



ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΠΑΤΡΩΝ



ΣΔΟ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ:
Καλές Πρακτικές & Συμπεράσματα για τις Πολιτικές
Αναδιάρθρωσης & Ενίσχυσης της Επιχειρηματικής Δράσης
στην Ελλάδα

Εισηγήτρια : Στυλίαςου Στέλλα

Αναστασίου Γεώργιος
Φωτόπουλος Αλέξιος
Σαπλαούρας Στυλιανός
Ζαφειρόπουλος Θεόδωρος

ΠΑΤΡΑ 2012

Περιεχόμενα

ΠΡΟΛΟΓΟΣ	4
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο: Επιχειρηματικότητα	9
1.1 Η Έννοια της Επιχειρηματικότητας	9
1.2 Τα Στάδια Ζωής της Επιχείρησης	10
1.3 Χρηματοδότηση τη Επιχείρησης	13
1.3.1 Εσωτερική Χρηματοδότηση	13
1.3.2 Εξωτερική Χρηματοδότηση	14
1.3.3 Εξωτερική Μη Συμμετοχική Χρηματοδότηση	15
1.3.4 Εξωτερική Συμμετοχική Χρηματοδότηση	17
1.4 Στρατηγική Χρηματοδότησης της Επιχείρησης	20
1.4.1 Χρηματοδότηση σε Προ – Εναρξιακό Στάδιο (Pre – Start Up)	21
1.4.2 Χρηματοδότηση στο Στάδιο της Εκκίνησης (Start Up)	22
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο: Κοινωνική Επιχειρηματικότητα	25
2.1 Κοινωνική Οικονομία	25
2.1.1 Ορισμός της Κοινωνικής Οικονομίας	25
2.1.2 Ομάδες της Κοινωνικής Οικονομίας	26
2.1.3 Στόχοι της Κοινωνικής Οικονομίας	28
2.1.4 Αρχές της Κοινωνικής Οικονομίας	29
2.2 Κοινωνικές Επιχειρήσεις	30
2.2.1 Αρχές & Χαρακτηριστικά των Κοινωνικών Επιχειρήσεων	31
2.2.2 Τομείς & Δράση των Κοινωνικών Επιχειρήσεων	32
2.3 Η Κοινωνική Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα	33
2.4 Βασικοί Δείκτες Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας	36

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο: Προφίλ Επιχειρηματία	41
3.1 Χαρακτηριστικά Νέων – Επίδοξων Επιχειρηματιών	42
3.2 Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα	44
3.3 Παράγοντες Επηρεασμού των Επιχειρηματιών	47
3.3.1 Προσωπικοί Παράγοντες	47
3.3.2 Πολιτισμικοί Παράγοντες	51
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο: Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα	55
4.1 Αποτύπωση της Επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα	55
4.2 Βασικοί Δείκτες Επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα	57
4.3 Η Καινοτομία στην Ελλάδα	65
4.3.1 Η Κατάταξη της Ελλάδας	65
4.3.2 Η Καινοτομία στην Ελλάδα σε Σχέση με τις άλλες Χώρες	75
4.4 Η Ανταγωνιστικότητα στην Ελλάδα	77
4.4.1 Η Κατάταξη της Ελλάδας	77
4.4.2 Η Ανταγωνιστικότητα στην Ελλάδα σε Σχέση με τις άλλες Χώρες	84
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο: Αναδιάρθρωση & Ενίσχυση της Επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα	87
5.1 Η Οικονομική Κρίση & η Ίδρυση Επιχειρήσεων	87
5.2 Η Επίδραση της Οικονομικής Κρίσης στην Αναγνώριση Επιχειρηματικών Ευκαιριών	91
5.3 Βασικά Χαρακτηριστικά Καινοτομίας στην Ελλάδα	95
ΕΠΙΛΟΓΟΣ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	98
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	100

Πρόλογος

Η συγγραφή της παρούσας εργασίας πραγματοποιείται σε μια πολύ δύσκολη περίοδο για την Ελλάδα. Η πολύ σημαντική και συνεχόμενη οικονομική κρίση που ταλανίζει, όχι μόνο την Ελλάδα, αλλά και ολόκληρο το παγκόσμιο στερέωμα, αποτέλεσε το εφαλτήριο για την ανάλυση και ενδελεχή εξέταση ενός τόσο γενικού, αλλά και συνάμα τόσο επίκαιρου και σημαντικού θέματος, όπως είναι και το ζήτημα της επιχειρηματικότητας. Στην υπόψιν μελέτη θα αναπτυχθούν μια σειρά από θέματα, που αφορούν την επιχειρηματικότητα γενικά, αλλά και ειδικά, στην Ελλάδα και σε σύγκριση με άλλες χώρες.

Στο πρώτο κεφάλαιο της υπόψιν εργασίας παρουσιάζεται η έννοια της επιχειρηματικότητας, ενώ η σημαντική θεωρείται, για την καλύτερη κατανόηση και η ανάλυση των σταδίων ζωής της επιχείρησης. Ένα πολύ σημαντικό τμήμα του πρώτου κεφαλαίου είναι η μελέτη των τρόπων χρηματοδότησης μιας επιχείρησης, που μπορεί να είναι με εσωτερική ή εξωτερική χρηματοδότηση, καθώς και η εξωτερική μη συμμετοχική χρηματοδότηση και η εξωτερική συμμετοχική χρηματοδότηση. Το πρώτο κεφάλαιο κλείνει με τη στρατηγική χρηματοδότησης που επιλέγει μια επιχείρηση, που μπορεί να είναι είτε χρηματοδότηση σε προ – έναρξιακό στάδιο (pre – start up), είτε χρηματοδότηση στο στάδιο του ξεκινήματος (start up).

Στο δεύτερο κεφάλαιο, η μελέτη αναλύει σε βάθος, το θεσμό της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Ο ορισμός, οι ομάδες, οι στόχοι και οι αρχές της κοινωνικής οικονομίας, είναι τα πρώτα θέματα που θίγονται. Στη συνέχεια, μελετώνται οι κοινωνικές επιχειρήσεις, με τις αρχές, τα χαρακτηριστικά και τους τομείς δράσης τους να γίνονται αντικείμενο μελέτης. Το δεύτερο κεφάλαιο κλείνει με την ανάλυση των ειδών των κοινωνικών επιχειρήσεων, καθώς και με την κατάσταση που επικρατεί στην Ελλάδα, μέσω της αποτύπωσης ορισμένων βασικών δεικτών.

Το τρίτο κεφάλαιο της υπόψιν εργασίας είναι αφιερωμένο στην ανάλυση του προφίλ του Έλληνα επιχειρηματία. Τα χαρακτηριστικά των νέων επιχειρηματιών αλλά και οι παράγοντες που τους επηρεάζουν στις αποφάσεις τους (προσωπικοί – πολιτισμικοί), είναι τα ζητήματα που εξετάζονται περισσότερο. Παράλληλα, αναφορά στο κεφάλαιο αυτό γίνεται και στο θέμα της γυναικείας επιχειρηματικότητας.

Το τέταρτο κεφάλαιο αναφέρεται εξ ολοκλήρου στην ανταγωνιστικότητα και στην καινοτομία στην Ελλάδα. Γίνεται αποτύπωση των δυο αυτών ορισμών, καθώς και μέσα από την αποτύπωση δεικτών και πινάκων, η θέση στην κατάταξη που βρίσκεται η χώρα μας και η σύγκρισή της με άλλες χώρες της Ευρώπης κυρίως, αλλά και του υπόλοιπου κόσμου.

Στο πέμπτο κεφάλαιο της υπόψιν μελέτης γίνεται μια ανάλυση που περισσότερο έχει χαρακτηριστικά εξαγωγής συμπερασμάτων και προτάσεων λύσεων, επί των ζητημάτων της ανταγωνιστικότητας και της καινοτομίας της ελληνικής επιχειρηματικότητας. Γίνεται μια διερεύνηση της οικονομικής κρίσης και των επιδράσεων που αυτή έχει στην ίδρυση νέων επιχειρήσεων, καθώς επίσης και στη δημιουργία ευκαιριών νέων επενδύσεων.

Η μελέτη κλείνει με την αποτύπωση μελλοντικών προτάσεων για το ζήτημα της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα και για το πώς το μπορεί ο θεσμός αυτός να βελτιωθεί προς όφελος της ελληνικής οικονομίας και κυρίως των Ελλήνων πολιτών.

Εισαγωγή

Οι άνθρωποι από τη φύση του είναι κοινωνικά όντα, τα οποία ζουν και αλληλεπιδρούν με τους συνανθρώπους τους σε όλες τις δραστηριότητες που εκτελούν. Θεωρώντας λοιπόν ότι μπορεί να επιτύχει καλύτερα αποτελέσματα, αποφασίζει να συνεργαστεί με άλλους ανθρώπους, ενώνοντας τις δυνάμεις τους. Σύμφωνα με τον γενικό ορισμό που αποδίδεται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή Κοινοτήτων¹, «επιχείρηση θεωρείται κάθε μονάδα, ανεξάρτητα από τη νομική της μορφή, που ασκεί οικονομική δραστηριότητα».

Κατά το παρελθόν δεν υπήρχε ένας σαφής ορισμός που να αποτύπωνε την έννοια της επιχείρησης, είτε αυτή ήταν μικρή, είτε μεσαία σε μέγεθος. Όταν όμως οι άνθρωποι άρχισαν να αντιλαμβάνονται το πόσο σημαντικές για τη λειτουργία της αγοράς, έγινα οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, τότε μόνο ξεκίνησαν να αποτυπώνονται ορισμένες προσπάθειες απόδοσης ορισμού, ο οποίος να γίνει κοινά αποδεκτός, αλλά και λειτουργικός. Ο λόγος που έκανε αυτή την προσπάθεια προσδιορισμού των μικρομεσαίων επιχειρήσεων σε ένα τολμηρό εγχείρημα είναι, η πολύ μεγάλη δυσκολία να συμπεριληφθούν σε έναν και μόνον ορισμό, οι πάρα πολλές και διαφορετικές δραστηριότητες που φέρει εις πέρας ο επιχειρηματικός αυτός κλάδος.

Έτσι λοιπόν, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, στις 6 Μαΐου του 2003, ενέκρινε και δημοσίευσε, ένα νέο ορισμό για τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις. Στο πρώτο της άρθρο ορίζεται η έννοια της επιχείρησης. Στο δεύτερο άρθρο της, δίνεται ο πλήρης ορισμός των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, αφού όμως πρώτα έχει ορισθεί ότι η βασική προϋπόθεση για να αναγνωριστεί ως μικρομεσαία μια επιχείρηση είναι να τηρεί όλα εκεί τα όρια, αναφορά με τον αριθμό των απασχολούμενων, με τον κύκλο των εργασιών της, αλλά και το σύνολο του ισολογισμού της. Ειδικότερα²:

- **Μεσαίες Επιχειρήσεις:** οι επιχειρήσεις της μορφής αυτής διαθέτουν από 50 έως και 249 άτομα ως προσωπικό. Το όριο του κύκλου των εργασιών της ανέρχεται μέχρι του ποσού των 50 εκατομμυρίων ευρώ και εκείνο του συνόλου του ισολογισμού μέχρι του ποσού των 43 εκατομμυρίων ευρώ.
- **Μικρές Επιχειρήσεις:** οι μικρές επιχειρήσεις απασχολούν προσωπικό που κυμαίνεται από 10 έως και 49 άτομα, ενώ το όριο του κύκλου των εργασιών της και του συνόλου του ισολογισμού της φθάνει μέχρι τα 10 εκατομμύρια ευρώ.

¹ <http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship>

² http://ec.europa.eu/economic_finance/publications/

ΰ Πολύ Μικρές Επιχειρήσεις: οι πολύ μικρές επιχειρήσεις έχουν αριθμό προσωπικού λιγότερο των 10 ατόμων, ενώ το όριο του κύκλου εργασιών τους, αλλά και αυτό του ισολογισμού τους είναι τα δυο εκατομμύρια ευρώ.

Σε γενικές γραμμές, μικρομεσαίες θεωρούνται εκείνες οι επιχειρήσεις, που αποτελούνται από 250 άτομα και κάτω, έχουν ετήσιο κύκλο εργασιών λιγότερο από 50 εκατομμύρια ευρώ, ενώ και ο ύψος του ετήσιου ισολογισμού τους δεν ξεπερνάει τα 43 εκατομμύρια ευρώ.

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, τόσο στην Ελλάδα και την Ευρώπη, όσο και στον υπόλοιπο κόσμο, αποτελούν ένα πολύ σημαντικό και κρίσιμο στοιχείο των οικονομιών τους και επιδρούν ως μια δύναμη προόδου και ανάπτυξης, παραγωγής, καταπολέμησης της ανεργίας, δημιουργία καινοτομίας, αποκέντρωσης αλλά και ισορροπίας και συνοχής. Σύμφωνα με στοιχεία που παρουσιάζει η Eurostat, το 99% των Ευρωπαϊκών είναι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες δημιουργούν περίπου 75 εκατομμύρια θέσεις εργασίας. Ταυτόχρονα, η δημιουργία νέων μικρομεσαίων επιχειρήσεων, αποτελεί ένα πολύ σημαντικό ζήτημα, υψίστης σημασίας για την Ελλάδα αλλά και την Ευρώπη³. Σύμφωνα με μια έρευνα του Global Entrepreneurship Monitor (G.E.M.), το 7% των νέων επιχειρηματιών έχουν την τάση να δημιουργούν μια σημαντική νέα εξειδικευμένη αγορά, εάν η επιχείρησή τους είναι επιτυχημένη, ενώ το 70% των νέων επιχειρήσεων παρέχουν προϊόντα ή υπηρεσίες σε υφιστάμενες αγορές στις οποίες υπάρχει ήδη σημαντικός ανταγωνισμός και στις οποίες διατίθεται ήδη για χρονικό διάστημα μεγαλύτερο του έτους η βασική τεχνολογία.

Οι νέες και μικρές επιχειρήσεις δημιουργούν ολοένα και περισσότερο νέες θέσεις εργασίας, έναντι των μεγάλων επιχειρήσεων, ενώ ταυτόχρονα, οι χώρες που παρουσιάζουν τη μεγαλύτερη αύξηση, ποσοστιαία, στην επιχειρηματικότητα και στη δημιουργία επιχειρήσεων, τείνουν να παρουσιάζουν και τη μεγαλύτερη μείωση ανεργίας. Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1990, οι ταχέως αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις, συνέβαλαν αποφασιστικά στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Η επιχειρηματικότητα συμβάλει σημαντικά στην οικονομική ανάπτυξη, παρά το γεγονός ότι η αύξηση του Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος επηρεάζεται από πολλούς άλλους παράγοντες⁴.

³ I.O.B.E., «Το Δημοσιονομικό Πρόβλημα στην Ελλάδα σήμερα», Μελέτη, 2005

⁴ David B. Audretsch, «Entrepreneurship: A survey of the Literature», European Commission, 2002

Τόσο στην Ελλάδα όσο και σε άλλες χώρες της Ευρώπης και του κόσμου, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, παρουσιάζουν δυσκολίες στην εξεύρεση και εξοικονόμηση πόρων, ενώ παράλληλα δεν δείχνουν διατεθειμένες να χρησιμοποιήσουν κάποιον στρατηγικό προγραμματισμό ή κάποιες άλλες τεχνικές άσκησης σύγχρονης διοίκησης, όπως είναι οι στρατηγικές συμμαχίες, η διοίκηση ολικής ποιότητας, μετρήσεις ικανοποίησης των πελατών, κλπ. Γενικά, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις δεν μπορούν να έχουν συχνή πρόσβαση στο τραπεζικό σύστημα, λόγω του υψηλότερου κινδύνου που τις χαρακτηρίζει, λόγω της έλλειψης επαρκών εγγυήσεων, αλλά και λόγω του οικογενειακού χαρακτήρα που τις διακρίνει. Ειδικότερα στα πρώτα στάδια ανάπτυξής τους, το πρόβλημα της χρηματοδότησης είναι τεράστιο, μιας και εναλλακτικές πηγές ανεύρεσης κεφαλαίων (venture capital κλπ.), είναι έννοιες σχετικά άγνωστες ή μη προσβάσιμες. Αυτό συνεπάγεται τη δυσκολία ανάπτυξης επενδυτικών προγραμμάτων από τις επιχειρήσεις της μορφής αυτής⁵.

Κεφάλαιο 1^ο: Επιχειρηματικότητα

1.1 Η Έννοια της Επιχειρηματικότητας

⁵ Ι.Ο.Β.Ε., «Το Δημοσιονομικό Πρόβλημα στην Ελλάδα σήμερα», Μελέτη, 2005

Η επιχειρηματικότητα προσέκλυσε το ενδιαφέρον της οικονομικής επιστήμης από τη γέννησή της ακόμη. Η επιχειρηματικότητα ως όρος αποδίδεται στο γάλλο οικονομολόγο R. Cantillion, ο οποίος όρισε τον επιχειρηματία, ως εκείνο το άτομο που προσπαθεί να εκμεταλλευτεί τη διαφορά που υπάρχει στις τιμές, ανάμεσα στην αγορά (με βεβαιωμένη – δεδομένη τιμή) και την πώληση των αγαθών με αβεβαιότητα (arbitrage). Η επιχειρηματικότητα (entrepreneurship) στη σημερινή εποχή, αναγνωρίζεται από όλους τους διεθνείς οργανισμούς, ως ένας σημαντικός παράγοντας που καθορίζει την οικονομική ανάπτυξη, την ανταγωνιστικότητα και την απασχόληση⁶.

Η πολυπλοκότητα του φαινομένου της επιχειρηματικότητας ίσως δικαιολογεί γιατί έως σήμερα δεν έχει γίνει κοινά αποδεκτός ένας ορισμός, ούτε καν αυτός του Οργανισμού οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (Ο.Ο.Σ.Α.) κατά τον οποίο, «οι επιχειρηματίες είναι οι φορείς της αλλαγής και της ανάπτυξης της οικονομίας της αγοράς, είναι εκείνοι που με τη δράση τους δημιουργούν, διαχέουν και εφαρμόζουν καινοτόμες ιδέες, δεν επιδιώκουν να αξιοποιήσουν μόνο τις οικονομικές ευκαιρίες, αλλά έλκονται από την ανάληψη κινδύνου και αρέσκονται να βλέπουν την επιβεβαίωση του προαισθήματός τους». Για το Harvard Business School⁷, η επιχειρηματικότητα είναι μια διαδικασία δημιουργίας, ή η σύλληψη μιας ευκαιρίας και η επιδίωξη εκμετάλλευσής της, ανεξάρτητα από τον έλεγχο ή την κατοχή των μέσων υλοποίησης της.

Κατά το Global Entrepreneurship Monitor (G.E.M.)⁸, ως επιχειρηματικότητα ορίζεται κάθε προσπάθεια για τη δημιουργία μιας νέας επιχείρησης ή μιας νέας δραστηριότητας, όπως είναι το ελεύθερο επάγγελμα, ή η δημιουργία ενός νέου επιχειρηματικού οργανισμού, ή η επέκταση της ήδη υπάρχουσας επιχείρησης, που γίνεται από έναν ιδιώτη, ή από τις επιχειρήσεις που ήδη λειτουργούν. Για τον P. Drucker, η επιχειρηματικότητα δεν είναι ούτε επιστήμη αλλά ούτε και τέχνη. Είναι η πρακτική στην οποία η γνώση αποτελεί το μέσο για την επίτευξη του σκοπού της. Είναι τρόπος συμπεριφοράς παρά χαρακτηριστικό της προσωπικότητας. Σαν πρακτική στηρίζεται σε μια θεωρία της οικονομίας και της κοινωνίας που βλέπει την αλλαγή (τεχνολογική, συμπεριφοράς κλπ.), ως κάτι φυσιολογικό και ειδικότερα ως κάτι το υγιές.

⁶ Wennekers S., Thurik R., Van Stel A., Noorderhaven N., «Uncertainty avoidance and the rate of business ownership across 22 OECD countries, 1976 – 2000», Institute of Development Countries, 2005

⁷ Timmons J.A. & Spinelli S. «New venture Creation: Entrepreneurship for the 21st century», Mc-Graw Hill, International Edition, 2007

⁸ I.O.B.E., «Αποτελέσματα ερευνών οικονομικής συγκυρίας», Μελέτη, 2010

Η επιχειρηματικότητα ορίζεται ανάλογα με την οπτική (οικονομική ή διοικητική) που κάποιος μπορεί να την αντιληφθεί. Οι Herbert & Link⁹, από οικονομική σκοπιά, θεωρούν ότι επιχειρηματίας είναι εκείνος που αναλαμβάνει τον κίνδυνο και παίρνει αποφάσεις που επηρεάζουν την κατανομή, τον τύπο, τη χρήση των αγαθών, των πόρων ή των επιχειρήσεων. Αντιθέτως, από τη σκοπιά του management, οι Sahlman & Stevenson¹⁰, διακρίνουν ανάμεσα σε επιχειρηματίες, που αναζητούν την ευκαιρία, και manager που διοικούν την επιχείρηση, ενώ οι Vesper & Gartner¹¹ ισχυρίζονται ότι η επιχειρηματικότητα είναι ριζικά διαφορετική από το management της επιχείρησης.

1.2 Στάδια Ζωής Επιχείρησης

Τα στάδια ανάπτυξης ενός σχεδίου – επιχείρησης, αναφέρονται πρακτικά στον κύκλο ζωής ενός προϊόντος, στην πορεία δηλαδή που ακολουθείται από τη σύλληψή του ως ιδέα μέχρι και την ολοκλήρωσή του. Η ανάπτυξη ενός τέτοιου σχεδίου μπορεί να περιγραφεί συνοπτικά ως εξής:

- i. Σύλληψη και συγκεκριμενοποίηση
- ii. Εξέταση της δυνατότητα υλοποίησης
- iii. Σχεδιασμός project
- iv. Ανάπτυξη και δοκιμή προτύπου
- v. Κατασκευή
- vi. Προώθηση (Marketing)
- vii. Πωλήσεις

Ακολουθώντας τον κύκλο ζωής ενός νέου προϊόντος ή επιχείρησης, διακρίνουμε τα ακόλουθα στάδια ανάπτυξης:

⁹ Herber R.F. & Link A.N. «In search of the meaning of Entrepreneurship», Small Business Economics, 1989

¹⁰ Salman W. A. «The structure and governance of venture – capital organizations», Journal of Financial Economics, 1990

¹¹ Vesper K.H. & Gartner W.B., «Measuring Progress in Entrepreneurship Education», Journal of Business Venturing, 1997

1. Προ – Εναρξιακό Στάδιο¹²

Στο στάδιο αυτό η επιχείρηση δεν έχει ακόμη δημιουργηθεί, αλλά απλώς έχει διαμορφωθεί μια ιδέα από τον επιχειρηματία, την οποία προσπαθεί να σχηματοποιήσει. Είναι η περίοδος της σύλληψης, συγκρότησης και οργάνωσης της επιχειρηματικής ιδέας και της καταγραφής των σχετικών λεπτομερειών σε μια σειρά.

2. Ξεκίνημα

Στο στάδιο αυτό η επιχείρηση αρχίζει να συγκροτείται προκειμένου να φέρει εις πέρας το σχέδιό της. Καθώς έχει εξασφαλιστεί, ως έναν βαθμό, στο προηγούμενο στάδιο η τεχνική εφεκτικότητα του προϊόντος, ξεκινά η ανάπτυξή του, ενώ παράλληλα οργανώνεται η διαδικασία προώθησής του, προχωρώντας σε μια νέα έρευνα αγοράς για να διαπιστωθεί, ολοκληρωμένα πλέον, η εμπορική του βιωσιμότητα. Στο συγκεκριμένο στάδιο δεν έχουν ξεκινήσει οι πωλήσεις ακόμη. Όλες οι νέες επιχειρήσεις συμπορεύονται με τον κίνδυνο, ενώ και τα ποσοστά αποτυχίας τους είναι αρκετά υψηλά σε αυτό το στάδιο, εξαιτίας της αβεβαιότητας που κυριαρχεί αναφορά με τα ποσοστά επιτυχίας του σχεδίου ή της επιχείρησης.

Η επιχείρηση δεν θα χρειαστεί στο στάδιο αυτό να δημιουργήσει το τελικό πρότυπο του προϊόντος που αναπτύσσει, αλλά θα πρέπει να προχωρήσει σε μια συνεχή διαδικασία ανατροφοδότησης και βελτίωσης του σχεδιασμού του, μέχρι το προϊόν να κριθεί ότι είναι έτοιμο για κυκλοφορία. Οι ανάγκες για κεφάλαια είναι ιδιαίτερα αυξημένες, μιας και απαιτείται κεφάλαιο κίνησης (πάγια έξοδα, πληρωμές μισθών, αγορά εξοπλισμού, έξοδα προώθησης κλπ.) και έρευνας, αλλά δεν υπάρχουν οι απαραίτητες εγγυήσεις, ώστε να διευκολυνθεί η απόκτησή του.

3. Αρχική Επέκταση

¹² Scholtens B. «Analytical Issues in External Financing Alternatives for SBEs», Small Business Economics, 1999

Στο στάδιο αυτό η επιχείρηση αρχίζει πλέον τη διαδικασία εισόδου στην αγορά. Η ιδέα έχει μετουσιωθεί πλέον σε προϊόν ή διαδικασία και ξεκινά η εμπορευματοποίησή του¹³. Το project προχωράει και μαζί του μεγαλώνει και επεκτείνεται και η επιχείρηση, δημιουργώντας παράλληλα αρχείο επιτυχημένων προσπαθειών (track records). Έχει ολοκληρωθεί η ανάπτυξη του τελικού προϊόντος, ενώ έχει αναπτυχθεί πλήρως και η γραμμή παραγωγής του. Πραγματοποιούνται ήδη πωλήσεις, ενώ μπορεί να επιτυγχάνονται και τα πρώτα κέρδη της επιχείρησης.

4. Εδραιωμένη Μεγέθυνση

Το στάδιο αυτό θεωρείται ως η μετάβαση της επιχείρησης στη φάση της ωριμότητας (ώριμη μεγέθυνση), ενώ κάποιοι ερευνητές, όπως ο F. Prakke¹⁴, την αντιμετωπίζουν ως ένα στάδιο πριν την ωριμότητα, που αποτελεί το τελευταίο και απόλυτο στάδιο εξέλιξης ενός σχεδίου ή μιας επιχείρησης. Σε αυτό το στάδιο το project ή η επιχείρηση αναπτύσσεται με ταχείς ρυθμούς έχοντας προσελκύσει σημαντικό αριθμό πελατών. Έχει δημιουργήσει ήδη τις βάσεις για τη διαφοροποίηση του προϊόντος και του πελατολογίου της και κινείται πλέον προς άλλες κατευθύνσεις, όπως ο σχεδιασμός δεύτερης γενιάς προϊόντων (διαφορετικών ή συνοδευτικών του αρχικού), η είσοδος σε νέες αγορές, η σύναψη συνεργασιών, η πραγματοποίηση εξαγορών, κλπ.

Οι περισσότερες επιχειρήσεις βρίσκουν πλέον κεφάλαια ώστε να υλοποιήσουν τα επιχειρηματικά τους σχέδια, με τις εναλλακτικές επιλογές να είναι περισσότερες, ενώ εκδηλώνουν ενδιαφέρον όλες σχεδόν οι πηγές χρηματοδότησης (εκτός κυρίως των ιδιωτών εξαιτίας του μεγάλου μεγέθους των κεφαλαίων), μιας και υπάρχει μικρότερη σχετικά αβεβαιότητα. Η περαιτέρω ανάπτυξη της επιχείρησης, η οποία συνεπάγεται τη διεύρυνση της τεχνολογικής της βάσης και την ανάπτυξη της ικανότητας αντικατάστασης κάθε γενιάς προϊόντων της με μια επόμενη, οδηγεί στο τελικό στάδιο, στην ωριμότητα, στο οποίο είτε έχουν δημιουργηθεί κατά το παρελθόν και υπάρχουν σημαντικά κεφάλαια, είτε επιδιώκεται προσέλκυση κεφαλαίων με άλλους τρόπους.

1.3 Χρηματοδότηση Επιχείρησης

¹³ LIFT, «Financial Innovation A Guide – Innovation & Participation of SME's Programme» European Commission Fifth Research Framework Programme, Luxembourg, 1999

¹⁴ Prakke F., «The Financing of Technical Innovations», European Investment Bank, 1988

Από το πρώτο στάδιο σύλληψης της επιχειρηματικής ιδέας, έως το τελευταίο στάδιο, αυτό της διάθεσης του προϊόντος στην αγορά, απαιτείται συνεχής ενίσχυση της επιχείρησης με κεφάλαια, προκειμένου να προχωρήσει η παραγωγική διαδικασία. Τα κεφάλαια αυτά αναζητούνται από τους υπεύθυνους της επιχείρησης μεταξύ διαφορετικών πηγών, καθώς σε κάθε στάδιο προτιμούνται συνήθως διαφορετικές πηγές χρηματοδότησης. Η επιτυχία ή μη της επιχειρηματικής αυτής δραστηριότητας – επένδυσης, εξαρτάται από τις πηγές από τις οποίες προέρχονται τα κεφάλαια αυτά.

1.3.1 Εσωτερική Χρηματοδότηση

Η εσωτερική χρηματοδότηση προέρχεται συνήθως από τα κεφάλαια που διαθέτει ο ιδιοκτήτης – manager ή μια ομάδα ατόμων, ή ακόμη και από την παρακράτηση των όποιων κερδών τους ή πωλήσεών τους. Αποτελεί μια σημαντική πηγή εσόδων και κεφαλαίων για την επιχείρηση, πιο εύκολα προσβάσιμη από κάθε άλλη, ίσης αξίας με τα χρήματα που μπορούν να προέλθουν από κάποιο τραπεζικό δάνειο. Ιδιαίτερα στα πρώτα στάδια εξέλιξης ενός νέου επιχειρηματικού σχεδίου, η διαθεσιμότητα των χρημάτων αυτών διαφέρει ανάμεσα στις επιχειρήσεις, ανάλογα με την οικονομική κατάσταση στην οποία βρίσκεται ο επιχειρηματίας – ιδιοκτήτης, καθώς και από την κερδοφορία της υφιστάμενης επιχείρησης.

Η εσωτερική χρηματοδότηση έχει μικρότερο κόστος για την επιχείρηση σε σχέση με την εξωτερική χρηματοδότηση, μιας και δεν υπάρχει το κόστος της διαμεσολάβησης, επιδρώντας θετικά στη χρηματοδότηση επενδύσεων. Η πηγή αυτή όμως κεφαλαίων δεν είναι διαθέσιμη στις περισσότερες νέες μικρομεσαίες επιχειρήσεις, παρά μόνο στο αρχικό τους στάδιο, καθώς δεν υπάρχουν σημαντικά δημιουργούμενα κέρδη και επομένως και εσωτερικά κεφάλαια, ενώ όταν αυτά δημιουργηθούν σε επόμενα στάδια, οι συνεχείς ανάγκες χρήσης αυτών είναι πολλές και δεν υπερκαλύπτονται. Οι πηγές εσωτερικής χρηματοδότησης (εκτός από τα κέρδη που παρακρατούνται μετά τις πωλήσεις), είναι τα εξής¹⁵:

Ø Ιδρυτές και Επιχειρηματίες

¹⁵ LIFT, «Financial Innovation A Guide – Innovation & Participation of SME's Programme» European Commission Fifth Research Framework Programme, Luxembourg, 1999

Πρόκειται για εκείνα τα άτομα τα οποία αποφάσισαν να δημιουργήσουν την επιχείρησή τους, την οποία και θα διευθύνουν είτε προσωπικά (επιχειρηματίες), είτε έχουν αναθέσει τη διεύθυνσή της σε κάποιον άλλο (ιδρυτές). Έχουν προχωρήσει στη δαπάνη από την αρχή όλου σχεδόν του κεφαλαίου που είχαν ως αποταμίευση, καθώς επίσης και από διάφορες μη – χρηματικές εισφορές, όπως είναι η μικρή ή μεγάλη προσωπική εργασία, η εργασία από το σπίτι (καθόλου ενοίκιο, παραχώρηση οικοπέδου, κτιρίου κλπ.). Με αυτό τον τρόπο επιχειρείται η μείωση στο μεγαλύτερο βαθμό των εξόδων και η διατήρηση ή ακόμη και η αύξηση του μεριδίου τους στην επιχείρηση. Πρόκειται για μια δεξαμενή κεφαλαίων που χρησιμοποιείται συνήθως πριν από οποιαδήποτε άλλη πηγή χρηματοδότησης και εξαντλείται επίσης πρώτη. Οι δυνητικοί επενδυτές αναμένουν συνήθως τη σημαντική συνεισφορά του ιδρυτή και ιδιοκτήτη, μιας και αυτή εκλαμβάνεται συνήθως σαν ένα είδος προσωπικής δέσμευσης για το υπόψιν project.

Ø Φίλοι & Οικογένεια

Επιπλέον, το οικογενειακό και φιλικό περιβάλλον αποτελεί μια σημαντική πηγή άντλησης κεφαλαίων, αλλά περισσότερο θεωρούνται ως μια μορφή βοήθειας, παρά κάποιο είδος σοβαρής επενδυτικής προσπάθειας. Εκτός των άλλων, δεν συμβάλλουν και στη δημιουργία δυνατοτήτων για εμπορικές διασυνδέσεις, οι οποίες θα φανούν χρήσιμες για την επιχείρηση και για την πορεία των σχεδίων της.

