό πλεονέκτημα της μεθόδου αυτής αποτελεί η ευελιξία αναφορικά με το πώς οι επιχειρηματίες μπορούν να διαθέσουν τα κεφάλαια που λαμβάνουν για να υλοποιήσουν τα σχέδιά τους, αλλά και για τον τρόπο αποζημίωσης των πιστωτών μέσα από τις αποδόσεις των επενδύσεων τους. Συγκεκριμένα, οι επιχειρηματίες μπορούν να επιλέξουν να αποπληρώσουν τα κεφάλαια που άντλησαν με δύο τρόπους. Στην πρώτη περίπτωση αποζημίωσης, (μοντέλο «όλα ή τίποτα»), ο επιχειρηματίας επιστρέφει τα χρήματα των επενδυτών στο ακέραιο, εκτός αν οι πιστωτές λάβουν τις αποδόσεις που προβλέπονταν αρχικά βάσει της επένδυσης τους. Στην δεύτερη περίπτωση (μοντέλο «κρατάς ό, τι παίρνεις»), οι επιχειρηματίες δεσμεύουν όλα τα χρήματα που έχουν πάρει, ανεξάρτητα από το αν υλοποιείται ή όχι ο στόχος τους. Ωστόσο, το μοντέλο «όλα ή τίποτα» κυρίως αποβλέπει στο να προσελκύσει περισσότερους επενδυτές και περισσότερα κεφάλαια<sup>22</sup>. Οι επιχειρηματίες πρέπει να αποφασίσουν πώς θα αποζημιώσουν τους επενδυτές τους: μέσω των χρηματικών ανταμοιβών ή καταβολής μεριδίου από τα ίδια κεφάλαια.

---

<sup>21</sup> Xusheng, 2014

<sup>22</sup> Wash και Solomon, 2014

## 2.3 ΕΜΠΕΙΡΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Στην παρακάτω ενότητα παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας του GEM που αφορά στη χρηματοδότηση επιχειρήσεων αρχικών σταδίων στις χώρες όπου τρέχει το πρόγραμμα, εστιάζοντας κυρίως στο αρχικό κεφάλαιο που απαιτείται για την έναρξη ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος καθώς επίσης και τις εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης. Στην ανάλυση που ακολουθεί έχουμε προφανώς επικεντρωθεί στην Ελλάδα, συγκριτικά όμως και με την υπόλοιπη Ευρώπη και βεβαίως τις σε επιλεγμένες χώρες καινοτομίας (η ομάδα Γ).

### 2.3.1 ΥΨΟΣ ΚΑΙ ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ

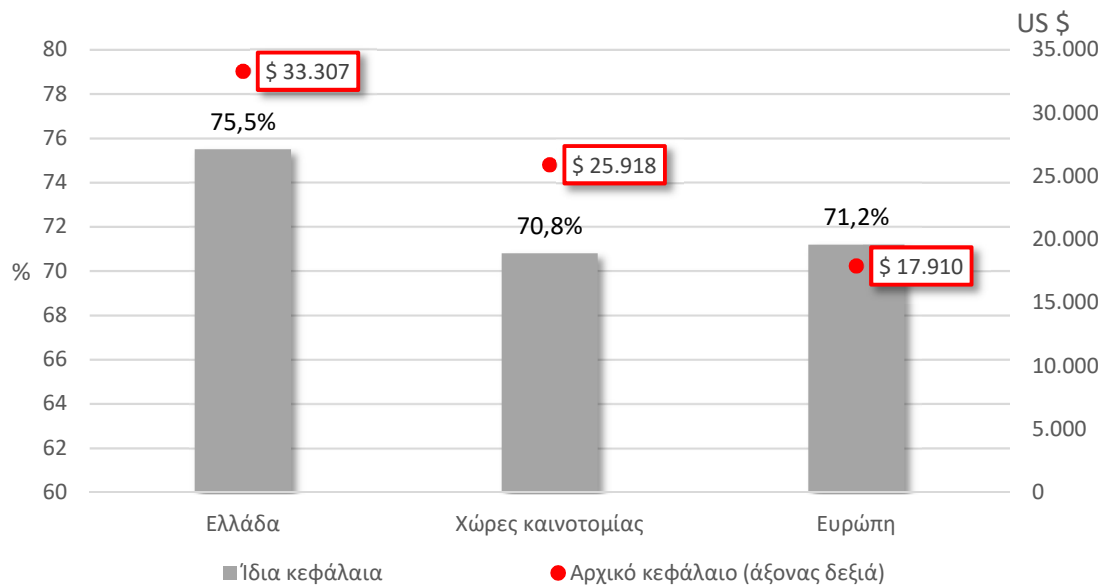
Το πρωταρχικό στοιχείο που ενδιαφέρει στο ζήτημα της χρηματοδότησης νέων εγχειρημάτων σε μια χώρα δεν μπορεί παρά να είναι το «πόσο αυτά κοστίζουν», δηλαδή ποιο είναι το αρχικό κεφάλαιο που είναι απαραίτητο για να ξεκινήσουν τα νέα εγχειρήματα.<sup>23</sup>

Σε παγκόσμιο λοιπόν επίπεδο η (διάμεσος) χρηματοδότηση ανέρχεται στα \$13.000. Ωστόσο το χρηματικό ποσό που απαιτείται στην Ελλάδα για να ξεκινήσει μια επιχείρηση ανέρχεται σε \$33.307 (περίπου 30.000€), ποσό δηλαδή ιδιαίτερα υψηλό σε σύγκριση με αυτό της Ευρώπης, που αγγίζει μόλις τα \$17.910, ενώ ακόμα και στις χώρες υψηλού εισοδήματος το ποσό δεν ξεπερνά τις \$26.000. Άρα **στην Ελλάδα το ποσό είναι διπλάσιο σε σύγκριση με τις χώρες καινοτομίας και κατά 29% υψηλότερο σε σχέση με αυτό της Ευρώπης (Διάγραμμα 2.1)**. Εντός των χωρών της Ευρώπης, το υψηλότερο ποσό που απαιτείται για έναρξη επιχείρησης καταγράφεται στην Ιταλία και ξεπερνά τα 55 χιλιάδες \$ και στην Ελβετία (\$54.351). Στον αντίποδα, το χαμηλότερο ποσό εντοπίζεται στην Εσθονία με μόλις \$567. Όσον αφορά τις χώρες υψηλού εισοδήματος, το υψηλότερο ποσό που απαιτείται για έναρξη επιχείρησης παρατηρείται στην Κορέα με \$88.500 και το χαμηλότερο σε Σλοβακία και Σλοβενία με περίπου \$11.000 (ΠΙΝΑΚΑΣ 1.1 και 1.2 Παρατήματος).

<sup>23</sup> Λόγω της μεγάλης διακύμανσης που έχει ο μέσος όρος στις χώρες που συμμετέχουν στον πρόγραμμα χρησιμοποιούμε ως πιο κατάλληλο περιγραφικό μέτρο τάσης τη διάμεσο (Median), δηλαδή τη τιμή κάτω ή πάνω από την οποία βρίσκονται οι μισές παρατηρήσεις μιας σειράς δεδομένων.



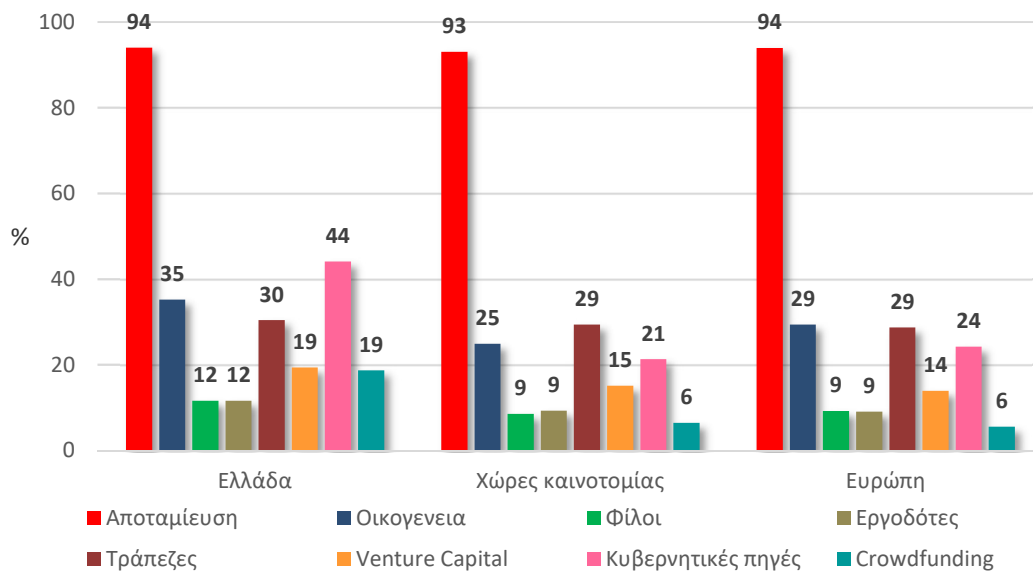
### Διάγραμμα 2-1: Αρχικό κεφάλαιο που απαιτείται για την έναρξη επιχείρησης και %ίδιων κεφαλαίων



Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2015

Ποια είναι όμως η πηγή προέλευσης αυτών των χρημάτων; Όπως φαίνεται από το Διάγραμμα 2.2 σχεδόν όλοι οι εν δυνάμει επιχειρηματίες σε όλες τις χώρες πρέπει να βάλουν έστω ένα μέρος από δικά τους χρήματα. Έτσι στην Ελλάδα το 94% των επιχειρηματιών έχει χρησιμοποιήσει και δικά του χρήματα για να ξεκινήσει την επιχείρησή του, όσο περίπου είναι και ο μέσος όρος στις χώρες καινοτομίας<sup>24</sup>. Επιπροσθέτως, σε ότι αφορά το ύψος αυτών των πόρων, διαπιστώνεται ότι στην Ελλάδα, ο δυνητικός επιχειρηματίας χρειάστηκε να καταβάλει τα  $\frac{3}{4}$  του συνολικού ύψους της επένδυσης (75,5%). Το ποσοστό αυτό είναι κοντά μεν, αλλά υψηλότερο από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο και το μέσο όρο των χωρών της καινοτομίας (71%). Αν μάλιστα ληφθεί υπόψη ότι τα μισά εγχειρήματα του 2015 απαιτήσαν πάνω από 30.000€, σημαίνει ότι οι Έλληνες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων έπρεπε τελικά να καταβάλουν σημαντικού ύψους πόρους από την προσωπική τους περιουσία για να ξεκινήσουν την επιχείρησή τους.

<sup>24</sup> Στοιχείο έκπληξης είναι εδώ μάλλον το 6% που ξεκίνησε μια επιχείρηση χωρίς να βάλει ούτε ένα ευρώ από δικά του χρήματα.

**Διάγραμμα 2-2: Πηγές χρηματοδότησης επιχείρησης αρχικών σταδίων, 2015***% επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων*

Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2015

Από εκεί και πέρα στις άλλες πηγές χρηματοδότησης, διαπιστώνεται η ευρεία χρήση - τουλάχιστον κατά το 2015 - κυβερνητικών προγραμμάτων, καθώς 44% των Ελλήνων επιχειρηματιών αξιοποίησαν αυτή την πηγή χρηματοδότησης, έναντι μόλις 24% στην Ευρώπη και 21% στις χώρες καινοτομίας. Αυτό συνδέεται σίγουρα με την ωρίμανση διαρθρωτικών πόρων από το ΕΣΠΑ αυτήν την περίοδο (για υποστήριξη νεοφυούς επιχειρηματικότητας). Σε ότι αφορά τον παραδοσιακό τραπεζικό δανεισμό η Ελλάδα δεν διαφοροποιείται σε σχέση με τις χώρες καινοτομίας και την Ευρώπη σε ότι αφορά την έκταση της χρησιμοποίησής του, καθώς περίπου 30% έχουν αξιοποιήσει και αυτό το κανάλι χρηματοδότησης. Όπως έχει άλλωστε παρατηρηθεί διαχρονικά στην Ελλάδα ο ρόλος της οικογένειας και των φίλων είναι επίσης ενισχυμένος, καθώς ένα 35% αξιοποίησαν οικονομικούς πόρους από την οικογένεια, έναντι 24% στις χώρες καινοτομίας. Επίσης, αρκετά υψηλό ποσοστό φαίνεται να χρησιμοποίησε στην Ελλάδα τη μέθοδο του crowd funding, γεγονός που και πάλι συνδέεται με την πρόσφατη εμφάνιση αυτής της εναλλακτικής και άρα τουλάχιστον μιας πρόσκαιρης δημοφιλίας. Το γενικό χαρακτηριστικό της μορφής χρηματοδότησης στην Ελλάδα είναι επομένως ένας κατακερματισμός από διάφορες πηγές (ή και πολυσυλλεκτικότητα), καθώς φαίνεται να γίνεται μια κατανομή του ρίσκου, η οποία δεν μπορεί να θεωρηθεί παράλογη, λαμβάνοντας υπόψη το δυσμενές χρηματοδοτικό περιβάλλον το οποίο έχει διαμορφωθεί στη χώρα.

Εξετάζοντας δε τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων θα πρέπει να παρατηρηθεί ότι σε σχέση με το φύλο, σχεδόν σε όλες τις χώρες του κόσμου,

ανεξαρτήτως επιπέδου οικονομικής ανάπτυξης, υπάρχει ένα χάσμα μεταξύ ανδρών και γυναικών, καθώς πάντα η επιχείρηση που ξεκινά από γυναίκα απαιτεί μικρότερο ποσό έναρξης. Αυτό σίγουρα θα συνδέεται και με το είδος της επιχείρησης, καθώς στις περισσότερες περιπτώσεις αφορά σε δραστηριότητες σχετικές με προϊόντα / υπηρεσίες προς τον καταναλωτή (λιανικό εμπόριο), που κατά κανόνα απαιτούν λιγότερα κεφάλαια κατά την έναρξη. Μία ερμηνεία για το γεγονός ότι σε όλες τις χώρες οι γυναίκες φαίνεται να κατευθύνονται σε λιγότερο κοστοβόρες δραστηριότητες, είναι διότι πιθανόν η πρόσβαση σε χρηματοδοτικούς πόρους είναι πιο δύσκολη από ότι με άνδρες.<sup>25</sup>

Όσον αφορά στη χρηματοδότηση ανά ηλικιακή ομάδα, υψηλότερα κεφάλαια απαιτούνται για τις επιχειρήσεις αρχικών σταδίων στην Ελλάδα σε σύγκριση με την Ευρώπη και τις χώρες υψηλού εισοδήματος σε ηλικίες άνω των 35 ετών, με την απόκλιση μάλιστα να διευρύνεται όσο αυξάνεται η ηλικία του επιχειρηματία. Συγκεκριμένα, το ποσό χρηματοδότησης για επιχειρηματίες αρχικών σταδίων ηλικίας από 35 έως 44 ετών στην εγχώρια οικονομία ξεπερνά τα \$52.000, όταν στην Ευρώπη και στις χώρες υψηλού εισοδήματος ανέρχεται σε \$23.000 και \$30.500, αντίστοιχα. Η διαφορά αυτή ενισχύεται ακόμα περισσότερο στην ηλικιακή ομάδα άνω των 55 ετών. Αυτή η αυξητική τάση που παρατηρείται στην Ελλάδα, όπου δηλαδή ο πιο μεγάλος ηλικιακά επενδύει και μεγαλύτερα ποσά συνδέεται σίγουρα και με το γεγονός της χρησιμοποίησης ίδιων πόρων για τη χρηματοδότηση των επιχειρημάτων. Ένα άτομο ηλικίας άνω των 40 ετών που εργάζεται είναι πιθανότερο να έχει περισσότερους πόρους να διαθέσει σε σχέση με έναν νέο ηλικίας 25 ετών.

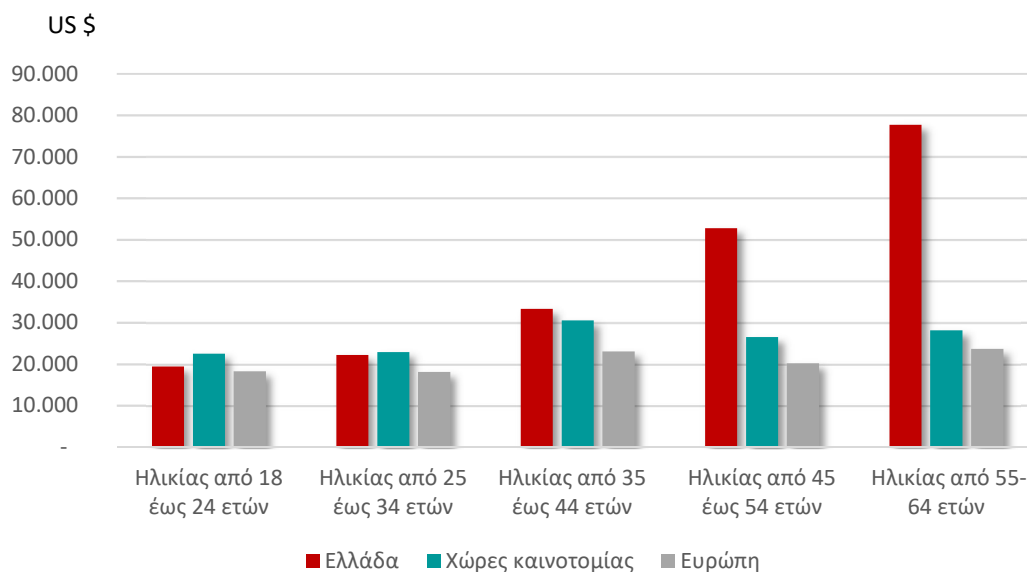
Πάντως θα πρέπει να σημειωθεί ότι αυτού του τύπου η συσχέτιση δεν συμβαίνει στην υπόλοιπη Ευρώπη, ούτε στις χώρες καινοτομίας<sup>26</sup>. Έτσι, σε ηλικίες από 45 έως 54 ετών, το ποσό χρηματοδότησης στην Ελλάδα διαμορφώνεται στα \$52.736, όταν σε Ευρώπη και στις χώρες υψηλού εισοδήματος αυτό διαμορφώνεται σε \$20.224 και \$26.545, αντίστοιχα. Ομοίως, σε ηλικίες άνω των 55 και έως 64 ετών, το ποσό χρηματοδότησης στην Ελλάδα ξεπερνά τα \$77.000, με την Ευρώπη και τις χώρες καινοτομίας να περιορίζονται στα \$24.000 και τα \$28.000, αντίστοιχα. Αντίθετα, μέχρι την ηλικία των 34 ετών, η Ελλάδα δεν φαίνεται να διαφοροποιείται ιδιαίτερα σε σχέση με τις λοιπές χώρες σύγκρισης (Διάγραμμα 2-3).

---

<sup>25</sup> Verheul, I. & Thurik, R. (2001), Brindley, C. (2005), Welter, F., (2004) and Minniti, M. & Naudé, W. (2010)

<sup>26</sup> Μάλιστα βλέποντας τα αναλυτικά στοιχεία, διαπιστώνεται ότι αυτή η γραμμικότητα στην αυξητική σχέση δεν συμβαίνει σε καμία χώρα από αυτές που χρησιμοποιούνται στη σύγκριση.

### Διάγραμμα 2-3: Ποσό χρηματοδότησης που απαιτείται κατά την έναρξη επιχειρήσεων αρχικών σταδίων ανά ηλικιακή ομάδα



Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2015

#### 2.3.2 ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΑΤΥΠΩΝ ΕΠΕΝΔΥΤΩΝ

Όπως είδαμε σε προηγούμενο κεφάλαιο, στην Ελλάδα το 2015 ένα ποσοστό 3,2% του πληθυσμού μπορεί να θεωρηθεί ως άτυπος επενδυτής, ποσοστό που είναι όσο περίπου ο μέσος όρος στην Ευρώπη. Όμως καταγράφεται μια σημαντική διαφορά ως προς το φύλο, καθώς 55% των άτυπων επενδυτών στην Ελλάδα είναι γυναίκες, όταν στην Ευρώπη, αλλά και στις χώρες καινοτομίας είναι μόλις 27 με 28% (Πίνακας 2.1). Με δεδομένο τον καθοριστικό ρόλο του στενού οικογενειακού περιβάλλοντος στην λειτουργία αυτή όπως θα δούμε και παρακάτω δεν είναι απίθανο να αποδώσουμε στην «ελληνίδα μάνα» και έναν ενισχυμένο ρόλο χρηματοδότη για πιθανές επιχειρηματικές πρωτοβουλίες των κατιόντων.

Πίνακας 2-1: Άτυποι επενδυτές

	Ελλάδα	Χώρες καινοτομίας	Ευρώπη
% άτυπων επενδυτών στον συνολικό πληθυσμό	3,2	3,1	3,0
% γυναικών στο σύνολο των άτυπων επενδυτών	55,5	27,7	26,8
% επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που δέχτηκαν χρηματοδότηση από άτυπους επενδυτές	7,6	7,6	6,6
Διάμεσος (κατά μέσο όρο) επενδυτικών κεφαλαίων (US \$)	19.429	18.898	13.086
Διάμεσος (κατά μέσο όρο) επενδυτικών κεφαλαίων που δόθηκαν από γυναίκα (US \$)	22.205	32.676	24.831
Διάμεσος (κατά μέσο όρο) επενδυτικών κεφαλαίων που δόθηκαν από άντρα (US \$)	16.653	17.592	11.607

Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2015

Από την πλευρά του δέκτη, ένα 7,6% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων έχει λάβει χρηματοδότηση από άτυπους επενδυτές το 2015, όσο και ο μέσος όρος των χωρών καινοτομίας (6,5% στην Ευρώπη). Και σε αυτή την περίπτωση πάντως το ποσό που κλήθηκε να δώσει ο άτυπος επενδυτής στην Ελλάδα ήταν αρκετά υψηλό, σχεδόν \$19.500 (διάμεσος) γεγονός που αναπόφευκτα συνδέεται με το υψηλό κόστος αρχικής επένδυσης στην Ελλάδα. Ωστόσο είναι χαρακτηριστικό ότι αντίστοιχο ποσό δίνει ο μέσος άτυπος επενδυτής στις χώρες καινοτομίας, ενώ στο σύνολο της Ευρώπης είναι λίγο χαμηλότερο (\$13.000). Συνεπώς, είναι μάλλον περισσότερο γενναιόδωροι οι άτυποι επενδυτές σε άλλες χώρες καινοτομίας, αν ληφθεί υπόψη το χαμηλότερο μέσο επίπεδο επένδυσης που αναφέρθηκε και προηγούμενα.

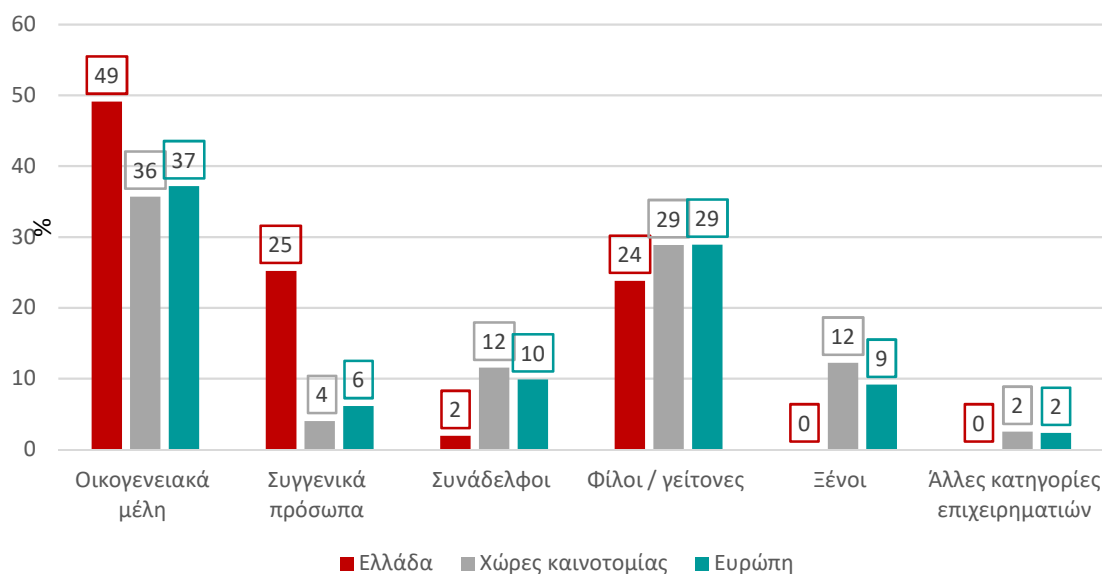
Εστιάζοντας στους άτυπους επενδυτές, οι μισοί σχεδόν στην Ελλάδα παρέχουν χρηματοδότηση στο στενό οικογενειακό τους περιβάλλον, ποσοστό που είναι σημαντικά υψηλότερο από τους αντίστοιχους συγκριτικούς μέσους όρους (36% με 37%), παρόλο που σχεδόν σε όλες τις χώρες αυτή είναι η βασική κατεύθυνση της άτυπης χρηματοδότησης. Επιπροσθέτως όμως, ένα 25% δηλώνει ότι παρείχε κονδύλια σε άτομα του ευρύτερου συγγενικού περιβάλλοντος, ποσοστό που είναι το υψηλότερο στην Ευρώπη (μέσος όρος 6%). **Συνεπώς, ένα πολύ μεγάλο μέρος των άτυπων επενδυτών στην Ελλάδα ουσιαστικά χρηματοδοτεί άτομα του ευρύτερου οικογενειακού περιβάλλοντος, με ότι αυτό μπορεί να σημαίνει για τον οικονομικό ορθολογισμό των αντίστοιχων επιλογών.**

Κατά μέσο όρο στις άλλες ευρωπαϊκές χώρες, ένα 30% των άτυπων επενδυτών φαίνεται να χρηματοδοτεί φίλους / γείτονες (έναντι 24% στην Ελλάδα), ενώ ακόμα πιο χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι ένα 10% χρηματοδοτεί συναδέλφους από τη δουλειά (μόλις 2% στην Ελλάδα), επιλογές που ενέχουν σίγουρα μεγαλύτερο βαθμό οικονομικού ορθολογισμού<sup>27</sup>. (Διάγραμμα 2-4).

