



ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΘΕΜΑ: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΔΡΑΣΗ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΗΣ  
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ, ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ, ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΜΕΛΕΤΕΣ  
ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΑΠΟΦΟΙΤΩΝ ΤΟΥ ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ



ΦΟΙΤΗΤΕΣ  
ΝΙΚΑΣ ΝΙΚΟΛΑΚΗΣ  
ΠΑΠΑΦΩΤΟΠΟΥΛΟΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ  
ΣΔΡΑΛΑΓΚΑΣ ΚΛΕΑΝΔΡΟΣ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ  
ΚΑΚΑΡΕΛΙΔΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

ΠΑΤΡΑ 2015

## Περιεχόμενα

Περίληψη .....	5
Εισαγωγή .....	6
Κεφάλαιο 1ο: Επιχειρηματικότητα.....	11
1.1 Ορισμός.....	11
1.2 Επιχειρηματίας: δημιουργικός, καινοτόμος.....	13
1.2.1 Τα χαρακτηριστικά του επιτυχημένου επιχειρηματία .....	13
1.3 Επιχειρηματικοί Κίνδυνοι.....	15
1.4 Τα σημαντικότερα προβλήματα της επιχειρηματικότητας .....	16
1.5 Επιχειρηματικότητα και νέοι .....	20
Κεφάλαιο 2ο: Οι βασικοί δείκτες επιχειρηματικότητας .....	22
2.1 Η εξέλιξη των βασικών δεικτών επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα το 2011 .....	22
2.2 Διακοπή επιχειρηματικής δραστηριότητας.....	28
2.3 Τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των νέων εγχειρημάτων .....	32
2.3.1 Η κλαδική διάσταση των νέων εγχειρημάτων .....	33
2.3.2 Οι προοπτικές δημιουργίας απασχόλησης.....	36
2.3.3 Η καινοτομικότητα και ένταση του ανταγωνισμού των νέων εγχειρημάτων.....	37
2.3.4 Ο βαθμός εξωστρέφειας των νέων εγχειρημάτων .....	39
2.3.5 Το επίπεδο της τεχνολογίας που θα χρησιμοποιούν τα νέα εγχειρήματα.....	41
Κεφάλαιο 3ο: Επιχειρηματικές προδιαθέσεις και κίνητρα.....	44
3.1 Προδιαθέσεις για επιχειρηματική δραστηριοποίηση.....	44
3.2 Επιχειρηματικά κίνητρα.....	45

3.3 Κίνητρα επιχειρηματικού πνεύματος και η πρόσβαση στο δανεισμό κεφαλαίου .	49
3.3.1 Ύψος επένδυσης και προοπτικές απασχόλησης .....	50
3.3.2 Οι άτυποι επενδυτές.....	51
3.4 Ταμείο επιχειρηματικότητας.....	52
3.5 Ιδιοκτησία .....	54
Κεφάλαιο 4ο: Ποιοτικά χαρακτηριστικά νέων επιχειρηματιών .....	55
4.1 Επιχειρηματικότητα και ηλικία.....	55
4.2 Επιχειρηματικότητα και επίπεδο εκπαίδευσης .....	58
4.3 Επιχειρηματικότητα και εισόδημα.....	60
4.5 Προσωπικοί παράγοντες.....	62
Κεφάλαιο 5ο: Παιδεία και Επιχειρηματικότητα.....	67
5.1 Σχέση Παιδείας και Επιχειρηματικότητας.....	67
5.2 Τριτοβάθμια Εκπαίδευση.....	68
5.2.1 Προγράμματα στην Τριτοβάθμια Εκπαίδευση .....	69
5.3 Εκπαίδευση στην Επιχειρηματικότητα.....	70
Κεφάλαιο 6ο: Μελέτη Περίπτωσης Αποφοίτων ΤΕΙ Πάτρας .....	74
6.1 Μεθοδολογία έρευνας και δείγμα .....	74
6.2 Παρουσίαση ευρημάτων .....	74
6.2.1 ΤΕΙ Πάτρας και η συμβολή του στην επιχειρηματική δράση των αποφοίτων...	75
6.2.2 Νέοι επιχειρηματίες και απαιτούμενο κεφάλαιο .....	77
6.2.3 Ευκολίες ή δυσκολίες του νέο επιχειρηματία από τους κρατικούς φορείς.....	77