1.3.2 Εξωτερική Χρηματοδότηση

Όταν η εσωτερική χρηματοδότηση κριθεί ανεπαρκής για να καλυφθούν οι απαιτήσεις και οι ανάγκες της επιχείρησης για κεφάλαια, τότε αυτή θα πρέπει να κινηθεί προς εξωτερικές πηγές κεφαλαίων για την απόκτηση των απαιτούμενων πόρων. Η εξωτερική χρηματοδότηση μπορεί να διαχωριστεί σε συμμετοχική (τυπική και άτυπη) και σε μη συμμετοχική. Ο πρώτος τύπος χρηματοδότησης προϋποθέτει την απώλεια μέρους ή ακόμη και του συνόλου του ελέγχου της επιχείρησης, μιας και μεταβιβάζονται τα εταιρικά της μερίδια από τους ιδιοκτήτες της προς τους χρηματοδότες. Ο δεύτερος τρόπος χρηματοδότησης είναι λιγότερο επιβλαβής για τα συμφέροντα της επιχείρησης, αλλά στα αρχικά στάδια της επιχείρησης δεν αποτελεί βιώσιμη επιλογή, μιας και προϋποθέτει την καταβολή μετρητών και εγγυήσεων από τους υποψήφιους δανειζόμενους και για το λόγο αυτό είναι πολύ δύσκολο να πραγματοποιηθεί.

1.3.3 Εξωτερική Μη Συμμετοχική Χρηματοδότηση

Μια μορφή εξωτερικής μη συμμετοχικής χρηματοδότησης είναι η προσέλκυση τραπεζικών δανείων. Αυτό το είδος της χρηματοδότησης είναι περισσότερο πιθανό να εμφανιστεί σε στάδια μεταγενέστερα του αρχικού, ενώ όσο πιο πρώιμο είναι, τόσο περισσότερο βέβαιη θα πρέπει να θεωρείται η αποχή του τραπεζικού ιδρύματος από τη χρηματοδότηση. Η κύρια επιδίωξη ενός χρηματοοικονομικού ιδρύματος είναι η διασφάλιση σε όσο το δυνατόν μεγαλύτερο βαθμό, των κεφαλαίων που δανείζει. Συνεπώς, οι τράπεζες αποστρεφόμενες τον κίνδυνο θα είναι ιδιαίτερα φειδωλές στη χρηματοδότηση αβέβαιων σχεδίων και μάλιστα σε πρώιμο στάδιο ανάπτυξης¹⁶.

Τα εγχειρήματα που βρίσκονται σε αρχικό στάδιο είναι ιδιαίτερα ριψοκίνδυνα, καθώς περιλαμβάνουν σχέδια, ελπίδες και αβεβαιότητες¹⁷. Αν τελικά επιτύχουν, η ανταμοιβή (απόδοση) είναι σημαντική, αλλά μια πιθανή αποτυχία μπορεί να σημάνει και την απώλεια όλων αυτών που επένδυσαν. Εξάλλου, οι επιχειρήσεις που βρίσκονται στα πρώτα στάδια ανάπτυξής τους, με λίγα περιουσιακά στοιχεία στην κατοχή τους, με δραστηριότητα που περιορίζεται σε έρευνα και ανάπτυξη, χρειάζονται συνεχείς ροές κεφαλαίων για ένα σημαντικό χρονικό διάστημα. Αυτό το χαρακτηριστικό όμως δεν συνάδει με αυτό που τα τραπεζικά ιδρύματα επιθυμούν να παρέχουν. Εντούτοις, ο τραπεζικός δανεισμός μπορεί να επιτευχθεί σε αρκετές των περιπτώσεων, μέσω της παροχής εγγυήσεων διαφόρων μορφών (ακίνητα κλπ.)

Οι νέες εταιρείες έχουν όμως μικρή υλική περιουσία. Το γεγονός αυτό καθιστά τις τράπεζες σχετικά απρόθυμες στο να επενδύσουν και να χορηγήσουν δάνεια σε νέες επιχειρήσεις, μιας και είναι σχεδόν αδύνατο να λάβουν τις εγγυήσεις που επιθυμούν από τους δανειζόμενους. Τα στελέχη των τραπεζών, προκειμένου να εκτιμήσουν προτάσεις που εμπεριέχουν κίνδυνο και αβεβαιότητα, αποδίδουν δυσανάλογη σημασία σε παράγοντες λιγότερο σημαντικούς, υποεκτιμώντας (ή ακόμη και παραβλέποντας) κρίσιμα στοιχεία για την ικανότητα της επιχείρησης να φέρει εις πέρας το project. Τα στοιχεία αυτά μπορεί να αφορούν την ικανότητα της διοίκησης, την ικανότητα των εργαζόμενων της επιχείρησης, την οργάνωση και στρατηγική του όλου εγχειρήματος κλπ.

¹⁶ Boocock G & Woods M., «The Evaluation Criteria used by Venture Capitalists: Evidence from UK venture fund», International Small Business Journal, 1997

¹⁷ Gompers P., «Optimal investment, monitoring and the stages of venture capital», Journal of Finance, 1995

Οι περισσότερες τράπεζες τείνουν να εξωτερικεύουν τον κίνδυνο, μεταφέροντάς τον στους πελάτες τους, είτε χρησιμοποιώντας το επιτόκιο, προκειμένου να αποτιμήσουν τα υποβαλλόμενα σχέδια (τιμολογώντας διαφορετικά τις προτάσεις με διαφορετικό βαθμό κινδύνου), είτε με εστίαση στο δανεισμό, σε βραχυχρόνιο ορίζοντα, με υψηλότερο επιτόκιο. Ένας άλλος τρόπος για τη μεταφορά του κινδύνου στους δανειολήπτες, είναι η αξίωση από την πλευρά της τράπεζας για μεγαλύτερες εγγυήσεις, περιουσιακών κυρίως στοιχείων, προκειμένου να παραχωρήσουν δάνεια σε προτάσεις που εμπεριέχουν κίνδυνο μεγαλύτερο από το μέσο όρο.

Επιπρόσθετα, οι νέες επιχειρήσεις κατά την έναρξη των εργασιών τους, έχουν ανάγκη από μεγάλα χρηματικά ποσά, κάτι το οποίο σημαίνει ότι ο τραπεζικός δανεισμός δημιουργεί σημαντικά χρέη. Η χρηματοδότηση μέσω της δημιουργίας χρεών περιορίζει τη χρηματοδοτική ροή σε μια εταιρεία, μιας και το χρήμα για αυτήν πλέον είναι περισσότερο «ακριβό».

Η μικροπίστωση είναι μια ακόμη πρακτική για την εξασφάλιση χρηματοδότησης για άτομα από κοινωνικά ευαίσθητες ομάδες για την κοινωνική οικονομία. Αν και ο ορισμός της μικροπίστωσης και η οριοθέτηση της διαχωριστικής γραμμής μεταξύ της κλασικής χρηματοδότησης και της μικροπίστωσης είναι μια εξαιρετικά δύσκολη υπόθεση, ο πλέον συνήθης ορισμός είναι ο ακόλουθος: «Μικροπίστωση είναι η χορήγηση ή η διαμεσολάβηση για τη χορήγηση μικρών δανείων σε άτομα τα οποία δεν είναι επιλέξιμα για τα παραδοσιακά τραπεζικά δάνεια, προκειμένου να χρηματοδοτήσουν προγράμματα αυτοαπασχόλησης, με σκοπό τη βελτίωση του οικονομικού και βιοτικού τους επιπέδου». Στόχος των δανείων αυτών της μικροπίστωσης είναι κυρίως η δανειοδότηση των γυναικών, των ανέργων και των ατόμων που ανήκουν σε κοινωνικά ευπαθείς ομάδες του πληθυσμού, ώστε να αναπτύξουν επιτυχημένη επιχειρηματική δραστηριότητα.

Γενικότερα στην Ευρωπαϊκή Ένωση, η έννοια της μικροπίστωσης δεν σημαίνει και εξάλειψη των απαιτήσεων για την παροχή εγγυήσεων από τους δανειοδοτούμενους. Η πιο συνηθισμένη πρακτική είναι η παροχή τριτοεγγύησης για ένα μέρος του δανείου τουλάχιστον, ώστε να διασφαλίζεται στοιχειωδώς η βιωσιμότητα του θεσμού. Με την πάροδο των ετών και τη δοκιμή και εφαρμογή του θεσμού της μικροπίστωσης, άρχισαν να ενδιαφέρονται και χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί κλασικής τραπεζικής, εντάσσοντας πλέον στα προϊόντα τους και προγράμματα μικροπίστωσης.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει αναγνωρίσει από καιρό τον πολύ σημαντικό ρόλο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, στην ανάπτυξη των χωρών της. Για το λόγο αυτό, στηρίζει όλες τις μικρομεσαίες ευρωπαϊκές επιχειρήσεις, μέσω της παροχής πληθώρας μέτρων, που έχουν σαν στόχο, από τη μια πλευρά να ενισχύσουν την εξωστρέφεια των επιχειρήσεων και από την άλλη πλευρά, να κατευθύνουν την παραγωγή και τις μεθόδους της προς εκείνα τα πεδία με την μεγαλύτερη προστιθέμενη αξία. Τα μέτρα αυτά που προάγονται από την Ευρωπαϊκή Ένωση δεν έχουν όμως μόνιμο χαρακτήρα, αλλά και η έντονη κρατική τους παρέμβαση τα καθιστά μη αποδοτικά εξ ολοκλήρου.

1.3.4 Εξωτερική Συμμετοχική Χρηματοδότηση

Κατά τη διάρκεια αναζήτησης πηγών χρηματοδότησης, οι επιχειρηματίες μπορούν να προσελκύσουν και άτυπους επενδυτές, οι οποίοι ονομάζονται «Επιχειρηματικοί Άγγελοι». Πρόκειται για ιδιώτες που εκδηλώνουν ενδιαφέρον για εμπλοκή τους στη χρηματοδότηση επιχειρημάτων υψηλού κινδύνου, κυρίως μικρών επιχειρήσεων, που βρίσκονται στα αρχικά στάδια της ανάπτυξής τους. Ο στόχος των επενδυτών αυτών είναι να επωφεληθούν από τις υψηλές αποδόσεις που ενδεχομένως να δημιουργηθούν στο μέλλον. Σημαντικό ρόλο στην απόφασή τους διαδραματίζουν επίσης το ενδιαφέρον για κάποιο αντικείμενο, η δυνατότητά τους να έχουν ενεργό ρόλο σε μια επιχειρηματική διαδικασία, ή ακόμη και η προσωπική τους ευχαρίστηση¹⁸.

Η εμπλοκή των Επιχειρηματικών Αγγέλων σε μερικές περιπτώσεις μπορεί να είναι μείζονος σημασίας στην προσέλκυση άλλων τύπων κεφαλαίων, όπως για παράδειγμα στη χρηματοδότηση δανεισμού (debt financing), ή θεσμικού venture capital. Μελέτες έχουν αποδείξει ότι οι Επιχειρηματικοί άγγελοι τηρούν μια στάση ανατροφοδότησης, έναντι στην αξιολόγηση των επενδύσεων και στηρίζονται περισσότερο στα ένστικτά τους, παρά στην εξωτερική πληροφόρηση.

Αναμφισβήτητα, οι Επιχειρηματικοί Άγγελοι αντιπροσωπεύουν μια πολύ καλή πρακτική εξασφάλισης χρηματοδότησης, μιας και έχουν ένα υψηλό επίπεδο επενδυτικής, διοικητικής και επιχειρηματικής ανταγωνιστικής ικανότητας, μια μεγάλη δυνατότητα

¹⁸ Mason C.M. & Harrison R.T., «Informal Venture Capital and the Financing of Small & Medium Enterprises», The Journal of SEAAZ, 1995

διείσδυσης στην επανεπένδυση. Συχνά είναι καθοδηγητές επενδυτές, χρησιμοποιούν προσωπικά και επαγγελματικά δίκτυα σαν κύριες πηγές πληροφόρησης και δραστηριοποιούνται έντονα σε εταιρείες χαρτοφυλακίων. Οι πιο έμπειροι Επιχειρηματικοί Άγγελοι τείνουν να επενδύουν στα πολύ αρχικά στάδια του κύκλου ζωής των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και στηρίζονται κυρίως στην εμπειρία τους από προγενέστερες επενδύσεις. Για το λόγο αυτό οι Επιχειρηματικοί Άγγελοι εξαρτώνται από τις πληροφορίες των επενδυτικών ομάδων και ενδιαφέρονται από την πλευρά τους για την αξιοπιστία των ομάδων αυτών. Επίσης αναγνωρίζουν τις ενδιαφέρουσες ευκαιρίες επένδυσης κυρίως μέσα στην τοπική βιομηχανία ή στα εξειδικευμένα δίκτυα πληροφοριών. Οι ευκαιρίες επένδυσης αναγνωρίζονται μέσω των σχετικών με την επιχείρηση ατόμων που διαθέτουν ένα δίκτυο πληροφοριών, τα οποία είναι υψηλής ποιότητας και αξιοπιστίας, σε σχέση με τις πληροφορίες που θα ληφθούν από άλλες πηγές. Οι πεπειραμένοι Επιχειρηματικοί Άγγελοι αναλαμβάνουν μια περισσότερο διεξοδική αναγνώριση και αξιολόγηση των ενδιαφερουσών προτάσεων για επένδυση.

Επιπρόσθετα, στην επιχείρηση στην οποία πρόκειται να επενδύσουν εμπλέκονται προσωπικά στη χάραξη της στρατηγικής της και στην ανάπτυξη της δυνητικής αγοράς για το προϊόν της, ελέγχοντας όπου μπορούν τη διαδικασία, προκειμένου να συμμετέχουν και οι ίδιοι στη διαχείριση της αβεβαιότητας. Για το σκοπό αυτό λοιπόν, καταλαμβάνουν μια θέση στο Διοικητικό Συμβούλιο της εταιρείας. Οι Επιχειρηματικοί Άγγελοι είναι υπομονετικοί επενδυτές, διατηρούν την επένδυση για μεγάλο χρονικό διάστημα, πολλές φορές και χωρίς χρονικό ορίζοντα, χωρίς να ενδιαφέρονται για την απόκτηση του ελέγχου των επιχειρήσεων που χρηματοδοτούν μετά την ολοκλήρωση του σχεδίου. το πλεονέκτημά τους έγκειται στο γεγονός ότι δεν έχουν ανάγκη τις αποδόσεις του όλου εγχειρήματος, καθώς διαθέτουν σημαντική οικονομική επιφάνεια, επενδύουν αυτόνομα και δεν χρειάζεται να δώσουν αναφορά σε άλλους για τις οικονομικές τους επιλογές, εμφανίζοντας έτσι μεγαλύτερη υπομονή στη χρηματοδότηση¹⁹.

Σε αντάλλαγμα για αυτή την προσωπική τους επιτυχία, υλικά αλλά και συναισθηματικά, κερδίζουν ικανοποίηση και ενθουσιασμό. Οι αποφάσεις τους λαμβάνονται σε μεγάλο βαθμό με κίνητρο την ευκαιρία για κέρδος. Θέτουν ρυθμούς απόδοσης της τάξεως

¹⁹ Sorheim R., «The pre-investment behavior of business angels: a social capital approach», Journal of Entrepreneurial Finance, 2003

του 30% για τα αρχικά στάδια και 20% για οργανωμένες και συγκροτημένες επιχειρήσεις, ενώ για όσο χρονικό διάστημα τουλάχιστον διαρκεί το project, αναλαμβάνουν ένα μέρος ή και το σύνολο του ελέγχου της διαδικασίας. Για το λόγο αυτό παρατηρείται μια απροθυμία των επιχειρηματιών να στραφούν σε αυτό του είδους τη χρηματοδότηση, παρά μόνο αν δεν μπορούν να το αποφύγουν, εφόσον δεν επιθυμούν την απώλεια ελέγχου και γενικότερα την ανάμειξη τρίτων σε αυτήν²⁰.

Τα κίνητρα για την ενασχόληση με αυτού του είδους τις επενδύσεις ποικίλουν και διαφοροποιούνται ανάλογα με την οικονομική κατάσταση, αλλά και με τις προσωπικές φιλοδοξίες των Επιχειρηματικών Αγγέλων. Κάποιοι από αυτούς αποσκοπούν καθαρά στο οικονομικό όφελος μέσω της επένδυσης, ενώ υπάρχουν και άλλοι που επιθυμούν να μεταδώσουν και να μοιραστούν τη γνώση και την εμπειρία που έχουν αποκομίσει από τα χρόνια της εργασίας τους με τους νεότερους επιχειρηματίες, με μια πολύ χαμηλή ή καθόλου αμοιβή. Με άλλα λόγια, το κίνητρο ενός Επιχειρηματικού Αγγέλου μπορεί να ξεκινάει από την απλή αποκόμιση οικονομικού οφέλους και να φθάνει μέχρι την προσφορά στο κοινωνικό σύνολο ή την τοπική κοινωνία στην οποία διαμένουν²¹.

Οι Επιχειρηματικοί Άγγελοι έρχονται να καλύψουν το κενό (equity gap) που υπάρχει στα ίδια κεφάλαια της επιχείρησης που επιθυμεί να εξελιχθεί. Η διαφορά των Επιχειρηματικών Αγγέλων από τους χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς έγκειται ακριβώς στην «ανεπισημότητα» της επένδυσης. Η πραγματοποίηση της επένδυσης δεν προϋποθέτει όλους τους ελέγχους και τις εγγυήσεις που ζητούν οι οργανισμοί αυτοί, καθώς το κυρίαρχο στοιχείο στις επενδύσεις των Επιχειρηματικών Αγγέλων είναι η δημιουργία της προσωπικής σχέσης του επενδυτή με τον επιχειρηματία. Βέβαια, το μέγεθος της επένδυσης στις περισσότερες των περιπτώσεων είναι μικρότερο από τα κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου (venture capital) και για το λόγο αυτό είναι πιο προσιτή πηγή κεφαλαίων για τις νέες μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Η χρηματοδότηση ιδίων κεφαλαίων είναι ένα μόνο τμήμα της συνεισφοράς ενός Επιχειρηματικού Αγγέλου σε μια επιχείρηση. Οι επιχειρήσεις έχουν να επωφεληθούν σε μεγάλο βαθμό από την κατάθεση της προσωπικής εμπειρίας, της τεχνογνωσίας και των άλλων διοικητικών ικανοτήτων του επενδυτή. Το έλλειμμα της διοικητικής εμπειρίας είναι

²⁰ Binks M. & Ennew C. «Financing Small Firms», Macmillan Business, 1996

²¹ Busenitz L.W., Fiet J.O., Moesel D.D., «Signaling in Venture Capitalist», 2005

ίσως το πιο σημαντικό πρόβλημα που καλούνται να αντιμετωπίσουν οι νεοσύστατες επιχειρήσεις και είναι αυτό που συντελεί τα μέγιστα στο υψηλό ποσοστό θνησιμότητάς τους. Έτσι, στην περίπτωση που δεν υπάρχει επένδυση, οι επιχειρήσεις ωφελούνται από τους Επιχειρηματικούς Αγγέλους από τη μεταφορά της εμπειρίας τους σε θέματα οργάνωσης και διοίκησης μιας επιχείρησης. Επιπρόσθετα, οι Επιχειρηματικοί Άγγελοι έχουν στις περισσότερες των περιπτώσεων έναν ευρύ κύκλο γνωριμιών με ανθρώπους του επιχειρηματικού κόσμου και τον οποίο μπορούν να χρησιμοποιήσουν προς όφελος της νέας επιχείρησης, με την οποία ξεκινούν μια συνεργασία²².

1.4 Στρατηγική Χρηματοδότησης Επιχείρησης

Καθώς μια νέα επιχείρηση ξεκινάει και περνάει από το ένα στάδιο στο άλλο, οι απαιτήσεις σε χρηματοδότηση και οι δυσκολίες αντίστοιχα για την πρόσβαση σε αυτήν, μεταβάλλονται. Οι νέες μικρομεσαίες επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν μεγάλες δυσκολίες στη συγκέντρωση κεφαλαίων για αρχικά στάδια εξέλιξης ενός σχεδίου, όπου η αβεβαιότητα και οι ασυμμετρίες στην πληροφόρηση είναι μεγάλες, αντιμετωπίζοντας, σε σύγκριση με τους συμβατικούς αντιπάλους τους, ιδιαίτερα υψηλό κόστος ανάπτυξης και εξέλιξης του προϊόντος, καθώς για να φτάσει τελικά στην αγορά χρειάζεται κατά μέσο όρο δέκα (10) με είκοσι (20) φορές πολλαπλάσια δαπάνη, από την αρχικά υπολογιζόμενη για έρευνα και ανάπτυξη²³.

Η μετάβαση από ένα στάδιο στο επόμενο, συνεπάγεται βαθμιαίες βελτιώσεις στις χρηματοοικονομικές απαιτήσεις, ως προς το ύψος και τη μορφή του απαιτούμενου κεφαλαίου, αλλά και στο επίπεδο κινδύνου και αβεβαιότητας που εμπεριέχει το project. Ανάλογα με την ένταση των παραγόντων αυτών, δραστηριοποιούνται διαφορετικοί τύποι επενδυτών.

1.4.1 Χρηματοδότηση σε Προ – Εναρξιακό Στάδιο (Pre – Start Up)

Το πρώιμο αυτό στάδιο, είναι η φάση στην οποία η αρχική επιχειρηματική ιδέα αναδύεται, ξεκινά η διαδικασία της έρευνας και της ανάπτυξης, πραγματοποιείται μια πολύ

²² Lindstrom G. & Olofsson C., «Early Stages Financing of NTBEs’: an Analysis of Contributions from Support Actors», Venture Capital, 2001

²³ Storey D.J., Tether B.S., «New Technology – based firms in the European Union: an introduction», Research Policy, 1998

αρχική εκτίμηση της βιωσιμότητας του προϊόντος στην αγορά (εμπορική εφικτότητα) και τα μοντέλα αυτών. Αυτό το στάδιο, εκτός από τη χρηματοδότηση απαιτεί και χρόνο και ο βαθμός αποτυχίας είναι ιδιαίτερα υψηλός. Αυτό που χρειάζεται είναι μια πρώτη γενική έρευνα, αναφορικά με το υπό διαμόρφωση προϊόν, προτού ξεκινήσει η συγκρότηση της παραγωγικής διαδικασίας²⁴.

Απαιτούνται συνεπώς, περιορισμένα κεφάλαια, που συνήθως καλύπτονται από προσωπικά κεφάλαια του επιχειρηματία (από αποταμιεύσεις και υποθήκευση περιουσιακών στοιχείων του επιχειρηματία) και του συγγενικού και φιλικού του περιβάλλοντος. Η χρηματοδότηση της ιδέας μπορεί επίσης να καλυφθεί από μη επιστρέψιμα και χωρίς απαίτηση αποζημίωσης βραβεία, προερχόμενα είτε από το δημόσιο τομέα (τοπικές αρχές, κυβέρνηση, Ευρωπαϊκή Ένωση, κλπ.), είτε από τον επιχειρηματικό κόσμο (εμπορικές και βιομηχανικές επιχειρήσεις, ερευνητικά ιδρύματα κλπ.). Καθώς η έρευνα και η ανάπτυξη προχωράει και όσο η ιδέα σχηματοποιείται και οργανώνεται και το project φτάνει σε ένα επίπεδο όπου αρχίζει να διαμορφώνεται ένα πιλοτικό σχέδιο και μαζί με αυτό οι πρώτες, πολύ αρχικές εκτιμήσεις για τις πιθανότητες επιτυχίας, αρχίζουν να δραστηριοποιούνται περισσότερες πηγές κεφαλαίων κινδύνου. Ειδικότερα²⁵:

Û Ατυποι Επενδυτές

Αρχίζουν να πραγματοποιούν στο στάδιο αυτό τις προ - εναρκτήριες (pre – start up) επενδύσεις τους στην τεχνολογία, οι οποίες ακολουθούνται από περαιτέρω επένδυση όταν το σχέδιο (και η επιχείρηση) συγκροτηθεί. Αυτή η αρχική χρηματοδότηση μπορεί να έχει τη μορφή δανείου μετατρέψιμου σε μετοχικό κεφάλαιο, εάν και όταν δημιουργηθεί η εταιρεία.

Û Venture Capital

Στην περίπτωση αυτή κατά την οποία, φορέας της ιδέας, της έρευνας και της ανάπτυξης, είναι μια ήδη σχηματισμένη εταιρεία, που αναζητά πρόσθετο αρχικό κεφάλαιο για ένα συγκεκριμένο σχέδιο, τότε είναι πολύ πιθανό να εμπλακούν και τα κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου. Στο στάδιο αυτό όμως υπάρχει ο μεγάλος κίνδυνος αβεβαιότητας για την επιτυχία και την απόδοση του εγχειρήματος και είναι λογικό τα κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου να μην εμπλακούν, μέχρι να συγκεκριμενοποιηθεί ή να

²⁴ Busenitz L.W., Fiet J.O., Moesel D.D., «Signaling in Venture Capitalist», 2005

²⁵ Στουρνάρας Ι, Αλμπάνη Μ., «Η Ελληνική Οικονομία μετά την Κρίση», Ι.Ο.Β.Ε., 2008

συγκροτηθεί η ιδέα. Ακόμη και αν υπάρχει ένα πρώιμο επιχειρηματικό σχέδιο, αντιμετωπίζουν σοβαρά μόνο ένα ποσοστό κοντά στο 10%, από τις προτάσεις που τους υποβάλλονται και μόνο εάν οι προτάσεις αυτές είναι επαρκώς εξειδικευμένες (από εταιρείες ή ιδιώτες) στο συγκεκριμένο βιομηχανικό κλάδο. Εάν τελικά αναμειχθεί, ενεργεί σχεδόν ως συνεργάτης, ιδιαίτερα εάν διαθέτει τεχνική και επιχειρηματική εμπειρία σε σχετικά θέματα.

Ü Ευρωπαϊκά Προγράμματα για την Ενίσχυση των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

Στην κατηγορία αυτή αναφέρονται όλα τα Ευρωπαϊκά Προγράμματα, όπως είναι για παράδειγμα το ΕΣΠΑ, που πιθανότατα είναι σε ισχύ και ενισχύουν την επιχειρηματικότητα, μέσω της ίδρυσης και της δημιουργίας νέων επιχειρήσεων.

1.4.2 Χρηματοδότηση στο Στάδιο Ξεκινήματος (Start Up)

Το στάδιο αυτό περιλαμβάνει εγχειρήματα (ή επιχειρήσεις) που ξεκινούν ή έχουν δημιουργηθεί σε μικρό χρονικό διάστημα (μέχρι και ένα έτος πριν την χρηματοδότηση), χωρίς να πραγματοποιούν ακόμη πωλήσεις, αλλά γενικότερα βρίσκονται σε μια φάση προετοιμασίας²⁶. Η οργανωτική δομή της επιχείρησης θα αρχίσει σταδιακά να δημιουργείται, αρχικά γύρω από το αριθμητικά περιορισμένο τεχνικό προσωπικό, οι αβεβαιότητες εξακολουθούν να υπάρχουν, καθώς δεν έχει διαμορφωθεί ακόμη συγκεκριμένο προϊόν, βιώσιμο στην αγορά, ενώ όσο πιο νέα και καινοτομική είναι η ιδέα, τόσο πιο δύσκολη είναι συνήθως η εκτίμηση της δυνητικής αγοράς, του χρονικού ορίζοντα ανάπτυξης του προϊόντος, της μελλοντικής ροής του εισοδήματος κλπ.

Οι ανάγκες για κεφάλαια είναι ιδιαίτερα αυξημένες, καθώς απαιτείται κεφάλαιο κίνησης (πληρωμές μισθών, εξοπλισμού, προώθησης, πάγια έξοδα κλπ.) και έρευνας, αλλά δεν υπάρχουν οι απαραίτητες εγγυήσεις, ώστε να διευκολυνθεί η απόκτησή του. Οι ίδιοι πόροι και αυτοί της οικογένειας και του συγγενικού και φιλικού περιβάλλοντος που πιθανόν να έχουν απομείνει, θα χρησιμοποιηθούν όλοι και θα εξαντληθούν κατά τη διάρκεια του σταδίου αυτού, ενώ καθίσταται επιτακτική η ανάγκη εξεύρεσης νέων πηγών κεφαλαίου.

Οι χρηματοοικονομικές ανάγκες της επιχείρησης διαφοροποιούνται, ανάλογα με τη φύση της εναρκτήριας φάσης, αν δηλαδή είναι απλή (soft) ή σύνθετη (hard). Απλή

²⁶ Scholtens B. «Analytical Issues in External Financing Alternatives for SBEs», Small Business Economics, 1999

εναρκτήρια φάση παρατηρείται συνήθως στη δημιουργία καινοτομικών υπηρεσιών, για τις οποίες δεν απαιτείται σημαντική έρευνα και ανάπτυξη και επομένως και μεγάλη ποσότητα κεφαλαίου. Σε αυτές τις περιπτώσεις, ο χρόνος ηγεσίας (lead time) είναι σύντομος, το προ – καταβεβλημένο κόστος χαμηλό, ενώ τα κέρδη έρχονται αρκετά νωρίς. Αντιθέτως, οι σύνθετες εναρκτήριες φάσεις, χαρακτηρίζονται από υψηλό ρίσκο, συνδυασμένο με μεγαλύτερη ανάγκη αρχικής δέσμευσης κεφαλαίων, που ίσως όμως αποφέρει μεγαλύτερες μελλοντικές επενδύσεις, με αποτέλεσμα να απαιτείται μεγάλης διάρκειας χρόνος κυριαρχίας στην αγορά και υψηλό προκαταβολικό κόστος, προκειμένου να κατασκευαστεί ένα πρωτότυπο ή να δοκιμαστεί το προϊόν²⁷. Ειδικότερα:

Û Ευρωπαϊκά Προγράμματα για την Ενίσχυση των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

Στην κατηγορία αυτή αναφέρονται όλα τα Ευρωπαϊκά Προγράμματα, πχ. Επενδυτικός νόμος ή ΕΣΠΑ, που ενισχύουν την επιχειρηματικότητα, μέσω επιχορήγησης μιας σειράς τομέων.

Û Επιχειρηματικοί Άγγελοι (Business Angels)

Αρχίζουν να εμπλέκονται στο project, παρέχοντας στην επιχείρηση κεφάλαια, συμβουλές και βοήθεια στην πράξη. Αυτή η πηγή είναι περισσότερο κατάλληλη σε εκείνες τις περιπτώσεις όπου απαιτούνται σχετικά μικρού μεγέθους κεφάλαια και το σχέδιο δεν αφορά τομείς υψηλής τεχνολογίας, που απαιτούν εξειδικευμένη γνώση.

Û Venture Capital

Παρά το γεγονός ότι τα περισσότερα κεφάλαια αυτού του είδους συγκεντρώνονται στις μεγάλες συμφωνίες, υπάρχει πάντα ένα ποσοστό, πρόθυμο να χρηματοδοτήσει την εναρκτήρια φάση ενός σχεδίου. Συνήθως, οι venture capitals, είναι ιδιαίτερα έμπειροι και ικανοί να συνεισφέρουν και να συμμετάσχουν ενεργά στο management του σχεδίου, παρέχοντας στην επιχείρηση, εκτός από τα κεφάλαια, τις ικανότητές τους στη διοίκηση και την τυχόν ειδίκευσή τους σε θέματα σχετικά με τις δραστηριότητες της επιχείρησης.

Û Τράπεζα

²⁷ Bank of England, «Barriers to entrepreneurship in emerging domestic markets», Milken Institute, 2006

Παρά το γεγονός ότι οι τράπεζες αποτελούν την κυριότερη πηγή εξωτερικής χρηματοδότησης για τις συμβατικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις, στο αρχικό στάδιο ανάπτυξής τους εμφανίζονται ιδιαίτερα πρόθυμες να χρηματοδοτήσουν την εναρκτήρια περίοδο μιας επιχείρησης. Η ανάληψη υψηλού ρίσκου, με πιθανότητα υψηλών ανταμοιβών, δεν συνάδει με τη λειτουργία του τραπεζικού συστήματος. Συνεπώς, αν εκδηλώσουν κάποιο ενδιαφέρον, αυτό θα πραγματοποιηθεί μέσα από τη διασφάλιση του δανείου που θα χορηγήσουν (μέσω της υποθήκευσης των περιουσιακών στοιχείων των επιχειρήσεων) και όχι στη μελλοντική βάση των προσδοκιών.

Κεφάλαιο 2^ο: Κοινωνική Επιχειρηματικότητα

2.1 Κοινωνική Οικονομία

2.1.1 Ορισμός της Κοινωνικής Οικονομίας

Η παγκοσμιοποίηση της οικονομίας, η κρίση και ο μετασχηματισμός των συστημάτων κοινωνικής προστασίας προκαλούν οδυνηρές επιπτώσεις στην καθημερινή ζωή των πολιτών, οι οποίοι αυτοοργανώνονται, αναπτύσσοντας συλλογικές πρωτοβουλίες στη βάση της αλληλεγγύης και της συνεργασίας, έχοντας ως κύριο στόχο την αντιμετώπιση των προβλημάτων και την κάλυψη αναγκών που δεν είναι σε θέση να καλύψουν ο δημόσιος και ο ιδιωτικός τομέας της οικονομίας.

Η σύγχρονη δομή της οικονομίας περιλαμβάνει:

- ∅ Τον δημόσιο τομέα, οποίος υποστηρίζει θεσμικά με υποδομές και επενδύσεις την οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη
- ∅ Την ιδιωτική οικονομία, τον ιδιωτικό τομέα που λειτουργεί στα πλαίσια της αγοράς,
- ∅ Την κοινωνική οικονομία

Η κοινωνική οικονομία, λειτουργεί μέσα από την δυνατότητα που υπάρχει για συλλογικά συστήματα, για εθελοντικές δράσεις, για κοινωνικές επιχειρήσεις και για δράσεις που δεν λειτουργούν κερδοσκοπικά, αλλά αποδίδουν οικονομικά διαρθρωτικά, αποδίδουν σε πεδίο κοινωνικό αλλά και οικονομικό.