---

<sup>27</sup> Με την έννοια του ότι το φιλικό ή εργασιακό ή γειτονικό περιβάλλον είναι πιο πιθανό να προσομοιάζει στα κοινωνικά χαρακτηριστικά του ίδιου του άτυπου επενδυτή, σε μεγαλύτερο βαθμό από ότι το συγγενικό περιβάλλον. Με άλλα λόγια είναι ίσως πιο πιθανόν κάποιος να επενδύσει σε έναν άξιο συνάδελφο από τη δουλειά που έχει μια επιχειρηματική ιδέα, σε σχέση με έναν ξάδελφο ή ανιψιό.

Διάγραμμα 2-4: Κατεύθυνση χρηματοδότησης άτυπων επενδυτών (% άτυπων επενδυτών)



Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2015

### 2.3.3 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ

Το επόμενο ζήτημα που εξετάζεται είναι η σχέση της χρηματοδότησης με τα κίνητρα της επιχειρηματικότητας που αναπτύσσεται σε μία χώρα, καθώς συνδέεται ως ένα βαθμό και με την ποιότητα των εγχειρημάτων που αναδύονται σε ένα επιχειρηματικό οικοσύστημα. Όπως έχει αναφερθεί και στα προηγούμενα, σύμφωνα με τη μεθοδολογία του GEM, διακρίνονται τρεις βασικές κατηγορίες κινήτρων και άρα και επιχειρηματικότητας: η **επιχειρηματικότητα ανάγκης**, η **επιχειρηματικότητα ευκαιρίας** και η **επιχειρηματικότητα ευκαιρίας προσωπικής βελτίωσης (improvement driven opportunity IDO)**. Υπενθυμίζεται ότι η επιχειρηματικότητα ανάγκης αναφέρεται σε εκείνους που εμπλέκονται σε επιχειρηματική δραστηριότητα, λόγω έλλειψης καλύτερης επιλογής εργασίας, η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας αφορά σε εκείνους που καθοδηγούνται αποκλειστικά ή εν μέρει από τον εντοπισμό κάποιας επενδυτικής ευκαιρίας, ενώ η τρίτη μορφή επιχειρηματικότητας αφορά επιχειρηματίες που αναζητούν τη βελτίωση της κατάστασης τους, είτε σε όρους εισοδήματος είτε σε όρους εργασιακής ανεξαρτησίας και ως εκ τούτου αποφασίζουν να αξιοποιήσουν μια ευκαιρία<sup>28</sup>.

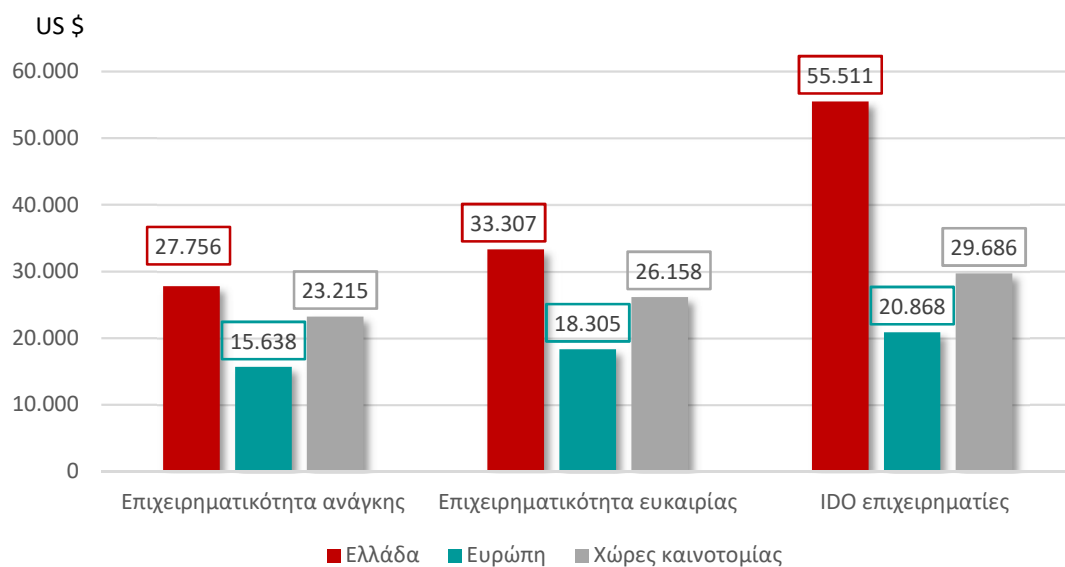
Όπως είναι αναμενόμενο λόγω του υψηλότερου αρχικού ποσού επένδυσης σε όλες τις κατηγορίες κινήτρων επιχειρηματικότητας το αρχικό κεφάλαιο είναι υψηλότερο στην Ελλάδα

<sup>28</sup> Αναλυτικότεροι ορισμοί σε προηγούμενο κεφάλαιο

από ότι στην Ευρώπη και στις χώρες καινοτομίας σε όλες τις επιμέρους κατηγορίες. Συγκεκριμένα, για την επιχειρηματικότητα ανάγκης το ποσό χρηματοδότησης ξεπερνά τα \$27.500 στην Ελλάδα, όταν στην Ευρώπη είναι μόλις \$15.638, και στις χώρες καινοτομίας είναι \$23.215. Όσον αφορά την επιχειρηματικότητα ευκαιρίας στην Ελλάδα οι ανάγκες για κεφάλαια ανέρχονται σε \$33.307, ενώ στην Ευρώπη και στις χώρες υψηλού εισοδήματος το ποσό χρηματοδότησης διαμορφώνονται στα \$18.305 και \$26.158, αντίστοιχα. Τέλος, αναφορικά με την IDO επιχειρηματικότητα, το αρχικό κεφάλαιο διαμορφώνεται στα \$55.511 στην Ελλάδα, όταν στην Ευρώπη και στις χώρες υψηλού εισοδήματος μόλις που αγγίζει τα \$21.000 και \$30.000, αντίστοιχα (Διάγραμμα 2-5).

Πάντως είναι εξαιρετικά αντιφατικό για μια χώρα σαν την Ελλάδα, με τις δεδομένες οικονομικές δυσκολίες της τελευταίας περιόδου, οι μισοί επιχειρηματίες ανάγκης να χρειάζονται πάνω από 25.000€ για να μπορέσουν να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά. Το γεγονός αυτό υποδηλώνει τελικά την ύπαρξη χρηματοδοτικών εμποδίων εισόδου (entry barriers) στον επιχειρηματικό στίβο, ειδικά για μια κατηγορία πολιτών που θεωρητικά έχει αυξημένη ανάγκη απασχόλησης. Από την άλλη, όμως ίσως λειτουργεί τελικά και αποθαρρυντικά για θνησιγενείς προσπάθειες ή εγχειρήματα περιορισμένου βεληνεκούς, και για τα οποία ενδεχομένως ένα χαμηλό κόστος έναρξης να φάνταζε ελκυστικό για αρκετούς, χωρίς όμως καλές πιθανότητες βιωσιμότητας και επιτυχίας.

**Διάγραμμα 2-5: Ποσό χρηματοδότησης που απαιτείται από επιχειρήσεις αρχικών σταδίων ανά κατηγορία επιχειρηματικότητας**

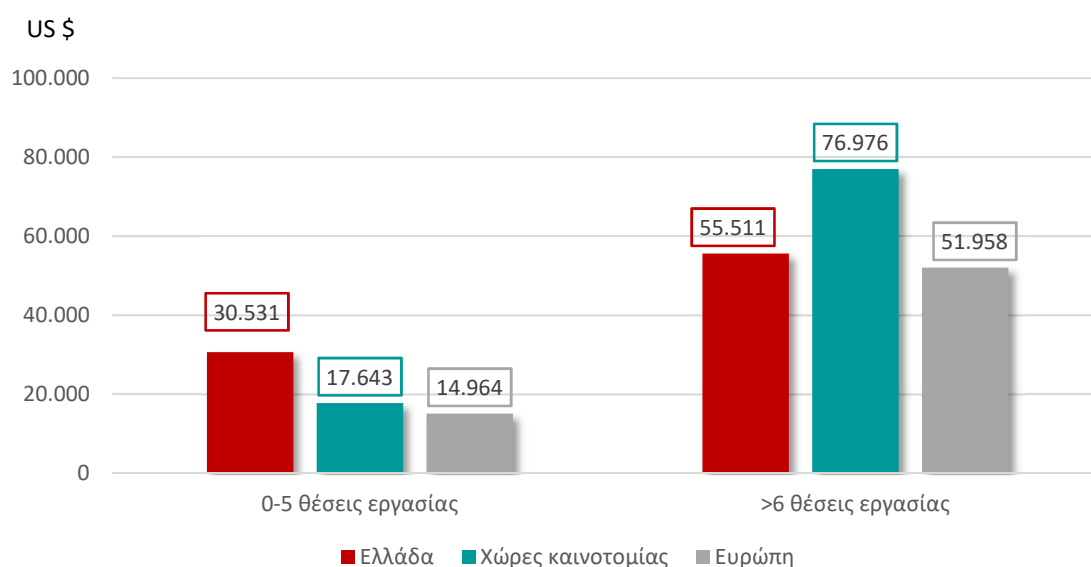


Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2015

### 2.3.4 ΥΨΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΕΓΧΕΙΡΗΜΑΤΟΣ

Όπως είναι αναμενόμενο, τα μεγαλύτερα – σε όρους απασχόλησης - επιχειρηματικά εγχειρήματα απαιτούν και υψηλότερα ποσά χρηματοδότησης. Έτσι σε όλες τις χώρες τα εγχειρήματα στα οποία απασχολούνται πάνω από 6 άτομα απαιτούν και υψηλότερα ποσά. Στη συγκριτική ανάλυση της Ελλάδας πάντως, φαίνεται ότι για επιχειρήσεις μέχρι 5 θέσεις εργασίας, το απαιτούμενο ποσό είναι υψηλότερο σε σύγκριση με αυτό της Ευρώπης και των χωρών καινοτομίας (\$30.531, έναντι \$14.964 κατά μέσο όρο στην Ευρώπη και \$17.643 στις χώρες καινοτομίας). Αντίθετα, στα μεγαλύτερα εγχειρήματα, αυτά δηλαδή που θα απασχολούν κατά την έναρξη τουλάχιστον 6 άτομα, το απαιτούμενο ποσό χρηματοδότησης είναι υψηλότερο στις χώρες καινοτομίας, καθώς ξεπερνά τα 76 χιλ. δολάρια. Η Ελλάδα μοιάζει εδώ περισσότερο με τη μέση ευρωπαϊκή εικόνα, αν και είναι ελαφρώς πιο κοστοβόρα (\$55.511, έναντι \$52.000 στην Ευρώπη, Διάγραμμα 2-6).

#### Διάγραμμα 2-6: Ποσό χρηματοδότησης που απαιτείται από επιχειρήσεις αρχικών σταδίων ανά μέγεθος επιχείρησης



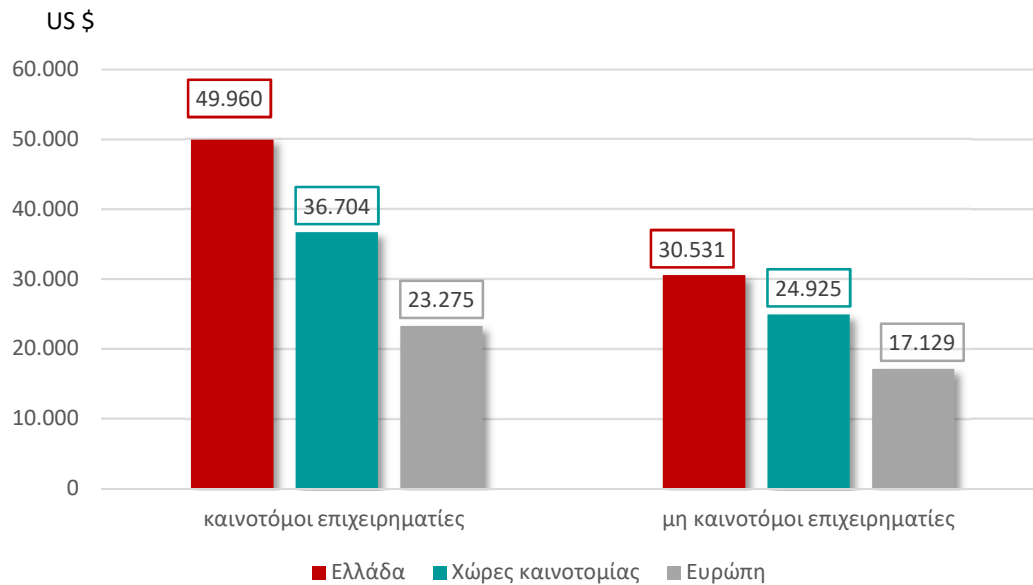
Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2015

Όσον αφορά το χαρακτηριστικό της καινοτομίας στις επιχειρήσεις αρχικών σταδίων, στις περισσότερες χώρες, το απαιτούμενο ποσό χρηματοδότησης είναι υψηλότερο για τους επιχειρηματίες που εισάγουν καινοτομικές πρακτικές σε σύγκριση με αυτούς που δεν υιοθετούν καινοτομικές πρακτικές. Όμως και στις δύο περιπτώσεις, το ποσό χρηματοδότησης και πάλι είναι υψηλότερο στην Ελλάδα. Αναλυτικότερα, για τις πιο καινοτόμες επιχειρήσεις αρχικών σταδίων το ποσό χρηματοδότησης στην Ελλάδα αγγίζει τα \$50.000, όταν στην Ευρώπη και στις χώρες υψηλού εισοδήματος ανέρχεται μόλις σε \$23.275 και \$36.704,



αντίστοιχα. Στον αντίποδα το ποσό χρηματοδότησης επιχειρήσεων αρχικών σταδίων χωρίς καινοτομικές πρακτικές στην Ελλάδα ανέρχεται σε \$30.531, ενώ στην Ευρώπη και στις χώρες υψηλού εισοδήματος σε \$17.129 και \$24.925, αντίστοιχα (Διάγραμμα 2-7).

**Διάγραμμα 2-7: Ποσό χρηματοδότησης που απαιτείται από επιχειρήσεις αρχικών σταδίων με βάση την καινοτομία**



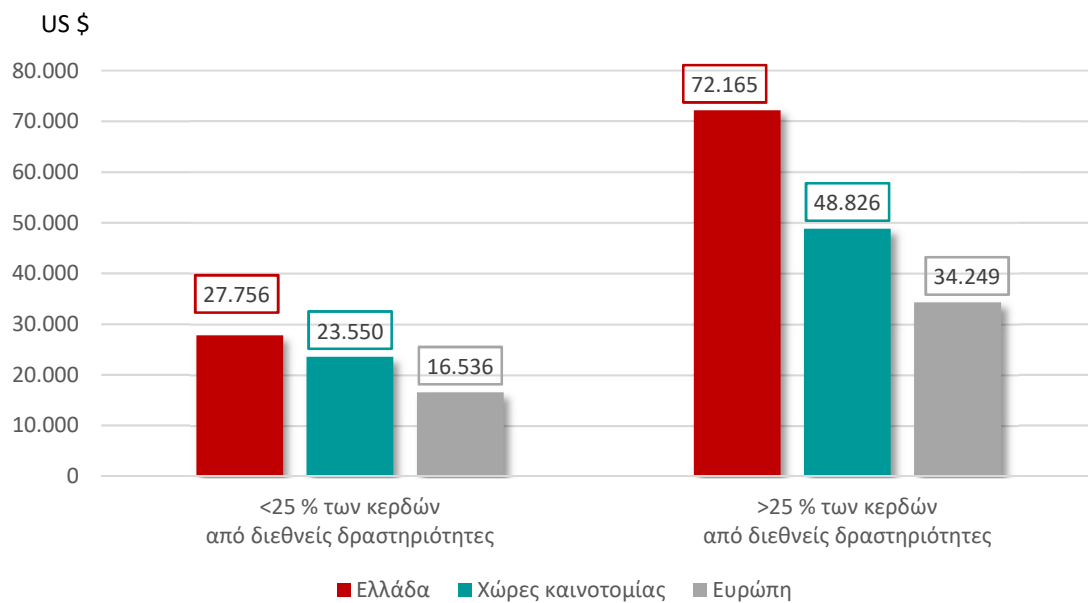
Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2015

Τέλος σε ότι αφορά την εξωστρέφεια των επιχειρήσεων, είναι σαφές ότι για αρκετούς επιχειρηματίες αρχικών σταδίων, η διεθνοποίηση είναι ένας δυνητικά επιθυμητός δρόμος, καθώς πολλαπλασιάζει τις διαθέσιμες επιλογές και προσφέρει πρόσβαση σε μεγαλύτερες και πιο ποικιλόμορφες αγορές. Σε οικοσυστήματα με μεγάλες και σχετικά εύπορες εσωτερικές αγορές, πιθανόν η διεθνοποίηση να εντοπίζεται σε ελαφρώς μικρότερο βαθμό, καθώς υπάρχουν λιγότερα κίνητρα για τους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων να προσεγγίσουν διεθνείς αγορές. Η ικανότητα ενός επιχειρηματία να δραστηριοποιείται διεθνώς επηρεάζεται άλλωστε από μια σειρά παραγόντων, όπως για παράδειγμα, από τη δυνατότητα να υλοποιεί τις δραστηριότητες του (προμήθεια και διανομή) μέσω του Διαδικτύου, σε ικανοποιητικό βαθμό που να διευκολύνει το διεθνές εμπόριο. Στην ανάλυση του GEM ο βαθμός προσανατολισμού στις διεθνείς αγορές έχει ποσοτικοποιηθεί με βάση ένα όριο εσόδων της τάξης του 25%, σε μια προσπάθεια να διακρίνουμε μεταξύ των εξωστρεφών και των πιο εσωστρεφών: όσοι δηλαδή έχουν έσοδα περισσότερο από το 25 % του συνόλου από ξένες αγορές θεωρούνται ως πιο εξωστρεφείς.

Με βάση τα αποτελέσματα, η Ελλάδα και πάλι ξεχωρίζει με τα ποσά χρηματοδότησης για επιχειρήσεις αρχικών σταδίων με έσοδα από διεθνείς δραστηριότητες λιγότερα από το 25% του συνόλου να είναι υψηλότερα σε σύγκριση με τις επιλεγμένες ομάδες χωρών.

Συγκεκριμένα, το ποσό χρηματοδότησης που απαιτείται στην εν λόγω περίπτωση στην εγχώρια οικονομία ανέρχεται σε \$27.756, ενώ στην Ευρώπη και στις χώρες υψηλού εισοδήματος το ποσό διαμορφώνεται σε \$16.536 και \$23.550, αντίστοιχα. Όσον αφορά επιχειρήσεις αρχικών σταδίων με έσοδα από διεθνείς δραστηριότητες άνω του 25% του συνόλου, το υψηλότερο ποσό εντοπίζεται και πάλι στην Ελλάδα (\$72.165) έναντι \$48.826 και \$34.249 στις χώρες καινοτομίας και της Ευρώπης, αντίστοιχα (Διάγραμμα 2-8).

**Διάγραμμα 2-8: Ποσό χρηματοδότησης που απαιτείται από επιχειρήσεις αρχικών σταδίων με βάσει την κερδοφορία τους από διεθνείς δραστηριότητες**



Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2015

Συμπερασματικά, στην Ελλάδα το ποσό που απαιτείται για την έναρξη μιας επιχείρησης είναι διπλάσιο σε σύγκριση με τις χώρες καινοτομίας και 29% υψηλότερο της Ευρώπης, τάση που εντοπίζεται και στις επιμέρους κατηγορίες επιχειρηματικότητας, (ανάγκη, ευκαιρία). Ως προς το ύψος αυτών των πόρων, στην Ελλάδα, ο δυνητικός επιχειρηματίας χρειάστηκε να καταβάλει τα  $\frac{3}{4}$  του συνόλου της επένδυσης. Βασική πηγή χρηματοδότησης φαίνεται να είναι το οικογενειακό περιβάλλον, όχι μόνο στην Ελλάδα, ενώ διαπιστώνεται και η ευρεία χρήση κυβερνητικών προγραμμάτων. Ένα 7,6% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων έχει λάβει χρηματοδότηση από άτυπους επενδυτές το 2015, όσο κατά μέσο όρο στις χώρες καινοτομίας (6,5% στην Ευρώπη). Επίσης, αξίζει να σημειωθεί η αυξητική τάση που παρατηρείται στην Ελλάδα στη σχέση ύψους επένδυσης και ηλικίας, καθώς οι μεγαλύτερες ηλικίες επενδύουν και υψηλότερα ποσά, γεγονός που συνδέεται με τη χρησιμοποίηση ίδιων πόρων για τη χρηματοδότηση των εγχειρημάτων. Τέλος, το αρχικό κεφάλαιο της επένδυσης φαίνεται να είναι αρκετό υψηλότερο στις περιπτώσεις όπου η επιχείρηση έχει διεθνή προσανατολισμό, θέλει να καινοτομήσει, αλλά και αποσκοπεί σε δημιουργία θέσεων εργασίας.

### 3 ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΒΑΣΕΙ ΕΡΕΥΝΑΣ ΕΘΝΙΚΩΝ ΕΜΠΕΙΡΟΓΝΩΜΟΝΩΝ

Εκτός από την έρευνα στον πληθυσμό της κάθε χώρας, μια πρόσθετη εμπειρική εργασία που διεξάγεται στο πλαίσιο του GEM είναι η έρευνα με ερωτηματολόγιο σε εθνικούς εμπειρογνώμονες (national entrepreneurship experts) της επιχειρηματικότητας, οι οποίοι επιλέγονται λόγω της γνώσης και των εμπειριών 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 στις παρακάτω 9 διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος<sup>29</sup>.

1. Χρηματοδοτική Υποστήριξη
2. Κυβερνητικές Πολιτικές για την επιχειρηματικότητα
3. Κυβερνητικά Προγράμματα για την επιχειρηματικότητα
4. Εκπαίδευση και Κατάρτιση
5. Μεταφορά Έρευνας και Ανάπτυξης
6. Εμπορικές και Επαγγελματικές Υποδομές
7. Ανοιχτότητα (openness) της Αγοράς /Εμπόδια Εισόδου
8. Πρόσβαση σε Υλική Υποδομή
9. Πολιτισμικά και Κοινωνικά Πρότυπα

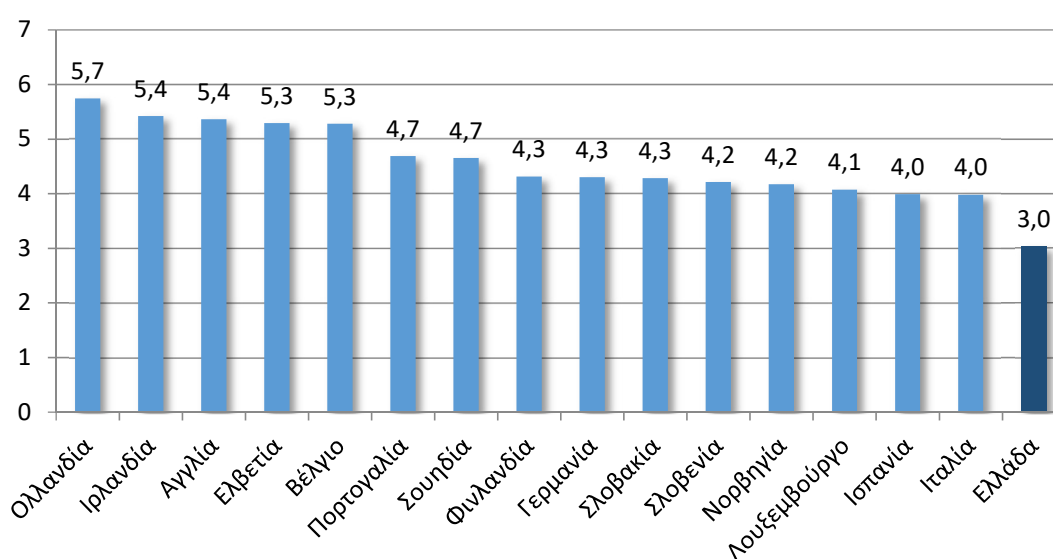
Σκοπός αυτής της πλευράς του ερευνητικού προγράμματος του GEM είναι να εξαγάγει συμπεράσματα για το επιχειρηματικό περιβάλλον σε κάθε χώρα, πληροφόρηση την οποία δεν είναι πάντα σε θέση να παρέχουν τα ίδια τα άτομα που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά και τα οποία απαντούν στην έρευνα πληθυσμού. Οι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

<sup>29</sup> Αναλυτικότερη περιγραφή των διαστάσεων υπάρχει στο Παράρτημα. Επίσης βασική προϋπόθεση της έρευνας είναι να εντοπιστούν τέσσερα άτομα ανά διάσταση.