6.2.4 Ελλάδα της οικονομικής κρίσης κι ευκαιρίες για έναν νέο επιχειρηματία.....	78
Συμπεράσματα - Προτάσεις.....	81
Βιβλιογραφία .....	84
Ελληνόγλωσση.....	84
Ξενόγλωσση.....	84
Παράρτημα.....	86

## Περίληψη

Η οικονομική κρίση άλλαξε δραματικά τις συνθήκες της αγοράς μέσα στις οποίες ιδρύονται, δρουν και αναπτύσσονται οι επιχειρήσεις. Εκ των πραγμάτων, οι επιχειρήσεις δέχονται έντονες πιέσεις να προσαρμοστούν σε αυτές τις συνθήκες. Επομένως, σε αυτό το σύνθετο περιβάλλον που χαρακτηρίζεται από ραγδαίες εξελίξεις και υψηλή αβεβαιότητα, το σημαντικότερο ζήτημα που προκύπτει είναι η είσοδος νέων επιχειρηματιών στην αγορά.

Σκοπός επομένως της παρούσας εργασίας ήταν η μελέτη της Επιχειρηματικής δράσης των νέων στην Ελλάδα της οικονομικής κρίσης, οι δυνατότητες που έχουν καθώς και οι προοπτικές που τους ανοίγονται. Για την πραγμάτωση του σκοπού αυτού μελετήθηκαν περιπτώσεις αποφοίτων του ΤΕΙ Πάτρας.

Από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε προέκυψε ότι η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα υφίσταται την ταλαιπωρία της γραφειοκρατίας, τα βάρη της φορολογίας, το λαβύρινθο της πολυνομίας και την αντι- επιχειρηματική νοοτροπία. Το περιβάλλον αυτό που επικρατεί δημιουργεί αμέτρητα εμπόδια στο νέο ξεκίνημα των νέων επιχειρηματιών με αποτέλεσμα να περιορίζεται σημαντικά η ικανότητά τους να λειτουργούν ανταγωνιστικά σε ένα περιβάλλον ραγδαίων οικονομικών και τεχνολογικών εξελίξεων. Παρόλα αυτά υπάρχουν περιπτώσεις νέων επιχειρηματιών που τολμούν και τα καταφέρνουν.

## Εισαγωγή

Η χρηματοπιστωτική κρίση που ξέσπασε στις Η.Π.Α. το Σεπτέμβριο του 2008 έπληξε καίρια τις οικονομίες πολλών χωρών σε όλο τον πλανήτη. Κάθε χώρα βίωσε ή και εξακολουθεί να βιώνει την οικονομική κρίση με διαφορετικό τρόπο, σε διαφορετική έκταση και ένταση ανάλογα με τη δομή της οικονομικής της διάρθρωσης και έτσι δρα στο πλαίσιο των κατευθύνσεών της, στο μέτρο των αναγκών, των προβλημάτων της και των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της προκειμένου να την αντιμετωπίσει. Σύντομα η χρηματοπιστωτική κρίση μετασηματίστηκε σε οικονομική κρίση όταν οι τράπεζες στην προσπάθειά τους να διατηρήσουν την κεφαλαιακή τους επάρκεια περιόρισαν τις πιστώσεις προς τις επιχειρήσεις και τα νοικοκυριά. Σαν αποτέλεσμα, η οικονομία διευρύνθηκε σημαντικά, το ίδιο και οι ανισότητες αφού η οικονομική κρίση έφερε όλες τις κοινωνικές ομάδες σε δυσχερέστερη θέση, συμπιέζοντας τους οικογενειακούς προϋπολογισμούς και μειώνοντας δραματικά την αγοραστική δύναμη των νοικοκυριών και τον τζίρο στην αγορά.