Ο J. Defourny οριοθετεί την έννοια της κοινωνικής οικονομίας, δίνοντας τον ακόλουθο ορισμό, ο οποίος έχει ως εξής: «Η κοινωνική Οικονομία περιλαμβάνει οικονομικές δραστηριότητες που αναλαμβάνονται από επιχειρήσεις και οργανισμούς, κοινωνίες αλληλοβοήθειας και σωματεία (ενώσεις), η ίδρυση και λειτουργία των οποίων διέπεται από τις ακόλουθες αρχές»²⁸:

1. Σκοπό έχουν κυρίως την παροχή υπηρεσιών προς τα μέλη τους ή την κοινωνία, παρά την επιδίωξη κέρδους
2. Έχουν ανεξάρτητη διοίκηση,
3. Εφαρμόζουν δημοκρατική διαδικασία λήψεως αποφάσεων,

²⁸ Borzaga C. & Defourny J., «The Emergence of Social Enterprise» London, Routledge, 2001

4. Αποδίδουν προτεραιότητα στα άτομα και την εργασία έναντι του κεφαλαίου κατά την διανομή του εισοδήματος

Ένας άλλος ορισμός που χρησιμοποιείται πολύ συχνά για την κοινωνική οικονομία είναι: «Η Κοινωνική Οικονομία ή Τρίτος Τομέας αποτελεί το χώρο της οικονομίας που βρίσκεται ανάμεσα στον Ιδιωτικό και το Δημόσιο τομέα της οικονομίας και στον οποίο διεξάγονται οικονομικές δραστηριότητες με οικονομικούς και κοινωνικούς σκοπούς και στόχους²⁹». Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Ένωση, το τρίτο σύστημα αναφέρεται και περιλαμβάνει συνεταιρισμούς, εταιρείες αλληλοβοήθειας και ενώσεις, αλλά και τοπικές πρωτοβουλίες απασχόλησης δραστηριότητες των οποίων ανταποκρίνονται (με την παροχή υπηρεσιών και προϊόντων) σε κοινωνικές ακάλυπτες ανάγκες.

2.1.2 Ομάδες της Κοινωνικής Οικονομίας

Στα μέσα του 19ου αιώνα εμφανίζονται οι πρώτες οργανώσεις κοινωνικής οικονομίας στις αναπτυγμένες οικονομικά χώρες, με την μορφή συνεταιριστικών επιχειρήσεων, αλληλοβοηθητικών φορέων, μη κερδοσκοπικών ενώσεων και συλλογικών επιχειρήσεων, οι οποίες λειτουργούσαν με τη νομική μορφή του συνεταιρισμού ή της αστικής μη κερδοσκοπικής εταιρίας. Θα πρέπει να τονισθεί η διαφορούμενη έννοια της «κοινωνικής οικονομίας». Ο συνδυασμός των εννοιών αυτών, το ίδιο ευρείς, επιτρέπει στον καθένα να σχεδιάσει και να αναπτύξει την αντίληψή του για την κοινωνική οικονομία επιμένοντας άλλοτε στο κοινωνικό κομμάτι και άλλοτε στο οικονομικό. Παρόλο που οι όροι οι οποίοι υιοθετούνται από τα κράτη ποικίλουν, είναι σίγουρο ότι αναφέρονται όλοι στην ύπαρξη ενός «τρίτου τομέα» μεταξύ του δημοσίου και του ιδιωτικού τομέα κερδοσκοπικού χαρακτήρα.

Έτσι, η διάκρισή τους ως «Τρίτος τομέας» της οικονομίας είναι σχετικά πρόσφατη. Οι δραστηριότητες του τομέα καλύπτουν ανάγκες της κοινωνίας, τις οποίες δεν καλύπτει επαρκώς ούτε ο δημόσιος τομέας (π.χ. φύλαξη παιδιών, ηλικιωμένων, πολιτιστικές δραστηριότητες κ.τ.λ.) ούτε ο ιδιωτικός τομέας (π.χ. πολιτιστικές δραστηριότητες, «ηθικά» χρηματοπιστωτικά ιδρύματα κ.τ.λ.).

²⁹ Χρυσάκης Μ, Ζιώμας Δ, Χατζαντώνης Δ, Καραμητροπούλου Ντ. «Προοπτικές Απασχόλησης στον τομέα της Κοινωνικής οικονομίας», Αθήνα: Σάκκουλα, 2002

Οι δραστηριότητες της κοινωνικής οικονομίας (επιχειρήσεις και οργανισμοί) μπορούν να ομαδοποιηθούν σε μεγάλες κατηγορίες, ανάλογα³⁰:

- Ø Είτε με το νομικό – θεσμικό καθεστώς (θεσμική προσέγγιση)
- Ø Είτε με τις κοινές αρχές που υπηρετούν (κανονιστική προσέγγιση)

Η ομαδοποίηση βάσει του Νομικού καθεστώτος περιλαμβάνει:

- Συνεταιρισμούς
- Εταιρείες ή κοινωνίες αλληλοβοήθειας
- Σωματεία, ενώσεις, μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς
- Ιδρύματα, φιλανθρωπικές, εθελοντικές και μη κερδοσκοπικές οργανώσεις
- Ταμεία αλληλασφάλισης
- Μη κερδοσκοπικές παραγωγικές επιχειρήσεις
- Αναπτυξιακές Συμπράξεις στα πλαίσια της EQUAL και οργανισμούς προώθησης της απασχόλησης (ιδιαίτερα στην Ιταλία, Γαλλία, Βρετανία και Ελλάδα)

Η ομαδοποίηση βάσει του σκοπού που υπηρετούν και των αρχών από τις οποίες διέπονται περιλαμβάνει³¹:

- Τοπικές παραγωγικές δραστηριότητες
- Ενώσεις εθελοντικής εργασίας
- Οργανώσεις γειτονιάς
- Κοινωνικές πρωτοβουλίες για την υγεία, την παιδεία, την κατοικία και οργανώσεις ενίσχυσης του τρίτου κόσμου
- Εναλλακτικές - «ηθικές» - τράπεζες

Ορισμένες από αυτές τις οργανώσεις έχουν βαθιές ιστορικές ρίζες, άλλες είναι πιο πρόσφατες. Η προσέγγιση αυτή δίνει έμφαση στα χαρακτηριστικά και στις κοινές αρχές που

³⁰ Κετζίετσοπούλου Μ. «Μελέτη υποβληθείσα στην Διαχειριστική Αρχή Υπουργείου Απασχόλησης και στο Εθνικό Θεματικό Δίκτυο Κοινωνικής Οικονομίας με θέμα Κοινωνική οικονομία – Εννοιολογικοί ορισμοί και υπάρχουσα κατάσταση», Equal Α κύκλου, Αθήνα, 2005

³¹Καπογιάννης Δ., Μαυριδάκης Θ., Ναζάκης Χ., Νικολόπουλος Η., Νικολόπουλος Χ., Παπαδόπουλος Α., Χαραλάμπους Κ. «Η κοινωνική οικονομία ανάμεσα στο Τοπικό και στο Παγκόσμιο», Ιούνιος 2003, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα

διέπουν τους οργανισμούς κοινωνικής οικονομίας, όπως: τη συλλογικότητα, τον εθελοντισμό, το συλλογικό όφελος, τη διαχειριστική αυτονομία και τις δημοκρατικές διαδικασίες.

2.1.3 Στόχοι της Κοινωνικής Οικονομίας

Σκοπός των πρωτοβουλιών του Τρίτου τομέα είναι να παρέχουν αγαθά και υπηρεσίες που ανταποκρίνονται σε ανεκπλήρωτες ανάγκες της κοινωνίας, συμβάλλοντας ταυτόχρονα στην τοπική ανάπτυξη και στην καταπολέμηση της ανεργίας, επειδή παράλληλα προσπαθούν να εντάξουν μειονεκτούντα άτομα στην αγορά εργασίας. Η έντονη ανάπτυξη των οργανισμών του τρίτου συστήματος, προήλθε καταρχήν από τη κρίση του Κράτους Πρόνοιας που παρατηρήθηκε κατά τη δεκαετία του 1980 στην Ευρώπη και από την αυξανόμενη ανάγκη τόσο για κοινωνικές υπηρεσίες (π.χ. παιδικοί σταθμοί με συμμετοχή φυσικών προσώπων και Τοπικής Αυτοδιοίκησης, Κέντρα για Ηλικιωμένους κ.ά.), όσο και για νέα πιστωτικά προϊόντα και υπηρεσίες υπέρ των ανέργων και των Μικρών Επιχειρήσεων (έτσι, π.χ. δημιουργήθηκαν οι «Ηθικές τράπεζες»).

Ο Τρίτος τομέας έχει προσελκύσει τελευταία το ενδιαφέρον τόσο της επιστημονικής κοινότητας, όσο και των πολιτικών που σχεδιάζουν παρεμβάσεις για βελτίωση της απασχόλησης. Για αυτό το λόγο, η Ευρωπαϊκή Ένωση προωθεί την ανάπτυξη της κοινωνικής οικονομίας ως ένα κεντρικό άξονα για την κοινωνική και οικονομική ευρωπαϊκή ανάπτυξη και τη βελτίωση της ποιότητας ζωής των τοπικών κοινωνιών³². Οι στόχοι της Κοινωνικής Οικονομίας διαμορφώνονται βάσει μελετών και ερευνών:

1. Παράγει νέες θέσεις εργασίας, αξιοποιώντας υφιστάμενες και νέες πηγές απασχόλησης
2. Συμβάλλει στην ανάπτυξη νέων οικονομικών τομέων
3. Συμβάλλει στη βελτίωση και τον εκσυγχρονισμό των τοπικών αγορών (σε σχέση με την οργανωτική μορφή και την οικονομική δομή και διάρθρωση)
4. Ανταποκρίνεται στην εξελισσόμενη δυναμική της προσφοράς και ζήτησης και συνδέεται με τις αλλαγές των τοπικών αναγκών, εξισορροπώντας την προσφορά και τη ζήτηση

³² Κετζίτσοπούλου Μ. «Μελέτη υποβληθείσα στην Διαχειριστική Αρχή Υπουργείου Απασχόλησης και στο Εθνικό Θεματικό Δίκτυο Κοινωνικής Οικονομίας με θέμα Κοινωνική οικονομία – Εννοιολογικοί ορισμοί και υπάρχουσα κατάσταση», Equal Α κύκλου, Αθήνα, 2005

5. Συμβάλλει στην τόνωση της κατανάλωσης και την αύξηση των εισοδημάτων
6. Ενδυναμώνει την απασχόληση διαφόρων ευάλωτων κοινωνικών ομάδων που είναι ή απειλούνται από κοινωνικό αποκλεισμό
7. «Χτίζει» το τοπικό «κοινωνικό κεφάλαιο» (άτομα, δραστηριότητες), ενισχύει την εμπλοκή – κινητοποίηση των τοπικών συντελεστών και των πολιτών, δημιουργεί σχέσεις εμπιστοσύνης και αλληλεγγύης
8. Προωθεί την κοινωνική συνοχή και ενδυναμώνει τον κοινωνικό ιστό σε τοπικό επίπεδο
9. Συμβάλλει στη μείωση των γεωγραφικών ανισοτήτων και των τοπικών αποκλίσεων

2.1.4 Αρχές της Κοινωνικής Οικονομίας

Τα χαρακτηριστικά της Κοινωνικής Οικονομίας μπορούν να συνοψιστούν στα παρακάτω³³:

1. Αντιμέτωπιση του αποκλεισμού για Ομάδες με ανισότητες στην Αγορά εργασίας
2. Δημιουργία δυνατοτήτων συνεχούς απασχόλησης (employment potential)
3. Κινητοποίηση του τοπικού κοινωνικού κεφαλαίου σε παραγωγικές πρωτοβουλίες (Human capital mobilization)
4. Κάλυψη Αναγκών του κοινωνικού συνόλου που δεν καλύπτει ούτε το Κράτος, ούτε η Αγορά

Οι βασικές αρχές, που διαμόρφωσαν την Κοινωνική Οικονομία στον 19ο και 20ο αιώνα και συνεχίζουν ακόμη σήμερα να την χαρακτηρίζουν, είναι οι εξής:

- ✓ Η ελεύθερη συμμετοχή
- ✓ Η δημοκρατική διοίκηση: «ένα πρόσωπο, μια ψήφος»
- ✓ Η δίκαιη (περιορισμένη) διανομή του πλεονάσματος
- ✓ Το αδιαίρετο, ολικώς ή μερικώς, του ιδίου κεφαλαίου
- ✓ Η αλληλεγγύη
- ✓ Το προβάδισμα του ατόμου έναντι του κεφαλαίου
- ✓ Η ανεξαρτησία απέναντι στο κράτος ή σε κάθε δημόσια συλλογικότητα.

³³ E.M.E.S. EUROPEAN NETWORK, «3rd sector», Newsletter Number 1 – 2, November, 1998

2.2 Κοινωνικές Επιχειρήσεις

Οι επιχειρήσεις κοινωνικής οικονομίας ή επιχειρήσεις της αλληλεγγύης, έχοντας ως χαρακτηριστικό την καινοτομία, επεκτάθηκαν σε νέα πεδία όπως σε υπηρεσίες γειννίας, αναδόμησης προβληματικών συνοικιών, βοήθειας ηλικιωμένων ατόμων και των ατόμων με ειδικές ανάγκες, επαγγελματικής ενσωμάτωσης ατόμων χαμηλού μορφωτικού επιπέδου καθώς και στο εμπόριο, την ηθική και αλληλέγγυα χρηματοδότηση, την περιβαλλοντολογική διαχείριση αποβλήτων, κλπ. Η κοινωνική οικονομία απέβλεπε περισσότερο στην πραγματοποίηση των στόχων της κοινωνικής πολιτικής ή της πολιτικής της απασχόλησης. Στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες η ιδιαιτερότητα ως προς τη διαχείρισή τους, οδήγησε στη δημιουργία της προσδοκίας μιας ανώτερης δυνατότητας από εκείνης του Κράτους όσον αφορά στην παροχή υπηρεσιών γενικού οφέλους με πιο αποτελεσματικό τρόπο.

Ο J. Defourny σχηματοποιεί τα όρια της κοινωνικής επιχείρησης, τοποθετώντας τα στη διασταύρωση των συνεταιρισμών και των μη κερδοσκοπικών ενώσεων. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις είναι συλλογικές επιχειρήσεις, οι οποίες συνήθως λειτουργούν με τη νομική μορφή των Συνεταιρισμών, των Αστικών Μη Κερδοσκοπικών Εταιρειών (Α.Μ.Κ.Ε.), της Ομόρρυθμης Εταιρείας, της Ετερόρρυθμης Εταιρείας, της Εταιρείας Περιορισμένης Ευθύνης ή της Ανώνυμης Εταιρείας οι οποίες πληρούν τις προϋποθέσεις και χαρακτηριστικά των κοινωνικών επιχειρήσεων, καθώς και με την μορφή των επιχειρήσεων της Τοπικής Αυτοδιοίκησης (Εταιρείες Λαϊκής Βάσης, Δημοσυνεταιριστικές επιχειρήσεις κλπ.). Η επικρατέστερη μορφή στην Ελλάδα είναι αυτή των Συνεταιρισμών και των Αστικών Μη Κερδοσκοπικών Εταιρειών (Α.Μ.Κ.Ε.)³⁴.

2.2.1 Αρχές & Χαρακτηριστικά Κοινωνικών Επιχειρήσεων

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις ή αλλιώς, οι οργανώσεις της κοινωνικής οικονομίας παρουσιάζουν ορισμένα κοινά χαρακτηριστικά και αρχές έτσι, όπως αυτά εντοπίζονται στη δοκιμαστική ενέργεια «Τρίτο σύστημα και απασχόληση», η οποία τέθηκε σε εφαρμογή από

³⁴ Borzaga C. & Defourny J., «The Emergence of Social Enterprise» London, Routledge, 2001

την Ευρωπαϊκή Επιτροπή το 1997 και τον Ο.Ο.Σ.Α. Τα χαρακτηριστικά τους είναι τα παρακάτω³⁵:

1. Η επιδίωξη, ταυτόχρονα, κοινωνικών και οικονομικών στόχων
2. Η οργάνωσή τους με επιχειρησιακό πνεύμα
3. Η ικανότητά τους να εφαρμόζουν δυναμικές και καινοτομικές λύσεις για την καταπολέμηση της ανεργίας και του αποκλεισμού
4. Η συμβολή τους στην οικονομική ανάπτυξη που ενισχύει την κοινωνική συνοχή.

Οι αρχές τους θα μπορούσαν να συνοψιστούν στα ακόλουθα³⁶:

ν Οικονομικού χαρακτήρα

- ∅ Η περιορισμένη κατανομή κερδών. Τα κέρδη των κοινωνικών επιχειρήσεων συνήθως επαναεπενδύονται στην επιχείρηση, ενώ καθορίζουν όρια όσον αφορά την ιδιοποίηση των κερδών.
- ∅ Η συνεχής δράση παραγωγής αγαθών και υπηρεσιών (η παροχή υπηρεσιών ή προϊόντων σε ανθρώπους σε συνεχή βάση αποτελεί το λόγο ύπαρξης των κοινωνικών επιχειρήσεων).
- ∅ Ο υψηλός βαθμός αυτονομίας. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις, παρόλο που μπορεί να χρηματοδοτούνται από διάφορες πηγές, δημόσιες ή ιδιωτικές, έχουν διαχειριστική αυτονομία.
- ∅ Το οικονομικό ρίσκο. Η βιωσιμότητά τους εξαρτάται από τις προσπάθειες των μελών και των εργαζομένων να διασφαλίσουν επαρκείς πόρους και κέρδη και φυσικά από τη στρατηγική των επιχειρήσεων.

ν Κοινωνικού χαρακτήρα

- ∅ Η συλλογικότητα στη λήψη αποφάσεων. Το δικαίωμα λήψης αποφάσεων αφορά όλους τους μετόχους ή εταίρους.

³⁵ Borzaga C. & Defourny J., «The Emergence of Social Enterprise» London, Routledge, 2001

³⁶ Χρυσάκης Μ, Ζιώμας Δ, Χατζαντώνης Δ, Καραμητροπούλου Ντ. «Προοπτικές Απασχόλησης στον τομέα της Κοινωνικής οικονομίας», Αθήνα: Σάκκουλα, 2002

- ∅ Η ποικιλομορφία της εταιρικής σύνθεσης. Προωθούν τη συμμετοχή στη σύνθεση και διαχείρισή τους πολλών ομάδων (εργαζομένων σε αυτές, εθελοντών, φυσικών και νομικών προσώπων, χρηστών, τοπικών φορέων και προσωπικοτήτων, μη κερδοσκοπικών οργανισμών, φορέων της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, συνεταιρισμών κ.τ.λ.).
- ∅ Η δημοκρατική διαδικασία λήψης αποφάσεων.
- ∅ Η προτεραιότητα που αποδίδουν στα άτομα και στην εργασία έναντι του κεφαλαίου (είναι εντάσεως εργασίας).
- ∅ Η εθελοντική εργασία και η συνεργασία με τις τοπικές κοινωνίες. Στις κοινωνικές επιχειρήσεις τα μέλη εργάζονται για το τοπικό πληθυσμό ή για ομάδες που έχουν κοινά συμφέροντα, ενώ συνήθως συμπεριλαμβάνουν και εθελοντική συμμετοχή.

2.2.2 Τομείς & Δράση των Κοινωνικών Επιχειρήσεων

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Ένωση, οι κοινωνικές επιχειρήσεις μπορούν να προσφέρουν σημαντικές προοπτικές απασχόλησης. Οι τομείς αυτοί διακρίνονται στις εξής κατηγορίες δραστηριοτήτων³⁷:

- i. Στη βελτίωση της ποιότητας ζωής (κατ' οίκον παροχή υπηρεσιών, βελτίωση των στεγαστικών συνθηκών κ.τ.λ.)
- ii. Στην περιβαλλοντική ανάπτυξη (διαχείριση αποβλήτων και υδάτων, διατήρηση των φυσικών περιοχών και πόρων κ.τ.λ.)
- iii. Στην ανάπτυξη του πολιτισμού, αθλητισμού και των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας (διατήρηση πολιτιστικής κληρονομιάς, τοπική πολιτιστική ανάπτυξη)
- iv. Στην ανάπτυξη νέων τεχνολογιών, πληροφοριών και επικοινωνίας.

Οι δραστηριότητες που αναπτύσσονται στην κοινωνική οικονομία αφορούν τους παρακάτω τομείς.

- ✓ Κοινωνικές υπηρεσίες (για παιδιά, ηλικιωμένους, Α.Μ.Ε.Α.)

³⁷ Χρυσάκης Μ, Ζιώμας Δ, Χατζαντώνης Δ, Καραμητροπούλου Ντ. «Προοπτικές Απασχόλησης στον τομέα της Κοινωνικής οικονομίας», Αθήνα: Σάκκουλα, 2002

- ✓ Εκπαίδευση, έρευνα
- ✓ Υγεία
- ✓ Περιβάλλον / Διατροφή
- ✓ Τοπική Ανάπτυξη, Κατοικία
- ✓ Υποστήριξη δικαιωμάτων
- ✓ Αφιλοκερδείς δραστηριότητες
- ✓ Επαγγελματικά σωματεία, συλλόγους και συνδικάτα
- ✓ Μη Κυβερνητικές οργανώσεις
- ✓ Συνεταιριστικές ή «ηθικές» τράπεζες

2.3 Η Κοινωνική Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα

Τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα έχουν αναπτυχθεί οργανώσεις με επιχειρηματικό ενδιαφέρον, οι οποίες συνδυάζουν τους κοινωνικούς με τους οικονομικούς παραγωγικούς στόχους και προσεγγίζουν την έννοια των κοινωνικών επιχειρήσεων. Οργάνωση είναι η προγραμματισμένη ενέργεια η οποία κατευθύνει τα άτομα έτσι, ώστε να αναγνωριστούν οι αξίες, να ικανοποιηθούν οι ανάγκες και να πραγματοποιηθούν οι στόχοι. Οι διάφορες δραστηριότητες που υπάρχουν στην Ελλάδα είναι³⁸:

- Οι Συνεταιριστικές οργανώσεις και επιχειρήσεις
- Οι Κοινωνικοί Συνεταιρισμοί Περιορισμένης Ευθύνης
- Η Αστική Εταιρεία
- Οι Ε.Π.Ε. και οι Ο.Ε., που πληρούν τα χαρακτηριστικά της κοινωνικής οικονομίας
- Οι Επιχειρήσεις της Αυτοδιοίκησης (Εταιρείες Λαϊκής Βάσης, η αμιγής ή μικτή επιχείρηση των Ο.Τ.Α., οι διαδημοτικές και δικοινοτικές επιχειρήσεις, οι Δημοσυνεταιριστικές Ανώνυμες Εταιρείες, οι Ανώνυμες εταιρείες Λαϊκής Βάσης και Ε.Π.Ε.)
- Τα Ιδρύματα (που διαθέτουν χαρακτηριστικά κοινωνικών οργανισμών)
- Φορείς και εταιρικά σχήματα που αναπτύσσουν πρωτοβουλίες για ένταξη στην απασχόληση ατόμων αποκλεισμένων από την αγορά εργασίας

³⁸ Χρυσάκης Μ, Ζιώμας Δ, Χατζαντώνης Δ, Καραμητροπούλου Ντ. «Προοπτικές Απασχόλησης στον τομέα της Κοινωνικής οικονομίας», Αθήνα, Σάκκουλα, 2002

- Φορείς και εταιρικά σχήματα με σαφή προορισμό την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας από μειονεκτικές ομάδες πληθυσμού ή σε μειονεκτικές γεωγραφικές περιοχές
- Οργανώσεις και δομές που δραστηριοποιούνται στην προστασία του περιβάλλοντος και του καταναλωτή, της ποιότητας ζωής και στην παροχή κοινωνικών υπηρεσιών
- Σχήματα που εντάσσονται στα Ευρωπαϊκά προγράμματα και Πρωτοβουλίες και Τοπικά Σύμφωνα Απασχόλησης
- Το Αστικό Σωματείο ή Αλληλοβοηθητικό Σωματείο ή Ταμείο

Από τις παραπάνω δραστηριότητες, αυτές που στηρίζονται από νομικό πλαίσιο είναι:

- Οι Συνεταιρισμοί
- Η Αστική μη κερδοσκοπική Εταιρεία
- Οι Κοινωνικοί Συνεταιρισμοί
- Οι Επιχειρήσεις της Αυτοδιοίκησης
- Το Αστικό Σωματείο
- Το Αλληλοβοηθητικό Σωματείο ή Ταμείο
- Οι Ο.Ε.

Ο πιο κάτω πίνακας απεικονίζει την κατανομή των τεσσάρων (4) γενικών κατηγοριών των κοινωνικών επιχειρήσεων, καθώς και την κατηγορία όπου η κοινωνική και η τυπική επιχειρηματικότητα συμπίπτουν στην Ελλάδα, αλλά και στις υπόλοιπες χώρες καινοτομίας. Η πλειοψηφία των εν λόγω επιχειρημάτων στις οικονομίες αυτές αφορούν σε Μη – Κερδοσκοπική και σε Υβριδική Κοινωνική Επιχειρηματικότητα³⁹. Τα σχετικά επιχειρήματα στην Ελλάδα ακολουθούν την κατανομή αυτή, με σχεδόν τις μισές επιχειρήσεις με κοινωνικούς στόχους να ανήκουν στην κατηγορία των μη – κερδοσκοπικών οργανισμών. Ειδικότερα:

Πίνακας 1: Είδη Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας ανά Χώρα (%), 2009

Τυπικός Μ.Κ.Ο.	Μη Κερδοσκοπική	Υβριδική Κ.Ε.	Μη Κερδοσκοπική	Κ.Ε. με σκοπό το	Άλλο είδος
----------------	-----------------	---------------	-----------------	------------------	------------

³⁹ Ιωαννίδης Σ., Τσακανίκας Α., Χατζηηρήστου Σ., «Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2009 – 2010 – Αναζητώντας Διέξοδο από την Κρίση». Ινστιτούτο Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών (Ι.Ο.Β.Ε.), 2010

	(Κατ. 1)	Κ.Ε. (Κατ. 2)	(Κατ. 3)	Κ.Ε. (Κατ. 4)	κέρδος	
βέλγιο	13	25	28	10	19	6
Δινλανδία	7	19	43	16	9	6
Γαλλία	5	17	33	21	17	6
Γερμανία	19	17	29	14	22	0
Ελλάδα	8	48	24	3	13	4
Εζόνγκ Κόνγκ	0	18	24	12	41	6
Εσλανδία	5	34	44	5	6	6
Εσραήλ	7	36	25	13	13	6
Εταλία	13	25	25	22	11	3
Εζορέα	0	40	0	0	40	20
Ελλανδία	13	25	44	10	7	1
Ενορβηγία	3	38	32	12	15	0
Ενλοβενία	12	28	34	14	12	1
Εσπανία	11	36	22	8	20	4
Ενλβετία	3	17	20	17	31	12
Ενωμένα Αραβικά Εμιράτα	6	30	32	13	13	7
Ενωμένο Βασίλειο	1	14	21	23	37	5
Ε.Π.Α.	8	35	26	11	13	6
Μέσος Όρος	7	28	28	12	19	6

Πηγή: I.O.B.E.

Το σύνολο των κοινωνικών επιχειρηματιών στην Ελλάδα δεν έχει αναπτύξει άλλη μορφή επιχειρηματικής δραστηριότητας, πέραν της κοινωνικής επιχείρησης που έχει τη στιγμή αυτή, αλλά μόνο το 8,3% ασχολείται αποκλειστικά σε αυτή την επιχείρηση. Στον αντίποδα, επτά (7) στους δέκα (10) μοιράζουν τον εργασιακό τους χρόνο σε εργασία με τη μορφή της υπαλληλικής σχέσης και της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Οι εγχώριες επιχειρήσεις με κοινωνικό ή περιβαλλοντικό χαρακτήρα, διαφέρουν όσον αφορά το προσωπικό που απασχολούν. Το 4,6% δηλώνει ότι απασχολεί πεντακόσια (500) άτομα, γεγονός που οδηγεί στην αναγνώριση των επιχειρήσεων αυτών, ως τοπικών παραρτημάτων διεθνών κοινωνικών επιχειρήσεων (π.χ. Greenpeace, WWF, Διεθνής Αμνηστία κλπ.), αλλά σχεδόν οι μισές απασχολούν το πολύ οκτώ (8) άτομα. Η δυναμική της κοινωνικής επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα γίνεται προφανής και από τις προβλέψεις αναφορικά με την δημιουργία θέσεων απασχόλησης, κατά την επόμενη πενταετία. Περισσότερο από το

50% των κοινωνικών επιχειρηματιών θεωρεί ότι η επιχείρηση θα δημιουργήσει τουλάχιστον είκοσι (20) νέες θέσεις εργασίας εντός αυτού του χρονικού διαστήματος.

2.4 Βασικοί Δείκτες Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας

Η έρευνα του Global Entrepreneurship Monitor (G.E.M.) το 2009, εξέτασε για πρώτη φορά μια διάσταση της επιχειρηματικότητας που έχει προσελκύσει ιδιαίτερο ερευνητικό ενδιαφέρον τα τελευταία χρόνια: την επιχειρηματικότητα που έχει σαν στόχο την κοινωνική προσφορά. Όπως και η συνήθης επιχειρηματικότητα, έτσι και η κοινωνική επιδέχεται πλήθος ορισμών και ερμηνειών, ανάλογα με τη μορφή και το ακριβές αντικείμενό της. Στο πλαίσιο της έρευνας του G.E.M., η κοινωνική επιχειρηματικότητα αφορά στα άτομα ή στους οργανισμούς που επικεντρώνονται σε επιχειρηματικές δραστηριότητες με κοινωνικούς ή περιβαλλοντικούς στόχους, όπως είναι για παράδειγμα η ανακούφιση μειονεκτικών ομάδων, η ανακύκλωση, η λειτουργία πολιτιστικών χώρων, η παροχή υπηρεσιών φροντίδας κατ' οίκον σε ηλικιωμένους και αρρώστους κλπ⁴⁰.

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα δεν αποσκοπεί στο κέρδος, αλλά στην επίλυση κοινωνικών προβλημάτων μέσω αρχών και μεθόδων της κλασικής – συνήθους επιχειρηματικότητας. Συνδυάζει, κατά μια έννοια, ένα κοινωνικό όραμα ή μια αποστολή, με στόχο την ανακούφιση ή την προαγωγή του συμφέροντος ευαίσθητων κοινωνικών ομάδων – με την καινοτομία, στο πλαίσιο ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος. Τα τελευταία χρόνια, η περιορισμένη επιτυχία των δοκιμασμένων πολιτικών και των προσπαθειών των κυβερνήσεων για την επίλυση χρόνιων προβλημάτων όπως είναι η φτώχεια, η πρόσβαση σε ιατροφαρμακευτική περίθαλψη ή η ενσωμάτωση συγκεκριμένων ομάδων στον κοινωνικό ιστό, έχει οδηγήσει ανθρώπους με όραμα και κοινωνικές ευαισθησίες, στην ανάληψη πρωτοβουλιών κοινωνικού προσανατολισμού.

Η προσέγγιση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας που υιοθετήθηκε από την έρευνα του G.E.M. εκφράζεται μέσω της εξής ερώτησης: είστε εσείς μόνοι ή με άλλους στη φάση έναρξης ή είστε ιδιοκτήτες και διαχειριστές οποιασδήποτε μορφής δραστηριότητας, οργανισμού ή πρωτοβουλίας, που έχει συγκεκριμένο κοινωνικό ή περιβαλλοντικό

⁴⁰ Mair J & Lanuza M.I., «Social Entrepreneurship Research: a Source of Explanation Prediction and Delight», I.E.S.E. Business School Working Paper, 2006

χαρακτήρα; Η θετική απάντηση στο ερώτημα αυτό οδηγούσε τον ερωτώμενο στην παροχή περισσότερων διευκρινήσεων για το είδος και τα χαρακτηριστικά αυτής της επιχειρηματικής δραστηριότητας⁴¹.

Επιπλέον, στα πλαίσια της έρευνας εξετάστηκε η σχέση εργασίας μεταξύ του κοινωνικού επιχειρηματία και του ανθρώπινου δυναμικού της επιχείρησης, δεδομένου και του παραδοσιακά υψηλού ποσοστού εθελοντών σε τέτοιου είδους δραστηριότητες. Η έρευνα του G.E.M. δεν περιορίστηκε όμως μόνο στην καταγραφή του ποσοστού της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, αλλά εμβάθυνε και στην κατηγοριοποίηση των σχετικών επιχειρήσεων, με βάση τον κύριο προσανατολισμό τους (οικονομικές – κοινωνικές – περιβαλλοντικές αξίες). Σύμφωνα με τα αποτελέσματα, ο μέσος όρος της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, στις χώρες του G.E.M. είναι 1,8%, όμως καταγράφηκαν επιδόσεις από 0,1%, η χαμηλότερη, έως και 4,3% η υψηλότερη.