Αναλυτικότερα, αναφορικά με την επάρκεια πηγών για τη χρηματοδότηση επιχειρηματικών ενγχειρημάτων, η Ελλάδα συγκεντρώνει το χαμηλότερο μέσο όρο (μόλις 3,0), ήτοι τις περισσότερες αρνητικές κρίσεις αναφορικά με το ζήτημα αυτό σε σύγκριση με τις άλλες ευρωπαϊκές χώρες που ανήκουν στην ομάδα των χωρών καινοτομίας<sup>30</sup>. Συνολικά σε μόλις πέντε χώρες ο μέσος όρος των απαντήσεων ξεπερνά το μέσον της κλίμακας (ούτε σωστό/ούτε λάθος), με την υψηλότερη θέση στην κατάταξη να καταλαμβάνει η Ολλανδία με μέσο όρο 5,7. Πρόκειται δηλαδή για μια «προβληματική» γενικά περιοχή όχι μόνο στην Ελλάδα, αλλά συνολικά στην Ευρώπη, καθώς η χρηματοπιστωτική κρίση έχει επηρεάσει δυσμενώς το επιχειρηματικό περιβάλλον στις περισσότερες χώρες καινοτομίας (και όχι μόνο).

### Διάγραμμα 3-1: Χρηματοδοτική στήριξη

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



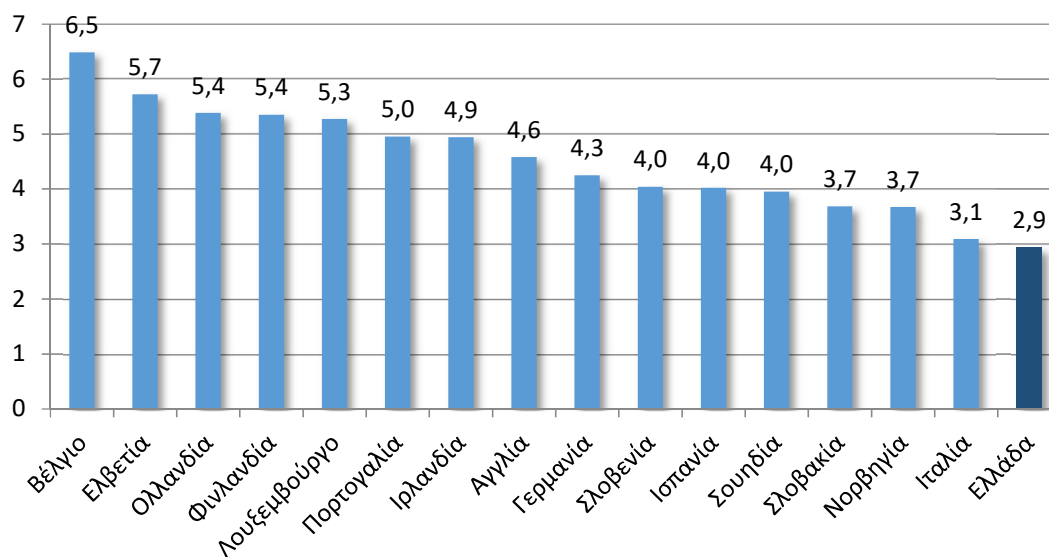
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Εξίσου περιορισμένη φαίνεται να είναι η εφαρμογή πολιτικών στην Ελλάδα για την **ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας**, καθώς ο μέσος όρος των ερωτήσεων που συνθέτουν την διάσταση αυτή είναι ιδιαίτερα χαμηλός και μάλιστα χαμηλότερος από όλες τις άλλες ευρωπαϊκές χώρες καινοτομίας που αναλύονται<sup>31</sup>.

<sup>30</sup> Παραδείγματα ερωτήσεων 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

<sup>31</sup> Παραδείγματα ερωτήσεων είναι τα εξής: α) Η υποστήριξη των νέων και αναπτυσσόμενων επιχειρήσεων αποτελεί υψηλή προτεραιότητα για τη θέσπιση πολιτικής σε εθνικό επίπεδο, β) Οι φόροι και οι άλλοι κυβερνητικοί κανονισμοί εφαρμόζονται στις νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις με προβλέψιμο και συνεπή τρόπο.

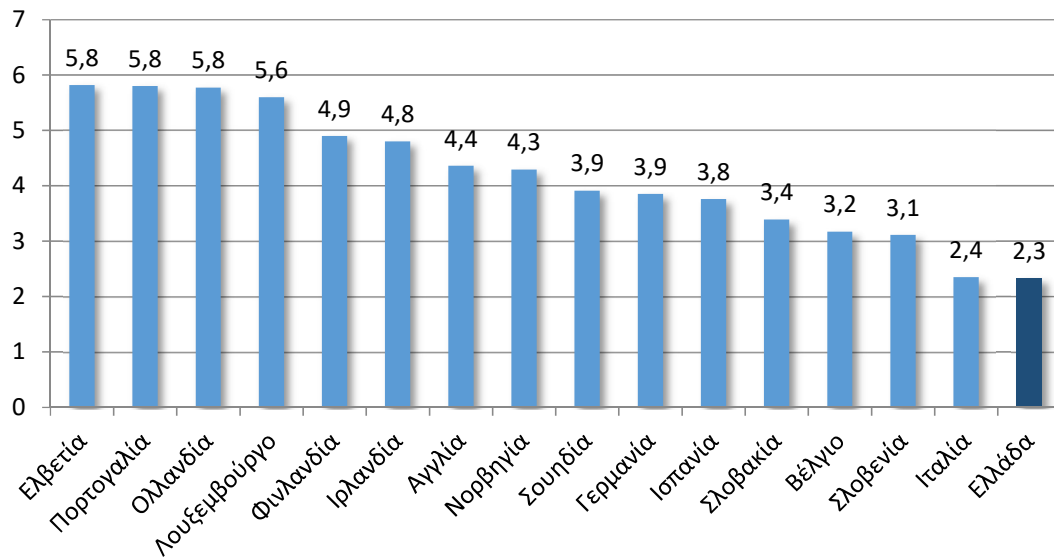
**Διάγραμμα 3-2: Εθνικές Πολιτικές και Προτεραιότητες για τη νέα επιχειρηματικότητα**  
(μέσος όρος σε κλίμακα 1: απόλυτα λάθος έως 9: απόλυτα σωστό)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Την τελευταία θέση της κατάταξης διατηρεί η Ελλάδα και σε θέματα επάρκειας πολιτικών για τη μείωση της **γραφειοκρατίας** και τη συνεκτικότητα της **φορολογικής πολιτικής** για τις **νέες επιχειρήσεις**. Μάλιστα ο μέσος όρος των ερωτήσεων σε αυτό το πλέγμα των ερωτήσεων είναι της τάξης του 2,3, ακόμα δηλαδή χαμηλότερος από τις προηγούμενες ερωτήσεις<sup>32</sup>. Πάντως αρκετές είναι οι χώρες που βρίσκονται χαμηλότερα από το 5 σε αυτό τον παράγοντα, γεγονός που αναδεικνύει τη γραφειοκρατία σε βασικό ανασταλτικό παράγοντα επιχειρηματικής λειτουργίας σε αρκετές χώρες.

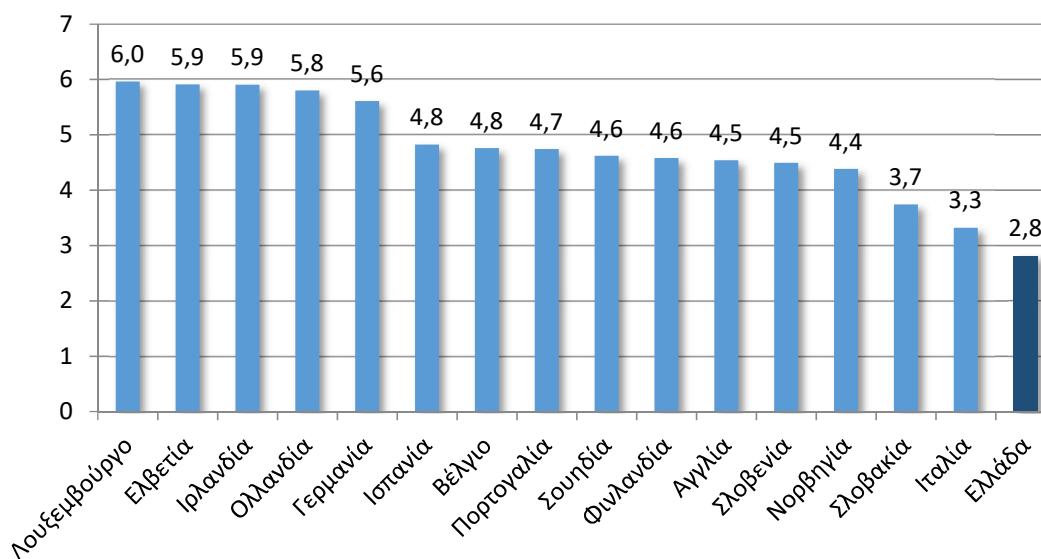
<sup>32</sup> Ενδεικτικά παρατίθεται η ερώτηση: α) Το ύψος της φορολογίας ΔΕΝ αποτελεί εμπόδιο στη δημιουργία και ανάπτυξη των επιχειρήσεων, β) Οι φόροι και οι άλλοι κυβερνητικοί κανονισμοί εφαρμόζονται στις νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις με προβλέψιμο και συνεπή τρόπο, γ) Δεν είναι εξαιρετικά 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

Αλλά και ως προς την αξιολόγηση κυβερνητικών προγραμμάτων στήριξης της επιχειρηματικότητας τα οποία έχουν να κάνουν π.χ. με υπηρεσίες μιας στάσης, θερμοκοιτίδες και γενικώς την υποστήριξη της νέας επιχειρηματικότητας δεν κρίνονται επαρκή (μέσος όρος απαντήσεων 2,8). Αδυναμίες εντοπίζονται αναφορικά με το πλήθος και τη στόχευση των κρατικών προγραμμάτων αλλά και την αποτελεσματική διαχείρισή τους<sup>33</sup>. Ουσιαστικά η Ελλάδα κατατάσσεται μαζί με Ιταλία και Σλοβακία σε μια ομάδα χωρών με μέσο όρο κάτω του 4 σε αυτόν τον παράγοντα.

<sup>33</sup> 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.

**Διάγραμμα 3-4: Κυβερνητικά Προγράμματα στήριξης νέας επιχειρηματικότητας***(μέσος όρος σε κλίμακα 1: απόλυτα λάθος έως 9: απόλυτα σωστό)*

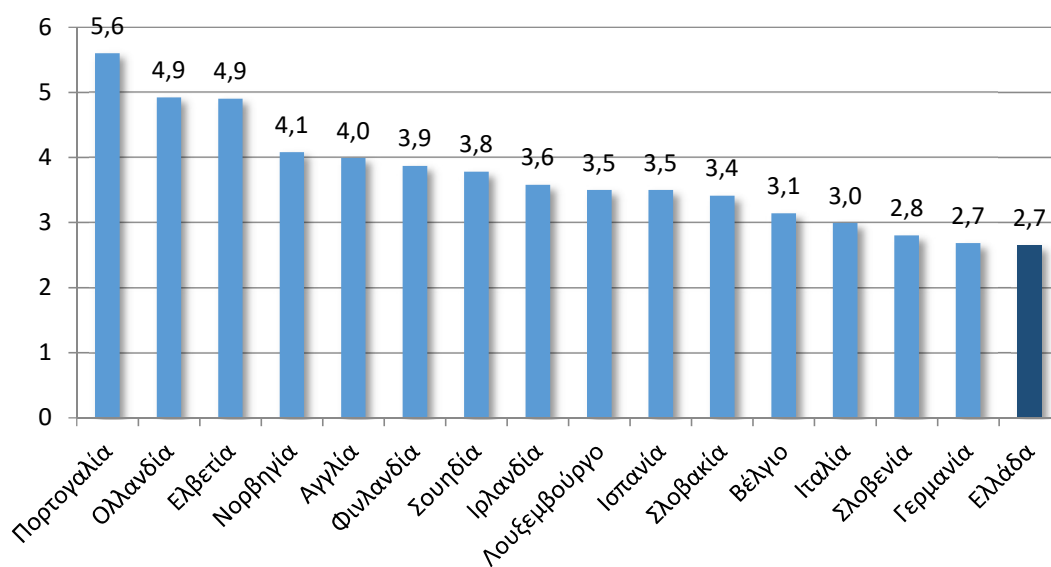
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Αντίστοιχα, με τις παραπάνω διαστάσεις, η εκπαίδευση και δη η πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση στην Ελλάδα, θεωρείται ότι δεν προάγει επαρκώς την επιχειρηματικότητα<sup>34</sup>. Σημειώνεται ότι και γενικότερα στις ευρωπαϊκές χώρες που ανήκουν στην ομάδα των χωρών καινοτομίας το σύστημα εκπαίδευσης και κατάρτισης σε αυτές τις βαθμίδες της εκπαίδευσης, δεν φαίνεται να είναι επαρκώς προσανατολισμένο στην προώθηση της επιχειρηματικότητας. Πιο θετικές είναι οι κρίσεις για το εκπαιδευτικό σύστημα στην Πορτογαλία η οποία είναι και η μόνη χώρα όπου ο μέσος όρος των απαντήσεων ξεπέρασε το 5.

<sup>34</sup> 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.

### Διάγραμμα 3-5: Εκπαίδευση και Κατάρτιση (Πρωτοβάθμια –Δευτεροβάθμια)

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



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

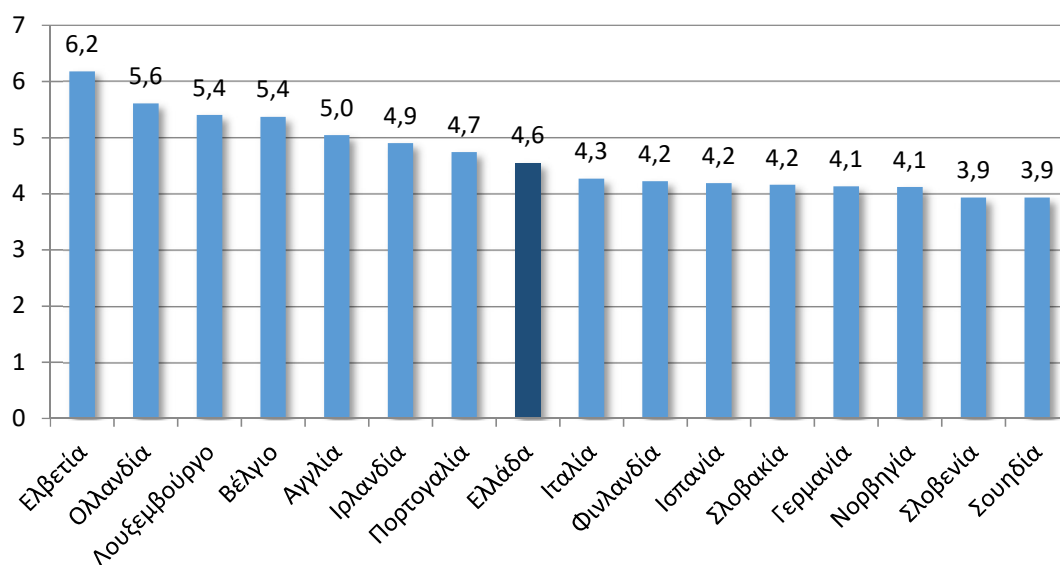
Αντίθετα, η εικόνα για τη μεταδευτεροβάθμια εκπαίδευση και κατάρτιση είναι καλύτερη, καθώς η Ελλάδα κατατάσσεται περίπου στη μέση της κατάταξης σε σύγκριση με τις άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Η διάσταση αυτή μάλιστα συγκεντρώνει την υψηλότερη βαθμολογία σε σύγκριση με όλες τις υπόλοιπες διαστάσεις των συνθηκών επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα (4,6)<sup>35</sup>. Το γεγονός αυτό 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 εμπειρογνομώνων.

<sup>35</sup> 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 3-6: Εκπαίδευση και Κατάρτιση (Μεταδευτεροβάθμια)

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



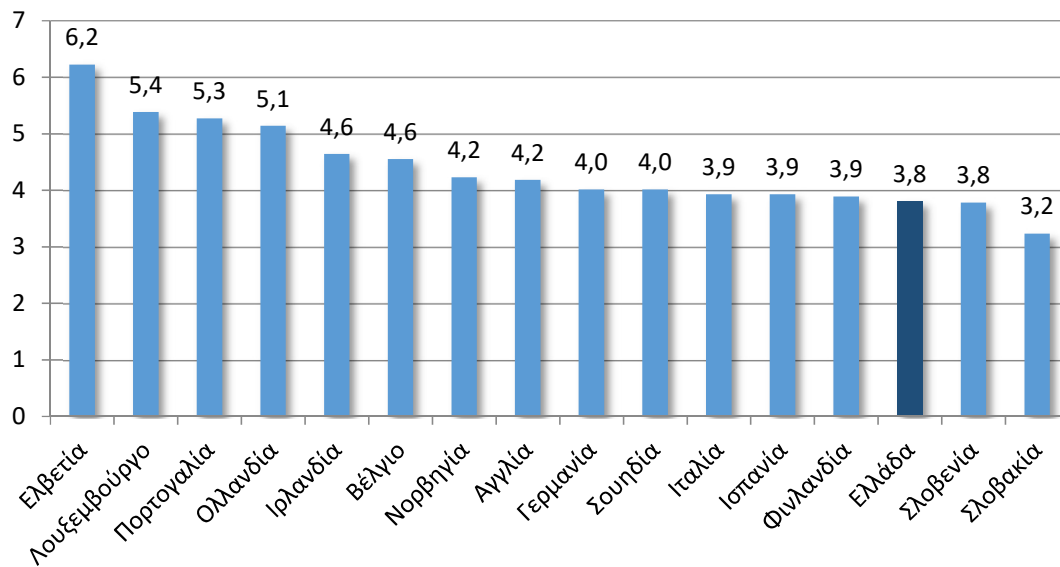
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Παρά τη βελτιωμένη εικόνα όμως σε αυτό το πεδίο εξακολουθούν να καταγράφονται υστερήσεις στο πεδίο μεταφοράς/διάχυσης της γνώσης στην επιχειρηματική κοινότητα και ιδιαίτερα στις νέες επιχειρήσεις<sup>36</sup>. Έτσι, η Ελλάδα με μέσο όρο 3,8 βρίσκεται στην τρίτη θέση από το τέλος της κατάταξης, ενώ την πρώτη θέση καταλαμβάνει η Ελβετία (6,2).

<sup>36</sup> 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.

**Διάγραμμα 3-7: Μεταφοράς Έρευνας & Ανάπτυξης**

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

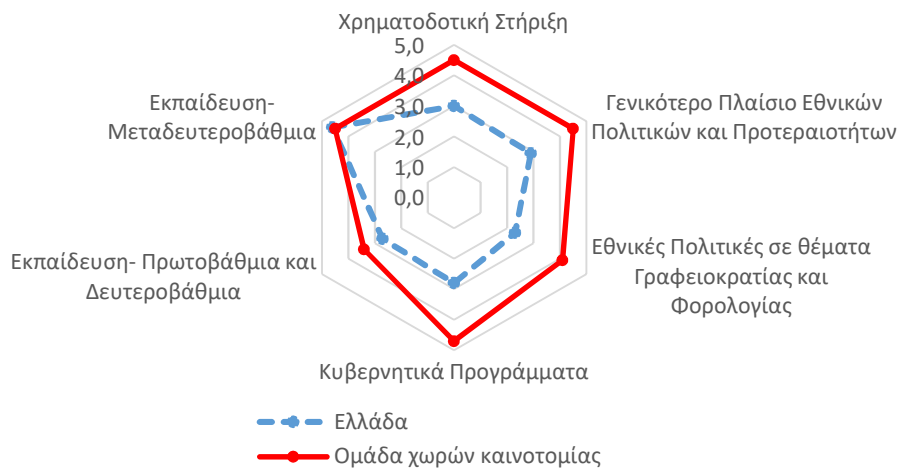


Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Συνολικά από τη σύγκριση των επιδόσεων της Ελλάδας σε σχέση με τον μέσο όρο των αξιολογήσεων στις χώρες καινοτομίας, για τις πρώτες τέσσερις διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος φαίνεται με σαφήνεια ότι οι Έλληνες εμπειρογνώμονες αξιολογούν τις συγκεκριμένες διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος δυσμενέστερα σε σχέση με τους εμπειρογνώμονες στις άλλες χώρες καινοτομίας. Εξαιρεση αποτελεί ο τομέας της Μεταδευτεροβάθμιας εκπαίδευσης όπου οι επιδόσεις της Ελλάδας το 2015 συγκλίνουν με το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας. Οι μεγαλύτερες υστερήσεις εντοπίζονται αναφορικά με τις Εθνικές Πολιτικές σε θέματα Γραφειοκρατίας και Φορολογίας και τα Κυβερνητικά Προγράμματα στήριξης της επιχειρηματικότητας.

**Διάγραμμα 3-8: Διαστάσεις επιχειρηματικού περιβάλλοντος Ι (2015)**

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



Ομάδα Χωρών Γ: καινοτομίας

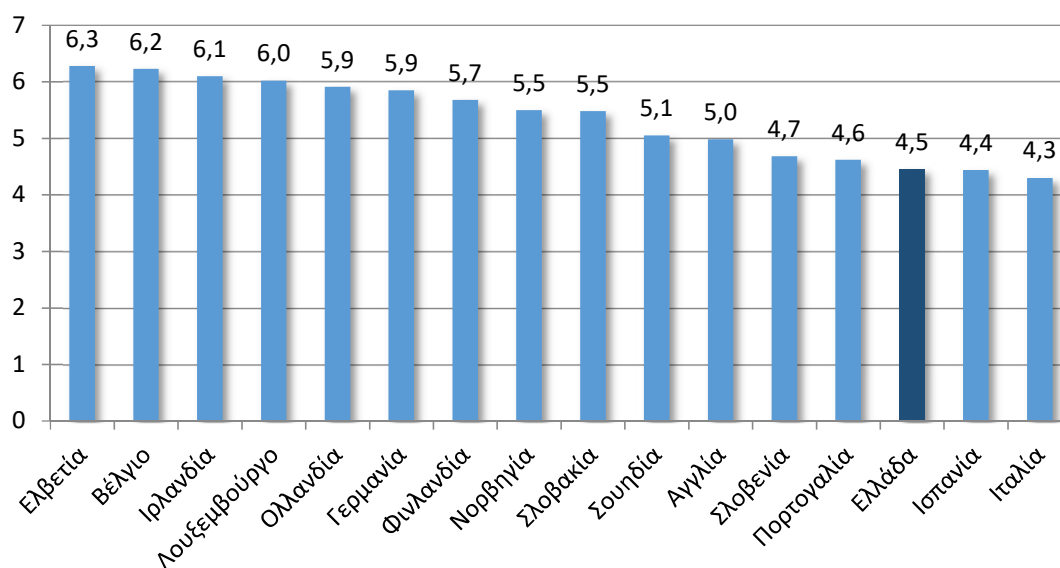
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Οι εμπειρογνώμονες αξιολογούν επίσης την επάρκεια εμπορικών υποδομών και υπηρεσιών για τη στήριξη της επιχειρηματικότητας, με την έννοια της διαθεσιμότητας σε βοηθητικές υπηρεσίες που χρειάζονται οι επιχειρήσεις για τη λειτουργία του (consulting, τραπεζικές, νομικές, λογιστικές υπηρεσίες, κτλ). Γενικά οι μέσοι όροι των απαντήσεων σε αυτή τη διάσταση σε όλες τις χώρες είναι υψηλότεροι σε σύγκριση με τις άλλες διαστάσεις των επιχειρηματικού περιβάλλοντος<sup>37</sup>. Παρόλα αυτά η Ελλάδα συγκριτικά με τις άλλες ευρωπαϊκές χώρες καινοτομίας εξακολουθεί να παρουσιάζει υστερήσεις, καθώς με μέσο όρο απαντήσεων 4,5 ξεπερνά απλώς την Ισπανία και την Ιταλία.

<sup>37</sup> 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).