Η διεθνής χρηματοπιστωτική κρίση δεν άργησε να πλήξει και την ελληνική οικονομία και να φέρει στην επιφάνεια τις χρόνιες δομικές αδυναμίες της. Η αξιοπιστία της Ελλάδας στις διεθνείς αγορές κεφαλαίου κλονίστηκε. Η χώρα αναγκάστηκε να προσφύγει στο Διεθνές Νομισματικό Ταμείο (ΔΝΤ), στην Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα (ΕΚΤ) και στην Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ) για να μην οδηγηθεί σε στάση πληρωμών και υιοθέτησε ένα φιλόδοξο και αυστηρό πρόγραμμα δημοσιονομικής προσαρμογής.

Η οικονομική κρίση λοιπόν άλλαξε δραματικά τις συνθήκες της αγοράς μέσα στις οποίες ιδρύονται, δρουν και αναπτύσσονται οι επιχειρήσεις. Εκ των πραγμάτων, οι επιχειρήσεις δέχονται έντονες πιέσεις να προσαρμοστούν σε αυτές τις συνθήκες. Επομένως, σε αυτό το σύνθετο περιβάλλον που χαρακτηρίζεται από ραγδαίες εξελίξεις και υψηλή αβεβαιότητα, το σημαντικότερο ζήτημα που προκύπτει είναι η είσοδος νέων επιχειρηματιών στην αγορά.

Η είσοδος στον επιχειρηματικό στίβο είναι πάντα μια δύσκολη απόφαση, η οποία εξαρτάται από μια σειρά παραγόντων. Κάποιοι από αυτούς τους παράγοντες είναι ευρύτερα πολιτισμικοί, με την έννοια ότι αφορούν τις γενικότερες στάσεις και

αντιλήψεις απέναντι στην επιχειρηματική δραστηριότητα που επικρατούν σε μια κοινωνία σε μια συγκεκριμένη περίοδο. Κάποιοι άλλοι παράγοντες είναι αυστηρά προσωπικοί. Εδώ ιδιαίτερη σημασία έχουν παράγοντες όπως η αξιολόγηση των ικανοτήτων και της εμπειρίας του από τον ίδιο τον επιχειρηματία, αλλά και το «θάρρος» του για την είσοδο σε μια νέα δραστηριότητα, τα αποτελέσματα της οποίας δεν μπορεί παρά να ενέχουν μεγάλη αβεβαιότητα. Τόσο οι πολιτισμικοί, όσο και οι προσωπικοί παράγοντες μπορεί να θεωρηθεί ότι προσδιορίζουν τις προδιαθέσεις για επιχειρηματική δραστηριοποίηση.

Θα πρέπει να τονιστεί στο σημείο αυτό ότι σύμφωνα με μελέτες προέκυψε ότι σε περιόδους ύφεσης και οικονομικής κρίσης, η ανάπτυξη της επιχειρηματικής δράσης, και ειδικά η επιχειρηματικότητα των νέων, μπορεί να αποτελέσει το κλειδί της διεξόδου τόσο σε ατομικό όσο και σε συλλογικό επίπεδο. Σε ένα επιχειρηματικό περιβάλλον όπου τα παρεχόμενα κίνητρα (όπως ο επενδυτικός Νόμος και η υπαγωγή στο ειδικό καθεστώς της «Επιχειρηματικότητας των νέων» με τη χρηματοδότηση επενδυτικών προτάσεων) ανταγωνίζονται τα αντικίνητρα (υψηλή φορολογία, γραφειοκρατία, διαφθορά), ο νέος επιχειρηματίας καλείται να πάρει συνετές και ρεαλιστικές αποφάσεις προκειμένου να επιτύχει. Για να συμβεί όμως αυτό είναι σημαντικό να διαθέτει τα απαραίτητα εργαλεία ώστε να είναι σε θέση να προγραμματίσει και να σχεδιάσει την πορεία της επιχείρησής του.