Όσον αφορά στο στάδιο της ανάπτυξης μιας οικονομίας, αυτό φαίνεται ότι επηρεάζει σε σημαντικό βαθμό την εμφάνιση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Έτσι, παρά τις μικρές διαφοροποιήσεις ανάμεσα στις χώρες, στις χώρες εκείνες που βασίζονται στην καινοτομία (Χώρες Γ), οι οποίες κατά τεκμήριο έχουν υψηλότερο κατά κεφαλήν Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν (Α.Ε.Π.), οι κοινωνικές επιχειρήσεις είναι συχνότερες. Το φαινόμενο αυτό μπορεί να ερμηνευτεί από το γεγονός ότι, οι κάτοικοι των πιο «πλούσιων χωρών», έχοντας ικανοποιήσει τις δικές τους βασικές ανάγκες, χαρακτηρίζονται από εντονότερη ευαισθησία, αλλά έχουν και τη δυνατότητα της ενασχόλησης με τα κοινά, στρέφοντας το ενδιαφέρον τους στις ανάγκες των άλλων. Ένας ακόμη λόγος της συγκριτικά εντονότερης εμφάνισης κοινωνικών εγχειρημάτων στις χώρες της κατηγορίας «Χώρες Γ», είναι ο ορισμός που χρησιμοποιείται σε κάθε χώρα, αναφορικά με το τι συνιστά μια επιχείρηση. Στις αναπτυσσόμενες χώρες, όπου τα κοινωνικά και περιβαλλοντικά προβλήματα είναι εντονότερα, η έννοια της παραδοσιακής επιχείρησης και μιας επιχείρησης με κοινωνικούς σκοπούς, μπορεί να συμπίπτουν κάποιες φορές, ενώ ενδεχομένως οι έννοιες αυτές είναι περισσότερο διακριτές στις αναπτυγμένες χώρες.

Πίνακας 2: Κοινωνική Επιχειρηματική Δράση ανά Φύλο στον Πληθυσμό 18 – 24, Χώρες Εντάσεως Καινοτομίας, 2009 (%)

⁴¹ Ιωαννίδης Σ., Τσακανίκας Α., Χατζηχρήστου Σ., «Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2009 – 2010 – Αναζητώντας Διέξοδο από την Κρίση». Ινστιτούτο Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών (Ι.Ο.Β.Ε.), 2010

Κοινωνική Επιχειρηματικότητα Αρχικών Σταδίων (%)			
	Σύνολο	Άντρες	Γυναίκες
Βέλγιο	1,7	1,2	0,5
Φινλανδία	2,6	1,4	1,2
Γαλλία	2,2	1,5	0,7
Γερμανία	0,7	0,5	0,2
Ελλάδα	1,9	1,3	0,6
Χόνγκ Κόνγκ	0,5	0,3	0,2
Ισλανδία	3,9	1,8	2,1
Ισραήλ	1,8	1	0,9
Ιταλία	1,2	0,7	0,5
Κορέα	0,7	0,6	0,2
Ολλανδία	0,9	0,6	0,3
Νορβηγία	0,9	0,7	0,2
Σλοβενία	2	1,3	0,7
Ισπανία	0,5	0,3	0,2
Ελβετία	2,7	1,8	0,9
Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα	4,3	3,9	0,4
Ηνωμένο Βασίλειο	2,1	1,3	0,8
Η.Π.Α.	3,9	2,1	1,9
Μέσος Όρος	1,9	1,2	0,7

Πηγή: I.O.B.E.

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, όπως απεικονίζεται και στο ανωτέρω πίνακα (Πίνακας 2), αφορά στο 1,95 του πληθυσμού, όσο δηλαδή είναι κατά μέσο όρο και στις χώρες που βασίζονται στην καινοτομία. Όπως είναι λογικό, τα ποσοστά αυτά απέχουν από την τυπική επιχειρηματικότητα των αρχικών σταδίων, αν και σε κάποιες αναπτυσσόμενες χώρες θεωρείται πως τα δυο αυτά είδη επιχειρηματικότητας, επικαλύπτονται σε έναν βαθμό. Όσον αφορά στο φύλο των κοινωνικών επιχειρηματιών, οι άνδρες φαίνεται να είναι περισσότερο δραστήριοι και σε αυτό το είδος της επιχειρηματικότητας, αλλά η διαφορά μεταξύ των δυο (2) φύλων είναι μικρότερη, σε σχέση με την τυπική επιχειρηματικότητα των αρχικών σταδίων.

Πίνακας 3: Κοινωνική Επιχειρηματική Δράση ανά Φάση Ανάπτυξης της Επιχείρησης Χώρες Εντάσεως Καινοτομίας, 2009 (%)

	Επίδοξοι Επιχειρηματίες Κοινωνικών Δράσεων	Κοινωνική Επιχειρηματική Δράση		
		Σε νέους οργανισμούς	Σε οργανισμούς αρχικών σταδίων	Σε καθιερωμένους οργανισμούς
Βέλγιο	1,0	0,7	1,7	0,9
Φινλανδία	1,2	1,4	2,6	1,9
Γαλλία	1,6	0,6	2,2	0,4
Γερμανία	0,5	0,2	0,7	0,4
Ελλάδα	1,3	0,6	1,9	0,8
Χόνγκ Κόνγκ	0,2	0,2	0,5	0,3
Ισλανδία	2,3	1,6	3,9	1,5
Ισραήλ	0,9	0,9	1,8	1,4
Ιταλία	0,8	0,4	1,2	0,5
Κορέα	0,4	0,4	0,7	0,1
Ολλανδία	0,5	0,4	0,9	0,4
Νορβηγία	0,6	0,3	0,9	0,0
Σλοβενία	1,3	0,7	2,0	1,1
Ισπανία	0,4	0,2	0,5	0,2
Ελβετία	2,4	0,3	2,7	0,1
Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα	2,4	2,0	4,3	0,4
Ηνωμένο Βασίλειο	0,8	1,3	2,1	1,8
Η.Π.Α.	2,9	1,1	3,9	0,5
Μέσος Όρος	1,2	0,7	1,9	0,7

Πηγή: I.O.B.E.

Η έρευνα του G.E.M. υπογράμμισε επίσης, ότι οι νεότεροι είναι περισσότερο ευαισθητοποιημένοι σε θέματα που άπτονται του κοινωνικού ενδιαφέροντος και έτσι, η ηλικιακή ομάδα από 18 έως 24 ετών είναι η πιο ενεργή. Σημαντικό ρόλο φαίνεται να διαδραματίζει και το μορφωτικό επίπεδο των εμπλεκόμενων στην κοινωνική επιχειρηματικότητα, μιας και αυτό δείχνει να συνδέεται θετικά με την πιθανότητα έναρξης μιας τέτοιας επιχείρησης. Απαιτείται, όμως, διαχρονική παρακολούθηση του φαινομένου και εις βάθος ανάλυση για να εξαχθούν περισσότερο ασφαλή συμπεράσματα.

Κεφάλαιο 3^ο: Προφίλ Επιχειρηματία

3.4 Χαρακτηριστικά Νέων – Επίδοξων Επιχειρηματιών

Η ανάδειξη του προφίλ του μέσου επιχειρηματία αρχικών σταδίων είναι πάντοτε ιδιαίτερα σημαντική, μιας και μπορεί να αναδείξει εκείνες τις ομάδες πληθυσμού που είναι

περισσότερο ή λιγότερο ενεργές στην επιχειρηματικότητα και βάσει των συγκεκριμένων τους χαρακτηριστικών να είναι εφικτός ο σχεδιασμός καταλληλότερων πολιτικών. Τα προσωπικά χαρακτηριστικά που θα εξεταστούν στο υπόψιν κεφάλαιο αφορούν⁴²:

1. στην εξοικείωση του ατόμου με πρότυπα επιχειρηματικής δραστηριότητας, την ύπαρξη δηλαδή κάποιου προσώπου στο άμεσο συγγενικό / φιλικό περιβάλλον του που ξεκίνησε πρόσφατα μία επιχείρηση
2. στο επίπεδο αυτοπεποίθησής του, είτε σε επίπεδο γνώσεων / ικανοτήτων για έναρξη μιας επιχείρησης
3. σε επίπεδο φόβου αποτυχίας, ως αποτρεπτικού παράγοντα για την εκδήλωση επιχειρηματικής συμπεριφοράς
4. στην ύπαρξη πιθανών επιχειρηματικών ευκαιριών στο κοινωνικοοικονομικό περιβάλλον στο οποίο κινείται, την άποψή του δηλαδή για την τρέχουσα επιχειρηματική συγκυρία.

Η υπόθεση που γίνεται είναι, για παράδειγμα, ότι όταν τα άτομα συναναστρέφονται άλλους (επιτυχημένους) επιχειρηματίες είναι πιθανόν αυτοί να λειτουργούν ως πρότυπα και να ενισχύεται η αυτοπεποίθησή τους για τις ικανότητές τους, χωρίς προφανώς να έχουν μεταβληθεί οι πραγματικές τους δεξιότητες. Η τάση αυτή ισχυροποιείται, μάλιστα, όταν το οικονομικό κλίμα είναι ευνοϊκό. Η εμπειρική έρευνα έχει δείξει ότι, ο ρόλος αυτών των προσωπικών χαρακτηριστικών είναι εξαιρετικά σημαντικός και μπορεί να επηρεάσει το βαθμό εκδήλωσης επιχειρηματικότητας σε μία χώρα. Μιας και η ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι αποτέλεσμα σκέψης και σχεδιασμού, οι κοινωνικές νόρμες και αντιλήψεις για την επιχειρηματικότητα στο ευρύτερο περιβάλλον που κινείται ο επίδοξος νέος επιχειρηματίας, κρίνονται ως καθοριστικές για την εμφάνιση και άνθηση της επιχειρηματικότητας.

3.1 Χαρακτηριστικά Νέων – Επίδοξων Επιχειρηματιών

Το 2009, ο τυπικός επιχειρηματίας αρχικών σταδίων στην Ελλάδα ήταν άντρας, ηλικίας 25 – 34 ετών. Σχεδόν τρεις στους πέντε επιχειρηματίες αρχικών σταδίων είχαν ολοκληρώσει τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση, οπότε τα 2/5 δήλωναν απόφοιτοι μεταλυκειακής εκπαίδευσης. Ενδιαφέρον έχει το γεγονός πως, σχεδόν οι μισοί επιχειρηματίες αρχικών

⁴² Ιωαννίδης Σ., Τσακανίκας Α., «Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2005 – 2006». Ινστιτούτο Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών (Ι.Ο.Β.Ε.), 2006

σταδίων ανήκουν στο ανώτερο κλιμάκιο εισοδήματος (το 2008 το αντίστοιχο ποσοστό έφτανε το 30%), εύρημα που προφανώς αντανακλά τις αυξημένες δυσκολίες χρηματοδότησης.

Πίνακας 4: Ποσοστιαία Διάρθρωση της Επιχειρηματικότητας Αρχικών Σταδίων ως προς το Εκπαιδευτικό Κλιμάκιο, Ελλάδα (2009)

Εκπαιδευτικό Επίπεδο	2009 (%)	2008 (%)	2003 – 2007 Μέσος Όρος (%)
Μερική Δευτεροβάθμια	3,8	11,6	10,5
Δευτεροβάθμια	57,3	46,2	46,6
Τριτοβάθμια	19,3	15,5	28,0
Μεταπτυχιακό – Διδακτορικό	19,6	26,6	14,9
Σύνολο	100	100	100

Πηγή: I.O.B.E.

Όσον αφορά στο επίπεδο εκπαίδευσης, η πλειοψηφία των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων το 2009 έχει ολοκληρώσει τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση, τάση που επιβεβαιώνεται, κατά μέσο όρο, από το 2003. Σε σύγκριση με το 2008, ενδιαφέρον παρουσιάζει η μείωση των κατόχων μεταπτυχιακού/ διδακτορικού διπλώματος.

Πίνακας 5: Ποσοστιαία Διάρθρωση της Επιχειρηματικότητας Αρχικών Σταδίων ανά Εισοδηματικό Κλιμάκιο, Ελλάδα (2009)

Εισοδηματικό Κλιμάκιο	2009 (%)	2008 (%)	2004 - 2008 Μέσος Όρος (%)
Χαμηλότερο 1/3	18,7	31,9	19

Μεσαίο 1/3	35,3	21,8	36,4
Ανώτερο 1/3	46	46,3	44,6
Σύνολο	100	100	100

Πηγή: I.O.B.E.

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

Ο πίνακας 5 απεικονίζει την κατανομή αυτή στην Ελλάδα σε σύγκριση με το 2008, καθώς και το μέσο όρο της εισοδηματικής κατανομής των επιχειρηματικών αρχικών σταδίων από το 2004. Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι ενώ κατά το προηγούμενο έτος το 1/3 των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων προερχόταν από το κατώτατο εισοδηματικό κλιμάκιο, το 2009 το ποσοστό αυτό συρρικνώνεται σημαντικά, και μεταφέρεται στο μεσαίο κλιμάκιο επίπεδο στο οποίο βρίσκεται άλλωστε κατά μέσο όρο όλα αυτά τα χρόνια. Ενδιαφέρον επίσης θεωρείται το γεγονός ότι παρά τις αυξομειώσεις στα δυο χαμηλότερα εισοδηματικά κλιμάκια, το ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που δηλώνουν πως προέρχονται από το ανώτερο εισοδηματικό επίπεδο παραμένει σχεδόν αμετάβλητο. Οι εξελίξεις αυτές υπογραμμίζουν τη σημασία του αρχικού προσωπικού κεφαλαίου για την ίδρυση μιας επιχείρησης.

3.2 Γυναικεία Επιχειρηματικότητα

Το 2009 οι άνδρες ήταν περισσότερο ενεργοί επιχειρηματικά συγκριτικά με τις γυναίκες, ειδικότερα στις χώρες που δίνουν έμφαση στην καινοτομία. Μόνο σε ορισμένες

χώρες που βασίζονται στους χαμηλού κόστους παραγωγικούς συντελεστές και ιδιαίτερα στην Λατινική Αμερική, η γυναικεία επιχειρηματικότητα προσεγγίζει την ανδρική.

Η τάση αυτή για τις πιο ανεπτυγμένες χώρες έχει ερμηνευτεί από τη σαφή προτίμηση των γυναικών – ειδικά στην αρχή της επαγγελματικής τους σταδιοδρομίας – για μισθωτή εργασία (σε θέσεις στο δημόσιο τομέα ή σε μεγάλες επιχειρήσεις), όπου παρέχονται σημαντικές διευκολύνσεις στην εργαζόμενη μητέρα (ιατρικές υπηρεσίες, άδειες μητρότητας, κλπ.). Αυτές, δηλαδή, οι θεσμικά κατοχυρωμένες ευνοϊκότερες συνθήκες εργασίας για τις γυναίκες δικαιολογούν την εστίαση και την εντονότερη προσπάθεια για εύρεση / διατήρηση κάποιας αντίστοιχης μισθωτής εργασίας, ειδικά αν εκλείπουν πιθανά κίνητρα ευκαιρίας που θα μπορούσαν να σηματοδοτήσουν μία αλλαγή συμπεριφοράς του γυναικείου πληθυσμού⁴³.

Πίνακας 6: Εξέλιξη Γυναικείας Επιχειρηματικότητας Αρχικών Σταδίων, Ελλάδα (% του πληθυσμού 18 – 64 ετών)

	Γυναικεία Επιχειρηματικότητα
2005	3,4
2006	4,7
2007	3,5
2008	7,7
2009	6,0
Μέσος Όρος	5,1

Πηγή: I.O.B.E.

Το 2009 καταγράφηκε στην Ελλάδα το 4^ο υψηλότερο ποσοστό γυναικείας επιχειρηματικότητας στο σύνολο του πληθυσμού 18 – 64 ετών, ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας (6%). Η πτώση του εν λόγω δείκτη σε σύγκριση με το 2008 (7,7%) μπορεί να αποδοθεί στη γενικότερη συρρίκνωση των δεικτών της επιχειρηματικότητας, όμως το 2009 περιορίζεται ταυτόχρονα το μερίδιο της γυναικείας επιχειρηματικότητας, ως ποσοστό του συνολικού δείκτη επιχειρηματιών αρχικών σταδίων στο 34% από 39% το 2008, επιστρέφοντας ουσιαστικά στα επίπεδα του 2007.

⁴³ Ιωαννίδης Σ., Τσακανίκας Α., Χατζηχρήστου Σ., «Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2009 – 2010 – Αναζητώντας Διέξοδο από την Κρίση». Ινστιτούτο Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών (I.O.B.E.), 2010

Εξετάζοντας όμως τα κίνητρα της γυναικείας επιχειρηματικότητας, προκύπτει ενίσχυση της επιχειρηματικότητας ανάγκης το 2009: μία στις τρεις γυναίκες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων δηλώνουν πως κινητοποιήθηκαν λόγω ανάγκης, ενώ το 2008 το αντίστοιχο ποσοστό δεν ξεπερνούσε το 25%. Στον αντίποδα, οι άντρες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων με κύριο κίνητρο την ανάγκη περιορίζονται το 2009 (23,5% έναντι 35,0%). Στην Ελλάδα, όπως και στις περισσότερες χώρες άλλωστε, οι άνδρες κινητοποιούνται κατά τεκμήριο κυρίως για την αξιοποίηση μιας ευκαιρίας και σε υψηλότερο ποσοστό από ότι οι γυναίκες. Από την άλλη, όπως φαίνεται στον πίνακα 7, οι επιδόσεις της Ελλάδας όσον αφορά τόσο στους άντρες, όσο και στις γυναίκες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων με κύριο κίνητρο την ανάγκη είναι από τις υψηλότερες στις χώρες καινοτομίας.

Πίνακας 7: Ποσοστό Επιχειρηματικότητας Ανάγκης στη Συνολική Επιχειρηματικότητα Αρχικών Σταδίων ανά Φύλο (2009)

	Επιχειρηματικότητα ανάγκης στους άντρες (ως % της αντρικής επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων)	Επιχειρηματικότητα ανάγκης στις γυναίκες (ως % της γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων)
Βέλγιο	9,4	8,6
Φινλανδία	21,2	16,2
Γαλλία	14,1	11,7
Γερμανία	31,1	31,8
Ελλάδα	23,5	31,6
Δανία	8,0	5,4
Χόνγκ Κόνγκ	14,0	28,6
Ισλανδία	10,9	8,7
Ισραήλ	26,9	20,9
Ιαπωνία	31,3	23,7
Ιταλία	12,9	19,3
Κορέα	44,9	43,8
Ολλανδία	11,3	9,1
Νορβηγία	6,8	15,6
Σλοβενία	9,2	10,9
Ισπανία	14,8	17,3
Ελβετία	5,3	8,3
Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα	8,0	13,9
Ηνωμένο	16,3	18,5

Βασίλειο		
Η.Π.Α.	25,8	18,8
Χώρες Γ	17,3	18,1

Πηγή: I.O.B.E.

Σε ότι αφορά άλλα χαρακτηριστικά της γυναικείας επιχειρηματικότητας μπορούν να αναφερθούν τα εξής:

- Ø Οι γυναίκες φαίνεται να ενεργοποιούνται επιχειρηματικά σε μεταγενέστερο ηλικιακό στάδιο (35-44 ετών) από ότι οι άνδρες (25-34 ετών), γεγονός που θα πρέπει να αποδοθεί ως ένα βαθμό στην ευθύνη της ανατροφής των παιδιών.
- Ø Όπως και στην περσινή έρευνα, τα ευρήματα δείχνουν πως οι γυναίκες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων είναι του ίδιου μορφωτικού επιπέδου με τους άντρες. Το γεγονός ότι οι γυναίκες νέες επιχειρηματίες έχουν ολοκληρώσει τουλάχιστον το ίδιο ή και ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης είναι σημαντικό, ιδιαίτερα για τη χάραξη σχετικών πολιτικών.
- Ø Οι γυναίκες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων είναι συγκριτικά λιγότερο αισιόδοξες για την εξέλιξη του εγχειρήματός τους σε όρους απασχόλησης από ότι οι άνδρες. Έτσι, το 85% αναμένει τη δημιουργία τουλάχιστον μιας θέσης εργασίας στην επιχείρησή τους κατά την επόμενη πενταετία, ενώ για τους αντίστοιχους άνδρες το ποσοστό είναι υψηλότερο (93%).
- Ø Η δραστηριοποίηση σε κλάδους υψηλής τεχνολογίας έχει μειωθεί το 2009 και για τα δυο φύλα. Όμως το απογοητευτικό στοιχείο είναι ότι καμία γυναίκα δε δήλωσε πως δραστηριοποιείται σε κλάδο υψηλής τεχνολογίας. Η διαφορά αυτή, που πλέον παγιώνεται μετά την πρώτη εμφάνισή της το 2007, δικαιολογείται από το γεγονός ότι σχεδόν τα μισά εγχειρήματα που έχουν ξεκινήσει γυναίκες αφορούν σε προϊόντα / υπηρεσίες με άμεσο αποδέκτη τον καταναλωτή (π.χ. λιανεμπόριο) και άρα η δραστηριότητα των Ελληνίδων στη μεταποιητική δραστηριότητα και στις υπηρεσίες προς επιχειρήσεις είναι περιορισμένη. Εντούτοις, το 2008 το αντίστοιχο ποσοστό αφορούσε στα 2/3 της γυναικείας επιχειρηματικότητας, γεγονός που υπογραμμίζει μια ποιοτική βελτίωση των εν λόγω εγχειρημάτων αναφορικά με τον κλάδο δραστηριοποίησης.
- Ø Σημαντική είναι η διαφορά μεταξύ των δυο φύλων σχετικά με το διεθνή προσανατολισμό των εγχειρημάτων τους : ενώ μία στις πέντε γυναίκες δηλώνει πως

δεν εξάγει καθόλου το προϊόν ή την υπηρεσία που παράγει, το αντίστοιχο ποσοστό για τους άντρες φτάνει το 50%. Ταυτόχρονα, όμως 8,9% των γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων δηλώνει πως τουλάχιστον τα ¾ των πελατών τους βρίσκονται εκτός συνόρων, ενώ οι αντίστοιχοι άνδρες μόλις που ξεπερνούν το 6%. Η υπεροχή των γυναικείων εγχειρημάτων στον συγκεκριμένο ποιοτικό παράγοντα είναι πολύ σημαντική, δεδομένου ότι το 2008 καμία γυναίκα επιχειρηματίας αρχικών σταδίων δεν είχε εξαγωγές πάνω από το 75% των πελατών της. Ταυτόχρονα, υπερδιπλασιάστηκε το ποσοστό αυτών που εξήγαν κατά 25% - 75%, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό των ανδρών συρρικνώθηκε κατά 4%. Έτσι, καθότι η εξωστρέφεια μιας επιχείρησης αποτελεί σημαντικό παράγοντα για τη μελλοντική ανάπτυξη σε μια παγκοσμιοποιημένη αγορά, τα γυναικεία εγχειρήματα φαίνεται να αναπτύσσουν μια πολύ σημαντική δυναμική.

3.3 Παράγοντες Επηρεασμού των Επιχειρηματιών

3.3.1 Προσωπικοί Παράγοντες

Εκτός από την εξέταση ποσοτικών παραμέτρων σχετικά με την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, η έρευνα του Global Entrepreneurship Monitor (G.M.E.), εξετάζει την αντίληψη των νέων/ επίδοξων επιχειρηματιών – αλλά και του συνόλου του πληθυσμού- αναφορικά με κάποιους παράγοντες που έχει αποδειχθεί ότι επηρεάζουν την αντίληψη και την ψυχολογία των επιχειρηματιών και επομένως, διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην εκδήλωση ή όχι της επιχειρηματικότητας⁴⁴.

1. Συναναστροφή με νέους επιχειρηματίες

Ο πρώτος προσωπικός παράγοντας που εξετάζεται είναι η συναναστροφή με κάποιον που ξεκίνησε ένα εγχείρημα τα τελευταία δυο (2) χρόνια. Η προσωπική γνωριμία με νέο επιχειρηματία θεωρείται ότι επηρεάζει θετικά όποιον επιθυμεί να εισέλθει στον επιχειρηματικό στίβο, μιας και αυτός μπορεί να αποτελέσει σημείο αναφοράς, παρέχοντας γνώσεις από την εμπειρία του, δυνατότητα δικτύωσης με άλλους επιχειρηματίες ή σχετικούς

⁴⁴ Ιωαννίδης Σ., Τσακανίκας Α., Χατζηχρήστου Σ., «Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2009 – 2010 – Αναζητώντας Διέξοδο από την Κρίση». Ινστιτούτο Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών (Ι.Ο.Β.Ε.), 2010

με την επιχείρηση φορείς κλπ. Η γνωριμία και συναναστροφή με επιχειρηματία σχετίζεται και με πολιτισμικά χαρακτηριστικά της κάθε χώρας, όπως και με τον τρόπο που είναι δομημένα τα κοινωνικά δίκτυα.

Το 2009, το σχετικό ποσοστό στους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων στην Ελλάδα φτάνει το 60% (56,1% το 2008), επίδοση υψηλή συγκριτικά με τις υπόλοιπες χώρες καινοτομίας. Τα τελευταία χρόνια ο εν λόγω δείκτης παρουσιάζει σταθερή βελτίωση, με την Ελλάδα να ξεπερνά πλέον το αντίστοιχο επίπεδο πολλών αναπτυγμένων χωρών. Σημαντική εξέλιξη αποτελεί η διεύρυνση του αριθμού των γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που δηλώνουν πως γνωρίζουν κάποιον επιχειρηματία, με το αντίστοιχο ποσοστό να φτάνει το 66% από 55% το 2008.

2. Αναγνώριση Επιχειρηματικών Ευκαιριών το επόμενο εξάμηνο

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

Μέχρι και πέρυσι, τα αποτελέσματα της έρευνας έδειχναν πως η επίδοση στο δείκτη αυτό είναι αντιστρόφως ανάλογη του επιπέδου ανάπτυξης μιας χώρας, μιας και οι οικονομίες που βασίζονται στην καινοτομία κατέγραφαν τα χαμηλότερα ποσοστά. Εντούτοις, το 2009 το φαινόμενο αυτό επαληθεύεται εν μέρει. Έτσι, οι Σκανδιναβικές χώρες και τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα καταγράφουν τα υψηλότερα ποσοστά. Βέβαια, οι εν λόγω χώρες δεν επηρεάστηκαν σε μεγάλο βαθμό από την παγκόσμια κρίση και έτσι εύλογα, οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων αναμένουν περισσότερες νέες ευκαιρίες στο εγγύς μέλλον.

Στην Ελλάδα ο εν λόγω δείκτης για το σύνολο του πληθυσμού δεν ξεπερνά το 28%, ενώ όσον αφορά στους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων, το 33,8% αυτών (28,1% το 2008) πιστεύει ότι υπάρχουν επιχειρηματικές ευκαιρίες στο οικονομικό περιβάλλον κατά τους επόμενους έξι μήνες. Φαίνεται λοιπόν, ότι οι επιχειρηματίες αυτοί εμφορούνται από

εντονότερη αισιοδοξία συγκριτικά με τον υπόλοιπο πληθυσμό, παρά τη δυσχερή οικονομική συγκυρία.

Οι άντρες φαίνεται να είναι και πάλι περισσότερο αισιόδοξοι συγκριτικά με τις γυναίκες στο σύνολο του πληθυσμού (30,9%, έναντι 23,8% των γυναικών), μιας και τρεις στους πέντε «αισιόδοξους» για τις μελλοντικές ευκαιρίες είναι άντρες. Το χάσμα μεταξύ των δύο φύλων συρρικνώνεται όταν η ανάλυση εστιάζεται στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων (34,4% των ανδρών και 32,5% των γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων) .

3. Γνώσεις και Ικανότητες

Ένας άλλος παράγοντας που εξετάζεται στο πλαίσιο της έρευνας του G.E.M. είναι το επίπεδο αυτοπεποίθησης του πληθυσμού όσον αφορά στις γνώσεις, τα προσόντα και απαιτούμενη εμπειρία του για την έναρξη μιας επιχείρησης. Ο παράγοντας αυτός θεωρείται πρόδρομος δείκτης της εμφάνισης της επιχειρηματικότητας, αν και διαμορφώνεται με βάση την προσωπική εκτίμηση του ερωτώμενου και άρα δεν μπορεί να αποδώσει μια αντικειμενική εικόνα του επιπέδου γνώσεων και ικανοτήτων.

Για άλλη μια χρονιά, η επίδοση της Ελλάδας (58%) είναι η δεύτερη υψηλότερη ανάμεσα στο σύνολο των χωρών του G.E.M., υπολειπόμενη μόνο αυτής των Ηνωμένων Αραβικών Εμιράτων (68%). Γενικά, οι Έλληνες χαρακτηρίζονται από υψηλά επίπεδα αυτοπεποίθησης, όπως αποδεικνύει η διαχρονική ενίσχυση του εν λόγω δείκτη, γεγονός που αντιβαίνει τις πιο συγκρατημένες εκτιμήσεις επιχειρηματιών από χώρες με υψηλότερους δείκτες και υψηλότερης ποιότητας, (τεχνολογική ανάπτυξη, εξωστρέφεια, καινοτομία κτλ) επιχειρηματικότητα, όπως για παράδειγμα η Φινλανδία. Στο υποσύνολο των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, το σχετικό ποσοστό στην Ελλάδα είναι επίσης υψηλό, μιας και φτάνει σχεδόν το 90%.

Στο σύνολο του πληθυσμού, το χάσμα μεταξύ των δύο φύλων διευρύνεται από το 2008, καθώς το 36% των γυναικών (46% πέρυσι), έναντι του 64% των ανδρών (66% το 2008), αισθάνονται αυτοπεποίθηση για το επίπεδο γνώσεων και ικανοτήτων τους στην επιχειρηματική δραστηριότητα. Σε αντίθεση με το 2008, το χάσμα δε γεφυρώνεται όταν εξετάζονται οι απόψεις των ανδρών και γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων (66% των εν λόγω ανδρών και 34% των γυναικών).

4. Φόβος Αποτυχίας

Ο φόβος για την ενδεχόμενη αποτυχία του εγχειρήματος έχει αποδειχθεί σημαντικό ψυχολογικό πρόσκομμα στην απόφαση για επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Στο πλαίσιο αυτό, ο εν λόγω παράγοντας εξετάζεται από το G.E.M., αν και η άμβλυνση αυτού του φόβου δεν άπτεται μόνο πολύ συγκεκριμένων πολιτικών, αλλά κυρίως πολιτισμικών χαρακτηριστικών – δηλαδή πόσο «αυστηρή» είναι μια κοινωνία με μια αποτυχία, πώς παρουσιάζονται οι επιχειρηματικές αποτυχίες από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και κατ' επέκταση, πώς αντιμετωπίζονται από τον ευρύτερο περίγυρο, αλλά και τους χρηματοδότες, οι επιχειρηματίες που κάποιο εγχείρημά τους δε στέφθηκε με επιτυχία.

Παρά την υπερβολική τους αυτοπεποίθηση, οι Έλληνες βρίσκονται στις πρώτες θέσεις της παγκόσμιας κατάταξης και αναφορικά με το φόβο της αποτυχίας. Υψηλότερα βρίσκονται μόνο η Ιαπωνία και η Γαλλία, ενώ ο μέσος όρος των χωρών καινοτομίας ισορροπεί στο 34%. Ενδιαφέρον έχει το γεγονός ότι μόλις το 27% των Αμερικανών θεωρεί το φόβο της αποτυχίας ως πιθανό πρόσκομμα στην ανάπτυξη των επιχειρηματικών του σχεδίων. Δεδομένης της δεινότητας οικονομικής θέσης της χώρας τότε και της γενικότερης ύφεσης, η επίδοση των Η.Π.Α. υπογραμμίζει τον υποκειμενικό χαρακτήρα του εν λόγω δείκτη, αλλά και την έντονη επίδραση στοιχείων της τοπικής κουλτούρας. Όσον αφορά στους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων, που θεωρητικά αντιπροσωπεύουν το τμήμα του πληθυσμού που αποφάσισε να δραστηριοποιηθεί επιχειρηματικά και πάλι περισσότερο από το 1/3 παραδέχεται ότι ο φόβος της αποτυχίας τους/τις επηρεάζει αρνητικά.

Από την πλευρά των δύο φύλων, οι γυναίκες παραδοσιακά εμφανίζονται να διακατέχονται από εντονότερο φόβο. Έτσι, και το 2009, οι γυναίκες υστερούν σε σχέση με τους άντρες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων, μιας και σχεδόν ένας στους τρεις άντρες παραδέχεται το φόβο αποτυχίας ως αποτρεπτικό παράγοντα, σε αντίθεση με το 53,5% των αντίστοιχων γυναικών. Το επίπεδο εκπαίδευσης έχει αποδειχθεί πως λειτουργεί αντιστρόφως ανάλογα της εμφάνισης φόβου για την αποτυχία. Έτσι, ο φόβος για πιθανή αποτυχία του νέου εγχειρήματος περιορίζεται σχετικά όσο αυξάνεται το εκπαιδευτικό επίπεδο του ατόμου.

3.3.2 Πολιτισμικοί παράγοντες

Οι προσωπικοί παράγοντες που αναλύθηκαν ανωτέρω, δεν είναι περιγραφικοί μόνο του συγκεκριμένου ατόμου που συμμετέχει στην έρευνα. Μέσω των απαντήσεων αποκρυσταλλώνονται χαρακτηριστικά της τοπικής κουλτούρας και των κοινωνικών αντιλήψεων μιας χώρας, δεδομένου ότι η είσοδος στον επιχειρηματικό στίβο και γενικότερα η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας σε κάθε εξεταζόμενη χώρα δε μένει ανεπηρέαστη – έστω και εμμέσως από τέτοιους παράγοντες⁴⁵.