**Διάγραμμα 3-9: Εμπορική και Επαγγελματική Υποδομή**

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



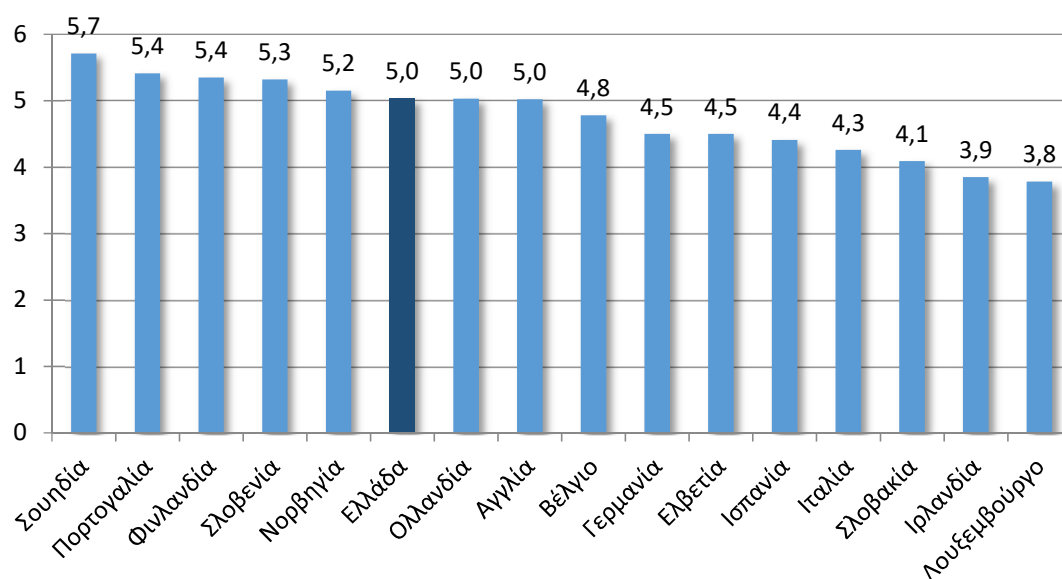
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Από την άλλη πλευρά όμως, λόγω ενδεχομένως και της διαδικασίας αναδιάρθρωσης και γενικότερων αλλαγών που συμβαίνουν σε επιμέρους αγορές προϊόντων / υπηρεσιών φαίνεται το περιβάλλον στην Ελλάδα να είναι σχετικά ρευστό, με αποτέλεσμα να δημιουργούνται ευκαιρίες σε βαθμό μεγαλύτερο από ότι σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες, με πιο ώριμες ίσως αγορές<sup>38</sup>. Έτσι η Ελλάδα κατατάσσεται μεταξύ των έξι πρώτων χωρών, με μέσο όρο απαντήσεων στο 5,0 με την Σουηδία που βρίσκεται στην 1<sup>η</sup> θέση στην κατάταξη να έχει 5,7.

<sup>38</sup> 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.

**Διάγραμμα 3-10: Εγχώριες Αγορές (Δυναμική – μεταβαλλόμενες αγορές)**

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



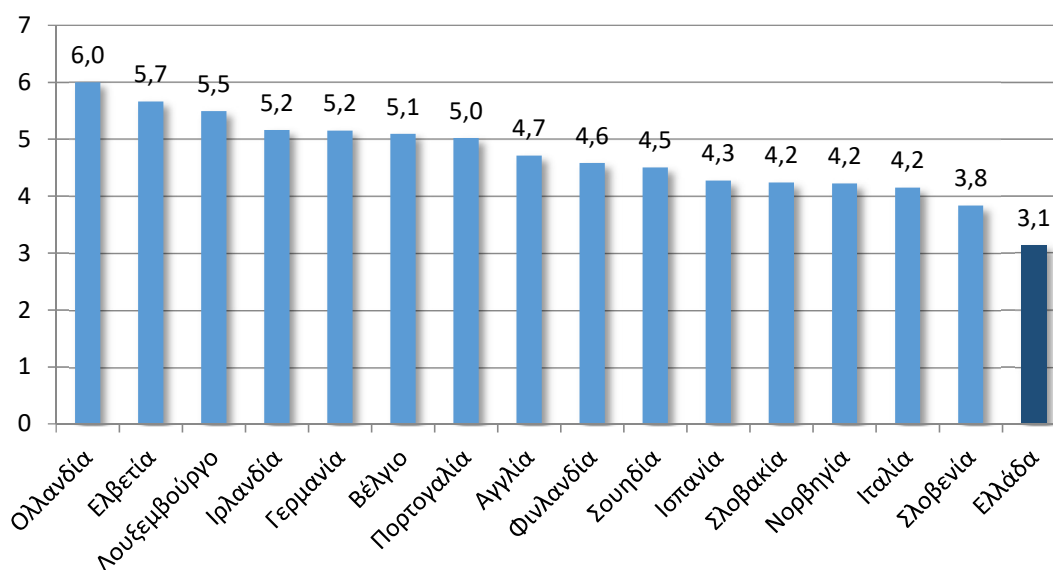
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Παρά το ρευστό και μεταβαλλόμενο όμως περιβάλλον, εξακολουθούν να υφίστανται σημαντικές δυσχέρειες στην Ελλάδα στην είσοδο νέων επιχειρήσεων στην αγορά, καθώς για μία ακόμα φορά η χώρα μας κατέχει την τελευταία θέση στην κατάταξη με μέσο όρο 3,1<sup>39</sup>. Δεν είναι δηλαδή εύκολο σε νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις να διεισδύσουν σε νέες αγορές, με τα εμπόδια εισόδου να είναι ακόμη υψηλά.

<sup>39</sup> 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.

**Διάγραμμα 3-11: Εγχώριες Αγορές (Διευκόλυνση Εισόδου)**

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



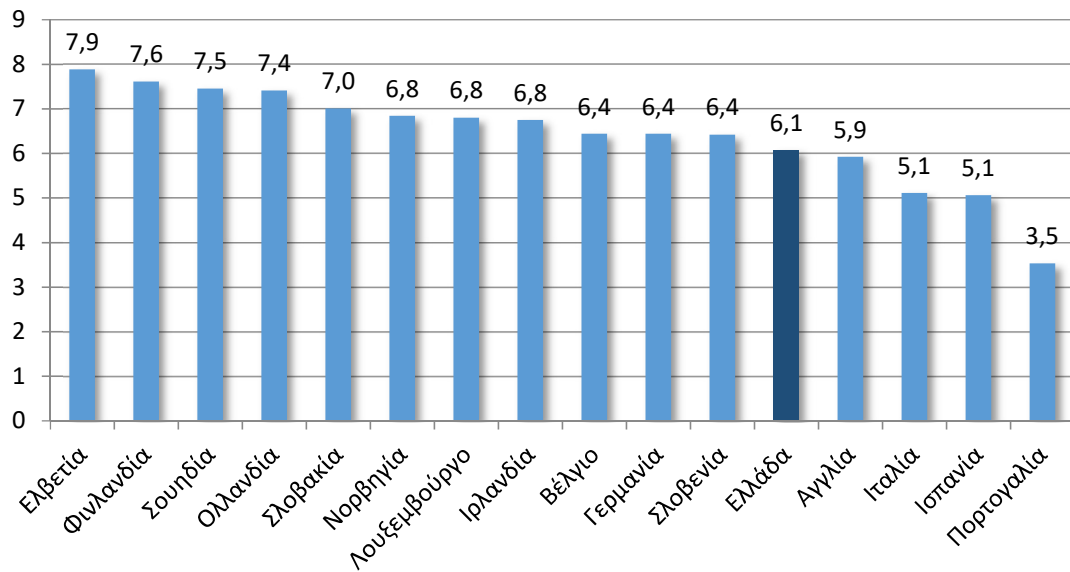
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Από την άλλη πλευρά φαίνεται να είναι καλύτερες είναι οι συνθήκες στην Ελλάδα σε ότι έχει να κάνει με 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, καθώς ο μέσος όρος των απαντήσεων ανέρχεται σε 6,1<sup>40</sup>. Όμως και πάλι σε σύγκριση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες η Ελλάδα βρίσκεται χαμηλά στη σχετική κατάταξη.

<sup>40</sup> 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).

### Διάγραμμα 3-12: Πρόσβαση σε Υλικές Υποδομές

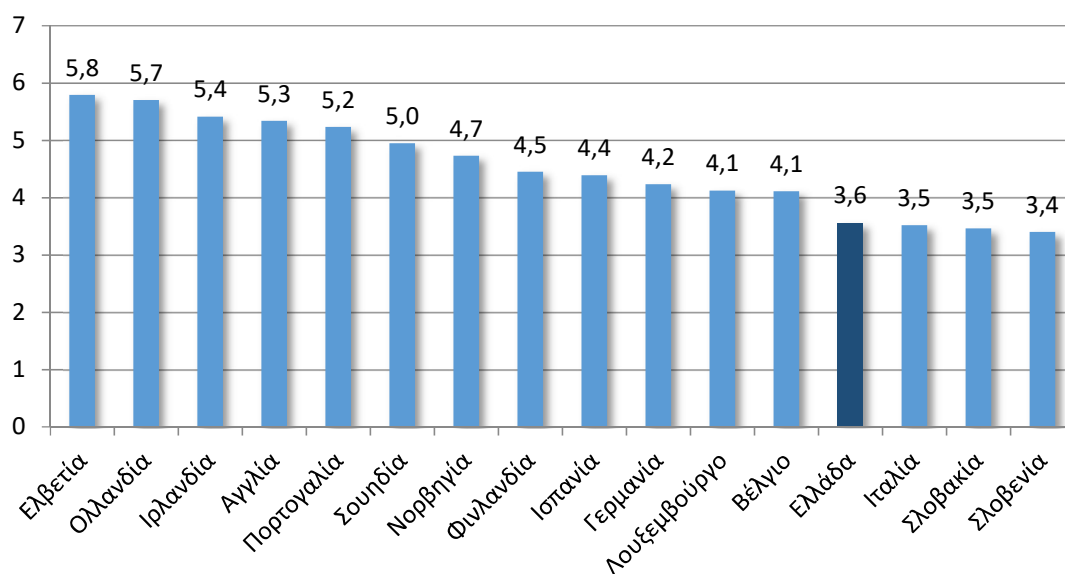
(μέσος όρος σε κλίμακα 1: απόλυτα λάθος έως 9: απόλυτα σωστό)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Τέλος σε ότι αφορά τα πολιτισμικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά της εθνικής κουλτούρας εκτιμάται ότι αυτά δεν ενθαρρύνουν σημαντικά την επιχειρηματικότητα καθώς ο μέσος όρος των απαντήσεων (3,6) είναι μικρότερος συγκριτικά με την πλειοψηφία των ευρωπαϊκών χωρών καινοτομίας<sup>41</sup>. Εδώ εξετάζεται κατά πόσο η εθνική κουλτούρα ενθαρρύνει την ανάληψη επιχειρηματικού κινδύνου, τη δημιουργικότητα και την καινοτομία, κτλ. με τα αποτελέσματα απλώς να φέρνουν την Ελλάδα πάνω από τρεις ευρωπαϊκές χώρες.

<sup>41</sup> Παραδείγματα ερωτήσεων είναι τα εξής: α) Η εθνική κουλτούρα δίνει έμφαση στην αυτάρκεια, την αυτονομία και την ατομική πρωτοβουλία, β) Η εθνική κουλτούρα ενθαρρύνει την ανάληψη επιχειρηματικού κινδύνου (risk taking), γ) Η εθνική κουλτούρα ενθαρρύνει τη δημιουργικότητα και την καινοτομία.

**Διάγραμμα 3-13: Πολιτισμικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά***(μέσος όρος σε κλίμακα 1: απόλυτα λάθος έως 9: απόλυτα σωστό)*

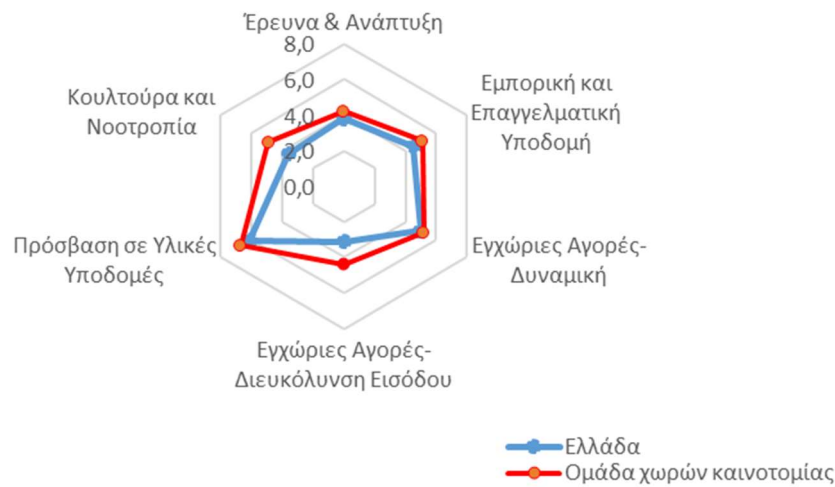
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Με βάση τις αξιολογήσεις των εμπειρογνομόνων σε αυτές τις έξι διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος και πάλι αναδεικνύονται βασικές υστερήσεις σχεδόν σε όλους τους παράγοντες. Οι εθνικοί εμπειρογνώμονες εκτιμούν ότι η εγχώρια αγορά είναι εξαιρετικά ρευστή, γεγονός που θα μπορούσε να θεωρηθεί ως θετικό, εφόσον εκδηλωνόταν αντίστοιχο ενδιαφέρον για επιχειρηματικότητα και διευκολύνονταν οι νέοι επιχειρηματίες να δραστηριοποιηθούν σε αυτή. Επίσης οι επιδόσεις της Ελλάδας συγκλίνουν στις χώρες καινοτομίας σε θέματα μεταφοράς τεχνογνωσίας, δηλαδή στη δυνατότητα πρόσβασης των νέων σε επιστημονική/τεχνολογική γνώση και στην υποστήριξη των επιχειρηματικών εγχειρημάτων που βασίζονται σε υψηλή τεχνολογία, αλλά και στην πρόσβαση σε υλικές υποδομές. Αντίθετα, παραμένουν ακόμα οι υστερήσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος στην Ελλάδα σε σχέση με τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας σε θέματα επιχειρηματικής κουλτούρας, ενώ η μεγαλύτερη υστέρηση εντοπίζεται στην διευκόλυνση εισόδου στην εγχώρια αγορά.



### Διάγραμμα 3-14: Διαστάσεις επιχειρηματικού περιβάλλοντος II (2015)

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



Ομάδα Χωρών Γ: καινοτομίας

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Συνολικά από την ανάλυση φαίνεται ότι η χαμηλή δυναμική της ελληνικής επιχειρηματικότητας ερμηνεύεται σε ένα βαθμό από τις επιπτώσεις της κρίσης κυρίως όμως οφείλεται σε δομικές/διαρθρωτικές αδυναμίες της χώρας που έχουν να κάνουν με τη γραφειοκρατία, το ασταθές φορολογικό πλαίσιο αλλά και τη μη διαθεσιμότητα ή μη αποτελεσματική λειτουργία μηχανισμών προώθησης και υποστήριξης της επιχειρηματικότητας. Τα βασικά εμπόδια επιχειρηματικής δραστηριοποίησης στην Ελλάδα σε σημαντικό βαθμό εκπορεύονται από την έλλειψη ενός γενικότερου πλαισίου εθνικών πολιτικών για την επιχειρηματικότητα. Σημαντικά προσκόμματα στην επιχειρηματικότητα τίθενται ακόμα από τη δυσκολία εύρεσης χρηματοδότησης του επιχειρηματικού εγχειρήματος, τα υψηλά εμπόδια εισόδου στην αγορά, αλλά και την επικρατούσα κουλτούρα για θέματα επιχειρηματικότητας που είναι μάλλον αμφίσημη.

Αξίζει να καταγραφούν σε αυτό το σημείο οι πιο πρόσφατες απόψεις από την έρευνα των εμπειρογνομώνων που συμμετείχαν στην έρευνα του 2016<sup>42</sup>, οι οποίοι ανέφεραν ότι οι τρεις σημαντικότεροι παράγοντες που δυσχεραίνουν την προώθηση της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα είναι:

- Η αναποτελεσματικότητα των πολιτικών σε ότι αφορά στη φορολογία των νέων επιχειρήσεων, στη γραφειοκρατία και γενικότερα στους ισχύοντες κανονισμούς αλλά και σε άλλους παράγοντες όπως π.χ. στη μη αποτελεσματική λειτουργία των δημόσιων φορέων που εποπτεύουν την ίδρυση των νέων επιχειρήσεων

<sup>42</sup> Αναλυτικά οι απαντήσεις τους θα αναλυθούν στην επόμενη ετήσια έκθεση του GEM.

- Οι δυσχέρειες που δημιουργούνται από τη λειτουργία του ευρύτερου πολιτικού και κοινωνικού περιβάλλοντος
- Τα προβλήματα χρηματοδοτικής στήριξης που αντιμετωπίζουν οι νέες επιχειρήσεις που δύναται να οφείλονται σε δυσκολία στην πρόσβαση σε τραπεζικό δανεισμό, επιδοτήσεις, venture capital κλπ

Το βασικότερο κίνητρο προώθησης επιχειρηματικότητας (20,8% του συνόλου των απαντήσεων) ήταν το επίπεδο εκπαίδευσης και κατάρτισης στην Ελλάδα. Ακολούθως μεγαλύτερη συχνότητα (πλήθος απαντήσεων) συγκέντρωσαν οι παράγοντες που αναφέρονται στη πρόσβαση σε υποδομές και δίκτυα (οδικό/ σιδηροδρομικό δίκτυο, φυσικό αέριο, ηλεκτρισμό, τηλεπικοινωνίες κλπ) αλλά και στις συνθήκες στην αγορά εργασίας.

## 4 ΚΕΦΑΛΑΙΟ: ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΜΕ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΔΥΝΑΜΙΚΗ

### 4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Όπως έχει συζητηθεί σε αρκετές εκθέσεις του GEM, όπως αυτές δημοσιεύονται από το IOBE τα τελευταία χρόνια, η ενίσχυση απλώς του επιπέδου της επιχειρηματικότητας που αναδύεται σε μια χώρα, δεν επαρκεί για να δημιουργήσει μια συνολικότερη αναπτυξιακή δυναμική σε μια χώρα. Ειδικά σε μια οικονομία, όπως η ελληνική σήμερα, η δημιουργία πλήθους νέων εγχειρημάτων έχει μια αξία, κυρίως ως προς την επαγγελματική / βιοποριστική διέξοδο κάποιων πολιτών, και είναι σίγουρα επιθυμητή. Όμως, για να μπορέσει να σηματοδοτηθεί μία αλλαγή που να έχει σημαντικό μακροοικονομικό όφελος απαιτείται μια ροή επιχειρηματικών εγχειρημάτων που να έχει αρκετές πιθανότητες αφενός επιβίωσης, αφετέρου μεγέθυνσης.

Τα εμπειρικά δεδομένα του GEM για την Ελλάδα, από το 2003, άλλωστε δείχνουν ότι κάθε χρόνο ποσοτικά οι επιδόσεις μας δεν ήταν κακές. Η Ελλάδα βρισκόταν συστηματικά πάνω από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο ως προς το βασικό δείκτη TEA. Ωστόσο, οι υστερήσεις της Ελλάδας καταγράφονταν στα πιο ποιοτικά χαρακτηριστικά αυτής της επιχειρηματικότητας, καθώς από πλευράς καινοτομίας ή εξωστρέφειας, οι επιδόσεις δεν ήταν ικανοποιητικές. Επιπροσθέτως, ένα χαρακτηριστικό των εγχειρημάτων αυτών, ήταν η περιορισμένη δυναμική τους ως προς τη δημιουργία θέσεων εργασίας, καθώς η ευρεία πλειονότητα των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων (πάνω από 75% διαχρονικά) δήλωνε ότι δεν ανέμενε να δημιουργήσει πάνω από πέντε θέσεις εργασίας, σε βάθος μάλιστα πέντε ετών. Βεβαίως, το ζήτημα της μεγέθυνσης σε όρους απασχόλησης απασχολεί συνολικά τη βιβλιογραφία της οικονομικής των επιχειρήσεων και της επιχειρηματικότητας και αναδεικνύεται ως πρόβλημα συνολικά στον ευρωπαϊκό χώρο (π.χ. Dimelis et al. 2016, ECB 2013). Συνολικά δηλαδή οι πολιτικές για τη νέα ή νεοφυή επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη θέτουν το ερώτημα του έγκαιρου εντοπισμού και υποστήριξης της δημιουργίας νέων επιχειρήσεων που όχι μόνο θα επιβιώσουν, αλλά θα μεγαλώσουν και θα προσφέρουν θέσεις εργασίας. Ειδικά για την Ελλάδα όμως στη σημερινή συγκυρία το ερώτημα αυτό είναι ακόμα πιο επιτακτικό.

Στο πλαίσιο αυτό, στο παρόν κεφάλαιο εξετάζονται οι παράγοντες που επηρεάζουν αυτή την αναπτυξιακή δυναμική (σε όρους απασχόλησης) των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα, σε όρους απασχόλησης. Μάλιστα δίνουμε ιδιαίτερη έμφαση στην εξέταση αυτών των πιθανών επιδράσεων την περίοδο της κρίσης. Στόχος μας είναι να εντοπίσουμε τους παράγοντες εκείνους που φαίνεται να παίζουν κάποιο ρόλο σε αυτή την πορεία μεγέθυνσης, ώστε να τροφοδοτήσουμε με χρήσιμη πληροφόρηση το

επίπεδο της δημόσιας πολιτικής για την επιχειρηματικότητα και μάλιστα τη νεοφυή, εν όψει και των σχεδιαζόμενων παρεμβάσεων μέσω του νέου ΕΣΠΑ.

Συγκεκριμένα, γίνεται προσπάθεια να παρέχουμε εμπειρικά αποτελέσματα για τον ρόλο που διαδραματίζουν το φύλο, το εκπαιδευτικό επίπεδο, το επιχειρηματικό κίνητρο και οι αντιλαμβανόμενες ευκαιρίες των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων πάνω στη αναπτυξιακή επιχειρηματικότητα και η οποία όπως τεκμηριώνεται παρακάτω αποτελεί ένα βασικό ποιοτικό χαρακτηριστικό της επιχειρηματικότητας, καθώς η ανάδειξη αυτού του τύπου επιχειρηματικότητας μπορεί να έχει σημαντική συμβολή στη δημιουργία θέσεων εργασίας σε μια οικονομία.

Για την επίτευξη του στόχου αυτού χρησιμοποιούνται τα στοιχεία των ετήσιων ερευνών στον πληθυσμό (individual level), εστιάζοντας αποκλειστικά στο δείγμα των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων. Η συλλογή των στοιχείων αυτών έχει προέλθει από τις ετήσιες έρευνες πεδίου που έχουν πραγματοποιηθεί για την Ελλάδα στο πλαίσιο του GEM. Ως εκ τούτου, τα στοιχεία αφορούν στην περίοδο 2003-2015 και συνολικά αναφέρονται σε 1779 επιχειρηματίες αρχικών σταδίων, που όλα αυτά τα χρόνια εντόπισε η έρευνα. Μεθοδολογικά εφαρμόζουμε οικονομετρικές εκτιμήσεις (probit και logit) για την περίοδο 2009-2015, την περίοδο δηλαδή της οικονομικής κρίσης, αλλά και για την περίοδο 2003-2008, την προ-κρίσης περίοδο, ώστε συγκριτικά να εντοπίσουμε τυχόν διαφοροποίηση των εξεταζόμενων επιδράσεων μεταξύ αυτών των δύο χρονικών περιόδων.

## **4.2 Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ**

Είναι ευρέως γνωστό πως η επιχειρηματικότητα αποτελεί έναν από τους βασικούς κινητήριους μοχλούς για την ανάπτυξη σε μια οικονομία (Wennekers et al. 2005, Van Stel et al. 2005, Audretsch 2007). Η δημιουργία νέων επιχειρήσεων μπορεί να συμβάλει στην οικονομική ανάπτυξη, καθώς αυτομάτως σηματοδοτεί τη δημιουργία θέσεων εργασίας (Birch 1979), μια μεγαλύτερη ένταση ανταγωνισμού (Agarwal και Gort, 1996), την εισαγωγή τεχνολογικών μεταβολών που με τη σειρά τους ενθαρρύνουν τη καινοτομία (Baumol 2010), αλλά και τη βελτίωση της παραγωγικότητας (Audretsch και Keilbach 2004).

Ωστόσο, η επιχειρηματικότητα εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την τρέχουσα οικονομική συγκυρία και επηρεάζεται αρνητικά και σε μεγάλη έκταση από μια οικονομική κρίση (Klapper και Love 2011). Υπό το πρίσμα της πρόσφατης χρηματοπιστωτικής κρίσης, η οποία θεωρείται ως η πιο σοβαρή των τελευταίων δεκαετιών και με δυσμενείς επιπτώσεις για την πραγματική οικονομική δραστηριότητα (OECD 2012, ECB 2012), οι επιχειρηματίες τόσο οι καθιερωμένοι, όσοι και οι νεοφυείς, έχουν υποστεί ένα διπλό σοκ που οφείλεται στη κατακόρυφη πτώση

της εγχώριας ζήτησης για αγαθά και υπηρεσίες, καθώς και στην εμφάνιση συνθηκών πιστωτικής ασφυξίας (OECD 2009).

Στο πλαίσιο των τυπικών προγραμμάτων αναπτυξιακής πολιτικής έχει καταγραφεί πως για έναν μεγάλο αριθμό χωρών, που έχουν βυθιστεί σε οικονομική ύφεση, η υποστήριξη και η τόνωση της επιχειρηματικότητας με την αύξηση απλά του αριθμού των νεοσύστατων επιχειρήσεων είναι ένας από τους βασικούς στόχους που έχουν τεθεί (Audretsch et al. 2006). Εντούτοις, η διεθνής χρηματοοικονομική κρίση υπογράμμισε την ανάγκη όχι μόνο για τη δημιουργία μιας μεγάλης ποσότητας επιχειρηματικών προσπαθειών σε μια οικονομία, αλλά και την ενθάρρυνση δημιουργίας κάποιων ειδικών-ποιοτικών-φιλόδοξων επιχειρηματικών εγχειρημάτων που θα μπορούσαν να καταστούν βιώσιμα, ακόμα και κάτω από αντίξοες οικονομικές συνθήκες ενισχύοντας την ανάπτυξη και την απασχόληση.