Η διερεύνηση τέτοιων πολιτισμικών παραγόντων λειτουργεί επικουρικά στην ερμηνεία των αποτελεσμάτων και μπορεί να υποδείξει εκείνες τις περιοχές ενδιαφέροντος που μπορούν να βελτιωθούν μέσω ανάληψης συγκεκριμένων πρωτοβουλιών και εφαρμογή πολιτικών φιλικών προς την επιχειρηματικότητα. Η έρευνα του G.E.M. επικεντρώνεται σε τέσσερις παράγοντες, οι οποίοι καταγράφουν τις απόψεις του ερωτώμενου για το ευρύτερο περιβάλλον στο οποίο κινείται και τον τρόπο που θεωρεί ότι προσεγγίζονται οι διαστάσεις της επιχειρηματικότητας συνολικά από τον πληθυσμό. Πιο συγκεκριμένα, εξετάζονται:

- Ø ο βαθμός στον οποίο αποδίδεται απαξία στις κοινωνικές / οικονομικές ανισότητες στη χώρα
- Ø ο βαθμός στον οποίο είναι αποδεκτή η επιχειρηματική σταδιοδρομία ως επαγγελματική επιλογή
- Ø κατά πόσο ο επιχειρηματίας τυγχάνει κοινωνικής αποδοχής και σεβασμού
- Ø αλλά και προβολής στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης σε μια χώρα

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

Το ποσοστό του πληθυσμού που απαντά θετικά στο εν λόγω ερώτημα κινείται το 2009 στα ίδια επίπεδα με τα προηγούμενα δύο χρόνια (63%). Αν και υψηλή, η επίδοση αυτή συνεχίζει να είναι κατά πολύ χαμηλότερη άλλων κρατών και μάλιστα αυτών που ανήκουν

⁴⁵ Ιωαννίδης Σ., Τσακανίκας Α., Χατζηχρήστου Σ., «Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2009 – 2010 – Αναζητώντας Διέξοδο από την Κρίση». Ινστιτούτο Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών (Ι.Ο.Β.Ε.), 2010

στις χώρες καινοτομίας. Από την άλλη πλευρά, το 66% των Ελλήνων θεωρούν πως η ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας αποτελεί μια καλή επιλογή καριέρας. Η επίδοση αυτή βρίσκεται στην 4^η υψηλότερη θέση ανάμεσα σε όλες τις χώρες του G.E.M. Μάλιστα, είναι υψηλότερη από τον αντίστοιχο μέσο όρο των κρατών καινοτομίας, αλλά χαμηλότερη των μέσων όρων για τις δύο άλλες κατηγορίες χωρών.

Όσον αφορά στον τρόπο που η κοινωνία εκλαμβάνει τους επιχειρηματίες, φαίνεται για άλλη μια φορά η υστέρηση της Ελλάδας σε σύγκριση με τις άλλες χώρες καινοτομίας στην αποδοχή και το σεβασμό προς τους επιχειρηματίες. Αν και σχεδόν εφτά στους δέκα θεωρούν πως οι επιχειρηματίες χαίρουν κοινωνικής καταξίωσης, η επίδοση αυτή κατά πολύ χαμηλότερη από αυτές άλλων χωρών, με τη Φινλανδία, την Ελβετία και τη Σλοβενία να συγκεντρώνουν τα υψηλότερα ποσοστά.

Τέλος, στον τέταρτο πολιτισμικό παράγοντα που εξετάζει τη συχνότητα προβολής των επιτυχημένων νέων επιχειρηματιών στα μέσα μαζικής ενημέρωσης της χώρας, μόνο ένας στους τρεις θεωρούν πως η προβολή αυτή είναι επαρκής. Αν λάβει κανείς υπόψιν ότι τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, και ειδικά η τηλεόραση, επηρεάζουν και διαμορφώνουν απόψεις και πιστεύω του κοινού, το γεγονός ότι η Ελλάδα κατέλαβε τη δεύτερη χειρότερη θέση ανάμεσα στο σύνολο των κρατών του G.E.M. εγείρει ερωτήματα για το μεγάλο εύρος δράσης που τα ελληνικά μέσα θα μπορούσαν να έχουν αναφορικά με την προώθηση της επιχειρηματικότητας μέσω επιτυχημένων παραδειγμάτων. Παρά το χαμηλό ποσοστό, η επίδοση της Ελλάδας είναι βελτιωμένη σε σχέση με το 2008, όταν μόλις ένας στους πέντε θεωρούσε ότι εμφανίζονται συχνά στα μέσα ιστορίες επιτυχημένων νέων επιχειρηματιών.

% θετικών απαντήσεων στον πληθυσμό 18 – 64 ετών, 2009

Χώρες	Επιχειρηματικές Ευκαιρίες το προσεχές εξάμηνο	Γνώσεις, Ικανότητα & Εμπειρία Επιχειρήματος	Γνωριμία με Επιχειρηματία	Φόβος Αποτυχίας	Επιχειρήματα ως καλή επιλογή καριέρας	Κοινωνική Καταξίωση & Σεβασμός στους Επιτυχημένους Επιχειρηματίες	Εστίαση των ΜΜΕ στην Επιχειρηματικότητα	Οι περισσότεροι θα προτιμούσαν όλοι οι άνθρωποι να είχαν το ίδιο βιοτικό επίπεδο
Βέλγιο	15	37	29	28	46	49	33	57
Δανία	34	35	43	37	47	75	25	53
Φινλανδία	40	35	50	26	45	88	68	68
Γαλλία	24	27	36	47	65	70	50	61
Γερμανία	22	40	31	37	54	75	50	60
Ελλάδα	26	58	44	45	66	68	32	63
Χόνγκ Κόνγκ	14	19	28	37	45	55	66	46
Ισλανδία	44	50	62	36	51	62	72	66
Ισραήλ	29	38	39	37	61	73	50	48
Ιταλία	25	41	30	39	72	69	44	71
Ιαπωνία	8	14	21	50	28	50	61	48
Κορέα	13	53	50	23	65	65	53	62
Ολλανδία	36	47	34	29	84	67	64	69
Νορβηγία	49	44	41	25	63	69	67	69
Ελοβενία	29	52	55	30	56	78	57	83
Ισπανία	16	48	30	45	63	55	37	59
Ελβετία	35	49	41	29	66	84	57	51
Εν. Αράβ. Εμιρ.	45	68	46	27	70	75	69	50
Ενωμένο Βασίλειο	24	47	24	32	48	73	44	75
Η.Π.Α.	28	56	32	27	66	75	67	45
Χώρες Γ	28	43	38	34	58	69	53	59

Η ραγδαία μείωση του δείκτη που αφορά στην προβολή επιτυχημένων επιχειρηματιών από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης αποτελεί πιθανότατα απότοκο περιρρέουσας δυσaréσκειας και αβεβαιότητας των πολιτών που έχει προξενήσει η οικονομική κρίση. Όπως έχει σημειωθεί σε όλες τις έρευνες του I.O.B.E. για την επιχειρηματικότητα, πέρα από έλλειψη σχετικής εκπαίδευσης – κατάρτισης, η ελληνική πραγματικότητα πάσχει και από την προώθηση της επιχειρηματικότητας μέσω των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης. Η συλλογική κουλτούρα στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται και από το εξής παράδοξο: ενώ τα ποσοστά αυτοαπασχόλησης στη χώρα είναι πολύ υψηλά και η εμπιστοσύνη στην αποτελεσματικότητα και τη διαφάνεια του κρατικού μηχανισμού πολύ χαμηλή, η ανάληψη ιδιωτικής επιχειρηματικής πρωτοβουλίας δε φαίνεται να έχει αποδοχή που θα άρμοζε. Η αμφίδρομη σχέση μεταξύ βαθιά παγιωμένης νοοτροπίας και της στάσης των μέσων απέναντι στις επιχειρήσεις καλλιεργεί ακόμα πιο έντονα αυτή την αρνητική εικόνα σε περίοδο οικονομικής κρίσης.

Εντούτοις, μιας και έχει αποδειχθεί στην πράξη πως δε μπορεί να υπάρξει μακροχρόνια ανάπτυξη μέσω απόλυτου κρατισμού και η ιδιωτική πρωτοβουλία συμβάλλει καθοριστικά στην πρόοδο της οικονομίας, θα πρέπει να απενοχοποιηθεί η έννοια της επιχειρηματικότητας. Σίγουρα, κάτι τέτοιο απαιτεί συστηματικές προσπάθειες με μακροχρόνιους στόχους. Η εισαγωγή της έννοιας της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης τα τελευταία χρόνια μπορεί να συμβάλει ως ένα βαθμό σε αυτή τη διαδικασία, δεδομένου ότι στις ανεπτυγμένες κοινωνίες γίνεται πλέον συζήτηση για ενδυνάμωση της επιχειρηματικότητας, με ταυτόχρονη ωφέλεια του κοινωνικού συνόλου.

Κεφάλαιο 4^ο: Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα

4.1 Αποτύπωση της Επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα

Η έρευνα που διεξήγαγε το Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών (Ι.Ο.Β.Ε.), το 2009, προσπάθησε να αποτυπώσει με κάποια σχετική ακρίβεια την οικονομική και επιχειρηματική κατάσταση στην Ελλάδα. Σύμφωνα με την έρευνα αυτή, το 2008, στην Ελλάδα, το 9,9% του πληθυσμού, ηλικίας από 18 ετών έως 64 ετών, ήτοι, 670.000 άτομα, δήλωσαν ότι βρίσκονται σε ένα αρχικό στάδιο έναρξης μιας επιχειρηματικής τους δραστηριότητας. Η ένδειξη αυτή αποτελεί τον πλέον σημαντικό δείκτη του Global Entrepreneurship Monitor (G.E.M.) και περιλαμβάνει δυο (2) κατηγορίες ατόμων: τους επίδοξους επιχειρηματίες, εκείνους δηλαδή που έχουν πραγματοποιήσει κάποιες προκαταρκτικές ενέργειες για την έναρξη μιας νέας επιχείρησης και τους νέους επιχειρηματίες, εκείνους δηλαδή που μόλις έχουν πραγματοποιήσει το ξεκίνημα μιας νέας επιχείρησης, η οποία λειτουργεί μέχρι 3,5 έτη⁴⁶.

Η επίδοση αυτή είναι η υψηλότερη που έχει καταγραφεί στην Ελλάδα και μάλιστα προέρχεται από μια χρονιά (2008), στην οποία υπήρχε πτώση της δραστηριότητας. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι η άνοδος αυτή είναι μεγαλύτερη στους νέους επιχειρηματίες, σε όσους δηλαδή έχουν ξεκινήσει τη δραστηριότητά τους, οι οποίοι είναι το 4,6% του πληθυσμού της χώρας (300.000 άτομα). Οι άνθρωποι αυτοί αποτελούν σχεδόν τους μισούς επιχειρηματίες αρχικών σταδίων. Από την έρευνα αυτή του 2009, τα προκαταρκτικά στοιχεία δείχνουν ότι, παρά την οικονομική κρίση που υπήρχε, το επίπεδο της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ελλάδα, όχι μόνο δεν μειώθηκε (8,8%), αλλά αντίθετα, ξεπερνάει και το μέσο όρο της τελευταίας πενταετίας (2005 – 2009), με τους νέους επιχειρηματίες να εξακολουθούν να αποτελούν περίπου τους μισούς επί του συνόλου.

Εκτός όμως από το τμήμα του πληθυσμού που βρίσκεται ήδη εντός του επιχειρηματικού τομέα, υψηλό είναι και το ποσοστό των ατόμων που δηλώνουν ότι σκοπεύουν να εισέλθουν στην επιχειρηματική δραστηριότητα κάποια στιγμή εντός της επόμενης τριετίας. Έτσι λοιπόν, το 16,6% του πληθυσμού το 2008, έναντι του 13,7% το 2007, απαντά θετικά στην ερώτηση για το αν σκοπεύουν να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά

⁴⁶ Ι.Ο.Β.Ε., «Αποτελέσματα ερευνών οικονομικής συγκυρίας», Μελέτη, 2010

κάποια στιγμή, μόνοι ή με τη βοήθεια κάποιου συνεργάτη ή συνεταιίρου. Από την άλλη πλευρά, το 2008 το ποσοστό του ελληνικού πληθυσμού που χαρακτηρίζεται ως «άτυπος επενδυτής», δηλαδή όλοι εκείνοι που έχουν χρηματοδοτήσει, κατά την τελευταία τριετία, με προσωπικά κεφάλαια ένα νέο ξεκίνημα, που έκανε όμως κάποιος άλλος. Το 2008, το ποσοστό αυτό φθάνει μόλις στο 1,8% του πληθυσμού, το χαμηλότερο που παρουσιάζεται κατά την τελευταία πενταετία. Όμως, τα προκαταρκτικά αποτελέσματα του 2009, απεικονίζουν μια βελτίωση της τάξεως του 2,3%, υπογραμμίζοντας με τον τρόπο αυτό, την αύξηση του αριθμού των νέων επιχειρηματιών, οι οποίοι αναζήτησαν κάποιον, μέσα από το οικογενειακό ή το φιλικό τους περιβάλλον κυρίως, για την παροχή βοήθειας, λόγω κυρίως της πιστωτικής στενότητας που υπήρχε τη χρονιά αυτή.

Τέλος, το 2,3% των ατόμων μεταξύ 18 ετών και 64 ετών δήλωσε ότι, έχει διακόψει τη λειτουργία ή έκλεισε μια επιχειρηματική δραστηριότητα που ασκούσε, ή ακόμη και που συμμετείχε στη διοίκηση, από το 2008. Η επίδοση αυτή συνεχίζει να είναι από τις υψηλότερες, γεγονός που υποδηλώνει ότι, η υψηλή επιχειρηματικότητα των αρχικών σταδίων μπορεί να συνοδεύεται και από αντίστοιχα υψηλό ποσοστό αναστολής της επιχειρηματικής λειτουργίας. Η ευκολία με την οποία μπορεί να δημιουργούνται νέες επιχειρηματικές δραστηριότητες, οδηγεί και σε αντίστοιχα περισσότερες επιχειρηματικές αποτυχίες. Οι χώρες που έχουν υψηλή επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, παρουσιάζουν αντίστοιχα και υψηλές τιμές επιχειρηματικής αποτυχίας, ανεξάρτητα από την οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας.

Επιπρόσθετα, οι νέοι Έλληνες επιχειρηματίες εμφανίζονται εξαιρετικά απαισιόδοξοι για την ανάπτυξη της επιχείρησής τους, σε όρους απασχόλησης. Το 40% σχεδόν των εργοδοτών δεν αναμένεται να απασχολήσει κανέναν υπάλληλο μέσα στην επόμενη πενταετία. Από όλα τα ανωτέρω που αναφέρθηκαν, μπορούν να εξαχθούν δυο (2) ασφαλή συμπεράσματα:

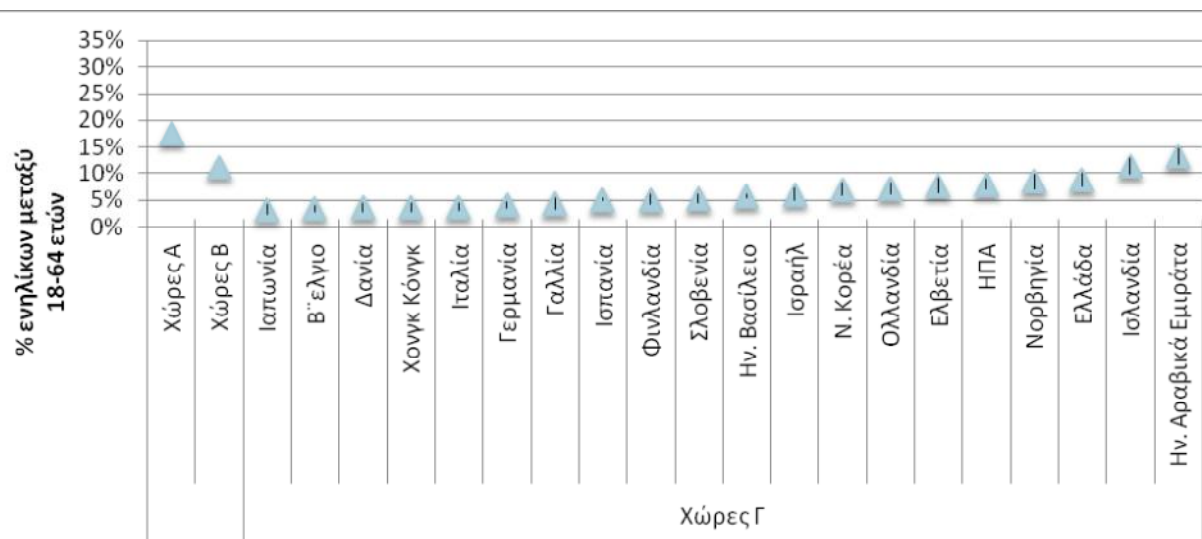
1. η άνοδος της επιχειρηματικότητας των αρχικών σταδίων ενισχύει την αυτοαπασχόληση χωρίς προσωπικό, έχοντας ως εκ τούτου περιορισμένη βαρύτητα στο σύνολο της απασχόλησης.
2. Τα εγχειρήματα τα οποία καταγράφονται στις έρευνες του Global Entrepreneurship Monitor (G.E.M.), ξεκινούν ως πολύ μικρές επιχειρήσεις και παραμένουν ως επί το πλείστον πολύ μικρές επιχειρήσεις.

4.2 Βασικοί Δείκτες Επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα

Ο βασικός δείκτης μέτρησης της επιχειρηματικότητας που αποτιμάται στα πλαίσια της έρευνας του Global Entrepreneurship Monitor (G.E.M.), αφορά στο επίπεδο επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων που εκδηλώνεται σε μια οικονομία. Ο δείκτης αυτός περιλαμβάνει δυο (2) κατηγορίες ατόμων: τους επίδοξους επιχειρηματίες και τους νέους επιχειρηματίες. Πρόκειται για τα άτομα που έχουν προχωρήσει σε κάποιες προκαταρκτικές ενέργειες για την έναρξη της επιχείρησής τους (επίδοξοι επιχειρηματίες), ή έχουν ξεκινήσει ήδη μια νέα δραστηριότητα και έχουν πληρώσει μισθοδοσίες τριών (3) τουλάχιστον μηνών⁴⁷.

Ο βαθμός εκδήλωσης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων είναι αντιστρόφως ανάλογος του επιπέδου της οικονομικής ανάπτυξης. Έτσι, οι περισσότερες χώρες που στηρίζονται στην καινοτομία, παρουσιάζουν σχετικά χαμηλή επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, ενώ το αντίθετο ακριβώς ισχύει για τις χώρες που δεν στηρίζονται στην καινοτομία. Η Ελλάδα, αν και δεν περιλαμβάνεται στις ανεπτυγμένες χώρες που επηρεάζονται κυρίως από την καινοτομία, παρουσιάζει επιδόσεις με εκείνες τις χώρες που έχουν χαμηλό επίπεδο ανάπτυξης.

Διάγραμμα 1: Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18 – 64 ετών, που εμπλέκεται σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, ανά χώρα, 2009

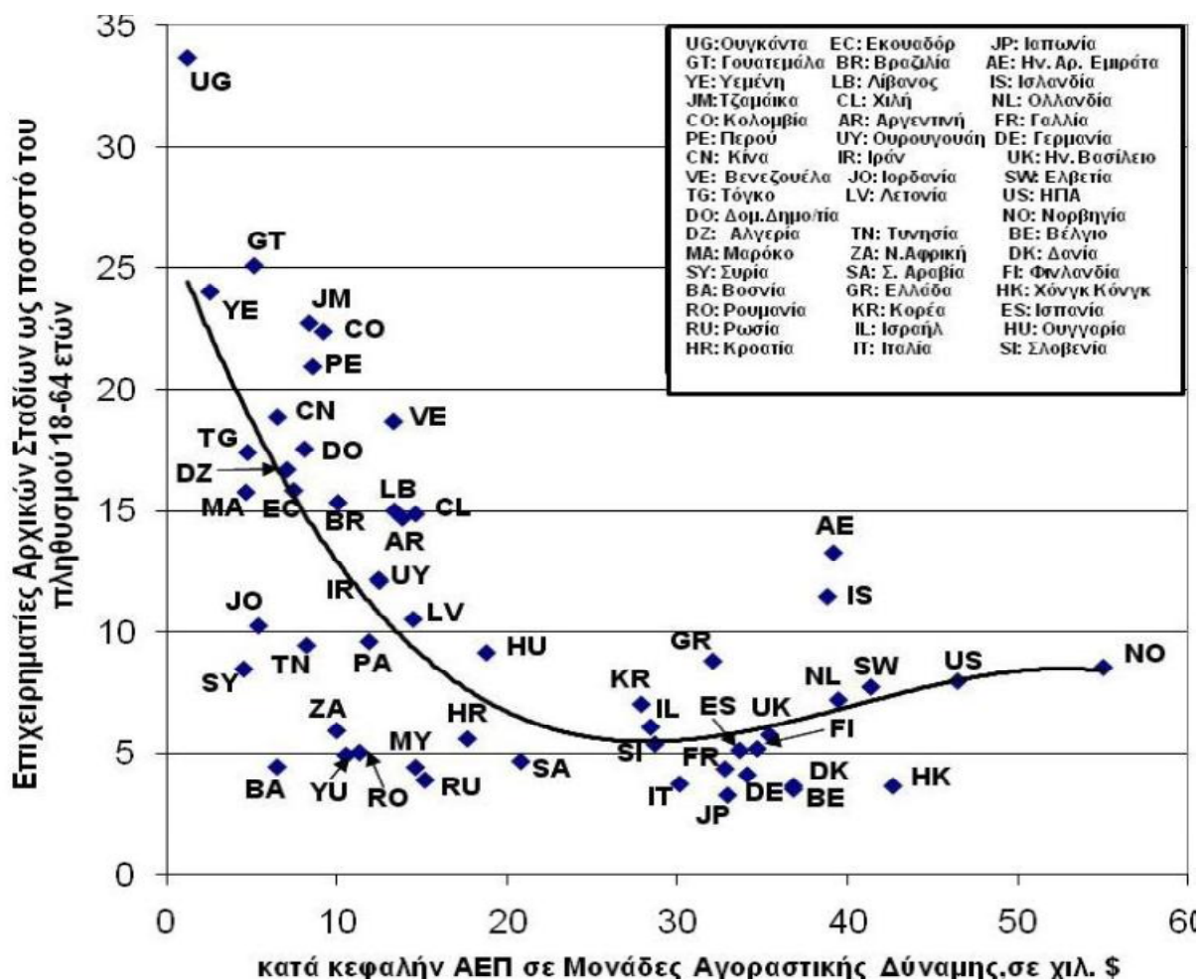


Πηγή: I.O.B.E.

⁴⁷ I.O.B.E., «Αποτελέσματα ερευνών οικονομικής συγκυρίας», Μελέτη, 2010

Ο υψηλός δείκτης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων δεν είναι αναγκαστικά συνώνυμος της οικονομικής ανάπτυξης. Το είδος, τα κίνητρα και η ποιότητα της επιχειρηματικότητας έχουν μεγαλύτερη βαρύτητα ως κίνητρα, σε σχέση με την ποσότητα. Για παράδειγμα, σε οικονομίες που βασίζονται στην εκμετάλλευση των παραγωγικών συντελεστών, η μείωση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ενδεχομένως να συνιστά μια θετική εξέλιξη, μιας και με τον τρόπο αυτό μπορεί να δημιουργηθούν επαρκείς νέες εργασιακές θέσεις σε υφιστάμενες επιχειρήσεις, μια σαφής ένδειξη μιας περισσότερο αναπτυξιακής δυναμικής της αντίστοιχης οικονομίας. Οι έρευνες του Global Entrepreneurship Monitor (G.E.M.) αποδεικνύουν ότι η σχέση του δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων και της οικονομικής ανάπτυξης μιας χώρας, έχουν συνήθως σχήμα «U», αν και δεν ακολουθούν διαχρονικά όλες οι χώρες αυτό το σχήμα.

Διάγραμμα 2: Επιχειρηματικότητα Αρχικών Σταδίων & Κατά Κεφαλήν Α.Ε.Π. (2009)



Πηγή: I.O.B.E.

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

Στην όλη διαδικασία δεν θα πρέπει να αμεληθεί η επίτευξη μακροοικονομικής σταθερότητας, η οποία επιτρέπει, εκτός από τη συνολικά ταχύτερη μεγέθυνση, την ανάπτυξη των θεσμών και τη βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Οι επιχειρήσεις αναπτύσσονται και είναι σε θέση να προσφέρουν ένα ελκυστικότερο περιβάλλον εργασίας σε μικρούς δυνητικούς επιχειρηματίες, με αποτέλεσμα να προκύπτουν χαμηλά επίπεδα επιχειρηματικότητας. Επομένως, αυτό σημαίνει ότι στις αναπτυσσόμενες χώρες η μείωση στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ενδεχομένως να αποτελεί μια ένδειξη ανάπτυξης και μετάβασης σε υψηλότερο βιοτικό επίπεδο. Από την άλλη πλευρά όμως, ύστερα από μια μακρά αναπτυξιακή διαδικασία, η μακροοικονομική και πολιτική σταθερότητα, καθώς και ο αυξανόμενος ρόλος των καθιερωμένων επιχειρήσεων, μπορούν να επιτρέψουν σε περισσότερα άτομα να ρισκάρουν και να αναζητήσουν από μόνα τους την επιχειρηματική ευκαιρία. Σε κάθε περίπτωση πάντως, αν και δεν ακολουθούν διαχρονικά όλες οι χώρες το σχήμα αυτό, υπάρχει μια συνεκτικότητα σε αυτή τη σχέση που παίρνει η μορφή μιας καμπύλης σχήματος «U».

Το γεγονός ότι η παραπάνω διαδικασία δεν ακολουθείται με τον ίδιο τρόπο από όλες τις χώρες, ερμηνεύεται από την ύπαρξη πλήθους διαφορετικών εθνικών, ιστορικών, δημογραφικών, πολιτισμικών και θεσμικών παραγόντων που επηρεάζουν τη σχέση της επιχειρηματικότητας και του επιπέδου ανάπτυξης μιας χώρας. Η επιχειρηματικότητα δεν είναι απλά ένα οικονομικό μέγεθος, αλλά περισσότερο μια κοινωνικοοικονομική διαδικασία και εξαρτάται από πλήθος παραγόντων, ξεχωριστών και χαρακτηριστικών για κάθε χώρα. Από την άλλη πλευρά, χώρες με κοινές παραδόσεις και γεωγραφική εγγύτητα, εμφανίζουν κοινές επιδόσεις σε όρους επιχειρηματικότητας. Οι χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης

ομαδοποιούνται σε χαμηλά επίπεδα επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων, ενώ αντίθετα, χώρες που βασίζονται στο χαμηλό κόστος των παραγωγικών συντελεστών, όπως είναι χώρες της Αφρικής και της Ασίας, ή ακόμη και χώρες της Λατινικής Αμερικής, που έχουν το ίδιο σχεδόν Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν, έχουν υψηλή επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων.

Αναφορικά με την Ελλάδα, μετά την έκρηξη της επιχειρηματικότητας το 2008, το 2009 παρατηρείται μια ελαφρά μείωση. Ειδικότερα, στην Ελλάδα το 2009 ένα ποσοστό της τάξεως του 8,8% του πληθυσμού ηλικίας μεταξύ 18 και 64 ετών, δηλαδή περίπου 610.000 άτομα, βρίσκονται στα αρχικά στάδια έναρξης μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Πίνακας 9: Εξέλιξη Βασικών Δεικτών Επιχειρηματικότητας (% πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών)

Έτη	Επίδοξη Επιχ/τητα	Νέα Επιχ/τητα	Επιχ/τητα Αρχικών Σταδίων	Καθιερωμένη Επιχ/τητα	Συνολική Επιχ/τητα
2005	5,2	1,6	6,8	10,5	16,4
2006	5,6	2,3	7,9	8,2	16,2
2007	4,6	1,1	5,7	13,3	18,7
2008	5,3	4,6	9,9	12,6	22,0
2009	4,5	4,7	8,8	15,1	23,6
Μέσος Όρος	5,0	2,9	7,8	11,9	19,4

Πηγή: I.O.B.E.

Η πτώση του δείκτη της επιχειρηματικότητας κατά το έτος 2009 οφείλεται στο γεγονός ότι, περιορίστηκε ο αριθμός των επίδοξων επιχειρηματιών, όπως αποτυπώνεται και στον πίνακα 9 ανωτέρω, μιας και ο αριθμός των νέων επιχειρηματιών κυμαίνεται στα επίπεδα του 2008. Η εξέλιξη αυτή έρχεται ως αποτέλεσμα του γεγονότος ότι, αρκετοί από τους επίδοξους επιχειρηματίες του 2008 προχώρησαν στην υλοποίηση του εγχειρήματός τους, ταυτόχρονα όμως, οι δυσμενείς οικονομικές συνθήκες που διαμορφώθηκαν και η αβεβαιότητα για το μέλλον, λειτούργησαν ως τροχοπέδη για την επιθυμία έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας, με αποτέλεσμα τη μείωση του υπόψιν ποσοστού. Από την άλλη πλευρά, η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα εμφανίζεται ενισχυμένη και φθάνει στο υψηλότερο της επίπεδο, κατά την πενταετία 2005 – 2009.

Παρά τα οικονομικά προβλήματα και τις δυσοίωνες προβλέψεις για το μέλλον, το 17% του πληθυσμού ηλικίας από 18 ετών έως και 64 ετών δήλωσαν ότι, θα σκεφτόντουσαν να ξεκινήσουν μια επιχειρηματική δράση εντός των επόμενων 36 μηνών. Μάλιστα, το ποσοστό αυτό είναι το υψηλότερο της πενταετίας 2005 – 2009 και σε ένα βαθμό αποδίδεται στις δυσμενείς εξελίξεις της εγχώριας αγοράς εργασίας. Η πίεση που ασκείται στον εργασιακό χώρο από πιθανή ή πραγματική απώλεια της θέσης εργασίας ή ακόμη και η δυσαρέσκεια από την υπάρχουσα απασχόληση, είναι οι δυο (2) πιο σημαντικοί παράγοντες που δικαιολογούν το ποσοστό αυτό της επιθυμίας άσκησης επιχειρηματικής δράσης.

Σχετικά με τους επιχειρηματίες που ανέστειλαν τη λειτουργία τους, εντός του 2009, τα μεγέθη συγκριτικά με το 2008 αυξάνονται, αλλά οριακά.

Πίνακας 10: Εξέλιξη Βασικών Δεικτών Επιχειρηματικότητας (% πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών)

Έτη	Πρόθεση Έναρξης Επιχειρηματικής Δραστηριότητας	Αναστολή Επιχειρηματικής Δραστηριότητας
2005	15,4	3,0
2006	14,1	2,7
2007	13,7	2,6
2008	16,6	2,3
2009	17,2	2,6
Μέσος Όρος	15,4	2,6

Πηγή: I.O.B.E.

Ενδιαφέρον προκαλεί επίσης και η πορεία του δείκτη «Καθιερωμένης Επιχειρηματικότητας», ο οποίος ενισχύεται και ξεπερνάει το 15%, μια επίδοση η οποία είναι υψηλότερη κατά την πενταετία 2005 – 2009. Τα ίδια ισχύουν και για τη συνολική επιχειρηματικότητα, αν και ο εν λόγω δείκτης στην Ελλάδα είναι διαχρονικά υψηλός. Λόγω του μεγάλου ποσοστού των ατόμων που είναι αυτοαπασχολούμενοι. Έτσι λοιπόν προκύπτει ότι, το 23,6% του πληθυσμού ηλικίας από 18 ετών έως και 64 ετών (λίγο περισσότερο από 1,5 εκατομμύρια άνθρωποι), ασχολείται επιχειρηματικά με κάποιο τρόπο, κατά το έτος 2009. Η επίδοση αυτή συνεχίζει να είναι η υψηλότερη στην Ευρώπη, με την Ισλανδία να ακολουθεί με μεγάλη διαφορά (19,7%). Η συνολική επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα επίσης, ξεπερνάει το μέσο όρο των χωρών που βασίζονται στη βελτίωση της αποτελεσματικότητας.

Πίνακας 11: Συμμετοχή στην Επιχειρηματική Δραστηριότητα (% πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών) ανά χώρα, 2009

	Επίδοξοι Επιχειρηματίες	Νέοι Επιχειρηματίες	Επιχ/τητα Αρχικών Σταδίων	Καθιερωμένοι Επιχ/ιες	Συνολική Επιχ/κή Δραστηριότητα
Βέλγιο	2,0	1,6	3,5	2,5	6,0
Δανία	1,6	2,0	3,6	4,7	8,3
Φινλανδία	2,9	2,3	5,2	8,5	13,6
Γαλλία	3,1	1,4	4,3	3,2	7,2
Γερμανία	2,2	2,1	4,1	5,1	9,1
Ελλάδα	4,5	4,7	8,8	15,1	23,6
Χόνγκ Κόνγκ	1,6	2,2	3,6	2,9	6,5
Ισλανδία	7,6	4,2	11,4	8,9	19,7
Ισραήλ	3,4	2,7	6,1	4,3	10,2
Ιταλία	1,8	1,9	3,7	5,8	9,5
Ιαπωνία	1,9	1,3	3,3	7,8	10,5
Κορέα	2,7	4,4	7,0	11,8	18,6
Ολλανδία	3,1	4,1	7,2	8,1	14,8
Νορβηγία	5,0	3,9	8,5	8,3	16,2
Σλοβενία	3,2	2,1	5,4	5,6	10,8
Ισπανία	2,3	2,8	5,1	6,4	11,4
Ελβετία	4,3	3,5	7,7	8,4	16,0
Ην. Αραβικά Εμιράτα	6,5	7,4	13,3	5,7	18,3
Ηνωμένο Βασίλειο	2,7	3,2	5,7	6,1	11,7
Η.Π.Α.	4,9	3,2	8,0	5,9	13,7
Μέσος Όρος	3,4	3,1	6,3	6,8	12,8

Πηγή: I.O.B.E.

Πίνακας 12: Επιχειρηματικός Κύκλος: Κίνητρα Έναρξης Επιχειρηματικής Δραστηριότητας & Διακοπή της Επιχειρηματικής Δραστηριότητας ανά χώρα, 2009

	Διακοπή Επιχ/κης Δραστηριότητας (% πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών)	Επιχ/τητα Ανάγκης (% επιχειρηματιών αρχικών σταδίων)	Επιχ/τητα Ευκαιρίας με στόχο την αύξηση του εισοδήματος ή μεγαλύτερη ανεξαρτησία (% επιχειρηματιών αρχικών σταδίων)	Συνδυασμός Ευκαιρίας & Ανάγκης
Βέλγιο	1,3	9,0	55,0	36,0
Δανία	1,1	7,0	56,0	37,0
Φινλανδία	2,1	19,0	62,0	19,0
Γαλλία	1,9	14,0	67,0	19,0
Γερμανία	1,8	31,0	43,0	26,0
Ελλάδα	2,6	26,0	47,0	27,0
Χόνγκ Κόνγκ	1,5	19,0	49,0	32,0
Ισλανδία	4,0	10,0	58,0	32,0
Ισραήλ	4,0	25,0	58,0	27,0
Ιταλία	1,1	14,0	48,0	29,0
Ιαπωνία	1,4	30,0	57,0	8,0
Κορέα	3,9	45,0	62,0	18,0
Ολλανδία	2,5	10,0	37,0	33,0
Νορβηγία	3,7	9,0	57,0	17,0
Σλοβενία	1,3	10,0	74,0	21,0
Ισπανία	2,0	16,0	69,0	43,0
Ελβετία	2,1	7,0	41,0	26,0
Ην. Αραβικά Εμιράτα	6,5	9,0	79,0	12,0
Ηνωμένο Βασίλειο	2,1	16,0	43,0	41,0
Η.Π.Α.	3,4	23,0	55,0	22,0
Μέσος Όρος	2,5	17,0	56,0	27,0

Πηγή: I.O.B.E.

Ένας ακόμη βασικός δείκτης επιχειρηματικότητας είναι η διακοπή της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Για το έτος 2009, ο εν λόγω δείκτης παρουσιάζει μια ήπια αύξηση, επιστρέφοντας στα επίπεδα του 2007. Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι, το 2009 το 2,6% του πληθυσμού ηλικίας μεταξύ 18 και 64 ετών, περίπου 180.000 άνθρωποι, δηλώνει ότι διέκοψε τη λειτουργία ή έκλεισε μια επιχείρηση που κατείχε ή συμμετείχε στη διοίκησή της. Στο ποσοστό αυτό συμπεριλαμβάνονται και όσοι διέκοψαν οποιαδήποτε μορφή αυτοαπασχόλησης. Η επίδοση της Ελλάδος, όπως αποτυπώνεται και στην πίνακα 13, αν και

βρίσκεται στα ίδια επίπεδα με τον μέσο όρο των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, διατηρείται σε υψηλότερα επίπεδα από τα αντίστοιχα των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αποδεικνύοντας εν τέλει ότι, η υψηλή επιχειρηματικότητα οδηγεί σε μεγαλύτερα επίπεδα αστοχιών, επιχειρηματικών αποτυχιών, κλπ.

Πίνακας 13: Λόγοι Αποχώρησης από την Επιχείρηση

	% πληθυσμού 18 έως 64 ετών		Ευκαιρία για Πώληση	Μη Κερδοφόρα Επιχείρηση	Προβλήματα Χρηματοδότησης	Λοιποί Λόγοι
	Διακοπή Λειτουργίας	Αναστολή Επιχειρηματικής Δραστηριότητας				
Ελλάδα	2,6	0,8	5,8	45,7	5,6	42,9
Μέσος Όρος Ε.Ε.	2,5	0,9	5,7	23,5	9,1	61,7

Πηγή: I.O.B.E.

Ενδεικτικός του κλίματος που επικρατεί στην επιχειρηματική κοινότητα μιας χώρας, καθώς και των πιθανών προβλημάτων που αντιμετωπίζει σημαντική μερίδα των επιχειρήσεων, είναι και ο δείκτης αναστολής της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Ο δείκτης αυτός αντικατοπτρίζει το ποσοστό του πληθυσμού που απλά αποχώρησε από την επιχείρηση για διάφορους λόγους, όπως είναι η πώληση της εταιρείας, η συνταξιοδότηση αυτού, κλπ., χωρίς όμως η αποχώρηση του μέλους αυτού να σήμαινε ταυτόχρονα και τη διακοπή της λειτουργίας της επιχείρησης. Η εταιρεία με άλλα λόγια, συνέχισε να λειτουργεί με τους υπόλοιπους ή με νέους ιδιοκτήτες – συνταίρους, με νέα μορφή ή με ένα εντελώς διαφορετικό σχήμα ιδιοκτησίας⁴⁸.

Μεγάλο ενδιαφέρον όμως παρουσιάζουν και οι λόγοι για τους οποίους οι επιχειρηματίες εγκατέλειψαν το εγχείρημά τους. Η πλειονότητα των επιχειρηματιών, το 2009 δήλωσαν ως λόγο αποχώρησης από την επιχείρηση τη χαμηλή κερδοφορία που εμφάνιζαν. Η συρρίκνωση των κερδών κατά συνέπεια, φαίνεται να είναι ο πιο σημαντικός λόγος αποχώρησης, το οποίο ποσοστιαία είναι σχεδόν το ίδιο με το 2008 (45,2%). Η Ελλάδα, το 2009, κατατάχθηκε στην πρώτη θέση μεταξύ των οικονομιών που βασίζονταν στην καινοτομία, αν και στην πλειοψηφία των χωρών του μεγέθους και των χαρακτηριστικών της Ελλάδος, η μειωμένη κερδοφορία παρουσιάζεται ως η πρώτη και κύρια αιτία αποχώρησης από μια επιχειρηματική δραστηριότητα.

⁴⁸ I.O.B.E., «Αποτελέσματα ερευνών οικονομικής συγκυρίας», Μελέτη, 2010

Παρά τη χρηματοπιστωτική στενότητα που χαρακτηρίζει την ελληνική αγορά, καθώς και την επιδείνωση των όρων του δανεισμού από τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, η δυσκολία εύρεσης χρηματοδότησης οδήγησε σε αποχώρηση από οποιαδήποτε επιχειρηματική δραστηριότητα μόλις το 5,6% των ιδιοκτητών, όταν το αντίστοιχο ποσοστό στην Ισπανία, έφθασε το 25%. Το αποτέλεσμα αυτό όμως θα πρέπει να εξετασθεί υπό το πρίσμα της χρονικής περιόδου που διεξήχθη η έρευνα του I.O.B.E. Το καλοκαίρι του 2009, που η κρίση έφθανε στην κορύφωσή της στα κράτη – μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, οι επιπτώσεις στην Ελλάδα βρισκόνταν ακόμη σε αρχικό στάδιο.

4.3 Η Καινοτομία στην Ελλάδα

4.3.1 Η Κατάταξη της Ελλάδας

Η Ελλάδα στο δείκτη Καινοτομίας, κατατάσσεται στην 27η θέση μεταξύ 35 χωρών. Υπολείπεται κατά 10 θέσεις περίπου, του μέσου όρου της Ευρωπαϊκής Ένωσης των 27 χωρών, ενώ σε απόλυτους όρους βαθμολογίας βρίσκεται στο 58% του μέσου ευρωπαϊκού επιπέδου και στο 1/3 περίπου, της βαθμολογίας του ηγέτη της καινοτομίας. «Ηγέτιδα» της κατάταξης είναι η Σουηδία, ενώ ακολουθούν στις επόμενες 5 θέσεις της κατάταξης η Ελβετία, η Φινλανδία, το Ισραήλ και η Δανία, όλες μικρές οικονομίες. Παρατηρείται ότι μεγάλες χώρες που είναι παραδοσιακές δυνάμεις στο χώρο της καινοτομίας, όπως είναι οι Ηνωμένες Πολιτείες, η Ιαπωνία, η Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο, τοποθετούνται μετά την πρώτη πεντάδα των πρωταθλητών καινοτομίας. Οι βόρειες ευρωπαϊκές χώρες κατατάσσονται υψηλότερα σε σχέση με τις χώρες του νότου. Η περίπτωση του Ισραήλ είναι ενδιαφέρουσα διότι ανατρέπει αυτή την εικόνα του υστερούντος νότου. Το ότι μικρές χώρες καταφέρνουν να ηγούνται δείχνει ότι η καινοτομία δεν καθορίζεται αναγκαστικά από την έρευνα στα εργαστήρια μεγάλων, οικονομικά προηγμένων χωρών⁴⁹.

Είναι ανησυχητικό το ότι διαχρονικά, η κατάταξη της Ελλάδας χειροτέρευσε δύο θέσεις στην κατάταξη από το 2003 έως το 2007, καταγράφοντας μείωση στην απόλυτη βαθμολογία της. Άλλες μικρές χώρες βελτίωσαν σημαντικά τη θέση τους. Είναι ενδεικτικό ότι μικρές χώρες, όπως η Τσεχία, η Εσθονία, η Λιθουανία, η Κύπρος, η Σλοβενία και η Πορτογαλία σημειώνουν θετικούς συντελεστές ποσοστιαίας αύξησης της βαθμολογίας τους

⁴⁹«Η Καινοτομία στην Ελλάδα: Συγκριτική Αξιολόγηση με Διεθνείς Δείκτες, Πολιτικές, Προτάσεις Στρατηγικής», Ίδρυμα Κόκκαλη, 2009

από το 2003 μέχρι το 2007. (πίνακας 14). Στις χώρες αυτές παρουσιάζεται και μια βελτίωση της σχετικής θέσης τους στη γενική κατάταξη, δικαιολογώντας τις θετικές ποσοστιαίες μεταβολές βαθμολογίας (π.χ. Λιθουανία 16,4% και Πορτογαλία 16,7%). Οι υπόλοιπες χώρες παραμένουν σχετικά σταθερές στις κατατάξεις τους, με μικρές αναδιατάξεις κατά καιρούς. Η Σουηδία παρά το γεγονός ότι η ποσοστιαία μεταβολή της συνολικής βαθμολογίας της, από το 2003 έως το 2007 είναι αρνητική (-11,25%), έχει διατηρήσει την πρώτη θέση της, σε όλη τη διάρκεια των ετών αυτών, εξαιτίας του γεγονότος ότι έχει ανεβάσει τη βαθμολογία της σε πολύ υψηλά επίπεδα.

Πίνακας 14: Διαχρονική Εξέλιξη Κατάταξης (2003 – 2007)

Επιλεγμένες Χώρες Προς Σύγκριση	Θέση 2003	Θέση 2007	Μεταβολή Κατάταξης	Μεταβολή Βαθμολογίας %
Ελλάδα	25	27	- 2 θέσεις	-0,7
Εσθονία	18	17	+1 θέση	6,5
Σλοβενία	21	20	+1 θέση	8,5
Τσεχία	20	19	+1 θέση	8,8
Λιθουανία	28	25	+ 3 θέσεις	16,4
Κύπρος	23	22	+1 θέση	10,4
Πορτογαλία	31	28	+ 3 θέσεις	16,7
Ιταλία	19	21	- 2 θέσεις	2,5
Ισπανία	22	23	- 1 θέση	-1,1
Σουηδία	1	1	+0 θέση	-11,2
Φινλανδία	2	3	- 1 θέση	-7,7

Πηγή: Europe in Figures, Eurostat yearbook 2007, EU

Για να κατανοήσουμε την εικόνα της Ελλάδας, είναι χρήσιμο να δούμε τις βαθμολογίες ανά υποδείκτη. Αυτό φαίνεται από τον πίνακα 15, που εμφανίζεται παρακάτω.

**Πίνακας 15: Κατάταξη της Ελλάδος στους Υποδείκτες του Ευρωπαϊκού Πίνακα
Καινοτομίας (2007)**

	Κατάταξη Ελλάδας	Ηγέτης	Συσχέτιση με άλλες προς Σύγκριση Χώρες
Εισροές Καινοτομίας			
Δημόσιες Δαπάνες Έρευνας & Ανάπτυξης (% του Α.Ε.Π.)	25/35	Ισλανδία	<ul style="list-style-type: none"> • Κροατία, Ισπανία, Εσθονία υψηλότερα από Ελλάδα • Κύπρος χαμηλότερα από Ελλάδα
Δαπάνες Επιχειρήσεων για Έρευνα & Ανάπτυξη (% του Α.Ε.Π.)	32/35	Ισραήλ	<ul style="list-style-type: none"> • Τσεχία, Σλοβενία συγκλίνουν προς την Ε.Ε. • Κύπρος, Λιθουανία χαμηλότερα από Ελλάδα
Δαπάνες Καινοτομίας (% όλου του κύκλου εργασιών)	2/29	Σουηδία	<ul style="list-style-type: none"> • Ελλάδα δεύτερη υψηλότερη στην Ε.Ε. (+9 θέσεις από το μέσο όρο) • Κύπρος και Τσεχία ανώτερες από την Ε.Ε. και πολύ υψηλά στην κατάταξη.
Δαπάνες για Τεχνολογία Επικοινωνίας & Πληροφοριών (% του Α.Ε.Π.)	31/32	Βουλγαρία	<ul style="list-style-type: none"> • Τσεχία, Εσθονία, Βουλγαρία, Πορτογαλία πολύ υψηλότερα από Ελλάδα και Ε.Ε. • Ιταλία, Ισπανία, Γαλλία συγκλίνουν με το μέσο όρο της Ε.Ε. • Μόνο η Τουρκία είναι χαμηλότερα σε κατάληξη από την Ελλάδα
Επίπεδο Εκπαίδευσης Νέων (% του πληθυσμού από 20 έως 24 ετών, που έχουν αποφοιτήσει)	19/33	Κροατία	<ul style="list-style-type: none"> • Η Ελλάδα υπερβαίνει την Ε.Ε. κατά 4 θέσεις • Τσεχία, Λιθουανία, Κύπρος, Εσθονία και Ουγγαρία

τουλάχιστον από τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση)			<p>υψηλότερα από Ελλάδα</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ιταλία, Ισπανία χαμηλότερα από Ελλάδα
Πληθυσμός με Ανώτατη Εκπαίδευση (% του πληθυσμού από 25-64 ετών)	22/35	Ισραήλ	<ul style="list-style-type: none"> • Λιθουανία, Εσθονία (+ θέσεις από Ελλάδα), Κύπρος Ισπανία ανώτερες σε κατάταξη • Ιταλία, Πολωνία, Τσεχία, Πορτογαλία χαμηλότερες σε κατάταξη
Απόφοιτοι Θετικών Επιστημών & Πολυτεχνείων (% του πληθυσμού από 20-29 ετών)	19/35	Ιρλανδία	<ul style="list-style-type: none"> • Λιθουανία (+14 θέσεις από Ελλάδα) • Εσθονία Ισπανία, Πορτογαλία, Ρουμανία ανώτερες σε κατάταξη • Κύπρος χαμηλότερα από Ελλάδα
Συνθήκες Καινοτομίας 1 (Δημόσιες Πολιτικές)			
Κεφάλαια Επιχειρηματικού Κινδύνου στα πρώτα στάδια της Επένδυσης (% του Α.Ε.Π.)	20/24	Ηνωμένο Βασίλειο	<ul style="list-style-type: none"> • Υψηλή θέση του Ηνωμένου Βασιλείου ακόμη και σε σχέση με τη δεύτερη Σουηδία • Η Ελλάδα υψηλότερα από την Τσεχία
Αριθμός Ευρυζωνικών Συνδέσεων (% του πληθυσμού)	34/34	Δανία	<ul style="list-style-type: none"> • Η Ελλάδα τελευταία στην Ε.Ε.
Μερίδιο Επιχειρήσεων που Επιχορηγούνται από το Δημόσιο για να Καινοτομήσουν	10/30	Λουξεμβούργο	<ul style="list-style-type: none"> • Η Ελλάδα υψηλότερη από Ε.Ε. (+4 θέσεις) • Κύπρος, Ιταλία υψηλότερα από Ελλάδα • Δανία, Σουηδία χαμηλότερα από Ελλάδα

Μερίδιο Έρευνας & Ανάπτυξης Μεσαίας – Υψηλής Τεχνολογίας & Υψηλής Τεχνολογίας Βιομηχανίας (% των δαπανών E&A στη βιομηχανία)	20/33	Ισραήλ	<ul style="list-style-type: none"> • Η Ελλάδα κοντά στην Ε.Ε. (- 4 θέσεις) • Ιταλία, Ουγγαρία, Σλοβενία (+ 11 θέσεις), Βουλγαρία, Τσεχία υψηλότερες από Ελλάδα • Εσθονία, Κύπρος χαμηλότερα από Ελλάδα
Συνθήκες Καινοτομίας 2 (Ποιοτικές Στάσεις)			
Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις που Καινοτομούν Εσωτερικά (% όλων των ΜΜΕ)	11/31	Ισλανδία	<ul style="list-style-type: none"> • Ελλάδα υψηλότερα από Φινλανδία, όχι όμως και από Σουηδία) • Ελλάδα υψηλότερα από Ε.Ε. (+7 θέσεις) • Εσθονία υψηλότερα από Ελλάδα (+ 2 θέσεις) • Τσεχία, Κύπρος χαμηλότερα από Ελλάδα
Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις που Συμμετέχουν σε Καινοτομικές Συνεργασίες (% όλων των ΜΜΕ)	20/31	Δανία	<ul style="list-style-type: none"> • Σύγκλιση με Ε.Ε. (+ 2 θέσεις) • Κύπρος (+ 15 θέσεις), Εσθονία, Λιθουανία, Τσεχία υψηλότερα από Ελλάδα • Πορτογαλία, Ισπανία χαμηλότερα σε κατάταξη
ΜΜΕ που Χρησιμοποιούν Οργανωσιακές Καινοτομίες (% όλων των ΜΜΕ)	14/30	Ελβετία	<ul style="list-style-type: none"> • Ελλάδα υψηλότερα από Ε.Ε. (+ 7 θέσεις) • Κύπρος, Πορτογαλία, Σλοβενία υψηλότερα από Ελλάδα • Ελλάδα υψηλότερα από

			<p>E.E. (+7 θέσεις)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Τσεχία, Εσθονία, Λετονία υψηλότερα από E.E.
<p>Συμμετοχή στη Δια Βίου Μάθηση (% του πληθυσμού από 25 – 64 ετών)</p>	30/32	Σουηδία	<ul style="list-style-type: none"> • Κύπρος (+16 θέσεις από Ελλάδα) • Σλοβενία, Ισπανία υψηλότερα από E.E.
Εκροές – Εφαρμογές Καινοτομίας			
<p>Απασχόληση σε Υπηρεσίες Υψηλής Τεχνολογίας (% του συνολικού εργατικού δυναμικού)</p>	29/32	Ισραήλ	<ul style="list-style-type: none"> • Τσεχία, Σλοβενία, Εσθονία σύγκλιση με E.E. • Ελλάδα απέχει από το μέσο όρο της E.E. 13 θέσεις • Κύπρος, Πορτογαλία χαμηλότερα από Ελλάδα
<p>Εξαγωγές Προϊόντων Υψηλής Τεχνολογίας (% των συνολικών Εξαγωγών)</p>	25/35	Μάλτα	<ul style="list-style-type: none"> • Κύπρος, Ουγγαρία πολύ υψηλά στον υποδείκτη αυτό <ul style="list-style-type: none"> • Τσεχία, Εσθονία συγκλίνουν με E.E. • Η Ελλάδα απέχει 11 θέσεις από το μέσο όρο της E.E. • Ισπανία χαμηλότερα από Ελλάδα
<p>Πωλήσεις Νέων στην Αγορά Προϊόντων (% του συνολικού κύκλου Εργασιών)</p>	21/30	Μάλτα	<ul style="list-style-type: none"> • Τσεχία, Σλοβενία πάνω από μέσο όρο E.E. • Ισπανία, Κύπρος, Πορτογαλία, Λιθουανία κάτω από Ελλάδα
<p>Πωλήσεις Νέων στην Εταιρεία αλλά Όχι Νέων στην Αγορά Προϊόντων (% του συνολικού κύκλου Εργασιών)</p>	13/30	Γερμανία	<ul style="list-style-type: none"> • Ελλάδα συγκλίνει προς την E.E. (+ 1 θέση) • Εσθονία, Τσεχία, Ισπανία υψηλότερα από Ελλάδα στην κατάταξη • Κύπρος πολύ χαμηλά στον

			υποδείκτη αυτό (28/30)
Απασχόληση σε Υπηρεσίες Μέσο – Υψηλής & Υψηλής Τεχνολογίας (% του συνολικού εργατικού δυναμικού)	30/34	Γερμανία	<ul style="list-style-type: none"> • Τσεχία (2^η σε κατάταξη), Σλοβενία, Ιταλία υψηλότερα από την Ελλάδα και από Ε.Ε. • Σουηδία χαμηλότερα από Ε.Ε., αλλά πολύ κοντά, ενώ Φινλανδία, +3 θέσεις από μέσο όρο Ε.Ε. • Κύπρος & Λετονία χαμηλότερα από Ελλάδα
Εκροές – Διανοητικό Κεφάλαιο			
Αιτήσεις Διπλώματος Ευρεσιτεχνίας Υψηλής Τεχνολογίας στον Ευρωπαϊκό Οργανισμό Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας - Ε.Ρ.Ο. (ανά εκατομμύριο πληθυσμό)	26/35	Ελβετία	<ul style="list-style-type: none"> • Ελλάδα απέχει 12 θέσεις από Ε.Ε. • Τσεχία και Εσθονία δεν συγκλίνουν με Ε.Ε. αλλά είναι υψηλότερα από την Ελλάδα <ul style="list-style-type: none"> • Σλοβενία, Κύπρος υψηλότερα από την Ελλάδα • Πορτογαλία, Τουρκία, Λιθουανία χαμηλότερα από Ελλάδα
Διπλώματα Ευρεσιτεχνίας Υψηλής Τεχνολογίας που έχουν χορηγηθεί από τον Ευρωπαϊκό Οργανισμό Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας - Ε.Ρ.Ο. (ανά εκατομμύριο πληθυσμό)	25/35	Ιαπωνία	<ul style="list-style-type: none"> • Τσεχία, Σλοβενία, Ισπανία & Ιταλία συγκλίνουν στην Ε.Ε. • Κύπρος, Πορτογαλία, Εσθονία, Λιθουανία χαμηλότερα από Ελλάδα
Διπλώματα Ευρεσιτεχνίας από 3 Οργανισμούς (Ε.Ρ.Ο., US.P.T.O., J.P.O.)	29/35	Ιαπωνία	<ul style="list-style-type: none"> • Τσεχία, Λετονία, Εσθονία υψηλότερα από Ελλάδα • Ελβετία & Γερμανία στις 3

(ανά εκατομμύριο πληθυσμού)			<p>πρώτες θέσεις (Η.Π.Α. χαμηλότερα)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Σλοβενία, Ιταλία τείνουν προς το μέσο όρο της Ε.Ε. • Κύπρος & Λιθουανία χαμηλότερα από Ελλάδα
Αριθμός Νέων Εμπορικών Σημάτων (ανά εκατομμύριο πληθυσμού)	22/35	Λουξεμβούργο	<ul style="list-style-type: none"> • Ελλάδα υψηλότερα από Η.Π.Α, Ιαπωνία • Κύπρος στην 4^η θέση της κατάταξης • Ισπανία υψηλότερα από Ε.Ε. <ul style="list-style-type: none"> • Ιταλία, Εσθονία, Πορτογαλία υψηλότερα από Ελλάδα & σύγκλιση με Ε.Ε.
Αριθμός Νέων Σχεδιασμών Προϊόντων (ανά εκατομμύριο πληθυσμού)	32/35	Δανία	<ul style="list-style-type: none"> • Κύπρος, Τσεχία στη μέση της κατάταξης • Ιταλία και Ισπανία κοντά στον υψηλό μέσο όρο της Ε.Ε. με την Ιταλία στην 4^η θέση της κατάταξης • Λιθουανία, Εσθονία, Σλοβενία υψηλότερα από Ελλάδα • Φινλανδία και Νορβηγία κάτω από το μέσο όρο της Ε.Ε.

Πηγή: Europe in Figures, Eurostat yearbook 2007, EU

Αναφορικά με τις Εισροές Καινοτομίας η κατάταξη της Ελλάδας παρουσιάζει έντονες διαφοροποιήσεις από δείκτη σε δείκτη. Το ποσοστό των Δαπανών των Επιχειρήσεων για Έρευνα & Ανάπτυξη είναι πολύ μικρό, μόλις 0,20% του Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος, όταν ο μέσος όρος της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι 1,1% και η ηγέτιδα χώρα, το

Ισραήλ, δαπανά 3,5% περίπου του Α.Ε.Π.. Οι πέντε πρώτες χώρες δαπανούν για Έρευνα & Ανάπτυξη ποσοστά μεγαλύτερα του 2% του Α.Ε.Π.. Το κενό σε σχέση με τους στόχους της Λισσαβόνας είναι τόσο μεγάλο που θα χρειαστούν ισχυρά κίνητρα από το κράτος για Έρευνα & Ανάπτυξη, σε συνδυασμό με βελτίωση άλλων συνθηκών για να προσεγγισθεί. Σημειώνεται ότι άλλες μικρές χώρες, πέρα από τις Σκανδιναβικές, ξεπερνούν την Ελλάδα κατά πολύ. Ακόμα και χώρες της διεύρυνσης, όπως είναι η Τσεχία, η Σλοβενία, η Εσθονία, η Σλοβακία, η Λετονία και οι μεσογειακές χώρες Ιταλία και Ισπανία, έχουν συνήθως δύο και τρεις φορές υψηλότερα ποσοστά από την Ελλάδα. Μόνο η Λιθουανία, η Κύπρος και η Βουλγαρία είναι χαμηλότερα από την Ελλάδα⁵⁰.

Στο δείκτη Δημοσίων Δαπανών για Έρευνα & Ανάπτυξη, η κατάσταση είναι καλύτερη (0,4% του Α.Ε.Π.), αριθμός που αυξάνεται σε μεγάλο βαθμό από την συμμετοχή σε Ευρωπαϊκά Προγράμματα και την ώθηση των Πανεπιστημίων σε αυτά. Όμως και σε αυτό το δείκτη, η Ελλάδα απέχει πολύ από το μέσο της Ευρωπαϊκής Ένωσης και από τους στόχους της Λισσαβόνας. Αξιοπρόσεκτη είναι η θέση της Ελλάδας στις «Δαπάνες για Καινοτομία», όπου κατατάσσεται δεύτερη. Ο υποδείκτης διαφέρει από τον υποδείκτη «Δαπάνες Επιχειρήσεων για Έρευνα & Ανάπτυξη», καθώς λαμβάνει υπόψιν του δαπάνες για καινοτομία, ανεξάρτητα από Έρευνα & Ανάπτυξη, μηχανήματα και εξοπλισμό που συνδέονται με την καινοτομία προϊόντος και διαδικασίας, απόκτηση διπλωμάτων ευρεσιτεχνιών και αδειών, βιομηχανικό σχεδιασμό, εκπαίδευση και marketing νέων προϊόντων.

Πρόκειται δηλαδή για τις συνολικές δαπάνες καινοτομίας των επιχειρήσεων, προς το συνολικό κύκλο εργασιών που έχει ευρεία ερμηνεία. Φαίνεται ότι οι επιχειρήσεις στην Ελλάδα δαπανούν αρκετά χρήματα για το σύνολο της καινοτομίας, για νέα στην επιχείρηση, προϊόντα και διαδικασίες, ενώ δαπανούν πολύ λιγότερα για Έρευνα & Ανάπτυξη, που καταλήγει σε νέα για την αγορά προϊόντα. Πιθανόν να χρειαστεί πιο στενή προσέγγιση του όρου «καινοτομία» στις κρατικές πολιτικές (επιχορηγήσεις κ.ά.), με στόχο την ενίσχυση πιο καινοτομικών προϊόντων/διαδικασιών. Ενδιαφέρουσα είναι η κατάταξη της Ελλάδας σε Αποφοίτους Θετικών Επιστημών και Πολυτεχνείων (ποσοστά πληθυσμού) όπου, παρά τις σχετικά καλές επιδόσεις της Ελλάδας, χώρες όπως η Εσθονία και η Λιθουανία αλλά και η Πορτογαλία και η Ισπανία, ξεπερνούν την Ελλάδα. Ωστόσο, παρά τη σχετικά υψηλότερη

⁵⁰ «Η Καινοτομία στην Ελλάδα: Συγκριτική Αξιολόγηση με Διεθνείς Δείκτες, Πολιτικές, Προτάσεις Στρατηγικής», Ίδρυμα Κόκκαλη, 2009

θέση σε αυτό τον υποδείκτη, υπάρχουν ενδείξεις ότι η Ελλάδα υστερεί σημαντικά σε ζητήματα ποιότητας της εκπαίδευσης.

Στους παράγοντες (υποδείκτες), που εκφράζουν συνθήκες καινοτομίας, η Ελλάδα παρουσιάζει μια μικτή εικόνα. Στους περισσότερους υποδείκτες κατατάσσεται κάτω από το μέσο όρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης των 27 χωρών, με ιδιαίτερα χαμηλές επιδόσεις στον αριθμό ευρυζωνικών συνδέσεων και στη συμμετοχή στη δια βίου μάθηση. Οι καλύτερες επιδόσεις είναι στο μερίδιο επιχειρήσεων που επιχορηγούνται από το δημόσιο και στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις που καινοτομούν εσωτερικά. Σε «Διαθεσιμότητα Κεφαλαίων Επιχειρηματικού Κινδύνου», η θέση της Ελλάδας κρίνεται πολύ χειρότερη, αν ληφθούν υπόψιν οι διαφορές βαθμολογίας με το μέσο όρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Παρά την απόλυτη σειρά κατάταξης η Ελλάδα βρίσκεται στο 1% του ηγέτη (απόσταση 99% περίπου). Αυτή η χαμηλή θέση της Ελλάδας είναι ενδεικτική της ελλιπούς στήριξης της επιχειρηματικότητας, ιδιαίτερα κατά τα πρώτα ευαίσθητα στάδια νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων, που ξεκινούν την υλοποίησή τους.

Σε υποδομές τεχνολογίας η Ελλάδα υστερεί σημαντικά, κάτι που προκύπτει από τις χαμηλές δαπάνες για «Τεχνολογία Πληροφορικής και Επικοινωνιών». Αυτό καταδεικνύει την ανάγκη για βελτίωση των πληροφορικών υποδομών της χώρας, πράγμα που μικρότερες από την Ελλάδα χώρες, πέτυχαν σε μεγάλο βαθμό. Σημαντικά συμπεράσματα προκύπτουν από τη θέση της Ελλάδας σε «Μερίδιο Επιχειρήσεων που Επιχορηγούνται από το Δημόσιο», όπου κατατάσσεται σε συγκριτικά πολύ υψηλή θέση. Ο υποδείκτης αυτός μετράει το βαθμό που το κράτος υποστηρίζει την καινοτομία. Όμως, παρά την χρηματοδότηση και την υποστήριξη του κράτους για καινοτομία επιχειρήσεων, η αποδοτικότητα της καινοτομίας, όπως αυτή παρουσιάζεται στις εκροές, δεν φαίνεται να είναι ιδιαίτερα υψηλή. Πιθανόν οι δαπάνες του δημοσίου να μην αξιοποιούνται σωστά και η τελική αποδοτικότητα καινοτομίας να μειώνεται σημαντικά.

Αναφορικά με τις ποιοτικές συνθήκες καινοτομίας, φαίνεται ότι στα επίπεδα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων η κατάσταση είναι πιο θετική. Σε μερίδιο μικρομεσαίων επιχειρήσεων που καινοτομούν εσωτερικά, που χρησιμοποιούν οργανωσιακές καινοτομίες ή άλλες μη – τεχνολογικές μεθόδους καινοτομίας, η Ελλάδα βρίσκεται σε συγκριτικά καλή θέση. Το γεγονός αυτό ερμηνεύει την προσπάθεια των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα να καινοτομούν όχι βασισμένες σε τεχνολογία και Έρευνα & Ανάπτυξη. Σε κάθε

περίπτωση οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ελλάδα δεν επενδύουν σε Έρευνα & Ανάπτυξη, ενώ επίσης οι επιδόσεις τους σε καινοτομικές συνεργασίες δεν είναι υψηλές. Πιθανόν αντλούν από ετερόκλητες πηγές γνώσης και πληροφοριών, όπως η αγορά του εξωτερικού και πιθανόν από δημόσια ερευνητικά κέντρα.

Τέλος, ουσιαστικά απουσιάζει με βάση τον ανάλογο υποδείκτη η κουλτούρα δια βίου μάθησης στην Ελλάδα, η οποία είναι ουραγός της κατάταξης. Σύμφωνα με την απόλυτη βαθμολογία, η Ελλάδα είναι στο 10% του μέσου όρου της Ευρωπαϊκής Ένωσης και στο 4% περίπου του ηγέτη. Αυτό αποδεικνύει το κενό που έχει να καλυφθεί μιας και η δια βίου μάθηση θεωρείται οδηγός καινοτομίας και επιχειρηματικότητας.

4.3.2 Η Καινοτομία στην Ελλάδα σε Σχέση με Άλλες Χώρες

Η Πορτογαλία είναι μια χώρα που βρίσκεται αρκετά κοντά στα χαρακτηριστικά της Ελλάδας, με ανοδική πορεία συνολικού δείκτη καινοτομίας (θετική ποσοστιαία αύξηση δείκτη 2003 – 2007). Ωστόσο υπάρχουν διαφορές με την Ελλάδα σε αρκετούς υποδείκτες. Οι κυριότερες διαφορές είναι οι εξής⁵¹:

- **Εισροές:** Η Πορτογαλία δαπανά περισσότερο σε Τεχνολογία Επιχειρηματικότητας και έχει αναλογικά με τον πληθυσμό περισσότερους αποφοίτους Θετικών Επιστημών και Πολυτεχνείων. Η Ελλάδα υπερτερεί σε ποσοστά Ανώτατης εκπαίδευσης και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης ενώ οι μικρομεσαίες της επιχειρήσεις, δαπανούν περισσότερα για καινοτομία συνολικά.
- **Συνθήκες:** Η Πορτογαλία έχει μεγαλύτερη διείσδυση ευρυζωνικών γραμμών και υποστήριξη με κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου. Η Ελλάδα υπερτερεί σε ποσοστά Έρευνας & Ανάπτυξης υψηλής – μεσαίας τεχνολογίας και σε επιχορηγήσεις από το δημόσιο.
- **Εκροές:** Η Πορτογαλία υπερτερεί σε εμπορικά σήματα και νέους σχεδιασμούς προϊόντων, ενώ στις υπόλοιπες κατηγορίες οι διαφορές με την Ελλάδα είναι μικρές. Και οι δύο χώρες έχουν χαμηλές πατέντες όπως και εξαγωγές υψηλής τεχνολογίας.