Ο Shane (2009) έχει επισημάνει πως το να δημιουργεί κανείς απλά τυπικές νεοσύστατες επιχειρήσεις δεν αποτελεί βιώσιμη λύση για την ενίσχυση της οικονομικής ανάπτυξης και τη δημιουργία θέσεων εργασίας. Επίσης, ο ίδιος προσθέτει πως είναι προτιμότερο και απαραίτητο ταυτόχρονα οι φορείς διαμόρφωσης πολιτικής να επικεντρωθούν στην υποστήριξη εκείνου του υποσυνόλου επιχειρήσεων που χαρακτηρίζονται από αναπτυξιακή δυναμική, αντί να επιδοτούν τη δημιουργία μιας τυπικής επιχειρηματικής μονάδας με χαμηλή προστιθέμενη αξία.

Και τούτο διότι, όπως ο ίδιος ο Shane (2009) αποδεικνύει, είναι πιο ωφέλιμο σε μια οικονομία να λειτουργούν ένας μικρός αριθμός επιχειρήσεων υψηλής ανάπτυξης σε σχέση με ένα μεγάλο αριθμό τυπικών νεοσύστατων επιχειρήσεων. Πράγματι, επιβεβαιώνεται από διάφορες εμπειρικές μελέτες που έχουν πραγματοποιηθεί πρόσφατα σε διεθνές επίπεδο, πως η υψηλής ποιότητας ή η φιλόδοξη επιχειρηματικότητα (*ambitious entrepreneurship*) είναι πιθανό να είναι πιο ανθεκτική σε υφεσιακούς οικονομικούς κύκλους, αποτελώντας ταυτόχρονα μια σημαντική κινητήρια δύναμη για την οικονομική ανάπτυξη (Fritsch και Schroeter 2009, 2010, Autio και Acs 2010, Henrekson και Johansson 2010).

Ωστόσο, η σχετική βιβλιογραφία είναι μάλλον φτωχή σε ότι αφορά τον εντοπισμό των προσδιοριστικών παραγόντων αυτής της πιο ποιοτικής και φιλόδοξης επιχειρηματικότητας, ειδικά μάλιστα σε ένα περιβάλλον οικονομικής κρίσης. Η περίπτωση της Ελλάδας αποτελεί εκ των πραγμάτων μία μοναδική περίπτωση (*case study*) οικονομίας που μετά από μια παρατεταμένη περίοδο μεγέθυνσης αντιμετώπισε μία οξεία συρρίκνωση του ΑΕΠ, για μια επίσης μακρά περίοδο. Στη συγκεκριμένη εμπειρική ανάλυση που ακολουθεί γίνεται προσπάθεια να καλυφθεί αυτό το κενό εστιάζοντας σε ένα βασικό ποιοτικό χαρακτηριστικό της επιχειρηματικότητας και συγκεκριμένα στην αναπτυξιακή δυναμική των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων σε όρους θέσεων εργασίας. Επίσης, δίνονται κάποιες κατευθύνσεις πολιτικής παρέμβασης που θεωρούμε ότι τροφοδοτούν το σχετικό διάλογο για τις δημόσιες

πολιτικές για την επιχειρηματικότητα και υπό όρους συνεισφέρουν στο σχεδιασμό συνολικά μιας αναπτυξιακής πολιτικής για τη χώρα.

Έτσι, στη συνέχεια χρησιμοποιείται και αναδεικνύεται το εννοιολογικό πλαίσιο της φιλόδοξης αναπτυξιακής επιχειρηματικότητας και διερευνάται ο τρόπος που το φύλο, το εκπαιδευτικό επίπεδο, οι αντιλήψεις για την ύπαρξη ευκαιριών και το κίνητρο ανάγκης επηρεάζουν την ανάδειξη αυτού του ποιοτικού χαρακτηριστικού επιχειρηματικότητας κατά τη διάρκεια, αλλά και πριν από την έναρξη της κρίσης.

Το κεφάλαιο έχει την εξής δομή: Στην ενότητα 4.3 πραγματοποιείται μία ανασκόπηση της βιβλιογραφίας και διατυπώνονται οι βασικές υποθέσεις που ελέγχονται. Στην ενότητα 4.4 περιγράφονται τα στοιχεία, το δείγμα, καθώς επίσης και η οικονομετρική μεθοδολογία που εφαρμόζεται. Στην ενότητα 4.5 παρουσιάζονται και σχολιάζονται τα εμπειρικά ευρήματα. Τέλος, στην ενότητα 4.6 παρέχονται τα βασικά συμπεράσματα και διατυπώνονται κάποιες προτάσεις πολιτικής.

### **4.3 ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΤΥΠΩΣΗ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ**

Ένας σημαντικός αριθμός μελετών που διερευνά θέματα που σχετίζονται με τις επιχειρήσεις υψηλής ανάπτυξης (high-growth firms) επικεντρώνεται στο ρόλο των φιλοδοξιών, των προσδοκιών, των προθέσεων και των επιδιώξεων των επιχειρηματιών σε όρους ανάπτυξης, χρησιμοποιώντας εναλλακτικά ή συμπληρωματικά πλαίσια ανάλυσης και αντίστοιχους όρους. Έτσι για παράδειγμα στη σχετική βιβλιογραφία καταγράφονται όροι όπως είναι η φιλόδοξη επιχειρηματικότητα (Stam et al. 2009, Stam et al. 2011, Hermans et al. 2015), η επιχειρηματικότητα υψηλών προσδοκιών (π.χ. Valliere και Peterson 2009), η επιχειρηματικότητα υψηλών επιδιώξεων (Delmar και Wiklund 2008), η επιχειρηματικότητα υψηλών προοπτικών (Wong et al. 2005), η επιχειρηματικότητα με υψηλό αντίκτυπο (Acs 2010) και η επιχειρηματικότητα στρατηγικού σχεδιασμού (Levie και Autio 2011). Εμείς στο κεφάλαιο αυτό χρησιμοποιούμε τον όρο **αναπτυξιακή επιχειρηματικότητα** εννοώντας κατά βάση την επιχειρηματικότητα που μπορεί να αποδώσει αρκετές νέες θέσεις εργασίας, σε μεσοπρόθεσμο ορίζοντα.

Σύμφωνα με το θεωρητικό υπόβαθρο που ανέπτυξαν οι Hermans et al. (2015), μπορεί να υποστηριχθεί πως ανεξαρτήτως της ονομασίας που λαμβάνουν, όλες οι παραπάνω έννοιες, θα μπορούσαν να ενσωματωθούν σε ένα γενικότερο εννοιολογικό πλαίσιο της επιχειρηματικότητας υψηλής ποιότητας (high-quality entrepreneurship) ή της φιλόδοξης επιχειρηματικότητας (ambitious entrepreneurship) που μπορεί να μετρηθεί από την αναπτυξιακή δυναμική των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων.

Έτσι για παράδειγμα οι Gundry και Welsh (2001) σε μελέτη όπου προσπαθούν να διερευνήσουν το προφίλ των επιχειρηματιών με υψηλές αναπτυξιακές προσδοκίες, επισημαίνουν πως αυτού του τύπου οι επιχειρηματίες συνήθως θέτουν στρατηγικούς στόχους που συνδέονται με την επέκταση στην αγορά και την τεχνολογική αναβάθμιση του εγχειρήματός τους, και γενικότερα χαρακτηρίζονται από την υψηλή προσήλωσή τους για την επίτευξη μιας επιτυχημένης επιχειρηματικής πορείας. Στην ίδια κατεύθυνση οι Stam et al. (2012) ορίζουν τον φιλόδοξο επιχειρηματία ως *“εκείνο το άτομο που εμπλέκεται στην επιχειρηματική διαδικασία με σκοπό να δημιουργήσει όσο το δυνατόν μεγαλύτερη αξία”*, όπου αυτή η αξία μπορεί να εκφρασθεί σε όρους αναπτυξιακής επίδοσης (Hermans et al. 2015).

Αρκετές μελέτες χρησιμοποίησαν το θεωρητικό υπόβαθρο της «σχεδιασμένης συμπεριφοράς» --planned behavior-- (Ajzen 1991) προκειμένου να ερμηνεύσουν τις σχέσεις μεταξύ κινήτρων, προθέσεων και πραγματικής συμπεριφοράς. Το βασικό επιχείρημα που θέτει η συγκεκριμένη θεωρία είναι πως οι προθέσεις, οι επιδιώξεις και οι στόχοι όταν υπάρχει προσήλωση μπορούν με αυξημένη πιθανότητα να μετατραπούν σε πράξεις. Επίσης, η θεωρία αυτή υποστηρίζει πως οι στάσεις συμπεριφοράς, τα υποκειμενικά πρότυπα, και η προσήλωση σε επιδιώξεις και προθέσεις, επεξηγούν τη σημαντική διακύμανση και ετερογένεια στην πραγματική συμπεριφορά μεταξύ των ατόμων (Ajzen 1991, p. 179). Βάσει της θεωρίας της σχεδιασμένης συμπεριφοράς, οι σχετικές έρευνες στο πεδίο της επιχειρηματικότητας επισημαίνουν και αναδεικνύουν το ρόλο και τη σημασία που μπορεί να έχει μια συμπεριφορά που χαρακτηρίζεται από αναπτυξιακές επιδιώξεις στον επιχειρηματικό προσανατολισμό, στις επιχειρηματικές προθέσεις και στην επίτευξη υψηλών επιδόσεων σε όρους ανάπτυξης (Estrin et al. 2013, Wiklund και Shepherd 2003).

Επιπλέον, οι Guzmán και Santos (2001) στη μελέτη που πραγματοποίησαν αναγνωρίζουν τα επιχειρηματικά κίνητρα ως ένα βασικό εργαλείο που μπορεί να καθορίσει την ποιότητα των επιχειρηματικών πρωτοβουλιών. Διατυπώνοντας το θεωρητικό επιχείρημα της διχοτόμησης στα επιχειρηματικά κίνητρα (motivational dichotomy), αποδεικνύουν πως οι προσανατολισμένοι προς την ανάπτυξη επιχειρηματίες χαρακτηρίζονται από υψηλότερα επίπεδα εγγενών κινήτρων που σχετίζονται με την επιχειρηματική αποστολή ή την ανάγκη για προσωπική ανάπτυξη. Στον αντίποδα, οι επιχειρηματίες με χαμηλές αναπτυξιακές φιλοδοξίες χαρακτηρίζονται από υψηλότερα επίπεδα υλιστικών κινήτρων που συνδέονται με την απόκτηση πλούτου και την οικονομική αναγκαιότητα.

Επίσης, ο Davidsson (1991) υποστηρίζει ότι για την ανάπτυξη μιας επιχείρησης μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο τόσο οι αντικειμενικές μετρήσεις της ικανότητας, της ευκαιρίας και της ανάγκης, όσο και οι προσδοκίες του επιχειρηματία για την επίτευξη ανάπτυξης. Έτσι, οι επιχειρηματίες με υψηλές αναπτυξιακές προσδοκίες αναμένεται να συμβάλουν περισσότερο στην οικονομική ανάπτυξη σε σχέση με τους επιχειρηματίες που

έχουν χαμηλές αναπτυξιακές φιλοδοξίες (Bellu και Sherman 1995, Kolvereid και Bullvag 1996, Wiklund και Shepherd 2003).

Το γεγονός αυτό μπορεί να βοηθήσει και στη διατύπωση προτάσεων πολιτικής για την υποστήριξη της επιχειρηματικότητας με υψηλή προστιθέμενη αξία. Δεδομένου ότι είναι δύσκολο να εντοπιστούν εκ των προτέρων επιχειρήσεις που μπορούν να πετύχουν υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης (οι λεγόμενες «γαζέλες»), θα πρέπει ο σχεδιασμός των σχετικών παρεμβάσεων πολιτικής να βασίζεται στον *a priori* εντοπισμό των επιχειρηματιών με αναπτυξιακές φιλοδοξίες, καθώς επίσης και στην υποστήριξη από τα πρώτα στάδια ζωής των νεοσύστατων επιχειρήσεων με αναπτυξιακή προοπτική (Stam et al. 2009).

Στον αντίποδα, η «επιδότηση» της επιχειρηματικότητας ανάγκης που χαρακτηρίζεται ταυτόχρονα από χαμηλές αναπτυξιακές φιλοδοξίες είναι πιθανό να αποδειχθεί ως μια αναποτελεσματική πολιτική (Stam et al. 2009, Bosma και Schutjens 2009). Πράγματι, έχει επιβεβαιωθεί πως πολλοί επιχειρηματίες που δημιουργούν μια νέα επιχείρηση έχοντας υψηλές φιλοδοξίες για μελλοντική ανάπτυξη, τελικά κατορθώνουν σε σημαντικό βαθμό να μετατρέψουν την επιχείρησή τους σε ένα εγχείρημα με υψηλές αναπτυξιακές επιδόσεις ή σε μια καινοτόμο επιχείρηση (Bosma και Schutjens 2009).

Τα παραπάνω επιχειρήματα επαληθεύονται και από εμπειρικές ενδείξεις σε αναλύσεις που διερευνούν την φιλόδοξη αναπτυξιακή επιχειρηματικότητα. Τα εμπειρικά ευρήματα από πρόσφατες έρευνες φανερώνουν πως αυτού του τύπου η φιλόδοξη επιχειρηματικότητα μπορεί να έχει σημαντική συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη, σε αντίθεση με τη τυπική επιχειρηματικότητα ή την αυτοαπασχόληση (Bosma et al. 2009, Stam et al. 2009, Stam et al. 2011, Wong et al. 2005). Συγκεκριμένα, οι αναπτυξιακές προσδοκίες των επιχειρηματιών έχει βρεθεί πως συνδέονται με θετικό τρόπο με την μετέπειτα πραγματική αναπτυξιακή πορεία των επιχειρήσεων (Bellu και Sherman 1995, Kolvereid και Bullvåg 1996, Wiklund και Shepherd 2003). Επίσης, οι Gundry και Welsch (2001) επιβεβαιώνουν την ύπαρξη μιας ισχυρής θετικής σχέσης μεταξύ της υψηλής δέσμευσης σε επιχειρηματικές αναπτυξιακές φιλοδοξίες και της επίτευξης μιας επιτυχημένης επιχειρηματικής προσπάθειας σε όρους κυρίως αναπτυξιακών επιδόσεων.

Παρά το αυξανόμενο ενδιαφέρον όμως σε επίπεδο έρευνας και πολιτικής, είναι επίσης απαραίτητο να διευρυνθεί η γνώση σε θέματα που σχετίζονται με τη συμπεριφορά των επιχειρηματικών προσπαθειών και οι οποίες χαρακτηρίζονται από προοπτικές υψηλής ποιότητας, ιδιαίτερα για μια οικονομία που διέρχεται από μια βαθιά και παρατεταμένη ύφεση, όπως είναι η ελληνική. Επίσης, δεν έχουν διερευνηθεί ακόμα οι παράγοντες σε επίπεδο ατόμων που μπορεί να διαμορφώνουν τη φιλόδοξη αναπτυξιακή επιχειρηματικότητα στα χρόνια της οικονομικής κρίσης. Ως εκ τούτου, το συγκεκριμένο εμπειρικό κεφάλαιο προσπαθεί να παρέχει εμπειρικές ενδείξεις για τους παράγοντες που



επηρεάζουν τη φιλόδοξη αναπτυξιακή επιχειρηματικότητα την περίοδο της κρίσης, καθώς και για την εξέλιξη αυτών των πιθανών επιδράσεων σε σχέση με την προ-κρίσης περίοδο.

Η διεθνής βιβλιογραφία στο πεδίο της επιχειρηματικότητας έχει εξετάσει μία σειρά παραγόντων που πιθανότατα επηρεάζουν τη φιλόδοξη αναπτυξιακή επιχειρηματικότητα, αλλά οι εμπειρικές αναλύσεις για την περίοδο της κρίσης είναι ακόμα περιορισμένες. Σε αυτήν την ενότητα παρουσιάζονται θεωρητικές και εμπειρικές μελέτες προκειμένου να υποστηριχθεί η διατύπωση των υποθέσεων και οι οποίες αναφέρονται στις επιδράσεις που αναμένουμε να έχουν οι αντιληπτές ευκαιρίες, το επίπεδο εκπαίδευσης, το φύλο και το επιχειρηματικό κίνητρο ανάγκης πάνω στη φιλόδοξη αναπτυξιακή επιχειρηματικότητα κατά τη διάρκεια της κρίσης.

---

#### 4.3.1 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΦΥΛΟΥ

Πολλές μελέτες υπογραμμίζουν το ρόλο των επιχειρηματικών προθέσεων και επιδιώξεων προκειμένου να εξηγήσουν τις διαφορές που παρατηρούνται στις επιδόσεις μεταξύ ανδρών και γυναικών επιχειρηματιών (Davis και Shaver 2012, Gupta et al. 2009, Kolvereid 1996). Οι γυναίκες συνήθως δεν ξεκινούν μια επιχειρηματική προσπάθεια τόσο για την απόκτηση κέρδους, αλλά περισσότερο για να ικανοποιήσουν εγγενείς στόχους, όπως είναι η ανεξαρτησία και η ευελιξία στο συνδυασμό οικογενειακών και εργασιακών υποχρεώσεων. Ως εκ τούτου, τα επιχειρηματικά τους εγχειρήματα τείνουν να είναι μικρότερου μεγέθους, να αναπτύσσονται με χαμηλότερους ρυθμούς και να είναι λιγότερο αποδοτικά σε σχέση τα αντίστοιχα των ανδρών επιχειρηματιών (Brush 1992, Rosa και Hamilton 1994, Welter et al. 2006, Gupta et al. 2009).

Οι γυναίκες επιχειρηματίες είναι περισσότερο πιθανό από τους άνδρες να θέσουν λιγότερο φιλόδοξα όρια επιχειρηματικής ανάπτυξης που προκύπτουν από τη μεγαλύτερη ανησυχία που έχουν για τους κινδύνους που μπορεί να χαρακτηρίζει μια επιχειρηματική πορεία με υψηλούς αναπτυξιακούς στόχους (Cliff 1998). Γενικότερα, έχει βρεθεί από εμπειρικές μελέτες ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες αποστρέφονται σε υψηλότερο βαθμό τον κίνδυνο σε σχέση με τους άνδρες επιχειρηματίες (π.χ. Jianakorpos και Bernasek 1998, Eckel και Grossman 2008, Davis και Shaver 2012). Αυτό έχει ως αποτέλεσμα οι γυναίκες να χαρακτηρίζονται από χαμηλότερες προσδοκίες ως προς την αναπτυξιακή δυναμική των επιχειρηματικών τους πρωτοβουλιών.

Είναι επίσης αξιοσημείωτο πως οι δυσκολίες πρόσβασης σε χρηματοδοτικούς πόρους, ειδικά σε ό,τι αφορά την πρόσβαση σε δανεισμό και μετοχικό κεφάλαιο, αναγνωρίζεται συχνά από τη βιβλιογραφία ως ο βασικότερος ίσως λόγος για τις σχετικά χαμηλές αναπτυξιακές προοπτικές και επιδόσεις των γυναικών επιχειρηματιών (Alsos et al. 2006, Marlow και Patton,

2005). Το πρόβλημα της διάκρισης στην παροχή χρηματοδότησης για επιχειρηματικές δραστηριότητες μεταξύ των δύο φύλων έχει εντοπιστεί και αναδειχθεί από τη σχετική βιβλιογραφία, τονίζοντας τη δυσκολία που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες ιδιοκτήτες επιχειρήσεων στο να λάβουν χρηματοδότηση τόσο από δημόσιες, όσο και από ιδιωτικές πηγές χρηματοδότησης (Stefani και Vacca 2013, Pines et al. 2010, Riding και Swift 1990, Orhan 2001, Coleman 2000, Calcagnini et al. 2015, De Bruin et al. 2006).

Το πρόβλημα της πρόσβασης σε χρηματοδότηση από τις γυναίκες επιχειρηματίες φαίνεται πως γίνεται εμφανές ιδιαίτερα σε περιόδους κρίσης, καθώς με δεδομένη την υψηλή αβεβαιότητα και τα χαμηλά επίπεδα ρευστότητας σε τέτοιες περιόδους, τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα διστάζουν περισσότερο να παρέχουν δάνεια, ιδίως για επιχειρήσεις γυναικών που έχουν αυξημένη πιθανότητα να είναι μικρού μεγέθους και περισσότερο ευάλωτες (Paul και Sarma 2013, Pines et al. 2010). Ο χρηματοδοτικός αποκλεισμός, σε συνδυασμό με άλλες μορφές αποκλεισμού, όπως ο αποκλεισμός από την αγορά εργασίας ή ο κοινωνικός αποκλεισμός, έχουν ως συνέπεια έναν μεγαλύτερο αρνητικό αντίκτυπο της οικονομικής κρίσης στη γυναικεία επιχειρηματικότητα σε σύγκριση με τους άνδρες ιδρυτές επιχειρήσεων (Pines et al. 2010).

Επίσης, αξίζει να σημειωθεί πως σε περιόδους κρίσης, οι γυναίκες είναι πιο πιθανό να εμπλακούν σε δραστηριότητες αυτοαπασχόλησης ή σε χαμηλής ποιότητας επιχειρηματικές προσπάθειες σε σύγκριση με τους άνδρες, εξαιτίας πιο περιορισμένων επιλογών που έχουν (Paul και Sarma 2013, Allen et al. 2008, Arenious και Minniti 2005). Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω, αναμένουμε οι γυναίκες να υποεκπροσωπούνται σε υψηλής ποιότητας και φιλόδοξα επιχειρηματικά εγχειρήματα, σε περιόδους κρίσης. Με βάση τα παραπάνω, θέλουμε να ελέγξουμε την εξής υπόθεση:

*H1: Η επίδραση του φύλου στην επιχειρηματικότητα με αναπτυξιακή δυναμική αναμένεται να είναι αρνητική κατά την περίοδο της κρίσης.*

---

#### 4.3.2 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟΥ ΕΠΙΠΕΔΟΥ

Το μορφωτικό επίπεδο των επιχειρηματιών θεωρείται ως ένας από τους παράγοντες που μπορούν να συμβάλουν σημαντικά στις αναπτυξιακές δυνατότητες μιας επιχείρησης. Οι Guzmán και Santos (2001) θεωρούν την εκπαίδευση ως ένα καθοριστικό παράγοντα διαμόρφωσης της επιχειρηματικής ποιότητας, διότι τα άτομα υψηλού μορφωτικού επιπέδου τείνουν να χαρακτηρίζονται από μια μεγαλύτερη προσήλωση προς την επιχειρηματική επιτυχία.

Επιπλέον, η διεθνής βιβλιογραφία έχει υπογραμμίσει τον ρόλο που διαδραματίζει η πανεπιστημιακή εκπαίδευση στην ενίσχυση των διερευνητικών και προγραμματικών

δεξιοτήτων, στη διορατικότητα, στη φαντασία, καθώς και στις επικοινωνιακές δεξιότητες των ατόμων που σπουδάζουν (Sapienza και Grimm 1997). Τα χαρακτηριστικά αυτά με τη σειρά τους παρουσιάζουν θετικό αντίκτυπο στις αναπτυξιακές επιδιώξεις των επιχειρηματιών (Autio και Acs 2007, Autio και Acs 2010, Verheul και Van Mil 2011). Επιπλέον, οι Wiklund και Shepherd (2003) αποκαλύπτουν πως η εκπαίδευση, μεταξύ άλλων παραγόντων, υποστηρίζει τη θετική σχέση μεταξύ αναπτυξιακών προθέσεων και επίτευξης επιχειρηματικής ανάπτυξης.

Από την άλλη πλευρά τα άτομα με σχετικά υψηλό μορφωτικό επίπεδο υπόκεινται σε υψηλότερο κόστος ευκαιρίας λόγω των περισσότερων και καλύτερων εναλλακτικών λύσεων επαγγελματικής εξέλιξης που έχουν σε γενικές γραμμές στη διάθεσή τους (Shane και Venkataraman 2000). Ως εκ τούτου, όσο μεγαλύτερη είναι η εναλλακτική «αποζημίωση» για την εργασία τους, τόσο πιο ελκυστική θα πρέπει να είναι η αναμενόμενη ανταμοιβή που θα μπορεί να προκύψει από την επιχειρηματική τους δραστηριοποίηση προκειμένου τα μορφωμένα άτομα να εμπλακούν σε φιλόδοξες επιχειρηματικές προσπάθειες (Amit et al. 1995, Bhide 2000).