⁵¹ «Η Καινοτομία στην Ελλάδα: Συγκριτική Αξιολόγηση με Διεθνείς Δείκτες, Πολιτικές, Προτάσεις Στρατηγικής», Ίδρυμα Κόκκαλη, 2009

Με την Ισπανία η Ελλάδα υπερτερεί σημαντικά στις δαπάνες για Καινοτομία, ενώ η πρόοδος της Ελλάδας σε Εκπαίδευση Νέων, σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις οργανωσιακής καινοτομίας και σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις που καινοτομούν εσωτερικά, οι δύο χώρες μοιάζουν να συγκλίνουν. Παρατηρείται δηλαδή ότι, ποιοτικά, η Ελλάδα ενώ παραμένει ισχυρή σε ίδιους υποδείκτες με αυτούς της σύγκρισης με την Πορτογαλία και βελτιώνει το επίπεδο εκπαίδευσης νέων, δεν υπεισέρχεται βελτίωση σε εκροές καινοτομίας, μιας και σε κατοχύρωση διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας και Εμπορικών σημάτων και σε δαπάνες επιχειρήσεων για Έρευνα & Ανάπτυξη, η Ελλάδα υστερεί σημαντικά.

Με την Ιταλία ακολουθείται παρόμοιο μοτίβο. Σε σχέση με την Εσθονία, χώρα σε ανοδική τροχιά, έχει υψηλές επιδόσεις σε δαπάνες Τεχνολογίας & Επιχειρηματικότητας και ευρυζωνικότητα. Επιπλέον, έχει καλύτερες επιδόσεις από την Ελλάδα σε συνεργασίες μικρομεσαίων επιχειρήσεων για καινοτομία. Η Ελλάδα υπερτερεί μόνο στις επιχορηγήσεις από το Δημόσιο, για καινοτομία και στις συνολικές δαπάνες για καινοτομία. Βέβαια, στις πατέντες, η Εσθονία όπως και η Ελλάδα, υστερεί σημαντικά. Τέλος, η Ελλάδα συγκρινόμενη με τον ηγέτη της κατάταξης, τη Σουηδία, προσεγγίζει τις επιδόσεις της Σουηδίας μόνο σε εκπαίδευση νέων, δαπάνες για καινοτομία και υπερτερεί στις πωλήσεις προϊόντων νέων στην εταιρεία αλλά όχι στην αγορά. Αυτό μάλλον δείχνει την ευρεία, διασταλτική ερμηνεία της καινοτομίας σε αντίθεση με τη στενή στη Σουηδία.

Στους υπόλοιπους δείκτες υστερεί σημαντικά, ιδιαίτερα στα κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου, σε δαπάνες επιχειρήσεων για Έρευνα & Ανάπτυξη και στην κατοχύρωση διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας και εμπορικών σημάτων. Η περίπτωση της Σουηδίας καθώς και άλλων μικρών χωρών στην κορυφή της κατάταξης, δείχνει ότι υπάρχει διέξοδος. Προφανώς η διάθεση πόρων για Έρευνα & Ανάπτυξη από τις επιχειρήσεις, η επένδυση σε Τεχνολογία Επιχειρηματικότητας, η ενίσχυση των δημοσίων δαπανών για Έρευνα & Ανάπτυξη και της εκπαίδευσης, προβάλλουν ως σημαντικοί συντελεστές, όπως επίσης και η στήριξη των πρώτων σταδίων επιχειρηματικότητας. Όλοι αυτοί οι συντελεστές, διασφαλίζονται από τη Σουηδία και φαίνεται να οδηγούν τις υψηλές επιδόσεις της σε τελικό αποτέλεσμα: Νέα στην αγορά προϊόντα, Πατέντες κλπ. Αντίθετα, θα πρέπει να τονισθεί γιατί οι κρατικές επιχορηγήσεις είναι πολύ μικρές.

Λαμβάνοντας υπόψιν την επίδοση των χωρών προς σύγκριση μπορούμε να εξάγουμε ορισμένα συμπεράσματα, ως προς τα σημεία που η Ελλάδα έχει τις καλύτερες επιδόσεις της και εκείνα στα οποία υστερεί πολύ:

✓ Καλύτερα Σημεία

1. Τριτοβάθμια Εκπαίδευση
2. Επίπεδο Εκπαίδευσης Νέων
3. Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις που Επιχορηγούνται από το Δημόσιο για να Καινοτομούν
4. Συνολικές Δαπάνες Καινοτομίας
5. Μικρομεσαίες Οργανωσιακές Καινοτομίες
6. Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις που Καινοτομούν Εσωτερικά
7. Πωλήσεις Νέων στην Εταιρεία Προϊόντων

✓ Χειρότερα Σημεία

1. Κεφάλαιο Επιχειρηματικού Κινδύνου
2. Δαπάνες για Τεχνολογίες Πληροφορικής & Επικοινωνίας
3. Αριθμός Ευρυζωνικών Γραμμών
4. Επιχειρησιακές & Δημόσιες Δαπάνες για Έρευνα & Ανάπτυξη
5. Διά Βίου Μάθηση
6. Διπλώματα Ευρεσιτεχνίας & Εμπορικά Σήματα
7. Εξαγωγές Προϊόντων Υψηλής Τεχνολογίας

4.4 Η Ανταγωνιστικότητα στην Ελλάδα

4.4.1 Η Κατάταξη της Ελλάδας

Η κατάταξη στους υποδείκτες της Παγκόσμιας Επετηρίδας Ανταγωνιστικότητας (World Competitiveness Yearbook), καταδεικνύει τη χαμηλή συνολική επίδοση της Ελλάδας σε καινοτομία. Στην πλειοψηφία των υποδεικτών, η Ελλάδα καταλαμβάνει τις τελευταίες θέσεις της κατάταξης, ανάμεσα στις 34 χώρες προς σύγκριση, με τις Εισροές και τις Συνθήκες καινοτομίας να πρωταγωνιστούν σε χαμηλές θέσεις. Ιδιαίτερα χαμηλές είναι οι

επιδόσεις σε Εκπαίδευση σε Management και στις δεξιότητες, στον προσανατολισμό επενδύσεων σε νέες τεχνολογίες και στη διεθνοποίηση (κλειστή οικονομία). Επίσης, σε χαμηλά επίπεδα τοποθετείται η Ελλάδα ως προς τη διατήρηση ταλέντων, των τεχνολογικών συνεργασιών μεταξύ εταιρειών και τη μεταφορά γνώσης μεταξύ πανεπιστημίων και εταιρειών. Η υψηλή γραφειοκρατία και η δυσκολία δημιουργίας επιχειρήσεων συμπληρώνουν την εικόνα μιας συστημικής υστέρησης⁵².

Σε σχετικά καλύτερες θέσεις βρίσκεται η Ελλάδα σε εξειδικευμένο εργατικό δυναμικό και σε Εθνική κουλτούρα, ανοιχτή σε νέες ιδέες, όπου τοποθετείται περίπου στο μέσο της συνολικής κατάταξης. Επίσης, στην προστασία περιουσίας και ασφάλειας βρίσκεται λίγο πιο κάτω από το μέσο της κατάταξης. Σε εκροές καινοτομίας η Ελλάδα εξακολουθεί να είναι χαμηλά αλλά η εικόνα είναι αρκετά καλύτερη σε σχέση με εκροές άλλων δεικτών καινοτομίας που αναφέρθηκαν ανωτέρω. Εν μέρει αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι υποδείκτες εκροών αυτή τη φορά μετράνε διαφορετικά πράγματα. Η κατάταξη της Ελλάδας, στους επιμέρους υποδείκτες, φαίνεται συνοπτικά στον παρακάτω πίνακα, όπου παρουσιάζεται και ο ηγέτης της κατάταξης, καθώς επίσης και ποιές χώρες από τις προς σύγκριση υπερτερούν ή υστερούν έναντι της Ελλάδας.

Πίνακας 16: Κατάταξη της Ελλάδος στους Υποδείκτες του Ευρωπαϊκού Πίνακα Ανταγωνιστικότητας (2007)

	Κατάταξη Ελλάδας	Ηγέτης	Συσχέτιση με άλλες προς Σύγκριση Χώρες
Εισροές Καινοτομίας			
Διαθέσιμο Εξειδικευμένο Δυναμικό	17/34	Ισραήλ	<ul style="list-style-type: none"> • Ελλάδα στο μέσο των χωρών προς σύγκριση • Τουρκία, Ρωσία, Ουγγαρία υψηλότερα από Ελλάδα • Φινλανδία, Νορβηγία, Ην. Βασίλειο, Ισπανία και Κίνα χαμηλότερα από Ελλάδα
Ικανά Ανώτερα Στελέχη	22/34	Αυστρία	<ul style="list-style-type: none"> • Τουρκία, Ρωσία, Ουγγαρία,

⁵² «Η Καινοτομία στην Ελλάδα: Συγκριτική Αξιολόγηση με Διεθνείς Δείκτες, Πολιτικές, Προτάσεις Στρατηγικής», Ίδρυμα Κόκκαλη, 2009

			<p>Ιταλία υψηλότερα από Ελλάδα</p> <ul style="list-style-type: none"> Εσθονία, Τσεχία, Πορτογαλία, Ισπανία, Ρουμανία και Κίνα χαμηλότερα από Ελλάδα
<p>Σύνολο Προσωπικού για Έρευνα & Ανάπτυξη Εθνικά, με το Ισοδύναμο Πλήρους Απασχόλησης</p>	24/34	Φινλανδία	<ul style="list-style-type: none"> Ρωσία, Τσεχία, Ισπανία, Ιταλία, Σλοβενία και Ουκρανία υψηλότερα Ιταλία, Πορτογαλία, Ρουμανία, Κίνα και Τουρκία χαμηλότερα από Ελλάδα
<p>Προσέλκυση και Διακράτηση Ταλέντων από τις Εταιρείες</p>	29/34	Δανία	<ul style="list-style-type: none"> Τουρκία, Τσεχία, Ισπανία, Σλοβενία και Κίνα υψηλότερα από Ελλάδα Ρουμανία, Βουλγαρία, Ιταλία, Πορτογαλία χαμηλότερα από Ελλάδα
<p>Εκπαίδευση σε Management</p>	30/34	Ελβετία	<ul style="list-style-type: none"> Εσθονία, Τσεχία, Πορτογαλία, Τουρκία και Ιταλία υψηλότερα από Ελλάδα Ισπανία, Ρωσία, Ρουμανία, Βουλγαρία χαμηλότερα από Ελλάδα Πολύ χαμηλή η θέση της Ελλάδας
<p>Δεξιότητες σε Τεχνολογία Επικοινωνιών & Πληροφορικής</p>	30/34	Σουηδία	<ul style="list-style-type: none"> Ουγγαρία, Τσεχία, Τουρκία, Πορτογαλία, Ρωσία, Ιταλία, Ισπανία, Εσθονία υψηλότερα από Ελλάδα Βουλγαρία και Ρουμανία

			<p>χαμηλότερα από Ελλάδα</p> <ul style="list-style-type: none"> • Πολύ χαμηλή η θέση της Ελλάδας
Τεχνολογικές Συνεργασίες Μεταξύ Εταιρειών	29/34	Σουηδία	<ul style="list-style-type: none"> • Ουγγαρία, Τσεχία, Τουρκία, Πορτογαλία, Ρωσία, Ιταλία, Ισπανία, Εσθονία υψηλότερα από Ελλάδα • Τουρκία, Ισπανία, Βουλγαρία, χαμηλότερα από Ελλάδα • Πολύ χαμηλή η θέση της Ελλάδας
Άρτια Εκπαιδευμένο Προσωπικό από Ξένες Χώρες	26/34	Ελβετία	<ul style="list-style-type: none"> • Ισπανία, Τσεχία, Ρωσία, Κίνα, Τουρκία, Εσθονία, Ουγγαρία υψηλότερα από Ελλάδα • Τσεχία, Ισπανία υψηλότερα από Σκανδιναβικές χώρες από Γερμανία • Πορτογαλία, Σλοβενία, Ιταλία, Λιθουανία χαμηλότερα από Ελλάδα
Συνθήκες Καινοτομίας 1 (Δημόσιες Πολιτικές)			
Γραφειοκρατία	28/24	Δανία	<ul style="list-style-type: none"> • Εσθονία, Τσεχία, Τουρκία, Πορτογαλία, Ισπανία υψηλότερα από Ελλάδα • Βουλγαρία, Ιταλία, Ρωσία, Ρουμανία χαμηλότερα • Πολύ χαμηλότερη η θέση της Ελλάδας (γραφειοκρατική χώρα)
Παράλληλη Οικονομία	28/34	Ελβετία	<ul style="list-style-type: none"> • Εσθονία, Τσεχία, Πορτογαλία, Ισπανία,

			<p>Ιταλία, Ουγγαρία υψηλότερα από Ελλάδα</p> <ul style="list-style-type: none"> • Τουρκία, Ρωσία, Βουλγαρία χαμηλότερα από Ελλάδα
<p>Προστασία Προσωπικής Ασφάλειας & Περιουσίας</p>	21/34	Ελβετία	<ul style="list-style-type: none"> • Ουγγαρία, Πορτογαλία, Εσθονία, Τουρκία υψηλότερα από Ελλάδα • Ελλάδα υψηλότερα από Ην. Βασίλειο • Ιταλία, Ισπανία, Βουλγαρία, Λιθουανία, Ρωσία χαμηλότερα από Ελλάδα
<p>Ευκολία Δημιουργίας Επιχείρησης</p>	28/34	Εσθονία	<ul style="list-style-type: none"> • Εσθονία, Τουρκία, Πορτογαλία, Τσεχία, Ισπανία, Ουγγαρία υψηλότερα από Ελλάδα • Ιταλία, Ρουμανία, Ρωσία χαμηλότερα από Ελλάδα • Πολύ χαμηλή η θέση της Ελλάδας (μεγάλη δυσκολία δημιουργίας επιχείρησης)
<p>Επενδύσεις Δημοσίου & Ιδιωτικού Τομέα που Στηρίζουν τις Νέες Τεχνολογίες</p>	30/34	Η.Π.Α.	<ul style="list-style-type: none"> • Εσθονία, Ρωσία, Ισπανία, Ουγγαρία, Τσεχία, Ρουμανία, Πορτογαλία υψηλότερα από Ελλάδα • Τουρκία & Ιταλία χαμηλότερα από Ελλάδα • Πολύ χαμηλή η θέση της Ελλάδας
Συνθήκες Καινοτομίας 2 (Ποιοτικές Στάσεις)			
<p>Δωροδοκία & Διαφθορά</p>	27/34	Δανία	<ul style="list-style-type: none"> • Εσθονία, Ισπανία, Πορτογαλία, Τουρκία, Ιταλία, Τσεχία υψηλότερα

			<p>από Ελλάδα</p> <ul style="list-style-type: none"> • Λιθουανία, Ρουμανία, Ρωσία χαμηλότερα από Ελλάδα • Μεγάλος βαθμός διαφθοράς στην Ελλάδα
Εθνική Κουλτούρα Ανοιχτή σε Νέες Ιδέες	21/34	Ιρλανδία	<ul style="list-style-type: none"> • Εσθονία, Τσεχία, Ισπανία, Ιταλία, Τουρκία υψηλότερα από Ελλάδα • Ρωσία, Νορβηγία, Ιαπωνία, Γαλλία, Σλοβενία χαμηλότερα από Ελλάδα • Συγκριτικά ικανοποιητική θέση της Ελλάδας
Ευελιξία & Προσαρμοστικότητα σε Νέες Εξελίξεις	25/34	Ισραήλ	<ul style="list-style-type: none"> • Τουρκία, Ρουμανία, Ιταλία, Πορτογαλία, Εσθονία, Βουλγαρία, Ρωσία, Τσεχία υψηλότερα από Ελλάδα • Τουρκία & Ρουμανία αρκετά υψηλή στην κατάταξη (ευέλικτες κοινωνίες σε νέες εξελίξεις) • Ισπανία, Γερμανία, Γαλλία χαμηλότερα από Ελλάδα (υπεροχή της Ελλάδας)
Σύστημα Αξιών που Υποστηρίζει την Ανταγωνιστικότητα	26/34	Η.Π.Α.	<ul style="list-style-type: none"> • Τουρκία, Εσθονία, Τσεχία, Σλοβενία, Λιθουανία υψηλότερα από Ελλάδα • Ισπανία, Ιταλία, Πορτογαλία, Ρωσία,

			<p>Βουλγαρία χαμηλότερα από Ελλάδα</p> <ul style="list-style-type: none"> • Χαμηλή υποστήριξη της ανταγωνιστικότητας από το σύστημα αξιών της Ελλάδας, αλλά από τα υψηλότερα της Μεσογείου
Αξιοπιστία των Στελεχών	21/34	Δανία	<ul style="list-style-type: none"> • Τουρκία, Πορτογαλία, Εσθονία, Σλοβενία υψηλότερα από Ελλάδα • Σε αρκετά καλή κατάταξη η Ελλάδα • Ιταλία, Ισπανία, Τσεχία, Ουγγαρία, Γερμανία, Ρωσία, Ρουμανία χαμηλότερα από Ελλάδα
Εκροές Καινοτομίας			
Αριθμός Διπλωμάτων Ευρεσιτεχνίας εν ενεργεία (ανά 100.000 κατοίκους)	16/34	Λουξεμβούργο	<ul style="list-style-type: none"> • Πορτογαλία και Ισπανία υψηλότερα από Ελλάδα • Πολύ μεγάλη απόσταση από την ηγέτιδα χώρα το Λουξεμβούργο
Δημοσιευμένα Επιστημονικά Άρθρα (σε χιλιάδες)	20/34	Η.Π.Α.	<ul style="list-style-type: none"> • Ιταλία, Ισπανία, Ρωσία, Τουρκία υψηλότερα από Ελλάδα • Τσεχία, Πορτογαλία, Εσθονία, Λιθουανία, Ρουμανία χαμηλότερα από Ελλάδα
Άμεσες Ροές Επενδύσεων στο Εξωτερικό	25/34	Ουγγαρία	<ul style="list-style-type: none"> • Ισπανία, Εσθονία, Ρωσία, Ιταλία, Πορτογαλία υψηλότερα από Ελλάδα • Τσεχία, Τουρκία,

			Λιθουανία, Βουλγαρία χαμηλότερα από Ελλάδα
--	--	--	---

Πηγή: Europe in Figures, Eurostat yearbook 2007, EU

4.4.2 Η Ανταγωνιστικότητα στην Ελλάδα σε Σχέση με Άλλες Χώρες

Σε υποδείκτες Συνολικού προσωπικού που απασχολείται σε Έρευνα & Ανάπτυξη αλλά και σε εκπαιδευμένο εργατικό δυναμικό από ξένες χώρες, πολλές μικρότερες οικονομίες, με εξαίρεση την Ιταλία, την Πορτογαλία και την Βουλγαρία υπερτερούν της Ελλάδας. Σε σχετικά ικανοποιητικά επίπεδα βρίσκεται η Ελλάδα σε εξειδικευμένο εργατικό δυναμικό, όπου παρά το γεγονός ότι υπολείπεται της Τουρκίας, της Ρωσίας και της Ιταλίας είναι στο μέσο περίπου της κατάταξης ξεπερνώντας αρκετές ανταγωνιστικές οικονομίες⁵³.

Σε διαθεσιμότητα ικανών ανώτερων στελεχών χειροτερεύει λίγο η κατάταξη, αλλά είναι καλύτερη από τις μικρές χώρες, όπως η Πορτογαλία, η Ισπανία, η Σλοβενία και η Τσεχία. Η Τουρκία τοποθετείται υψηλά σε αυτό το δείκτη. Επιπλέον, η Ελλάδα δεν φαίνεται να προσελκύει άρτια εκπαιδευμένο προσωπικό από ξένες χώρες. Εν μέρει αυτό μπορεί να αποδοθεί στη διαθεσιμότητα εξειδικευμένου προσωπικού στην εγχώρια αγορά εργασίας. Στον τομέα της Έρευνας & Ανάπτυξης, η εικόνα είναι χειρότερη. Αυτό καταδεικνύει και ο αριθμός προσωπικού που απασχολείται σε Έρευνα & Ανάπτυξη. Σε εκπαίδευση management, η Ελλάδα βρίσκεται πολύ χαμηλά σε σχέση με τις προς σύγκριση χώρες, παρά την ανάπτυξη MBA 's και άλλων μεταπτυχιακών τα τελευταία χρόνια.

Σε συνθήκες δημόσιων πολιτικών η Ελλάδα υστερεί σημαντικά σε όλους τους υποδείκτες, εκτός της προστασίας προσωπικής περιουσίας και ασφάλειας. Πιο συγκεκριμένα, οι επενδύσεις δημοσίου και ιδιωτικού τομέα δεν στηρίζουν τις νέες τεχνολογίες. Η γραφειοκρατία και η δυσκολία δημιουργίας επιχειρήσεων, αναδεικνύονται ξανά ως αρνητικοί παράγοντες, αποτρέποντας τις επενδύσεις σε νέες καινοτομικές ιδέες. Αντίστοιχα χαμηλή είναι η θέση της Ελλάδας σε μεταφορά γνώσης μεταξύ πανεπιστημίων και εταιρειών.

⁵³ «Η Καινοτομία στην Ελλάδα: Συγκριτική Αξιολόγηση με Διεθνείς Δείκτες, Πολιτικές, Προτάσεις Στρατηγικής», Ίδρυμα Κόκκαλη, 2009

Σε ορισμένες συνθήκες ποιοτικών στάσεων τα πράγματα είναι πιο ενθαρρυντικά. Ο βαθμός στον οποίο η εθνική κουλτούρα της Ελλάδας είναι ανοιχτή σε νέες ιδέες, είναι καλύτερος από ότι σε οικονομίες όπως Νορβηγία, και η Γαλλία. Το γεγονός αυτό είναι ενδεικτικό για την ανάπτυξη κουλτούρας καινοτομίας και ανταγωνιστικότητας στην Ελλάδα, παρά το ενθαρρυντικό γεγονός ότι υπάρχουν δυσκολίες στην υλοποίηση των ιδεών στην πράξη. Σε συνδυασμό με τη χαμηλή, αλλά υψηλότερη από όλες τις μεσογειακές χώρες θέση της Ελλάδας σε σύστημα αξιών που υποστηρίζει την ανταγωνιστικότητα φαίνεται ότι υπάρχει, σε ένα βαθμό, μια κουλτούρα καινοτομίας στην Ελληνική κοινωνία, που όμως δε φαίνεται να βρίσκει διέξοδο στην εφαρμογή. Και αυτό, εξαιτίας της μη ευνοϊκής ύπαρξης δομών και διαδικασιών, για παράδειγμα γραφειοκρατία, μη καταγεγραμμένη οικονομική δραστηριότητα, αλλά και διαφθορά. Είναι επίσης θετικό το γεγονός ότι τα στελέχη της Ελλάδας κατατάσσονται σε αξιοπιστία κοντά στο μέσο της κατάταξης, γεγονός που είναι ενδεικτικό του βαθμού εκτίμησης και αναγνώρισης τους στην κοινωνία κάτι που δεν συμβαίνει σε ικανοποιητικό βαθμό με τα στελέχη της Ρωσίας, της Γερμανίας, της Τσεχίας και της Ιταλίας.

Τα πράγματα είναι διαφορετικά αναφορικά με το βαθμό στον οποίο η οικονομία της Ελλάδας είναι «ανοιχτή» και συνεπώς έχει τις δυνατότητες να επωφεληθεί από το παγκόσμιο διαμερισμό καινοτομίας. Η χαμηλή της θέση δείχνει την απροθυμία της κοινωνίας να «ολοκληρωθεί» με τον υπόλοιπο κόσμο και να διαμοιράζεται ιδέες και καινοτομία χωρίς να παραγνωρίζεται ότι η συμμετοχή στο παγκόσμιο εμπόριο εξαρτάται και από άλλους εγγενείς παράγοντες. Εξαιτίας αυτών των παραγόντων οι Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής και η Ιαπωνία, είναι χαμηλότερα σε κατάταξη από την Ελλάδα.

Σε εκροές καινοτομίας η κατάταξη της Ελλάδας κρίνεται πιο ενθαρρυντική. Η θέση της Ελλάδας σε πατέντες εν ενεργεία είναι περίπου στο μέσο της κατάταξης, όμως σε απόλυτη βαθμολογία φαίνεται να απέχει πολύ από τις ηγέτιδες χώρες. Ο δείκτης πατεντών καταδεικνύει την πυκνότητα των πατεντών σε μια χώρα, παρά την πραγματική κατάταξη των χωρών σε αριθμό πατεντών. Η Ελλάδα λοιπόν τοποθετείται σε ικανοποιητική σειρά σε αυτό το δείκτη, υπερτερώντας μεγαλύτερων οικονομιών όπως η Ολλανδία, η Αυστρία, η Δανία και η Ελβετία, που παραδοσιακά παρουσιάζουν πιο εξελιγμένες συνθήκες καινοτομίας και ανάπτυξης κουλτούρας κατοχύρωσης.

Η παραγωγικότητα της Ελλάδας σε επιστημονικά άρθρα είναι λίγο κάτω από το μέσο της συνολικής κατάταξης, με τον ηγέτη, τις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής, να υπερτερεί σε απόλυτο αριθμό κατά πολύ όλων των υπολοίπων χωρών. Βέβαια αρκετές μικρότερες αλλά και μεγαλύτερες από την Ελλάδα χώρες, βρίσκονται χαμηλότερα από αυτή, καταδεικνύοντας ότι παρά την μεγάλη απόσταση από τους ηγέτες της κατάταξης, η παραγωγικότητα σε επιστημονικά άρθρα βρίσκεται σε ικανοποιητικά επίπεδα. Τέλος, η θέση της Ελλάδας σε επενδύσεις στο εξωτερικό είναι μεταξύ μέσου και χαμηλού. Στον τομέα αυτό η Ελλάδα παρουσιάζει βελτίωση τα τελευταία χρόνια.

Κεφάλαιο 5^ο: Αναδιάρθρωση & Ενίσχυση της Επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα

5.1 Η Οικονομική Κρίση & η Ίδρυση Επιχειρήσεων

Η ελληνική οικονομία διέρχεται τη σοβαρότερη ύφεση της μεταπολεμικής περιόδου. Μολονότι η οικονομική πολιτική έχει θέσει επίκεντρο και δικαίως, τα δημοσιονομικά προβλήματα, είναι φανερό ότι η επανεκκίνηση της ανάπτυξης αποτελεί επιτακτική ανάγκη. Συχνά οι προτεινόμενες αναπτυξιακές πολιτικές περιγράφονται ως προσανατολισμένες στην «απελευθέρωση της επιχειρηματικότητας». Εκτός από τις ξένες άμεσες επενδύσεις και τις ήδη λειτουργούσες επιχειρήσεις, μια σημαντική εισροή στην υφιστάμενη επιχειρηματικότητα είναι οι νέες επιχειρήσεις που ιδρύονται, οι οποίες στο πλαίσιο του Global Entrepreneurship Monitor (G.E.M.), αναφέρονται ως «επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων». Για μια χώρα σαν την Ελλάδα, όπου το 98% των επιχειρήσεων απασχολούν λιγότερα από δέκα (10) άτομα, η επιχειρηματικότητα αυτή συνιστά προφανώς μια σοβαρή συνιστώσα της συνολικής προσφοράς επιχειρηματικότητας σε ετήσια βάση. Στην παρούσα λοιπόν χρονική συγκυρία, έχει ενδιαφέρον να εξεταστούν οι επιπτώσεις της τρέχουσας οικονομικής κρίσης στην εμφάνιση και την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ελλάδα⁵⁴.

Η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων στην Ελλάδα εκτινάχθηκε το 2008 στο 9,9%, μοναδικό φαινόμενο στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Είναι δε αξιοσημείωτο ότι, κατά το 2008 η παγκόσμια κρίση αποτελούσε για την ελληνική οικονομία περισσότερο έναν απόηχο από την Δυτική Ευρώπη και κυρίως τις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής, παρά μια ορατή πραγματικότητα. Φαίνεται, λοιπόν, ότι μπροστά στο φόβο της επερχόμενης κρίσης, οι Έλληνες επέλεξαν αυτό που γνωρίζουν καλά, στράφηκαν, δηλαδή, προς την αυτοαπασχόληση. Ο τρόπος αυτός αντίδρασης παρατηρείται σε χώρες χαμηλού επιπέδου ανάπτυξης και όχι σε ανεπτυγμένες χώρες, στις οποίες ανήκει η Ελλάδα.

Ταυτόχρονα, οι ήδη χαμηλοί ποιοτικοί δείκτες της νέας επιχειρηματικότητας συρρικνώνονται περαιτέρω. Η επιχειρηματικότητα ανάγκης αυξάνεται, γεγονός που υποδηλώνει ότι η μεγάλη άνοδος του δείκτη νέας επιχειρηματικότητας προέρχεται κυρίως από άτομα που αποφασίζουν να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά ορμώμενοι από φόβο για

⁵⁴ I.O.B.E., «Αποτελέσματα ερευνών οικονομικής συγκυρίας», Μελέτη, 2010

το μέλλον των θέσεων εργασίας τους. Η εικόνα επιδεινώνεται επιπλέον στην καινοτομικότητα (λιγότερες νέες επιχειρήσεις προσφέρουν καινοτομικά προϊόντα και υπηρεσίες). Με άλλα λόγια, οι πρώτες ενδείξεις της κρίσης στην Ελλάδα πλήττουν κυρίως τα ποιοτικά χαρακτηριστικά της νέας επιχειρηματικότητας.

Η ίδια εικόνα, και μάλιστα πιο ευδιάκριτη, προκύπτει από την έρευνα του Global Entrepreneurship Monitor (G.E.M.), για το 2009. Η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων υποχωρεί στο 8,8%, παραμένοντας βεβαίως πολύ υψηλότερη σε σύγκριση με το παρελθόν. Υψηλή παραμένει ακόμα η επιχειρηματικότητα ανάγκης, γεγονός που υποδηλώνει ότι το κίνητρο της εξασφάλισης απασχόληση εξακολουθεί να παίζει σημαντικό ρόλο στην επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Η έρευνα του Entrepreneurship Monitor (G.E.M.), για το 2009, συμπεριέλαβε ερωτήματα που σχετίζονται με τη δύσκολη οικονομική συγκυρία και εξετάζουν ακριβώς αυτές τις αντιδράσεις των επιχειρηματιών σε κάθε χώρα. Οι επιχειρηματίες ρωτήθηκαν κατά πόσο η ίδρυση και η διατήρηση μιας επιχείρησης είναι δυσκολότερη το 2009 σε σχέση με το 2008, καθώς και για το βαθμό στον οποίο η κρίση συρρικνώνει τις επιχειρηματικές ευκαιρίες.

Οι απαντήσεις των Ελλήνων επιχειρηματιών στις ερωτήσεις αυτές παρουσιάζουν σημαντικό ενδιαφέρον. Γενικότερα, οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες εμφανίζονται περισσότερο απαισιόδοξοι από ότι οι νέοι, γεγονός που μπορεί να αποδοθεί στη μεγαλύτερη εμπειρία, την τριβή με τα καθημερινά προβλήματα και τη βαθύτερη αντίληψη των απαιτήσεων για τη λειτουργία μιας επιχείρησης των καθιερωμένων επιχειρηματιών συγκριτικά με τους νέους. Πιο συγκεκριμένα, όσον αφορά στην ίδρυση μιας νέας επιχείρησης, τρεις στους τέσσερις καθιερωμένους Έλληνες επιχειρηματίες κρίνουν ότι το 2009 κάτι τέτοιο ήταν σχετικά δυσκολότερο συγκριτικά με το 2008, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων αγγίζει οριακά το 70%. Ενδιαφέρον έχει το γεγονός ότι μόλις ένας στους δέκα επιχειρηματίες (καθιερωμένοι και αρχικών σταδίων), δήλωσε πως αντιμετώπισε πολύ λιγότερες δυσκολίες κατά το 2009 στην προσπάθεια του να ιδρύσει μια επιχείρηση.

Πίνακας 17: Απόψεις Ελλήνων Επιχειρηματιών Σχετικά με τη Δυσκολία Ίδρυσης μιας Επιχείρησης

	Καθιερωμένοι επιχειρηματίες	Επιχειρηματίες αρχικών σταδίων
Πιο δύσκολη	65,9	53,1
Σχετικά πιο δύσκολη	9,1	15,9
Αμετάβλητος βαθμός δυσκολίας	14,5	20,7
Σχετικά λιγότερο δύσκολη	6	5,8
Λιγότερο δύσκολη	4,5	4,5
ΣΥΝΟΛΟ	100	100

Πηγή: I.O.B.E.

Στο διεθνές περιβάλλον, οι επιχειρηματίες που δραστηριοποιούνται σε χώρες οι οποίες βασίζονται στο χαμηλό κόστος των παραγωγικών συντελεστών φαίνεται να αντιμετωπίσαν λιγότερες δυσκολίες στην ίδρυση μιας επιχείρησης. Αυτό αποδίδεται στο γεγονός ότι οι περισσότεροι επιχειρηματίες σε αυτές τις χώρες ωθούνται από ανάγκη και δεν έχουν ουσιαστικά επαφή με τις χρηματαγορές. Η χρηματοοικονομική κρίση, δηλαδή, δεν επηρέασε τελικά την επιχειρηματικότητα σε αυτές τις χώρες. Οι χώρες που βασίζονται στην αποτελεσματικότητα, είναι περισσότερο συνδεδεμένες με τις παγκόσμιες αγορές χρήματος και δανεισμού, οι οικονομίες τους επηρεάστηκαν από την χρηματοοικονομική κρίση και ως εκ τούτου, οι επιχειρηματίες τους χαρακτηρίζονται από εντονότερη απαισιοδοξία.

Τα αποτελέσματα στη Ελλάδα συνάδουν με αυτά των χωρών καινοτομίας, όπου ο βαθμός δυσκολίας έναρξης μιας επιχείρησης φαίνεται να είναι ευθέως ανάλογος του τύπου επιχειρηματικότητας (επίδοξη, νέα, καθιερωμένη). Εντούτοις, τα αποτελέσματα της Ελλάδας είναι δυσμενέστερα έναντι των υπόλοιπων χωρών καινοτομίας: οι εγχώριοι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων φαίνεται να αντιμετωπίσαν τις εντονότερες δυσκολίες για την ίδρυση μιας επιχείρησης, πίσω μόνο από την Ισλανδία και την Ισπανία. Αντιθέτως, οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες βρίσκονται στη μέση της σχετικής κατάταξης των χωρών καινοτομίας.

Πέρα όμως, από την ίδρυση νέων επιχειρήσεων, το Global Entrepreneurship Monitor (G.E.M.), έκρινε σημαντική τη διερεύνηση των επιπτώσεων της κρίσης και τη διατήρηση ή

ανάπτυξη των ήδη υφιστάμενων επιχειρήσεων που αποτελούν, στις περισσότερες αναπτυγμένες τουλάχιστον χώρες, τον κυριότερο εργοδότη της οικονομίας. Και πάλι, οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες στην Ελλάδα εκφράζουν εντονότερη απαισιοδοξία για τις προοπτικές ανάπτυξης της επιχείρησής τους από τους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων. Ταυτόχρονα, μόλις το 13% των καθιερωμένων και το 17,5% των νέων και επίδοξων επιχειρηματιών αναγνωρίζουν ευκαιρίες ανάπτυξης μιας επιχείρησης εν μέσω της επικρατούσας κρίσης.

Πίνακας 17: Απόψεις Ελλήνων Επιχειρηματιών Διαφορετικών Σταδίων Σχετικά με τη Δυσκολία Ανάπτυξης μιας Επιχείρησης

	Καθιερωμένοι επιχειρηματίες	Επιχειρηματίες αρχικών σταδίων
Πιο δύσκολη	44,9	35,8
Σχετικά πιο δύσκολη	17,3	11,9
Αμετάβλητος βαθμός δυσκολίας	23,5	34,8
Σχετικά λιγότερο δύσκολη	9,4	10,5
Λιγότερο δύσκολη	4,9	6,9
ΣΥΝΟΛΟ	100	100

Πηγή: I.O.B.E.

Στο σύνολο των χωρών του Global Entrepreneurship Monitor (G.E.M.), οι επιχειρηματίες δήλωσαν πως αντιμετώπισαν λιγότερα προβλήματα σχετικά με την ανάπτυξη, παρά με την ίδρυση μιας επιχείρησης. Σε σύγκριση με τις υπόλοιπες χώρες καινοτομίας, οι απαντήσεις των Ελλήνων επιχειρηματιών αρχικών σταδίων υποδηλώνουν την αντιμετώπιση πολύ έντονων δυσχερειών (4^ο υψηλότερο ποσοστό στις χώρες καινοτομίας) στην ανάπτυξη μιας επιχείρησης. Την ίδια θέση στην αντίστοιχη κατάταξη καταλαμβάνουν και οι καθιερωμένοι εγχώριοι επιχειρηματίες, με τους Ισπανούς, Κορεάτες και Ισλανδούς να εμφανίζονται ακόμα πιο προβληματισμένοι, περιγράφοντας ένα ακόμα δυσμενέστερο περιβάλλον στις χώρες τους.

5.2 Επίδραση της Οικονομικής Κρίσης στην Αναγνώριση Επιχειρηματικών Ευκαιριών

Στη σχετική ερώτηση της έρευνας του Global Entrepreneurship Monitor (G.E.M.), ζητήθηκε από τους επιχειρηματίες να αξιολογήσουν, κατά την άποψή τους, την επίδραση της οικονομικής ύφεσης στις επιχειρηματικές ευκαιρίες που υπάρχουν σε κάθε χώρα. Η πλειοψηφία των επιχειρηματιών στις χώρες που βασίζονται στο χαμηλό κόστος των παραγωγικών συντελεστών και στις χώρες που βασίζονται στην αποτελεσματικότητα, αναγνωρίζουν πλέον σαφώς λιγότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες. Από την άλλη πλευρά, σχεδόν ένας στους τέσσερις επιχειρηματίες αρχικών σταδίων στις χώρες καινοτομίας αναγνωρίζουν περισσότερες ευκαιρίες για τις επιχειρήσεις τους στην παρούσα χρονική συγκυρία. Εξάλλου, για άλλη μια φορά, εξάγεται το συμπέρασμα ότι είναι ευθεία η σχέση μεταξύ της εμπειρίας ενός επιχειρηματία και της απαισιοδοξίας ως προς το επιχειρηματικό περιβάλλον, δηλαδή, οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες είναι και οι πιο απαισιόδοξοι⁵⁵.

Σε σχέση με το προφίλ των επιχειρηματικών αρχικών σταδίων που πιστεύουν πως η κρίση συρρίκνωσε τις ευκαιρίες για την επιχείρησή τους, το 35,7% προέρχονται από τη μεταποίηση και το 45,7%, από υπηρεσίες προς τον τελικό καταναλωτή. Τα ποσοστά αυτά είναι σχεδόν ίσα με τα αντίστοιχα που ισχύουν για το σύνολο των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, ανεξάρτητα δηλαδή από το τι πιστεύουν για τις επιπτώσεις της κρίσης.

Πίνακας 18: Αναγνώριση Επιχειρηματικών Ευκαιριών το 2009, Συγκριτικά με το 2008, Ελλάδα (% θετικών απαντήσεων)

	Καθιερωμένοι επιχειρηματίες	Επιχειρηματίες αρχικών σταδίων
Περισσότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες	3,9	3
Σχετικά περισσότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες	6,7	6,9
Περίπου ίσες επιχειρηματικές ευκαιρίες	19,3	33,9
Σχετικά λιγότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες	21,3	16,5
Λιγότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες	48,9	39,8
ΣΥΝΟΛΟ	100	100

⁵⁵ I.O.B.E., «Αποτελέσματα ερευνών οικονομικής συγκυρίας», Μελέτη, 2010

Όσον αφορά στις επιπτώσεις της κρίσης στους επιμέρους κλάδους της οικονομίας, η αξιολόγηση των τάσεων πραγματοποιήθηκε με τη βοήθεια ενός συντελεστή σημαντικότητας. Όλοι οι τομείς δραστηριότητας της ελληνικής οικονομίας φαίνεται να έχουν πληγεί αρνητικά από την κρίση, σύμφωνα πάντα με τη θεώρηση των επιχειρηματιών και με κριτήριο τη διεύρυνση/περιορισμό των επιχειρηματικών ευκαιριών.

Πιο συγκεκριμένα, οι επιχειρήσεις του πρωτογενούς τομέα είναι αυτές που φαίνεται να έχουν πληγεί σε μεγαλύτερο βαθμό. Πάντως, ο αριθμός των αντίστοιχων εγχειρημάτων είναι μικρός και τα αντίστοιχα ποσοστά πρέπει να αντιμετωπίζονται με προσοχή. Όπως έχει παρατηρηθεί σε όλες τις ετήσιες έρευνες του Global Entrepreneurship Monitor (G.E.M.), των τελευταίων ετών, ο τομέας αυτός αντιμετωπίζει έντονες προκλήσεις και συρρικνώνεται όλο και περισσότερο κάθε χρόνο. Έτσι, η περαιτέρω συρρίκνωση των ήδη λίγων επιχειρηματικών ευκαιριών τέτοιων επιχειρήσεων είναι απόρροια της χρόνιας παθογένειας του πρωτογενούς τομέα.

Πίνακας 19: Αναγνώριση Επιχειρηματικών Ευκαιριών το 2009, Συγκριτικά με το 2008, Ελλάδα (% θετικών απαντήσεων)

	Πρωτογενής δραστηριότητα	Μεταποίηση	Παροχή υπηρεσιών σε επιχειρήσεις	Προϊόντα/υπηρεσίες προς τον τελικό καταναλωτή
Περισσότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες	-	1,5	-	0,7
Σχετικά περισσότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες	-	5,1	-	6,5
Περίπου ίσες επιχειρηματικές ευκαιρίες	-	31,7	41,3	30,7
Σχετικά λιγότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες	59,1	9,9	24,7	21,3
Λιγότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες	40,9	51,8	34	40,8
ΣΥΝΟΛΟ	100	100	100	100
Συντελεστής Σημαντικότητας	-70,5	-52,7	-46,4	-47,5

Πριν εξαχθούν τα όποια συμπεράσματα, είναι σημαντικό να εξεταστούν και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά αυτών των επιχειρήσεων που επλήγησαν περισσότερο από την κρίση σε όρους ευκαιριών, καθώς και κάποια δημογραφικά στοιχεία των εν λόγω επιχειρηματιών.

Αναφορικά με την καινοτομικότητα του προϊόντος/υπηρεσίας που εισάγει η επιχείρηση στην αγορά, φαίνεται πως η ανάπτυξη των επιχειρήσεων με πολύ καινοτόμα προϊόντα/υπηρεσίες δεν ανακόπηκε σημαντικά λόγω της κρίσης, μιας και από τις επιχειρήσεις που δήλωσαν ότι οι ευκαιρίες τους είναι πλέον σχετικά λιγότερες, μόλις το 9% αφορά σε επιχειρήσεις με έντονη καινοτομικότητα. Ταυτόχρονα, μόλις το 9% όσων δηλώνουν ότι η κρίση τους επηρέασε αρνητικά έχουν εισαγάγει τεχνολογίες και διεργασίες στη λειτουργία των επιχειρήσεών τους που είναι πολύ πρόσφατες (διαθέσιμες στην αγορά λιγότερο από ένα χρόνο). Με άλλα λόγια, φαίνεται πως τα πιο τεχνολογικά προηγμένα εγχειρήματα καταφέρνουν να ανθίστανται στην κρίση και να προσπαθούν ακόμα και σε αυτό το δυσχερές περιβάλλον να ανακαλύψουν νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες.

Ένα ακόμη σημαντικό ποιοτικό κριτήριο των επιχειρήσεων είναι η εξαγωγική τους δραστηριότητα. Φαίνεται πως, οι μισές επιχειρήσεις που θεωρούν πως η κρίση συρρίκνωσε σε μικρό ή μεγαλύτερο βαθμό τις επιχειρηματικές ευκαιρίες είναι ταυτόχρονα μη εξαγωγικές, ενώ μόλις το 2,5% έχει τουλάχιστον τα 3/4 του πελατολογίου εκτός συνόρων. Το αποτέλεσμα αυτό υπογραμμίζει για άλλη μια φορά τη γενικότερη αδυναμία των ελληνικών επιχειρήσεων ως προς την εξωστρέφεια, και ταυτόχρονα, την ανθεκτικότητα των έντονα εξαγωγικών επιχειρήσεων στην κρίση.

Η σύγκριση ανάμεσα στα δημογραφικά στοιχεία, αλλά και στα ποιοτικά χαρακτηριστικά των πιο απαισιόδοξων επιχειρηματιών αρχικών σταδίων και σε αυτά του συνόλου των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, οδηγεί σε ενδιαφέρουσες παρατηρήσεις. Λιγότεροι από το ανώτατο εισοδηματικό κλιμάκιο δηλώνουν ότι η κρίση έχει περιορίσει τις ευκαιρίες σε σχέση με το σύνολο των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων (40,6% έναντι 46% στο σύνολο). Αντίστροφα σχεδόν, οι μισοί από όσους δηλώνουν αύξηση των επιχειρηματικών ευκαιριών χάρη στην κρίση προέρχονται από το ανώτατο εισοδηματικό κλιμάκιο.

Πέντε στους εννέα όσων δηλώνουν ότι η κρίση περιόρισε τις ευκαιρίες είναι μικρότεροι των 34 ετών, όταν στο σύνολο των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων η αντίστοιχη

ηλικιακή ομάδα αντιστοιχεί σε λιγότερους από τους μισούς. Άρα, οι νεότεροι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων φαίνεται να αντιμετωπίζουν μεγαλύτερες δυσκολίες. Παρά την κρίση όμως, σχεδόν το 60% των επιχειρηματιών που δηλώνουν πως αντιμετωπίζουν τις εντονότερες δυσκολίες θεωρεί πως δε διακατέχεται από φόβο της αποτυχίας, όσο περίπου και στο σύνολο των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων. Ούτε ως προς τις γνώσεις/αυτοπεποίθηση οι επιχειρηματίες αυτοί διαφοροποιούνται σε σχέση με το σύνολο.

Το μικρό δείγμα επιχειρηματιών αρχικών σταδίων που απάντησε ότι η κρίση έχει δημιουργήσει ευκαιρίες, δεν επιτρέπει στατιστικά συνεκτική ερμηνεία των αποτελεσμάτων. Πάντως, φαίνεται να είναι πιο εξωστρεφείς (35% έχουν πάνω από τα 3/4 του πελατολογίου τους στο εξωτερικό), δηλώνουν αυξημένη καινοτομικότητα προϊόντος (πάνω από τα 2/3 αυτών), ενώ οι μισοί δραστηριοποιούνται σε μια αγορά με λίγους ή και κανέναν ανταγωνιστή. Οι επιχειρηματίες αυτοί διακατέχονται επίσης σε μικρότερο βαθμό από το σύνολο από το φόβο της αποτυχίας, καθώς μόνο ένας στους τέσσερις διατυπώνει σχετικό ενδοιασμό (ένας στους τρεις στο σύνολο).

Τα ευρήματα αυτά επιβεβαιώνουν το γεγονός ότι το κύριο πρόβλημα της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα δεν είναι τόσο ποσοτικό, όσο ποιοτικό. Από την έρευνα του Global Entrepreneurship Monitor (G.E.M.) προκύπτει πως, ενώ κανένας κλάδος δε φαίνεται να έμεινε αλώβητος από την κρίση, οι πολύ καινοτόμες, με έντονο εξαγωγικό προσανατολισμό και χρήση της πλέον πρόσφατης τεχνολογίας επιχειρήσεις κατάφεραν να επηρεαστούν λιγότερο αρνητικά από την κρίση, ακόμα και θετικά. Εντούτοις, δεν παύει να είναι ορατός ο κίνδυνος περαιτέρω συρρίκνωσης των επιχειρήσεων που μπορεί να μη χαρακτηρίζονται ως καινοτόμες, αλλά αποτελούν στην παρούσα φάση την πλειοψηφία των ελληνικών επιχειρήσεων και επομένως, επηρεάζουν σημαντικά την οικονομική ανάπτυξη και το ύψος της ανεργίας.

Οι διαπιστώσεις αυτές είναι κρίσιμες για το σχεδιασμό πολιτικών τόνωσης της νέας επιχειρηματικότητας στη διάρκεια της ύφεσης. Τα τεράστια δημοσιονομικά προβλήματα της χώρας εκμηδενίζουν τις χρηματοδοτικές δυνατότητες μέσω κρατικών προγραμμάτων (με εξαίρεση τα προγράμματα του ΕΣΠΑ). Έτσι, από τη μία πλευρά η επανεκκίνηση της αναπτυξιακής διαδικασίας αποτελεί το σημαντικότερο στοίχημα της Ελλάδας και από την άλλη, στις σημερινές συνθήκες ύφεσης, οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν πλήθος εμποδίων ανάπτυξης, τα οποία μάλιστα δε σχετίζονται στο σύνολο τους με την κρίση, αλλά αποτελούν

μακροχρόνιες παθογένειες. Επομένως, αυτό που έχει ιδιαίτερη σημασία στην παρούσα συγκυρία δεν είναι απλώς η λήψη μέτρων από την Πολιτεία που να αποσκοπούν συλλήβδην στη διευκόλυνση ίδρυσης νέων επιχειρήσεων.

Ιδιαίτερο βάρος θα πρέπει να αποδοθεί σε πολιτικές που μπορούν να ενθαρρύνουν και να προωθήσουν νέες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες που θα φέρουν σημαντικά ποιοτικά χαρακτηριστικά. Η ενθάρρυνση νέων επιχειρήσεων που εφαρμόζουν ερευνητικά αποτελέσματα, το επίπεδο εκπαίδευσης των νέων επιχειρηματιών και του προσωπικού που προτίθενται να προσλάβουν, το επίπεδο καινοτομικότητας και εξωστρέφειας των εγχειρημάτων τους, είναι μερικά παραδείγματα ως προς τα κριτήρια που πρέπει να θέσουν σε προτεραιότητα πολιτικές που αποσκοπούν στην ενίσχυση της ποιοτικής επιχειρηματικότητας. Και αυτό γιατί, όπως έχει αποδειχθεί τόσο θεωρητικά, όσο και στην πράξη, τα οικονομικά αποτελέσματα των επιχειρήσεων αυτών επηρεάζονται λιγότερο από τους οικονομικούς κύκλους και είναι αυτές που συνεχίζουν να δίνουν ώθηση σε μια οικονομία, ακόμα και σε περιόδους κρίσης.

Δυστυχώς, τέτοιου είδους πολιτικές δε θα έχουν βραχυπρόθεσμη απόδοση και άρα δε θα ανακουφίσουν αμέσως τις πληγείσες επιχειρήσεις και κλάδους. Μεσοπρόθεσμα όμως, είναι οι μόνες που μπορούν να ενισχύσουν μια νέα επιχειρηματικότητα με πραγματικά αναπτυξιακά χαρακτηριστικά και να συνεισφέρουν σε έναν αναπτυξιακό κύκλο της ελληνικής οικονομίας.

5.3 Βασικά Χαρακτηριστικά Καινοτομίας στην Ελλάδα

Η Ελλάδα υστερεί σημαντικά σε καινοτομία. Η υστέρηση έναντι των χωρών – ηγετών της καινοτομίας καταδεικνύεται σχεδόν σε όλους τους υποδείκτες. Συγκεντρωτικά οι δείκτες στους οποίους η Ελλάδα πετυχαίνει την πιο μεγάλη υστέρηση και τις καλύτερες επιδόσεις αποτυπώνονται παρακάτω. Όπως παρατηρείται, η υστέρηση ενυπάρχει σε όλες σχεδόν τις πτυχές όπως αυτές εκφράζονται από εισροές, συνθήκες σχετικά με πολιτικές και στάσεις, και εκροές καινοτομίας. Πολλοί από τους παράγοντες αυτούς υπεισέρχονται σε όλο

το οικονομικό, θεσμικό και κοινωνικό περιβάλλον. Γι αυτό η παράλληλη βελτίωση τους είναι δύσκολη και χρονοβόρα. Απαιτεί ριζικές αλλαγές σε πολλά μέτωπα ταυτόχρονα.⁵⁶

1. Λίγα τα δυνατά σημεία

Τα πραγματικά δυνατά σημεία είναι λιγοστά. Ακόμα και εκεί που η Ελλάδα έχει τις καλύτερες επιδόσεις, όπως στη συμμετοχή στην τριτοβάθμια εκπαίδευση, υστερεί σε ποιότητα, γεγονός που αναιρεί το όποιο συγκριτικό πλεονέκτημα π.χ. εκπαιδευτικού συστήματος. Το Εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό, η διαθεσιμότητα επιστημόνων και μηχανικών, η αξιοπιστία ανώτερων στελεχών και η σχετικά καλή σε ποσοτικά μεγέθη, επιστημονική έρευνα (παραγωγή επιστημονικών άρθρων), στα οποία η Ελλάδα έχει σχετικά καλύτερη επίδοση, μπορεί να αποτελέσουν παράγοντες – οδηγούς για ενίσχυση της καινοτομίας. Όμως ακόμα δεν έχουν δώσει αποτελέσματα, όπως φαίνεται από τις εκροές καινοτομίας, όπου η Ελλάδα βρίσκεται χαμηλά στις κατατάξεις.

Εκεί πάντως που η Ελλάδα έχει καλύτερες τοποθετήσεις, είναι στα «νέα για την εταιρεία προϊόντα», στις δαπάνες για καινοτομία και σε εσωτερικές, οργανωσιακές και άλλες καινοτομίες επιχειρήσεων. Υστερεί σημαντικά σε «νέα στην αγορά προϊόντα». Αυτό δείχνει ότι τα δυνατά σημεία εντοπίζονται στην υιοθέτηση και πιθανόν, προσαρμογή καινοτομίας και ιδεών που έχουν δημιουργήσει άλλες εταιρείες ή κέντρα, στο εξωτερικό κυρίως, και τη διάδοση τους στην εγχώρια αγορά. Αυτό αναδεικνύει μια σημαντική πτυχή του υπάρχοντος μοντέλου καινοτομίας στην Ελλάδα, που προσιδιάζει σε κάποια μορφή της κοινώς λεγόμενης «ανοιχτής καινοτομίας» προσανατολισμένη σε απορρόφηση δοκιμασμένης καινοτομίας παρά σε πρώτα στάδια Έρευνας & Ανάπτυξης.

2. Η Εθνική κουλτούρα είναι αρκετά ανοιχτή σε νέες ιδέες οι οποίες δεν φτάνουν σε υλοποίηση

Το χαρακτηριστικά αυτό προκύπτει από τη σύγκριση με χώρες ηγέτιδες της καινοτομίας, όπως είναι για παράδειγμα, η Σουηδία και άλλες ηγέτιδες χώρες, όπου η σύγκριση γίνεται σε μεταβλητές εισροών-συνθηκών-εκροών καινοτομίας. Όμως άλλα στοιχεία της εθνικής κουλτούρας της Ελλάδος, όπως είναι η αποφυγή της αβεβαιότητας, δεν βοηθούν στην αξιοποίηση νέων καινοτομικών ιδεών.

⁵⁶ «Η Καινοτομία στην Ελλάδα: Συγκριτική Αξιολόγηση με Διεθνείς Δείκτες, Πολιτικές, Προτάσεις Στρατηγικής», Ίδρυμα Κόκκαλη, 2009

3. Η εθνική πολιτική δεν είναι εστιασμένη στην καινοτομία και τα προγράμματα καινοτομίας είναι κατακερματισμένα

Παρόλο που υπάρχει έντονη ώθηση πολιτικής, με πολλά προγράμματα, εν τούτοις φαίνεται ότι υπάρχει πρόβλημα ολοκλήρωσης και εστίασης σε μια ανταγωνιστική στρατηγική, που περιλαμβάνει ως άξονα την καινοτομία. Αυτό φαίνεται και από τα εξής:

- ✓ Τα μεγάλα ποσοστά μικρομεσαίων επιχειρήσεων που επιχορηγούνται από το Δημόσιο, με ευρεία ερμηνεία της καινοτομίας («νέα για την εταιρεία» προϊόντα, εκσυγχρονισμός εξοπλισμού).
- ✓ Την έμφαση των προγραμμάτων σε κοινή, γενική επιχειρηματικότητα παρά σε καινοτομική επιχειρηματικότητα. Βέβαια τελευταία η πολιτική για την καινοτομία κινείται προς πιο ολοκληρωμένο σχεδιασμό

Συγκρινόμενη με τους στόχους προς επίτευξη που έχει θέσει η Ευρωπαϊκή Ένωση για την καινοτομία, η Ελλάδα έχει να καλύψει σημαντικό κενό. Αρκετές από τις μικρές οικονομίες εξελίσσονται γρήγορα και φαίνεται ότι συγκλίνουν με την Ευρωπαϊκή Ένωση, κάτι που η Ελλάδα δεν επιτυγχάνει, αποκλίνοντας σε πολλές περιπτώσεις από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο.

Επίλογος – Προτάσεις

Η υπόψιν εργασία ασχολήθηκε με μια σειρά από επιμέρους θέματα που σχετίζονταν με το θέμα της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα. Έγινε μια συνοπτική παρουσίαση του φαινομένου της επιχειρηματικότητας και των τρόπων χρηματοδότησής της, της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και το είδος των επιχειρήσεων που αυτές την υιοθετούν, αλλά του προφίλ των σύγχρονων επιχειρηματιών, ανδρών και γυναικών. Επιπρόσθετα, η παρούσα μελέτη ασχολήθηκε, ανέλυσε και παρουσίασε και το βαθμό άσκησης επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, μέσα από την προβολή δεικτών και πινάκων, που αφορούσαν την καινοτομία και την ανταγωνιστικότητα της Ελλάδος. Στόχος της μελέτης είναι η καλλιέργεια πρακτικών ιδεών στους υποψήφιους επιχειρηματίες ή στους ήδη υπάρχοντες σε κάποιο κλάδο, ώστε να επιλεγεί ο κατάλληλος τύπος δραστηριότητας για το εγχείρημά τους.

Η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας αποτελεί έναν σκοπό μείζονος σημασίας, τόσο για την Ελλάδα, όσο και για ολόκληρη την Ευρωζώνη. Παρά το γεγονός ότι μια σειρά από αλλαγές έχουν οδηγήσει την Ελλάδα, αλλά και την Ευρώπη σε μια πολύ βαθιά ύφεση, ο σκοπός που είχε τεθεί δεν αλλάζει πλέον και μάλιστα τη σημερινή εποχή γίνεται ακόμη περισσότερο επιτακτικός. Ο σκοπός αυτός δεν είναι άλλος από την πολυπόθητη ανάπτυξη διαμέσου της δημιουργίας και της στήριξης των νέων, αλλά και των υφιστάμενων μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Η Ελλάδα υπολείπεται της πλειοψηφίας των Ευρωπαϊκών κρατών σε ζητήματα μακροοικονομικής σταθερότητας, λειτουργίας κρατικού μηχανισμού, διαφθοράς, γραφειοκρατίας, πολυνομίας, τεχνολογικής ετοιμότητας και καινοτομίας. Ωστόσο, τα εμπόδια οφείλονται επίσης τόσο στο γενικότερο δυσμενές παγκόσμιο οικονομικό περιβάλλον, όσο και στους αργούς ρυθμούς με τους οποίους εισάγονται οι διεθνείς εξελίξεις και αλλαγές στην ελληνική πραγματικότητα. Από τη μια πλευρά, οι αστοχίες του Ελληνικού θεσμικού περιβάλλοντος να παρουσιάσει ένα πραγματικό θεσμικό περιβάλλον, όσο και να αποτελέσει έναν οδηγό στην άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας, δημιουργούν εμπόδια εισόδου και λειτουργίας στην άσκηση της επιχειρηματικής δράσης. Από την άλλη πλευρά, το βασικό πρόβλημα της εύρεσης χρηματοδότησης θέτει σε κίνδυνο την ίδια την ανάπτυξη της χώρας, μιας και σε αυτή τη δύσκολη οικονομική συγκυρία, που οι εθνικοί πόροι για δημόσιες

επενδύσεις θα περιοριστούν για τη διάσωση της χώρας, θα υπάρξει μια οικονομική ύφεση έντονη και μεγάλη σε διάρκεια.

Η προώθηση νέων και υγιών μικρομεσαίων επιχειρήσεων θα επιφέρει την ανάπτυξη και την αλλαγή της ισορροπίας του ισοζυγίου εισαγωγών – εξαγωγών. Η προσπάθεια αυτή θα πρέπει να στηριχθεί σε δυο κυρίως τομείς:

1. Συντονισμένη και πολυεπίπεδη προσπάθεια όλων των αρμόδιων φορέων, ιδιωτικού και δημόσιου τομέα (κράτος, επιχειρήσεις), για μια δημιουργική διασύνδεση των επιμέρους δράσεων και υπέρβαση των θεσμικών δυσκολιών, μέσω της συνολικής αλλαγής σε όλους τους χώρους, έτσι ώστε κάθε επιχειρηματίας, νέος και μη να μπορεί να αντιμετωπίζει τις δυσκολίες και να κατανικά τα εμπόδια.
2. Να ξεπεραστεί το βασικό πρόβλημα της εύρεσης χρηματοδότησης στα αρχικά στάδια μιας επιχειρηματικής προσπάθειας, έτσι ώστε να πάψει η Ελλάδα να υστερεί έναντι της υπόλοιπης Ευρώπης, και να καταφέρει ο τραπεζικός κλάδος να εκπληρώσει τον πραγματικό του ρόλο που είναι αυτός της ανάπτυξης μέσα από τη δημιουργία κατάλληλων προϊόντων για τη χρηματοδότηση της επιχειρηματικότητας στα αρχικά στάδια.

Βιβλιογραφία

Ø Ελληνική Βιβλιογραφία

1. I.O.B.E., «Το Δημοσιονομικό Πρόβλημα στην Ελλάδα σήμερα», Μελέτη, 2005
2. I.O.B.E., «Αποτελέσματα ερευνών οικονομικής συγκυρίας», Μελέτη, 2010
3. Στουρνάρας Ι, Αλμπάνη Μ., «Η Ελληνική Οικονομία μετά την Κρίση», I.O.B.E., 2008
4. Κετςετσοπούλου Μ. «Μελέτη υποβληθείσα στην Διαχειριστική Αρχή Υπουργείου Απασχόλησης και στο Εθνικό Θεματικό Δίκτυο Κοινωνικής Οικονομίας με θέμα Κοινωνική οικονομία – Εννοιολογικοί ορισμοί και υπάρχουσα κατάσταση», Equal A κύκλου, Αθήνα, 2005
5. Καπογιάννης Δ., Μαυριδάκης Θ., Ναζάκης Χ., Νικολόπουλος Η., Νικολόπουλος Χ., Παπαδόπουλος Α., Χαραλάμπους Κ. «Η κοινωνική οικονομία ανάμεσα στο Τοπικό και στο Παγκόσμιο», Ιούνιος 2003, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα
6. Χρυσάκης Μ, Ζιώμας Δ, Χατζαντώνης Δ, Καραμητροπούλου Ντ. «Προοπτικές Απασχόλησης στον τομέα της Κοινωνικής οικονομίας», Αθήνα: Σάκκουλα, 2002
7. Ιωαννίδης Σ., Τσακανίκας Α., Χατζηχρήστου Σ., «Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2009 – 2010 – Αναζητώντας Διέξοδο από την Κρίση». Ινστιτούτο Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών (I.O.B.E.), 2010
8. I.O.B.E., «Αποτελέσματα ερευνών οικονομικής συγκυρίας», Μελέτη, 2010
9. «Η Καινοτομία στην Ελλάδα: Συγκριτική Αξιολόγηση με Διεθνείς Δείκτες, Πολιτικές, Προτάσεις Στρατηγικής», Ίδρυμα Κόκκαλη, 2009

Ø Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

1. David B. Audretsch, «Entrepreneurship: A survey of the Literature», European Commission, 2002
2. Wennekers S., Thurik R., Van Stel A., Noorderhaven N., «Uncertainty avoidance and the rate of business ownership across 22 OECD countries, 1976 – 2000», Institute of Development Countries, 2005
3. Timmons J.A. & Spinelli S. «New venture Creation: Entrepreneurship for the 21st century», Mc-Graw Hill, International Edition, 2007

4. Herber R.F. & Link A.N. «In search of the meaning of Entrepreneurship», Small Business Economics, 1989
5. Salman W. A. «The structure and governance of venture – capital organizations», Journal of Financial Economics, 1990
6. Vesper K.H. & Gartner W.B., «Measuring Progress in Entrepreneurship Education», Journal of Business Venturing, 1997
7. Scholtens B. «Analytical Issues in External Financing Alternatives for SBEs», Small Business Economics, 1999
8. LIFT, «Financial Innovation A Guide – Innovation & Participation of SME's Programme» European Commission Fifth Research Framework Programme, Luxembourg, 1999
9. Prakke F., «The Financing of Technical Innovations», European Investment Bank, 1988
10. Boocock G & Woods M., «The Evaluation Criteria used by Venture Capitalists: Evidence from UK venture fund», International Small Business Journal, 1997
11. Gompers P., «Optimal investment, monitoring and the stages of venture capital», Journal of Finance, 1995
12. Mason C.M. & Harrison R.T., «Informal Venture Capital and the Financing of Small & Medium Enterprises», The Journal of SEAANZ, 1995
13. Sorheim R., «The pre-investment behavior of business angels: a social capital approach», Journal of Entrepreneurial Finance, 2003
14. Binks M. & Ennew C. «Financing Small Firms», Macmillan Business, 1996
15. Busenitz L.W., Fiet J.O., Moesel D.D., «Signaling in Venture Capitalist», 2005
16. Lindstrom G. & Olofsson C., «Early Stages Financing of NTBEs': an Analysis of Contributions from Support Actors», Venture Capital, 2001
17. Storey D.J., Tether B.S., «New Technology – based firms in the European Union: an introduction», Research Policy, 1998
18. Bank of England, «Barriers to entrepreneurship in emerging domestic markets», Milken Institute, 2006
19. Borzaga C. & Defourny J., «The Emergence of Social Enterprise» London, Routledge, 2001
20. E.M.E.S. EUROPEAN NETWORK, «3rd sector», Newsletter Number 1 – 2, November, 1998

21. Mair J & Lanuza M.I., «Social Entrepreneurship Research: a Source of Explanation Prediction and Delight», I.E.S.E. Business School Working Paper, 2006

Ø Διαδίκτυο

1. <http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship>
2. http://ec.europa.eu/economic_finance/publications/