Σε περιόδους κρίσης όμως, η απουσία καλύτερων εναλλακτικών λύσεων για τα άτομα με υψηλό μορφωτικό επίπεδο είναι πιθανό να μειώσει το κόστος ευκαιρίας που ενέχει η εκκίνηση μιας επιχειρηματικής προσπάθειας με υψηλές αναπτυξιακές προοπτικές, και, επομένως, ενθαρρύνεται με αυτόν τον τρόπο η δημιουργία φιλόδοξων νέων επιχειρήσεων. Συνεπώς ισχυριζόμαστε ότι:

*H2: Η επίδραση του εκπαιδευτικού επιπέδου στην επιχειρηματικότητα με αναπτυξιακή δυναμική αναμένεται να είναι θετική την περίοδο της κρίσης.*

---

#### 4.3.3 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΚΙΝΗΤΡΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ

Τα κίνητρα για την απόφαση έναρξης ενός νέου επιχειρηματικού εγχειρήματος έχουν προσελκύσει το ερευνητικό ενδιαφέρον λόγω των επιπτώσεων που μπορεί να έχουν στη μορφή και στην ποιότητα της επιχειρηματικής δραστηριότητας που εμφανίζεται σε μια οικονομία. Ένα μέρος της βιβλιογραφίας επικεντρώνεται στα κίνητρα ευκαιρίας ή ανάγκης (Reynolds et al. 2002, Acs 2006), πραγματοποιώντας μια διάκριση που σχετίζεται με την έλξη ή την ώθηση στην επιχειρηματικότητα (pull or push entrepreneurship) αντίστοιχα. Τα επιχειρηματικά αυτά κίνητρα έχουν επίσης διερευνηθεί και στο πλαίσιο ανάλυσης της λεγόμενης φιλόδοξης επιχειρηματικότητας (Van Gelderen et al. 2005).

Οι παράγοντες που λειτουργούν ως «κίνητρα έλξης» αναφέρονται στην αναγνώριση, την ελευθερία, στην πρόκληση, στην αυτονομία, και στην ανεξαρτησία με τους δύο τελευταίους παράγοντες να αναφέρονται πιο συχνά στη σχετική βιβλιογραφία (Shane et al. 1991, Kolvereid 1996, Carter et al. 2003, Van Gelderen και Jansen 2006). Τα κίνητρα έλξης

προσελκύουν ανθρώπους στην εμπλοκή τους με την επιχειρηματικότητα και είναι στενά συνδεδεμένα με την αναγνώριση και την αξιοποίηση των ευκαιριών σε μια αγορά. Οι Verheul και Van Mil (2011) καταλήγουν στο συμπέρασμα πως η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας είναι πιο πιθανό να τροφοδοτήσει και να αναδείξει φιλόδοξες αναπτυξιακές προσπάθειες σε σχέση με την επιχειρηματικότητα ανάγκης.

Ωστόσο, φαίνεται πως πολλά άτομα – ειδικά στο περιβάλλον που διαμορφώθηκε μετά το 2008 - τείνουν να ωθούνται στην επιχειρηματική δραστηριοποίηση λόγω οικονομικής ανάγκης (Thurik et al. 2008). Πράγματι είναι γεγονός πως όταν η ανεργία κινείται σε υψηλά επίπεδα, το να γίνει κάποιος επιχειρηματίας εξαρτάται, μεταξύ άλλων, στο βαθμό που η έναρξη μιας επιχειρηματικής προσπάθειας γίνεται αντιληπτή ως μια βιώσιμη δεύτερη καλύτερη εναλλακτική λύση σε σχέση με την ανεργία (Arrighetti et al. 2016). Οι επιχειρηματίες ανάγκης φαίνεται πως αντιμετωπίζουν υψηλότερες δυσκολίες όσον αφορά την πρόσβαση σε ανθρώπινο κεφάλαιο, χρηματοδότηση, τεχνολογία (Kontolaimou et al. 2016), κάτι που σημαίνει ότι υπονομεύεται η αναπτυξιακή δυνατότητα του εγχειρήματός τους (Hessels et al. 2008). Επομένως, οι επιχειρηματίες ανάγκης τείνουν να εμφανίζουν χαμηλότερες φιλοδοξίες σε σχέση με τους επιχειρηματίες ευκαιρίας (Reynolds et al. 2002), γεγονός που αυτομάτως υποδηλώνει χαμηλότερες προσδοκίες και για δημιουργία θέσεων εργασίας (Hessels et al. 2008). Δεδομένου πως σε περιόδους κρίσης, όπου η ανεργία αυξάνεται σε σημαντικό βαθμό, όπως έγινε και στην ελληνική οικονομία, η επιχειρηματικότητα ανάγκης ενισχύεται, σημαίνει ότι και τα προαναφερθέντα εμπόδια μεγεθύνονται και έχουν δυσμενείς επιπτώσεις στις αναπτυξιακές προοπτικές των επιχειρηματικών εγχειρημάτων. Συνεπώς ισχυριζόμαστε ότι:

*H3: Η επίδραση του κινήτρου ανάγκης στην επιχειρηματικότητα με αναπτυξιακή δυναμική αναμένεται να είναι αρνητική κατά την περίοδο της κρίσης.*

---

#### 4.3.4 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΑΝΤΙΛΗΨΕΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΠΑΡΞΗ ΚΑΛΩΝ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ

Πολλοί ερευνητές και μελετητές της επιχειρηματικότητας αναγνωρίζουν τις αντιλαμβανόμενες επιχειρηματικές ευκαιρίες από τα άτομα ως ένα κρίσιμο μέρος της διαδικασίας του επιχειρείν (π.χ. Bhava 1994, Shane και Venkataraman 2000). Η αντίληψη των επιχειρηματικών ευκαιριών, αναφέρεται στον εντοπισμό ευκαιριών για τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων και συνήθως συνδέεται με την επιχειρησιακή εγρήγορση (Ardichvili et al. 2003, Kirzner 1973). Ένας επιχειρηματίας θεωρείται πως βρίσκεται σε κατάσταση επιχειρηματικής εγρήγορσης όταν παρουσιάζει αντανakλαστικά σε πολιτικές, οικονομικές, κοινωνικές ή τεχνολογικής φύσεως μεταβολές που επηρεάζουν το επιχειρηματικό περιβάλλον, και που με τη σειρά τους μπορεί να σηματοδοτούν την εμφάνιση νέων αναγκών σε μια αγορά.

Η ικανότητα αντίληψης και αναγνώρισης ευκαιριών μπορεί να συμβάλει σε σημαντικό βαθμό στην προώθηση της αναπτυξιακής επιχειρηματικότητας. Οι ευκαιρίες μαζί με τις αναπτυξιακές προθέσεις και τους πόρους θεωρούνται απαραίτητες προϋποθέσεις για τη μεγέθυνση μιας νέας επιχείρησης (Stam et al. 2009). Στο εννοιολογικό υπόβαθρο που ανέπτυξαν οι Hermans et al. (2012) υποστηρίζουν πως «οι φιλόδοξοι επιχειρηματίες έχουν υψηλές προθέσεις, οι οποίες βρίσκονται αντιμέτωπες με τις ευκαιρίες και τους πόρους που εντοπίζουν στο περιβάλλον τους. Ως εκ τούτου, αυτοί οι επιχειρηματίες τείνουν να αναπτύσσουν περισσότερες από τον μέσο όρο προσδοκίες και επομένως αξιοποιούν τους πόρους που έχουν εντοπίσει με στόχο να εκπληρώσουν τις φιλόδοξες προσδοκίες τους». Στην ίδια κατεύθυνση οι Stam et al. (2011) υποστηρίζουν πως για τους επιχειρηματίες με ηπιότερες φιλοδοξίες είναι πιο μικρή η πιθανότητα να συμμετάσχουν σε μια διαδικασία ανακάλυψης ευκαιριών και έτσι οι δραστηριότητές τους δεν μπορούν να συμβάλουν στην αναδιάρθρωση του επιχειρηματικού και παραγωγικού συστήματος.

Οι επιχειρηματικές ευκαιρίες που προκύπτουν λόγω αναδυόμενων αναγκών και κενών στις αγορές είναι πιθανόν να εμφανισθούν επίσης σε ένα ασταθές οικονομικό περιβάλλον, όπου ενδεχομένως αναμένεται να δρομολογηθεί η αναδιάρθρωση σε πολλές αγορές (Leibenstein 1968). Συνήθως, μια οικονομία που διέρχεται από μια οικονομική ύφεση προχωράει στην υλοποίηση δομικών μεταρρυθμίσεων στις αγορές εργασίας και προϊόντων. Οι δομικές αυτές μεταρρυθμίσεις μπορεί με τη σειρά τους να αποδειχτούν ικανές να δώσουν μία δυναμική ώθηση στο οικονομικό και επιχειρηματικό περιβάλλον. Μια τέτοια εξέλιξη μπορεί να επηρεάσει θετικά το επίπεδο των αναπτυξιακών προσδοκιών αλλά και την επίτευξη μιας αναπτυξιακής πορείας σε επίπεδο επιχειρήσεων (Wiklund και Shepherd 2003). Έτσι, σε αυτές τις οικονομίες οι ευκαιρίες υψηλής ανάπτυξης είναι διαθέσιμες σε μεγαλύτερο βαθμό, σε σύγκριση με πιο ώριμες αγορές.

Χρησιμοποιώντας το θεωρητικό υπόβαθρο του Leibenstein (1968) και το μοντέλο του GEM, οι Levie και Autio (2008) υποστηρίζουν ότι οι ευκαιρίες παρουσιάζονται όταν υφίστανται κενά, αλλά και πρόσθετα εμπόδια στις αγορές. Στο επιχειρηματικό περιβάλλον σε περιόδους κρίσης, συνήθως παρατηρούνται σημαντικές διαρθρωτικές μεταβολές και οι αγορές μετασχηματίζονται. Αυτό οδηγεί σε διεύρυνση κενών, αλλά και των εμποδίων, οι φιλόδοξοι επιχειρηματίες είναι πιο πιθανό να εντοπίσουν και να επωφεληθούν από τις σχετικές ευκαιρίες, ενεργώντας έτσι ως πιθανοί φορείς κάλυψης των κενών. Ως εκ τούτου, στις οικονομίες που έχουν επηρεαστεί έντονα από τη κρίση, είναι πιθανόν να καταγράφεται αυξημένος αριθμός φιλόδοξων επιχειρηματιών που καταρχήν αντιλαμβάνονται την ύπαρξη ευκαιριών και ενδεχομένως στη συνέχεια να εμπλέκονται στην πράξη σε νέες υψηλής ποιότητας επιχειρηματικές δραστηριότητες, σε σύγκριση με περιόδους οικονομικής ομαλότητας. Συνεπώς:

*H4: Η επίδραση των αντιλαμβανόμενων ευκαιριών στην επιχειρηματικότητα με αναπτυξιακή δυναμική αναμένεται να είναι θετική την περίοδο της κρίσης.*

#### **4.4 ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ**

Για τους σκοπούς αυτού του κεφαλαίου η εμπειρική ανάλυση επικεντρώνεται στους επιχειρηματίες αρχικών-σταδίων αξιοποιώντας τα στοιχεία του GEM για την Ελλάδα για τη χρονική περίοδο 2003-2015. Η συνολική περίοδος χωρίζεται σε 2 υπο-περιόδους, και συγκεκριμένα στην προ-κρίση περίοδο, που περιλαμβάνει τα έτη 2003-2008 και στην περίοδο κρίσης, που αναφέρεται στα έτη 2009-2015. Συνολικά στην παρούσα εμπειρική ανάλυση χρησιμοποιούμε δεδομένα για 1779 επιχειρηματίες αρχικών σταδίων που εντοπίστηκαν όλα αυτά τα χρόνια στις έρευνες του GEM.

Ως εξαρτημένη μεταβλητή στη συγκεκριμένη ανάλυση χρησιμοποιούμε τις προσδοκίες μεγέθυνσης του εγχειρήματος σε όρους απασχόλησης, όπως αυτές διατυπώνονται από τους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων. Συγκεκριμένα, ο επιχειρηματίας αρχικών σταδίων καλείται να εκτιμήσει τις μελλοντικές προοπτικές της επιχειρηματικής του προσπάθειας σε όρους δημιουργίας θέσεων εργασίας. Συγκεκριμένα αναφέρει τον αριθμό εργαζόμενων --χωρίς να προσμετρούνται οι ιδιοκτήτες-- που αναμένει να απασχολούνται στην επιχείρηση σε βάθος της επόμενης πενταετίας. Οι απαντήσεις λαμβάνονται σε τέσσερα συγκεκριμένα στρώματα (0 θέσεις εργασίας, 1 έως 5 θέσεις, 6 έως 19 και πάνω από 20 θέσεις).

Ακολουθώντας όμως τη μελέτη των Stam et al. (2011) για τη διερεύνηση των φιλοδοξιών, προσδοκιών και προθέσεων από τους επιχειρηματίες να πετύχουν υψηλή ανάπτυξη, δημιουργούμε μια δυαδική μεταβλητή που λαμβάνει τη τιμή 1 εάν ο επιχειρηματίας πιστεύει πως το επιχειρηματικό του εγχείρημα θα δημιουργήσει περισσότερες από 5 θέσεις εργασίας εντός της επόμενης πενταετίας και 0 εάν αναμένει να δημιουργήσει το πολύ μέχρι 5 θέσεις εργασίας. Ουσιαστικά, δηλαδή χωρίζουμε τα εγχειρήματα σε δύο κατηγορίες «ποιότητας»: αυτά που αναμένεται να δημιουργήσουν αρκετές θέσεις εργασίας και είναι και τα επιθυμητά σε μια οικονομία και τα υπόλοιπα που θα παραμείνουν στο επίπεδο της πολύ μικρής επιχείρησης.

Ο Πίνακας 4.1 που ακολουθεί παρουσιάζει τη κατανομή αυτής της εξαρτημένης μεταβλητής σε ετήσια βάση, αλλά και συνολικά για τις περιόδους προ και μετά την έναρξη της κρίσης.

**Πίνακας 4-1: Συχνότητα κατανομής επιχειρηματικότητας με προσδοκίες ανάπτυξης**

Έτος	0-5 θέσεις εργασίας αναμένεται να δημιουργήσουν εντός της επόμενης πενταετίας		Πάνω από 5 θέσεις εργασίας αναμένεται να δημιουργήσουν εντός της επόμενης πενταετίας	
	Συχνότητα (Τιμή: 0)	Ποσοστό (Τιμή: 0)	Συχνότητα (Τιμή: 1)	Ποσοστό (Τιμή: 1)
2003	102	81.60%	23	18.40%
2004	120	93.75%	8	6.25%
2005	119	87.50%	17	12.50%
2006	127	85.23%	22	14.77%
2007	91	84.26%	17	15.74%
2008	167	87.89%	23	12.11%
2009	140	93.33%	10	6.67%
2010	96	88.07%	13	11.93%
2011	134	84.28%	25	15.72%
2012	111	86.72%	17	13.28%
2013	98	94.23%	6	5.77%
2014	136	87.74%	19	12.26%
2015	124	89.86%	14	10.14%
<b>Περίοδος Κρίσης</b>	<b>839</b>	<b>88.97%</b>	<b>104</b>	<b>11.03%</b>
<b>Προ Κρίσης Περίοδος</b>	<b>726</b>	<b>86.84%</b>	<b>110</b>	<b>13.16%</b>

Σε μια πρώτη ανάγνωση πάντως, βλέπουμε ότι η έλευση της κρίσης δεν επηρέασε ιδιαίτερα αυτή την αξιολόγηση (μόλις δύο π.μ. υποχώρηση), καθώς ήδη και πριν την κρίση ήταν πολύ μικρό το ποσοστό των εγχειρημάτων που είχε μεγάλη αναπτυξιακή δυναμική όπως άλλωστε επισημάναμε και ως πρόβλημα και στην αρχή του κεφαλαίου.

Προκειμένου να ελέγξουμε τις υποθέσεις που διατυπώσαμε στην προηγούμενη ενότητα, συμπεριλαμβάνουμε στο εμπειρικό μας μοντέλο τέσσερις βασικές ανεξάρτητες μεταβλητές οι οποίες αφορούν στην αντίληψη για ύπαρξη επιχειρηματικών ευκαιριών, το επιχειρηματικό κίνητρο ανάγκης, στο φύλο και στο εκπαιδευτικό επίπεδο των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων. Επίσης, στο οικονομετρικό μας υπόδειγμα χρησιμοποιούμε και άλλες μεταβλητές ελέγχου όπως είναι η ηλικία, οι δεξιότητες, ο φόβος αποτυχίας και η γνωριμία με άλλους επιχειρηματίες. Μία αναλυτική περιγραφή όλων των ανεξάρτητων μεταβλητών παρέχεται στον Πίνακα 4.2.

**Πίνακας 4-2. Περιγραφή ανεξάρτητων μεταβλητών**

<b>Φύλο</b>	Διχοτομική μεταβλητή (1– άνδρας, 2– γυναίκα).
<b>Εκπαιδευτικό επίπεδο</b>	Ο ερωτώμενος δηλώνει την υψηλότερη βαθμίδα εκπαίδευσης που έχει παρακολουθήσει/ολοκληρώσει. Κατηγορική μεταβλητή με 5 κλίμακες καθώς λαμβάνει τιμές από 0 έως και 4 (0 – καμία εκπαίδευση, 1 – μερική δευτεροβάθμια εκπαίδευση, 2 – δευτεροβάθμια εκπαίδευση, 3 – τριτοβάθμια εκπαίδευση, 4 – μεταπτυχιακό ή διδακτορικό).
<b>Καλές ευκαιρίες το επόμενο εξάμηνο</b>	Ο ερωτώμενος δηλώνει εάν θεωρεί πως υπάρχουν καλές ευκαιρίες για να ξεκινήσει κάποιος μία επιχειρηματική προσπάθεια εντός του επόμενου εξαμήνου. Ψευδομεταβλητή (1-ναι, 0-όχι)
<b>Επιχειρηματικό κίνητρο ανάγκης</b>	Ο ερωτώμενος δηλώνει το κίνητρο εκκίνησης ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος. Ψευδομεταβλητή (1 – κίνητρο ανάγκης, 0 – κίνητρο ευκαιρίας)
<b>Εξοικείωση με επιχειρηματικά μοντέλα</b>	Ο ερωτώμενος δηλώνει εάν γνωρίζει από τον κοινωνικό του κύκλο άλλα άτομα που έχουν εμπλακεί σε επιχειρηματικές προσπάθειες. Ψευδομεταβλητή (1-ναι, 0-όχι)
<b>Δεξιότητες</b>	Ο ερωτώμενος δηλώνει εάν πιστεύει πως έχει τις δεξιότητες και τις ικανότητες να ξεκινήσει μια επιχειρηματική προσπάθεια. Ψευδομεταβλητή (1-ναι, 0-όχι)
<b>Φόβος αποτυχίας</b>	Ο ερωτώμενος δηλώνει αν ο φόβος αποτυχίας θα τον εμπόδιζε να ξεκινήσει μια επιχειρηματική δραστηριότητα. Ψευδομεταβλητή (1-ναι, 0-όχι)
<b>Ηλικία</b>	Ο ερωτώμενος δηλώνει το ακριβές έτος γέννησης. Συνεχής μεταβλητή που υπολογίζεται από τη διαφορά του έτους που πραγματοποιήθηκε η έρευνα πεδίου από το έτος γέννησης. Η μεταβλητή είναι εκφρασμένη σε μορφή φυσικού λογάριθμου.

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



Πίνακας 4-3: Μήτρα συσχέτισης

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
Φύλο (1)	1.000	-	-	-	-	-	-	
Ηλικία (2)	0.039	1.000	-	-	-	-	-	
Εκπαιδευτικό επίπεδο (3)	0.040	-0.088	1.000	-	-	-	-	
Καλές ευκαιρίες το επόμενο εξάμηνο (4)	0.021	-0.083	0.081	1.000	-	-	-	
Φόβος αποτυχίας (5)	0.156	0.028	-0.051	-0.176	1.000	-	-	
Δεξιότητες (6)	-0.061	-0.010	0.046	0.086	-0.204	1.000	-	
Εξοικείωση με επιχειρηματικά μοντέλα (7)	-0.026	0.019	0.087	0.071	-0.018	0.111	1.000	
Επιχειρηματικό κίνητρο ανάγκης (8)	0.111	0.077	-0.126	-0.084	0.140	-0.119	-0.011	1.000

Η οικονομετρική ανάλυση στηρίζεται στην εκτίμηση της ακόλουθης εξίσωσης:

$$Growth_{i,t} = \beta_1 Gender_{i,t} + \beta_2 Education_{i,t} + \beta_3 NecMot_{i,t} + \beta_4 OpportPerc_{i,t} + \beta_5 Z_{i,t} + u_{i,t}$$

Στην εξίσωση αυτή η εξαρτημένη μεταβλητή,  $Growth_{i,t}$  αντιπροσωπεύει την ανάπτυξη των θέσεων εργασίας στην επιχείρηση όπως αναμένεται από τον επιχειρηματία  $i$ , το έτος  $t$ . Οι ερμηνευτικές μεταβλητές που αναφέρονται στο φύλο, το εκπαιδευτικό επίπεδο, επιχειρηματικό κίνητρο ανάγκης και τις αντιλαμβανόμενες ευκαιρίες του επιχειρηματία  $i$ , το έτος  $t$  αντιπροσωπεύονται από τους εξής όρους  $Gender_{i,t}$ ,  $Education_{i,t}$ ,  $NecMot_{i,t}$  και  $OpportPerc_{i,t}$  αντίστοιχα.  $Z_{i,t}$  είναι ένα διάνυσμα που περιλαμβάνει τις μεταβλητές ελέγχου που περιγράψαμε παραπάνω. Το  $u_{i,t}$  αποτελεί έναν τυχαίο όρο σφάλματος που υποθέτουμε πως ακολουθεί τη κανονική κατανομή. Οι παράμετροι  $\beta$  απεικονίζουν τους υπό εκτίμηση συντελεστές κλίσης. Οι οικονομετρικές εκτιμήσεις της εξίσωσης πραγματοποιούνται για την περίοδο της κρίσης (2009-2015) και για την περίοδο πριν την έναρξη της κρίσης (2003-2008).

Δεδομένου πως η εξαρτημένη μας μεταβλητή χαρακτηρίζεται ως διχοτομική, εφαρμόζουμε μεθοδολογίες probit και logit ώστε να εκτιμήσουμε τις επιδράσεις των ανεξάρτητων μεταβλητών στην πιθανότητα οι επιχειρηματίες να έχουν υψηλές αναπτυξιακές προθέσεις και φιλοδοξίες. Η χρήση δύο εναλλακτικών οικονομετρικών μεθόδων αποσκοπεί στην διασφάλιση της αξιοπιστίας των εκτιμήσεων που προέκυψαν από τη συγκεκριμένη ανάλυση.

## 4.5 ΕΜΠΕΙΡΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Τα αποτελέσματα που προέκυψαν από τις οικονομετρικές εκτιμήσεις για την περίοδο της κρίσης και για την προ-κρίσης περίοδο παρουσιάζονται στους Πίνακες 4.4 και 4.5, αντίστοιχα. Και οι δύο πίνακες εμφανίζουν τις οριακές επιδράσεις (marginal effects) των ερμηνευτικών μεταβλητών στην πιθανότητα η εξαρτημένη μεταβλητή της αναπτυξιακής δυναμικής να λάβει τη τιμή 1, δηλαδή στην πιθανότητα κάποιος επιχειρηματίας να έχει υψηλές προσδοκίες ανάπτυξης της επιχειρηματικής του προσπάθειας, δημιουργώντας πάνω από 5 θέσεις εργασίας εντός της επόμενης πενταετίας.

**Πίνακας 4-4. Προσδιοριστικοί παράγοντες της αναπτυξιακής δυναμικής των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων την περίοδο της κρίσης (2009-2015)**

	Οικονομετρικές εκτιμήσεις με τη μέθοδο Probit	Οικονομετρικές εκτιμήσεις με τη μέθοδο Logit
<b>Φύλο</b>	-0.06125*** (0.02282)	-0.06093*** (0.02254)
<b>Εκπαιδευτικό επίπεδο</b>	0.01491 (0.01233)	0.01470 (0.01197)
<b>Καλές ευκαιρίες το επόμενο εξάμηνο</b>	0.04547* (0.02361)	0.04233* (0.02222)
<b>Επιχειρηματικό κίνητρο ανάγκης</b>	-0.05211** (0.02484)	-0.05181** (0.02492)
<b>Φόβος αποτυχίας</b>	0.00242 (0.02198)	0.00223 (0.02115)
<b>Δεξιότητες</b>	-0.01309 (0.02876)	-0.01185 (0.02801)
<b>Εξοικείωση με επιχειρηματικά μοντέλα</b>	0.01303 (0.02176)	0.01505 (0.02106)
<b>Ηλικία</b>	0.07729** (0.03517)	0.07805** (0.03426)
<b>Log πιθανότητα</b>	-293.77853	-293.61291
<b>LR στατιστικός έλεγχος (<math>\chi^2</math>)</b>	22.77***	23.10***
<b>Αριθμός παρατηρήσεων</b>	861	861

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

**Πίνακας 4-5. Προσδιοριστικοί παράγοντες της αναπτυξιακής δυναμικής των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων την περίοδο πριν τη κρίση (2003-2008)**

	Οικονομετρικές εκτιμήσεις με τη μέθοδο Probit	Οικονομετρικές εκτιμήσεις με τη μέθοδο Logit
<b>Φύλο</b>	0.02862 (0.03000)	0.03213 (0.02884)
<b>Εκπαιδευτικό επίπεδο</b>	0.03047** (0.01553)	0.03004** (0.01456)
<b>Καλές ευκαιρίες το επόμενο εξάμηνο</b>	0.02332 (0.02872)	0.02516 (0.02775)
<b>Φόβος αποτυχίας</b>	-0.00224 (0.03017)	-0.00059 (0.02954)
<b>Επιχειρηματικό κίνητρο ανάγκης</b>	-0.01276 (0.03382)	-0.01491 (0.03346)
<b>Δεξιότητες</b>	0.05423 (0.04491)	0.05039 (0.04569)
<b>Εξοικείωση με επιχειρηματικά μοντέλα</b>	0.04120** (0.01773)	0.03804** (0.01638)
<b>Ηλικία</b>	0.04492 (0.04476)	0.0496 (0.04522)
<b>Log πιθανότητα</b>	-269.45417	-269.23418
<b>LR στατιστικός έλεγχος (<math>\chi^2</math>)</b>	18.46**	18.90**
<b>Αριθμός παρατηρήσεων</b>	669	669

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

Παρατηρώντας τα αποτελέσματα διαπιστώνουμε τα εξής: σε ότι αφορά το φύλο, παρατηρούμε πως η συγκεκριμένη μεταβλητή επηρεάζει με αρνητικό και στατιστικά σημαντικό τρόπο την πιθανότητα ένας επιχειρηματίας να είναι αρκετά φιλόδοξος σε όρους δημιουργίας θέσεων εργασίας, δηλαδή αναπτυξιακών προθέσεων κατά την περίοδο της κρίσης. Το αρνητικό αυτό πρόσημο βρίσκεται σε συμφωνία με τα εμπειρικά ευρήματα της βιβλιογραφίας που υποστηρίζουν ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες είναι λιγότερο πιθανό να εμπλακούν σε επιχειρηματικές προσπάθειες με υψηλές αναπτυξιακές προοπτικές (Brush 1992, Rosa και Hamilton 1994, Cliff 1998). Με άλλα λόγια η υπόθεση H1 γίνεται αποδεκτή. Ο

χρηματοδοτικός αποκλεισμός και άλλες μορφές όπως ο αποκλεισμός από την αγορά εργασίας ή ο κοινωνικός αποκλεισμός φαίνεται να επιβεβαιώνεται για τις γυναίκες επιχειρηματίες τα χρόνια της κρίσης (Pines et al. 2010) εμποδίζοντας έτσι τις προσπάθειές τους να ιδρύσουν μια επιχείρηση με ισχυρές αναπτυξιακές προοπτικές. Για την προ-κρίσης περίοδο η μεταβλητή αυτή πάντως βρέθηκε πως δεν επηρεάζει σημαντικά την αναπτυξιακή δυναμική των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων.

Το εκπαιδευτικό επίπεδο εμφανίζεται να επηρεάζει θετικά τις αναπτυξιακές φιλοδοξίες των επιχειρηματιών την περίοδο πριν την έναρξη της κρίσης, αποτέλεσμα που υποστηρίζεται και από τα συμπεράσματα άλλων εμπειρικών μελετών που επιβεβαιώνουν τον θετικό και σημαντικό ρόλο που διαδραματίζει το εκπαιδευτικό επίπεδο των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων πάνω στις αναπτυξιακές τους επιδιώξεις (Autio και Acs 2010, Verheul και Van Mil 2011). Ωστόσο, είναι αξιοσημείωτο πως δεν βρέθηκε κάποια στατιστικά σημαντική επίδραση την περίοδο της κρίσης, κάτι που μπορεί ενδεχομένως να εξηγηθεί από το γεγονός πως το έντονο φαινόμενο του brain-drain που καταγράφηκε στην Ελλάδα τα χρόνια της κρίσης, με την εκροή επιστημόνων προς το εξωτερικό, έχει οδηγήσει στην απώλεια ποιοτικού ανθρώπινου κεφαλαίου που δυνητικά θα μπορούσε να εμπλακεί σε φιλόδοξες επιχειρηματικές δραστηριότητες εντός της χώρας. Ως εκ τούτου, η υπόθεση H2 απορρίπτεται, για την περίοδο της κρίσης.

Αναφορικά με το επιχειρηματικό κίνητρο ανάγκης, οι οικονομετρικές παλινδρομήσεις φανερώνουν πως ο συγκεκριμένος παράγοντας παρεμποδίζει τις φιλόδοξες αναπτυξιακές επιχειρηματικές πρωτοβουλίες την περίοδο της κρίσης, ενώ δεν παίζει κάποιο στατιστικά σημαντικό ρόλο την περίοδο πριν τη κρίση. Επομένως, τα ευρήματα αυτά υποδηλώνουν πως η έναρξη επιχειρηματικότητας εξ' ανάγκης φαίνεται ως τάση να ισχυροποιείται υπό δυσμενείς οικονομικές συνθήκες καθώς η ανεργία έχει ανέλθει σε πολύ υψηλά επίπεδα στην ελληνική οικονομία. Ως εκ τούτου ολοένα και περισσότερα άτομα ωθούνται στην επιχειρηματική δραστηριοποίηση επειδή δεν έχουν άλλες επαγγελματικές διεξόδους. Τις περισσότερες όμως φορές αυτού του τύπου επιχειρηματικότητα δεν συνοδεύεται από ποιοτικά χαρακτηριστικά αναπτυξιακής δυναμικής και δεν δημιουργεί θέσεις εργασίας. Έτσι, γίνεται αποδεκτή η υπόθεση H3 που διατυπώσαμε για την περίοδο της κρίσης.

Επίσης, οι οικονομετρικές εκτιμήσεις δείχνουν πως μέσα στη κρίση οι επιχειρηματίες που αντιλαμβάνονται την ύπαρξη ευκαιριών παρουσιάζουν υψηλότερη πιθανότητα να εμπλακούν σε φιλόδοξα επιχειρηματικά εγχειρήματα σε όρους υψηλής ανάπτυξης, ενώ αυτή η σχέση δεν είναι στατιστικά σημαντική υπό κανονικές οικονομικές συνθήκες. Μια ερμηνεία αυτού του ενδιαφέροντος ευρήματος ενδεχομένως να είναι το γεγονός πως σε μια οικονομία που χαρακτηρίζεται από ένα ευμετάβλητο οικονομικό περιβάλλον, συνήθως εφαρμόζονται ή είναι σε εξέλιξη δομικές μεταρρυθμίσεις σε επίπεδο αγορών και θεσμών όπου σημαντικές επιχειρηματικές ευκαιρίες μπορεί να εμφανισθούν για τη κάλυψη νέων αναγκών και κενών

που αναδύονται στις αγορές (Leibenstein 1968, Levie και Autio 2008, Wiklund και Shepherd 2003). Κατά συνέπεια, υπάρχει αυξημένη πιθανότητα οι επιχειρηματίες που αντιλαμβάνονται και εντοπίζουν τις ευκαιρίες αυτές να μπορέσουν να καλύψουν αυτά τα κενά στις αγορές και να υλοποιήσουν φιλόδοξα αναπτυξιακά επιχειρηματικά σχέδια. Επομένως, γίνεται αποδεκτή η υπόθεση H4.

Τέλος, ως προς τις υπόλοιπες μεταβλητές ελέγχου που λαμβάνονται υπόψη στο υπό εκτίμηση υπόδειγμα, τα αποτελέσματα δείχνουν πως μόνο η ηλικία του επιχειρηματία την περίοδο της κρίσης και οι γνωριμίες του επιχειρηματία με άλλους επιχειρηματίες την περίοδο προ-κρίσης μπορούν να επηρεάσουν (με θετικό τρόπο) την πιθανότητα εμπλοκής τους στην φιλόδοξη αναπτυξιακή επιχειρηματικότητα. Αντίθετα, ο φόβος αποτυχίας και οι ικανότητες του επιχειρηματία δεν φαίνεται να επηρεάζουν σημαντικά τις προοπτικές ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας σε καμία από τις εξεταζόμενες περιόδους.

#### 4.6 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Οι νέες επιχειρηματικές προσπάθειες που μπορούν να πετύχουν υψηλές επιδόσεις σε όρους δημιουργίας θέσεων εργασίας (ανάπτυξης), έχουν προσελκύσει ιδιαίτερος το ενδιαφέρον αρκετών μελετών από τη βιβλιογραφία της επιχειρηματικότητας. Και τούτο διότι τα ποιοτικά αυτά εγχειρήματα εκτός από τη δημιουργία θέσεων εργασίας, συνήθως συνδέονται και με υψηλά επίπεδα παραγωγικότητας, όπως επίσης και με την εισαγωγή καινοτομίας. Ο ρόλος των νέων επιχειρήσεων που φαίνεται να έχουν ευνοϊκότερες προοπτικές για να «μεγαλώσουν» και να αναπτυχθούν φαίνεται πως είναι πιο κρίσιμος από ποτέ σήμερα στη σκιά της βαθιάς και παρατεταμένης οικονομικής ύφεσης από την οποία διέρχεται η ελληνική οικονομία. Ο εντοπισμός επομένως εκείνων των φιλόδοξων επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που μπορούν να συμβάλουν στην παραγωγική ανασυγκρότηση της χώρας και να αποτελέσουν βασικό μοχλό ανάκαμψης αποτελεί βασικό στόχο των πολιτικών για την επιχειρηματικότητα. Η παρούσα μελέτη αποτελεί έτσι μια πρώτη προσπάθεια να διερευνηθούν οι προσδιοριστικοί παράγοντες της αναπτυξιακής επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα σε καιρούς οικονομικής κρίσης αξιοποιώντας την έρευνα του GEM, συνεισφέροντας με αυτόν τον τρόπο στη σχετική συζήτηση.

Το συγκεκριμένο κεφάλαιο βασίζεται αλλά και αναδεικνύει το εννοιολογικό πλαίσιο της αναπτυξιακής επιχειρηματικότητας (σε όρους θέσεων εργασίας) με στόχο να εντοπιστούν σε επίπεδο ατόμων-επιχειρηματιών εκείνα τα χαρακτηριστικά που μπορούν να συμβάλουν ή να παρεμποδίσουν την πιθανή εμπλοκή τους σε φιλόδοξες αναπτυξιακές επιχειρηματικές πρωτοβουλίες. Εξ' ορισμού ένας φιλόδοξος επιχειρηματίας χαρακτηρίζεται από σημαντική προσήλωση προς την επιχειρηματική επιτυχία και στοχεύει στη μεγιστοποίηση της

δημιουργίας αξίας και η οποία εκφράζεται σε όρους ανάπτυξης της επιχείρησης. Υπό αυτό το πρίσμα, οι αναπτυξιακές προσδοκίες, προθέσεις, επιδιώξεις είναι ιδιαίτερα σημαντικό να διερευνηθούν εκτενώς.

Σε αυτό το πλαίσιο, εξετάσαμε το ρόλο που μπορεί να έχουν το φύλο, του εκπαιδευτικό επίπεδο, το επιχειρηματικό κίνητρο και οι αντιλήψεις για την ύπαρξη ευκαιριών πάνω στην αναπτυξιακή επιχειρηματικότητα την περίοδο της κρίσης και εάν αυτές οι επιδράσεις διαφοροποιούνται σε σχέση με την περίοδο πριν την έναρξη της κρίσης. Ως εκ τούτου, χρησιμοποιούμε σε ετήσια βάση τα διαθέσιμα στοιχεία σε επίπεδο ατόμων (εστιάζοντας αποκλειστικά στους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων) από τις έρευνες πεδίου του GEM για την Ελλάδα κατά τη διάρκεια της περιόδου 2003-2015.

Τα βασικά συμπεράσματα που προέκυψαν από τις οικονομετρικές εκτιμήσεις δείχνουν ότι οι αντιλαμβανόμενες ευκαιρίες από τους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων στα χρόνια της κρίσης οδηγούν σε σημαντικό βαθμό στη δημιουργία αναπτυξιακής επιχειρηματικότητας. Αυτό σημαίνει πως οι επιχειρηματίες που είναι προσηλωμένοι στη δημιουργία υψηλής ποιότητας επιχειρηματικών εγχειρημάτων φαίνεται πως εντοπίζουν ακόμα και σε ένα δυσμενές περιβάλλον κρίσης τις ευκαιρίες και μπορούν να καλύψουν τα κενά και τις νέες ανάγκες που αναδύονται στις αγορές λόγω της αναδιάρθρωσης και του μετασχηματισμού των αγορών προϊόντος και εργασίας όπως συμβαίνει στην ελληνική οικονομία.

Επίσης, τα εμπειρικά μας ευρήματα αποκαλύπτουν ότι η επίδραση του φύλου στις υψηλές αναπτυξιακές επιδιώξεις των επιχειρηματιών είναι στατιστικά σημαντική την περίοδο της κρίσης, καθώς βρέθηκε πως η αναπτυξιακή γυναικεία επιχειρηματικότητα υπολείπεται σημαντικά έναντι της αντίστοιχης ανδρικής στα χρόνια της κρίσης. Επιπλέον, φαίνεται πως η επιχειρηματικότητα ανάγκης αποτελεί ένα βασικό εμπόδιο για την εκκίνηση φιλόδοξων αναπτυξιακών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, ιδιαίτερα την περίοδο της κρίσης.

Τέλος, βρέθηκε πως το εκπαιδευτικό επίπεδο των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων συμβάλει θετικά στη φιλόδοξη αναπτυξιακή επιχειρηματικότητα, μόνο κατά την προ-κρίσης περίοδο. Στον αντίποδα, το εκπαιδευτικό επίπεδο δεν φαίνεται να διαδραματίζει κάποιο σημαντικό ρόλο κατά τη διάρκεια της κρίσης, αποτέλεσμα που μπορεί να συνδέεται με το πρόβλημα φυγής τεράστιου αριθμού επιστημόνων από την Ελλάδα για εύρεση εργασίας στο εξωτερικό.

Αυτά τα βασικά ευρήματα προσφέρουν χρήσιμη πληροφόρηση για το σχεδιασμό προγραμμάτων στήριξης της επιχειρηματικότητας σε επίπεδο δημόσιας πολιτικής. **Καταρχήν διαπιστώνεται ότι όταν μια οικονομία διέρχεται από μια οικονομική ύφεση, η προώθηση των δομικών μεταρρυθμίσεων σε διάφορες αγορές μπορεί να κινητοποιήσει τους δυνητικούς επιχειρηματίες να αξιοποιήσουν βιώσιμες επιχειρηματικές ευκαιρίες που πιθανότατα αναδύονται σε ένα τέτοιο εξελικτικό περιβάλλον.** Ως εκ τούτου, ο ρόλος των

δομικών μεταρρυθμίσεων μπορεί να αποδειχθεί κομβικός για την ανάδειξη τέτοιων ευκαιριών, που με τη σειρά τους θα ενισχύσουν τη φιλόδοξη αναπτυξιακή επιχειρηματικότητα και την πιθανότητα για τη δημιουργία θέσεων εργασίας.

Επιπροσθέτως δεδομένης της υψηλής ανεργίας, η επιχειρηματικότητα που καθοδηγείται εξαιτίας της απουσίας καλύτερων εναλλακτικών επαγγελματικών επιλογών στην αγορά εργασίας δεν φαίνεται να είναι χρήσιμη για την αντιμετώπιση αυτού του μακροοικονομικού προβλήματος. Επομένως, η υποστήριξη γενικά νέων επιχειρήσεων, και η οποία θα μπορούσε σε μεγάλο βαθμό να εκπορεύεται από λόγους ανάγκης, πιθανότατα θα έχει μια πολύ μικρή συμβολή στην απασχόληση και την ανάπτυξη. Αυτές οι πολιτικές μπορεί να επιλύουν ένα πρόβλημα ανεργίας μέσω της υποστήριξης της αυτοαπασχόλησης, και να λύνουν πρακτικά βιοποριστικά προβλήματα για μερίδα των πολιτών βραχυπρόθεσμα, όμως το πολλαπλασιαστικό τους αποτέλεσμα στην οικονομία αναμένεται να είναι ισχνό όταν από τη συντριπτική πλειονότητα αυτού του τύπου επιχειρηματικότητας απουσιάζουν οι αναπτυξιακές προοπτικές. Συνεπώς προγράμματα στήριξης γενικής επιχειρηματικότητας, της αθρόας ποσοτικά αλλά μικρού μεγέθους επιχειρηματικότητας του ελεύθερου επαγγελματία, της οικογενειακής επιχειρηματικότητας, δεν έχουν ιδιαίτερη αναπτυξιακή ώθηση. Οι φορείς χάραξης πολιτικής χρειάζεται να ενθαρρύνουν και να υποστηρίζουν τις φιλόδοξες αναπτυξιακές προσπάθειες επιχειρηματιών που βρίσκονται στα πρώτα στάδια δραστηριοποίησης.

Με άλλα λόγια οι παρεμβάσεις πολιτικής δεν χρειάζεται να θέτουν γενικά ως στόχο την ποσοτική απλά αύξηση του αριθμού νέων επιχειρήσεων, αλλά να καταβάλουν προσπάθειες να ενθαρρύνουν την ανάδειξη ποιοτικών επιχειρηματικών πρωτοβουλιών με αναπτυξιακές προοπτικές, ώστε να είναι βιώσιμες και να δημιουργούν θέσεις εργασίας σε μια οικονομία. Επιπροσθέτως, χρειάζεται να δοθούν κίνητρα προς τις γυναίκες επιχειρηματίες όπως είναι η διευκόλυνση της πρόσβασης σε εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης (πχ. υβριδικά κεφάλαια, το crowd-sourcing, τα εργαλεία χρηματοοικονομικής μηχανικής), τα φορολογικά κίνητρα προς γυναίκες επιχειρηματίες που χαρακτηρίζονται ως techno-starters, η ανάπτυξη προγραμμάτων mentoring/coaching για την υποστήριξη επιχειρηματιών γυναικείου φύλου. Τέλος τα προγράμματα πολιτικής θα πρέπει να δώσουν προτεραιότητα στη συγκράτηση υψηλής ποιότητας ανθρώπινου δυναμικού στην Ελλάδα και στην επιστροφή μεγάλου μέρους αυτών που ήδη έφυγαν τα χρόνια της κρίσης με την παροχή κινήτρων (χρηματοδοτικών, φορολογικών κλπ.) για την εμπλοκή τους σε start-ups υψηλής προστιθέμενης αξίας.





## 5 ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Acs, Z.J. (2010). High-impact entrepreneurship. *Handbook of entrepreneurship research*, Springer New York, 165-182.
- Acs, Z.J. (2006). How is entrepreneurship good for economic growth? *Innovations*, 1(1), 97-107.
- Agarwal, R. & Gort, M. (1996). The evolution of markets and entry, exit and survival of firms. *Review of Economics and Statistics*, 78(3), 489-498.
- Allen, I.E., Elam, A., Langowitz, N., & Dean, M. (2008). Global entrepreneurship monitor. *2007 Report on Women and Entrepreneurship*.
- Alsos, G.A., Isaksen, E.J., & Ljunggren, E. (2006). New venture financing and subsequent business growth in men-and women-led businesses. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(5), 667-686.
- Amit, R., Muller, E. & Cockburn, I. (1995). Opportunity costs and entrepreneurial activity. *Journal of Business Venturing*, 10(2), 95-106.
- Ardichvili, A., Cardozo, R. & Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 105-123.
- Arenius, P. & Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24(3), 233-247.
- Arrighetti, A., Landini, F., Caricati, L., & Monacelli, N. (2016). Entrepreneurial intention in the time of crisis: A field study. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 22(6), 835-859.
- Audretsch, D.B. (2007). Entrepreneurship capital and economic growth. *Oxford Review of Economic Policy*, 23(1), 63-78.
- Audretsch, D. & Keilbach, M. (2004). Entrepreneurship capital and economic performance. *Regional Studies*, 38(8), 949-959.
- Audretsch, D., Keilbach, M. & Lehmann, E. (2006). *Entrepreneurship and Economic Growth*. New York: Oxford University Press.
- Autio, E. & Acs, Z. (2010). Intellectual property protection and the formation of entrepreneurial growth aspirations. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 4(3), 234-251.
- Autio, E., & Acs, Z.J. (2007). Individual and country-level determinants of growth aspiration in new ventures. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 27.
- Baumol, W.J. (2010). *The Microtheory of Innovative Entrepreneurship*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Bellu, R.R. & Sherman, H. (1995). Predicting firm success from task motivation and attributional style: A longitudinal study. *Entrepreneurship & Regional Development*, 7(4), 349-364.
- Bhave, M.P. (1994). A process model of entrepreneurial venture creation. *Journal of Business Venturing*, 9(3), 223-242.
- Bhide, A. (2000). *The Origin and Evolution of New Businesses*. Oxford: Oxford University Press.
- Birch, D. (1979). *The Job Generation Process*. Cambridge MA: MIT Program on Neighborhood and Regional Change.
- Bosma, N., & Schutjens, V. (2009). Determinants of early-stage entrepreneurial activity in European regions, Distinguishing low and high ambition entrepreneurship. *Making the Difference in Local, Regional and National Economies: Frontiers in European Entrepreneurship Research*, 49-80.
- Bosma, N., Schutjens, V., & Stam, E. (2009). Entrepreneurship in European Regions. *Public Policies for Fostering Entrepreneurship*. Springer US, 59-89.
- Brander, J., Du, Q. and Hellman, T. 2015. The effects of government-sponsored venture capital: International evidence. *Review of Finance*, 19: 571-618. Brookings, 2016.

- Brindley, C., (2005) "Barriers to women achieving their entrepreneurial potential: Women and risk", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 11 Iss: 2, pp.144 - 161
- Brush, C.G. (1992). Research on women business owners: Past trends, a new perspective and future directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(4): 5-30.
- Bussgang, J. 2014. Raising startup capital. *Harvard Business Review*
- Calcagnini, G., Giombini, G. & Lenti, E. (2015). Gender differences in bank loan access: An empirical analysis. *Italian Economic Journal*, 1(2), 1-25.
- Carter, N.M., Gartner, W.B., Shaver, K.G. & Gatewood, E.J. (2003). The career reasons of nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 13–39.
- Cliff, J.E. (1998). Does one size fit all? Exploring the relationship between attitudes towards growth, gender, and business size. *Journal of Business Venturing*, 13(6), 523-542.
- Coleman, S. (2000). Access to capital and terms of credit: A comparison of men-and women-owned small businesses. *Journal of Small Business Management*, 38(3), 37-52.
- Davidsson, P. (1991). Continued entrepreneurship: Ability, need, and opportunity as determinants of small firm growth. *Journal of Business Venturing*, 6(6), 405-429.
- Davis, A.E., & Shaver, K.G. (2012). Understanding gendered variations in business growth intentions across the life course. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3), 495-512.
- De Bruin, A., Brush, C.G., & Welter, F. (2006). Introduction to the special issue: Towards building cumulative knowledge on women's entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and practice*, 30(5), 585-593.
- Delmar, F. & Wiklund, J. (2008). The effect of small business managers' growth motivation on firm growth: A longitudinal study. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(3), 437-457.
- Dimelis, S., Giotopoulos, I., & Louri, H. (2016). Can Firms Grow Without Credit? A Quantile Panel Analysis in the Euro Area. *Journal of Industry, Competition and Trade*, 1-31.
- ECB (2013). *ECB monthly bulletin July 2013*. Frankfurt: European Central Bank.
- ECB (2012). *ECB monthly bulletin May 2012*. Frankfurt: European Central Bank.
- Eckel, C.C. & Grossman, P.J. (2008). Differences in the economic decisions of men and women: Experimental evidence. In C. Plott C and V. Smith (Eds.), *Handbook of Experimental Economics Results* (pp. 509-519), New York: Elsevier.
- Estrin, S., Korosteleva, J. & Mickiewicz, T. (2013). Which institutions encourage entrepreneurial growth aspirations? *Journal of Business Venturing*, 28(4), 564-580.
- Fritsch, M. & Schroeter, A. (2009). Are more start-ups really better? Quantity and quality of new businesses and their effect on regional development. *Jena Economic Research Papers, No. 2009-070*.
- Fritsch, M. & Schroeter, A. (2010). Does quality make a difference? Employment effects of high-and low-quality start-ups. *Jena Economic Research Papers, No. 2011-001*.
- Gregson, G. 2014. Financing new ventures: An entrepreneur's guide to business angel investment. Business Expert Press.
- Gundry, L.K. & Welsch, H.P. (2001). The ambitious entrepreneur: High growth strategies of women-owned enterprises. *Journal of Business Venturing*, 16(5), 453-470.
- Gupta, V.K., Turban, D.B., Wasti, S.A., & Sikdar, A. (2009). The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(2), 397-417.
- Guzmán, J. & Javier Santos, F. (2001). The booster function and the entrepreneurial quality: an application to the province of Seville. *Entrepreneurship & Regional Development*, 13(3), 211-228.

- Hermans, J., Vanderstraeten, J., Dejardin, M., Stam, E. & Van, A. (2012). *Ambitious entrepreneurship: antecedents and consequences*. University of Antwerp, Faculty of Applied Economics.
- Hermans, J., Vanderstraeten, J., Van Witteloostuijn, A., Dejardin, M., Ramdani, D. & Stam, E. (2015). Ambitious entrepreneurship: A review of growth aspirations, intentions, and expectations. *Entrepreneurial Growth: Individual, Firm, and Region*, 127-160.
- Henrekson, M. & Johansson, D. (2010). Gazelles as job creators: A survey and interpretation of the evidence. *Small Business Economics*, 35(2), 227-244.
- Hessels, J., Van Gelderen, M., & Thurik, R. (2008). Drivers of entrepreneurial aspirations at the country level: The role of start-up motivations and social security. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(4), 401-417.
- Jianakoplos, N.A. & Bernasek, A. (1998). Are women more risk averse? *Economic Inquiry*, 36(4), 620-630.
- International Labour Organisation. World Employment and Social Outlook: Trends 2015/International Labour Office. Geneva: ILO, 2015.
- Kirzner, I.M. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Klapper, L. & Love, I. (2011). The impact of the financial crisis on new firm registration. *Economics Letters*, 113(1), 1-4.
- Kolvareid, L. (1996). Organizational employment versus self-employment: Reasons for career choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20(3), 23–31.
- Kolvareid, L. & Bullvag, E. (1996). Growth intentions and actual growth: The impact of entrepreneurial choice. *Journal of Enterprising Culture*, 4(01), 1-17.
- Kontolaimou, A., Giotopoulos, I., & Tsakanikas, A. (2016). A typology of European countries based on innovation efficiency and technology gaps: The role of early-stage entrepreneurship. *Economic Modelling*, 52, 477-484.
- Leibenstein, H. (1968). Entrepreneurship and development. *The American Economic Review*, 58(2), 72-83.
- Levie, J. & Autio, E. (2011). Regulatory burden, rule of law, and entry of strategic entrepreneurs: An international panel study. *Journal of Management Studies*, 48(6), 1392-1419.
- Levie, J. & Autio, E. (2008). A theoretical grounding and test of the GEM model. *Small Business Economics*, 31(3), 235-263.
- Marlow, S. & Patton, D. (2005). All credit to men? Entrepreneurship, finance, and gender. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(6), 717-735.
- Minniti, M. & Naudé, W. (2010), What Do We Know About the Patterns and Determinants of Female Entrepreneurship Across Countries? The European Journal of Development Research July 2010, Volume 22, Issue 3, pp 277–293
- OECD (2012). *Financing SMEs and Entrepreneurs 2012: An OECD Scoreboard*. Paris: OECD Publishing.
- OECD (2009). *The Impact of the Global Crisis on SME and Entrepreneurship Financing and Policy Responses*. Paris: OECD Publishing.
- Orhan, M. (2001). Women business owners in France: The issue of financing discrimination. *Journal of Small Business Management*, 39(1), 95-102.
- Paul, S., & Sarma, V. (2013). Economic crisis and female entrepreneurship: evidence from countries in Eastern Europe and Central Asia (No. 13/08). *CREDIT Research Paper*.
- Pines, A.M., Lerner, M. & Schwartz, D. (2010). Gender differences in entrepreneurship: Equality, diversity and inclusion in times of global crisis. *Equality, diversity and inclusion: An International journal*, 29(2), 186-198.

- Reynolds, P.D., Bygrave, W.D., Autio, E., Cox, L. & Hay, M. (2002). *Global Entrepreneurship Monitor: 2002 Executive Report*. Kansas City, MO: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
- Riding, A.L. & Swift, C.S. (1990). Women business owners and terms of credit: Some empirical findings of the Canadian experience. *Journal of Business Venturing*, 5(5), 327-340.
- Rosa, P. & Hamilton, D. (1994). Gender and ownership in UK small firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 11-11.
- Sapienza, H.J. & Grimm, C.M. (1997). Founder characteristics, start-up process, and strategy/structure variables as predictors of shortline railroad performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 22(1), 5-24.
- Shane, S. (2009). Why encouraging more people to become entrepreneurs is bad public policy. *Small Business Economics*, 33(2), 141-149.
- Shane, S., Kolvereid, L. & Westhead, P. (1991). An exploratory examination of the reasons leading to new firm formation across country and gender. *Journal of Business Venturing*, 6(6), 431-446.
- Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Stam, E., Bosma, N. & Van Witteloostuijn, A. (2012). *Ambitious entrepreneurship: a review of the state of the art*. Flemish Council for Science and Innovation.
- Stam, E., Hartog, C., Van Stel, A. & Thurik, R. (2011). Ambitious entrepreneurship, high-growth firms and macroeconomic growth. *The Dynamics of Entrepreneurship: Evidence from Global Entrepreneurship Monitor Data*, 231-49.
- Stam, E., Suddle, K., Hessels, J. & Van Stel, A. (2009). High-growth entrepreneurs, public policies, and economic growth. In *Public Policies for Fostering Entrepreneurship* (pp. 91-110). Springer US.
- Stefani, M.L. & Vacca, V.P. (2013). Credit access for female firms: Evidence from a survey on European SMEs. *Bank of Italy Occasional Paper No. 176*.
- Thurik, A.R., Carree, M.A., Van Stel, A. & Audretsch, D.B. (2008). Does self-employment reduce unemployment? *Journal of Business Venturing*, 23(6), 673-686.
- Valliere, D., & Peterson, R. (2009). Entrepreneurship and economic growth: Evidence from emerging and developed countries. *Entrepreneurship & Regional Development*, 21(5-6), 459-480.
- Van Gelderen, M.W. & Jansen, P.G.W. (2006). Autonomy as a startup motive. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 13(1), 23-32.
- Van Gelderen, M., Thurik, R. & Bosma, N. (2005). Success and risk factors in the pre-startup phase. *Small Business Economics*, 24(4), 365-380.
- Van Stel, A., Carree, M. & Thurik, R. (2005). The effect of entrepreneurial activity on national economic growth. *Small Business Economics*, 24(3), 311-321.
- Verheul, I. & Van Mil, L. (2011). What determines the growth ambition of Dutch early-stage entrepreneurs? *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 3(2), 183-207.
- Verheul, I. & Thurik, R. (2001) Start-Up Capital: "Does Gender Matter? Small Business Economics, Volume 16, Issue 4, pp 329-346
- Wash, R. and Soloman, J. 2014. Co-ordinating donors on crowdfunding websites. Paper presented at Proceedings of the 17th ACM conference on Computer supported cooperative work and social computing.
- Welter, F., (2004) "The environment for female entrepreneurship in Germany", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 11 Iss: 2, pp.212 - 221
- Welter, F., Smallbone, D. & Isakova, N. (2006). *Enterprising Women in Transition Economies*. Aldershot, UK: Ashgate Publishing.

- Wennekers, S., Van Stel, A., Thurik, R. & Reynolds, P. (2005). Nascent entrepreneurship and the level of economic development. *Small Business Economics*, 24(3), 293-309.
- Wiklund, J. & Shepherd, D. (2003). Aspiring for, and achieving growth: The moderating role of resources and opportunities. *Journal of Management Studies*, 40(8), 1919-1941.
- Wong, P.K., Ho, Y.P. & Autio, E. (2005). Entrepreneurship, innovation and economic growth: Evidence from GEM data. *Small Business Economics*, 24(3), 335-350.
- Xusheng, Y. 2014. Inside China: Reining in P2P lending. *International Financial Law Review*, 33(6), 224.



## **6 ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ**

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

## 6.1 ΤΟ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ (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 2015 έλαβαν μέρος 60 χώρες), και η ανάλυση πλέον των δεδομένων με βάση και το επίπεδο της οικονομικής ανάπτυξης ανά κράτος. Με τον τρόπο αυτό, δίνεται η δυνατότητα στους συμμετέχοντες να συγκριθούν με χώρες που βρίσκονται σε παρόμοιο αναπτυξιακό στάδιο. Τούτο καθιστά την όποια σύγκριση πιο ουσιαστική και ταυτόχρονα αναδεικνύει τις καλύτερες πρακτικές (best practices) που δυνητικά μπορούν να αξιοποιηθούν.



## 6.2 ΤΟ ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ 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

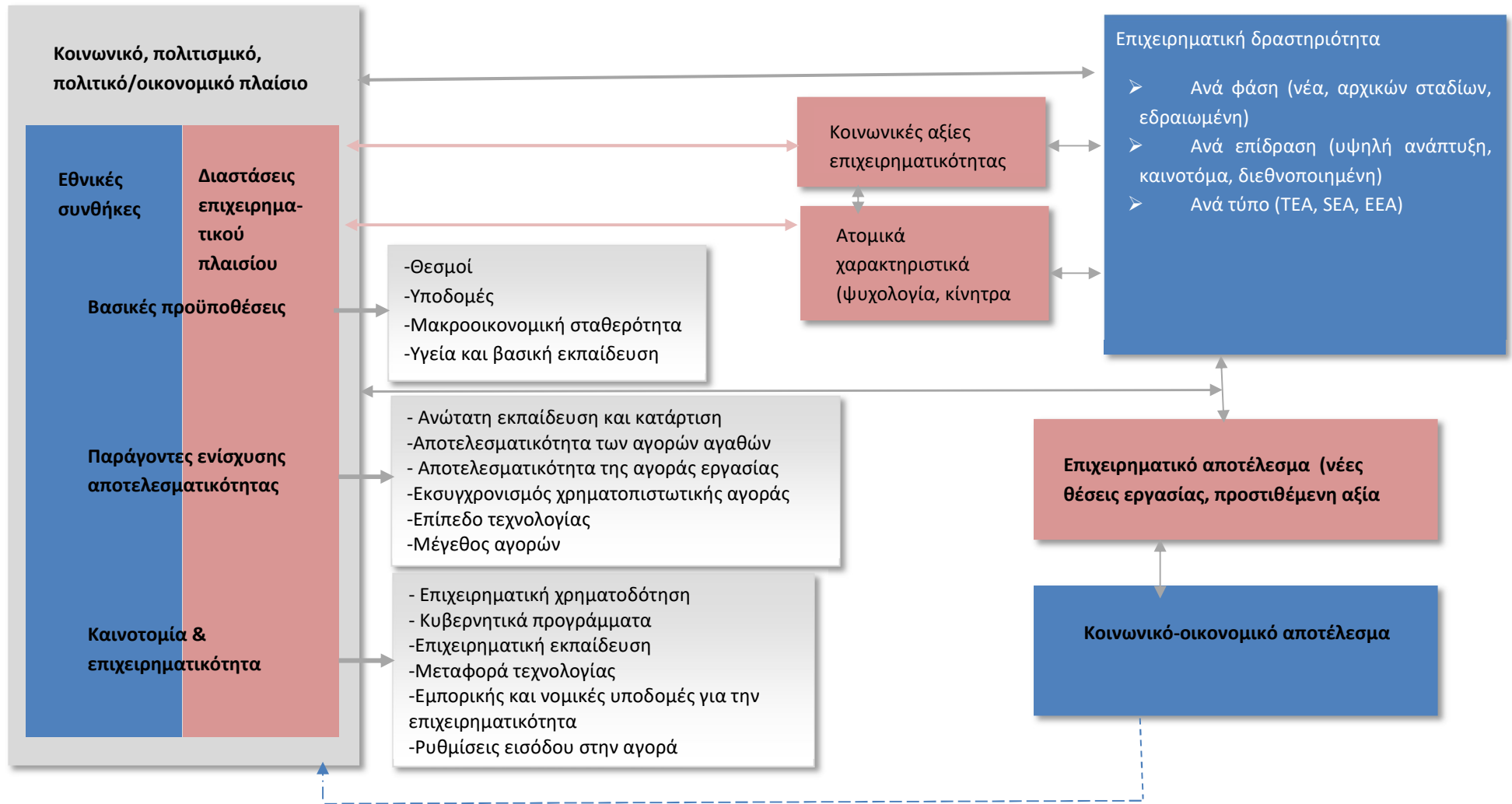
αγορών προϊόντων και εργασίας, το μέγεθος των αγορών, κα. Τέλος, η σημασία κάποιων άλλων διαστάσεων είναι πολύ υψηλότερη για οικονομίες που βασίζονται στην καινοτομία, όπως η ευκολία της επιχειρηματικής χρηματοδότησης, η ύπαρξη κυβερνητικών προγραμμάτων ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας, η μεταφορά τεχνολογίας, 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 συστατικά που 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.

### **6.3 ΒΑΣΙΚΟΙ ΟΡΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΟΥ GEM**

Το ερευνητικό μοντέλο του GEM προσεγγίζει την έννοια της επιχειρηματικότητας σε ένα αρκετά ευρύ πλαίσιο, καθώς καλύπτει ολόκληρο το φάσμα της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Εντούτοις, η ανάλυση εστιάζεται στον επιχειρηματία, δηλαδή στις

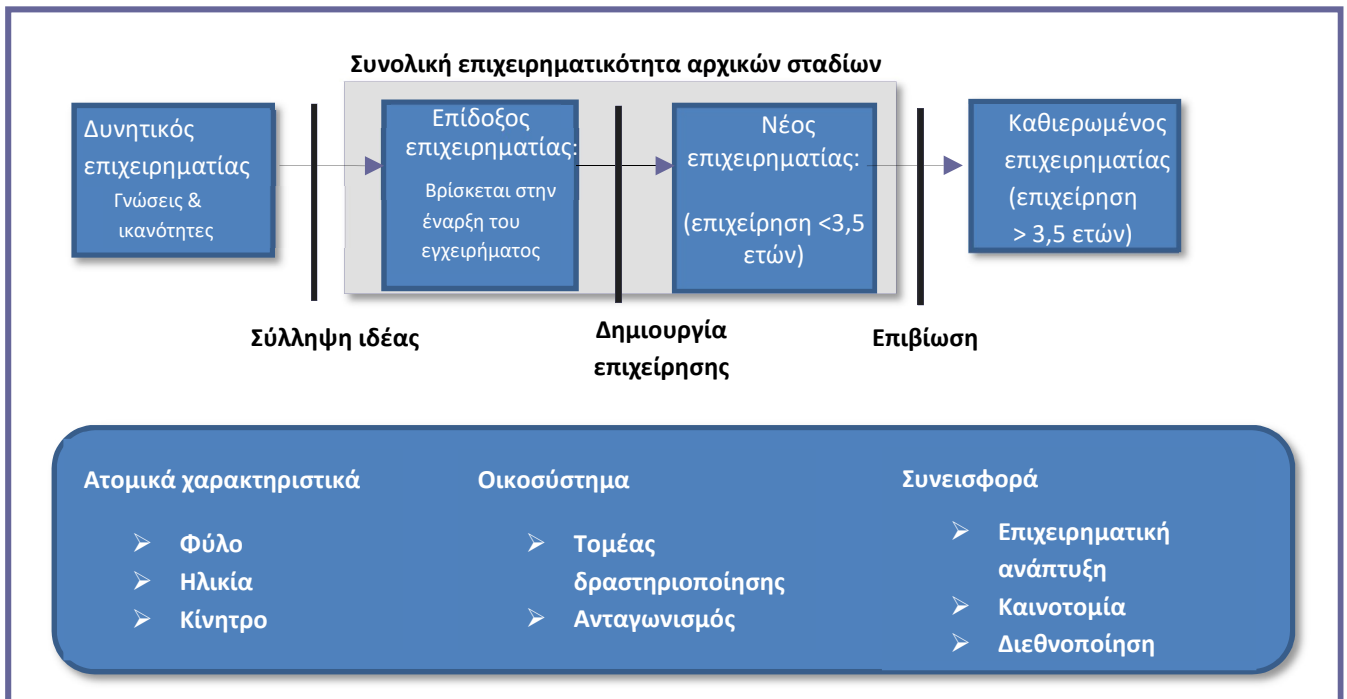
δραστηριότητές του, τις ανάγκες που εκφράζει, τις πεποιθήσεις, τα χαρακτηριστικά του κτλ. Μέσω αυτού του ευρύ φάσματος, γίνεται δυνατή και η εξέταση της επιχειρηματικής συμπεριφοράς, η οποία έχει αναγνωρισθεί από το GEM ως πολυεπίπεδη και εξελισσόμενη.

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

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

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

**Σχήμα 2: Η επιχειρηματικότητα στο πλαίσιο του GEM**



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

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

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

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

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

## Ορολογία και βασικοί δείκτες επιχειρηματικότητας

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

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

Τα στοιχεία τα οποία συγκεντρώνει το GEM διαφοροποιούνται από τα επίσημα στατιστικά - δημογραφικά των νέων επιχειρήσεων (μητρώα). Το GEM είναι κατά βάση μια κοινωνική έρευνα που εστιάζει στα άτομα, σε αυτούς δηλαδή που οργανώνουν, ξεκινούν και διατηρούν τις επιχειρήσεις σε μια οικονομία. Οι σημαντικότερες διαφορές των στοιχείων του GEM από τα συνήθη δημογραφικά (μητρώα) των νέων επιχειρήσεων είναι οι ακόλουθες:

1ον Το μεθοδολογικό εργαλείο είναι κοινό και εναρμονισμένο για όλες τις χώρες που συμμετέχουν στο GEM, επιτρέποντας αξιόπιστες συγκρίσεις μεταξύ των χωρών, όπως άλλωστε επιβεβαιώνεται από τη συνεκτικότητα των ετήσιων αποτελεσμάτων. Αντιθέτως,

σημειώνεται δυσκολία στην εναρμόνιση των δημογραφικών στοιχείων επιχειρήσεων και μητρώων.

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

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

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

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

## **6.5 ΤΟ ΕΜΠΕΙΡΙΚΟ ΜΕΡΟΣ ΤΟΥ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ GEM**

Ένα από τα ισχυρότερα ερευνητικά πλεονεκτήματα του GEM είναι ο όγκος των στοιχείων που έχει πλέον σχηματιστεί από το 1997 και η δημιουργία εναρμονισμένων μεταβλητών μέτρησης της επιχειρηματικής δραστηριότητας σε ένα ευρύ σύνολο χωρών. Αναλυτικότερα,

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

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

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

## 6.6 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΙΟΒΕ ΣΤΟ GEM

Το ΙΟΒΕ αποτελεί τον εθνικό ερευνητικό συνεργάτη του GEM και συμμετείχε την περίοδο 2015-2016 για 13<sup>η</sup> φορά στο έργο. Τα στοιχεία της έρευνας για την επόμενη περίοδο (2016-2017) βρίσκονται ήδη στη φάση της επεξεργασίας, με το εμπειρικό τμήμα του έργου να έχει ολοκληρωθεί επιτυχώς.

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

δημόσιας πολιτικής για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, λαμβάνοντας υπ' όψη τα ιδιαίτερα εθνικά χαρακτηριστικά.

Το IOBE, στο πλαίσιο της συμμετοχής του στο GEM, διεξάγει δύο έρευνες πεδίου: μία έρευνα πεδίου στον ελληνικό πληθυσμό σε αντιπροσωπευτικό δείγμα 2.000 ατόμων και μία έρευνα πεδίου σε 36 εμπειρογνώμονες, οι οποίοι έχουν επιλεγεί ως «ειδικοί» σε διάφορες διαστάσεις της επιχειρηματικότητας<sup>43</sup>.

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

## 6.7 ΟΙ ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

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

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

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

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

<sup>43</sup> 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.

κυβερνητικού προσωπικού, αλλά και την ικανότητά του να διαχειρίζεται ειδικά προγράμματα, καθώς και την αποτελεσματικότητα των δημοσίων υπηρεσιών.

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

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

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

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

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

**Πόσο «ανοιχτή» είναι η Αγορά/Εμπόδια Εισόδου:** Ο βαθμός στον οποίο οι εμπορικές συναλλαγές είναι τόσο σταθερές και δύσκολα μετατρέψιμες, ώστε να εμποδίζουν τις μικρές και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις να ανταγωνίζονται αποτελεσματικά και να επιτυγχάνουν να αντικαθιστούν προμηθευτές, υπεργολάβους και συμβούλους. Η διάσταση αυτή εξετάζει

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

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

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

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

## 6.8 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ

ΠΙΝΑΚΑΣ Ι.1. Αρχικό κεφάλαιο για έναρξη επιχείρησης και % ίδιων κεφαλαίων στην Ευρώπη και στις χώρες καινοτομίας

	Αρχικό κεφάλαιο (US\$)	Ίδια κεφάλαια (%)
Βουλγαρία	5.676	79,4
Κροατία	11.002	77,9
Εσθονία	567	65,3
Ουγγαρία	10.748	74,3
Καζακστάν	10.715	67,7
Λετονία	11.102	76,1
ΠΓΔΜ	11.000	68,0
Πολωνία	11.395	71,2
Ρουμανία	12.498	66,2
Βέλγιο	27.756	69,1
Φινλανδία	11.102	70,1
Γερμανία	22.205	72,1
<u>Ελλάδα</u>	<u>33.307</u>	<u>75,5</u>
Ιρλανδία	16.098	71,4
Ιταλία	55.511	65,8
Λουξεμβούργο	13.878	64,8
Ολλανδία	22.205	70,5
Νορβηγία	25.280	72,8
Πορτογαλία	16.653	72,4
Σλοβακία	11.102	71,4
Σλοβενία	11.102	72,7
Ισπανία	16.653	74,4
Σουηδία	11.852	62,7
Ελβετία	54.351	65,4
Ην.Βασίλειο	13.986	84,0
<u>Ευρώπη</u>	<u>17.910</u>	<u>71,2</u>
Αυστραλία	22.786	76,0
Ισραήλ	26.189	61,8
Νότια Κορέα	88.500	76,1
Ταϊβάν	32.341	65,3
Καναδάς	19.846	70,5
Η.Π.Α	17.500	73,3
<u>Χώρες καινοτομίας</u>	<u>25.918</u>	<u>70,8</u>

ΠΙΝΑΚΑΣ Ι.2. Χρηματοδότηση ανά πηγή (% του συνόλου) στην Ευρώπη και στις χώρες καινοτομίας

	Αποταμίευση (%)	Οικογένεια (%)	Φίλοι (%)	Εργοδότες (%)	Τραπεζικός δανεισμός (%)	Venture Capital (%)	Κυβερνητικές πηγές (%)	Crowdfunding (%)
Βουλγαρία	97,0	60,2	20,7	3,2	16,9	0,0	6,5	0,0
Κροατία	98,0	34,3	16,2	11,1	31,7	12,9	37,0	6,9
Εσθονία	94,0	27,8	12,4	10,1	27,8	21,1	40,0	7,9
Ουγγαρία	97,0	27,1	7,0	8,3	17,3	9,2	33,9	6,0
Καζακστάν	92,0	58,0	17,5	6,6	40,6	8,4	20,0	3,8
Λετονία	92,0	35,9	8,0	6,6	21,3	8,6	11,0	2,6
ΠΓΔΜ	100,0	39,2	16,0	6,1	39,1	22,3	20,2	1,8
Πολωνία	97,0	23,6	4,6	18,7	28,6	13,4	43,4	2,9
Ρουμανία	98,0	35,9	8,3	8,9	26,6	13,5	27,2	5,0
Βέλγιο	97,0	12,9	6,6	6,6	41,4	16,8	24,2	8,7
Φινλανδία	94,0	24,9	7,2	12,6	47,6	15,0	30,9	12,7
Γερμανία	90,0	21,0	7,1	11,1	26,8	12,4	20,1	0,0
<u>Ελλάδα</u>	<u>94,0</u>	<u>35,2</u>	<u>11,6</u>	<u>11,6</u>	<u>30,4</u>	<u>19,4</u>	<u>44,1</u>	<u>18,7</u>
Ιρλανδία	90,0	18,7	7,8	14,6	35,9	25,1	40,0	0,0
Ιταλία	96,0	30,2	9,3	9,4	38,0	14,3	24,8	0,0
Λουξεμβούργο	90,0	27,0	8,1	7,8	38,7	15,2	29,9	8,4
Ολλανδία	93,0	18,4	6,2	8,5	21,1	12,6	9,8	7,0
Νορβηγία	94,0	4,6	1,5	3,7	13,0	10,4	13,7	0,0
Πορτογαλία	95,0	28,7	9,4	4,7	23,1	10,7	16,6	2,4
Σλοβακία	91,0	25,5	12,1	4,8	32,5	19,0	33,3	10,2
Σλοβενία	96,0	47,0	4,3	14,2	18,6	14,3	14,5	8,0
Ισπανία	79,0	21,1	3,6	13,4	25,6	5,9	12,1	2,4
Σουηδία	91,0	27,1	7,6	10,7	30,3	18,9	19,7	8,7
Ελβετία	96,0	29,7	12,9	9,3	28,6	16,1	17,0	7,0
Ην.Βασίλειο	98,0	21,1	3,6	3,4	16,9	11,7	16,0	7,7
<u>Ευρώπη</u>	<u>94,0</u>	<u>29,4</u>	<u>9,2</u>	<u>9,0</u>	<u>28,7</u>	<u>13,9</u>	<u>24,2</u>	<u>5,6</u>
Αυστραλία	97,0	19,7	6,7	6,2	24,1	17,2	13,3	5,5
Ισραήλ	79,0	35,5	8,8	9,9	30,3	10,7	9,9	2,8



<b>Νότια Κορέα</b>	100,0	38,2	8,8	6,8	44,9	12,2	20,2	3,8
<b>Ταϊβάν</b>	100,0	14,2	19,2	8,0	12,2	11,7	4,5	0,0
<b>Καναδάς</b>	94,0	23,0	10,9	11,2	34,9	19,4	31,9	13,4
<b>Η.Π.Α</b>	93,0	24,4	14,9	15,8	32,0	23,9	21,6	14,5
<b><u>Χώρες καινοτομίας</u></b>	<u>93,0</u>	<u>24,9</u>	<u>8,6</u>	<u>9,3</u>	<u>29,4</u>	<u>15,1</u>	<u>21,3</u>	<u>6,5</u>