Είναι λοιπόν σαφές, ότι η εκκίνηση μιας επιχειρηματικής δράσης δεν πρέπει να είναι το αποτέλεσμα μιας αυθόρμητης και βιαστικής απόφασης, αλλά προϊόν προσεκτικής στόχευσης και μελέτης. Στο σημείο αυτό τα εκπαιδευτικά ιδρύματα μπορούν να παράσχουν την κατάλληλη ενημέρωση, πέρα από την κατάρτιση.

Στην Ελλάδα όμως η εκπαιδευτική διαδικασία για χρόνια αποσκοπούσε βασικά στην παραγωγή ενός δυναμικού που κάλυπτε τις ανάγκες της αγοράς στους παραδοσιακούς τομείς της οικονομικής δραστηριότητας. Έτσι, η νεανική επιχειρηματικότητα περιελάμβανε κυρίως:

- ο αυτοαπασχολούμενους επιστήμονες/τεχνικούς απόφοιτους Πανεπιστημίων, Πολυτεχνείων, ΤΕΙ όπως συμβολαιογράφους, φυσικοθεραπευτές, μηχανικούς, κλπ.
- ο τεχνίτες, απόφοιτους τεχνικών σχολών όπως μηχανικούς αυτοκινήτων, ηλεκτρικών συσκευών κλπ

Θα πρέπει ακόμα να σημειωθεί ότι ένα μεγάλο ποσοστό αποφοίτων εύρισκε απασχόληση στο δημόσιο τομέα που ήταν για πολλές δεκαετίες ο μεγάλος και προνομιακός εργοδότης για ένα μεγάλο τμήμα του πλέον υψηλά ειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού, γεγονός που με την σειρά του δημιουργούσε πίεση για εισαγωγή στα Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα, μεταπτυχιακές σπουδές κλπ.

Σήμερα όμως την περίοδο της κρίσης και της ύφεσης τόσο ο δημόσιο όσο και ο ιδιωτικός τομέας, αδυνατεί να απορροφήσει το δυναμικό που παράγεται από τα ΑΕΙ της χώρας με αποτέλεσμα την ραγδαία άνοδο της ανεργίας των νέων επιστημόνων σε ποσοστά που διαφοροποιούνται προς τα πάνω σε σχέση με τα αντίστοιχα του γενικού πληθυσμού.

Για την ανάσχεση αυτών των τάσεων στην αγορά εργασίας υπάρχουν διάφορες δράσεις σε επίπεδο κοινοτικών προγραμμάτων και αναπτυξιακών νόμων και διατάξεων. Στο υπουργείο παιδείας έγκαιρα (πριν από την πρόσφατη κρίση) αναπτύχθηκαν προγράμματα για την επιχειρηματικότητα των νέων σε μορφή προαιρετικών ενημερωτικών σεμιναρίων και workshops, ενώ παράλληλα κάποια τμήματα (σχετικά ολιγάριθμα) περιέλαβαν την επιχειρηματικότητα στο πρόγραμμα σπουδών. Σήμερα, τα μαθήματα της καινοτομίας και επιχειρηματικότητας είναι πλέον υποχρεωτικά σε όλα τα τμήματα, σε μια προσπάθεια να ενημερωθεί και να ευαισθητοποιηθεί το σύνολο των φοιτητών ως προς τις ευκαιρίες που δημιουργούνται από την ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών.

Σκοπός επομένως της παρούσας εργασίας είναι η διερεύνηση της επιχειρηματικής δράσης των νέων στην Ελλάδα της οικονομικής κρίσης και συγκεκριμένα των αποφοίτων του ΤΕΙ Πάτρας. Πιο συγκεκριμένα ο στόχος της είναι να προσδιοριστούν οι δυνατότητες και οι προοπτικές που έχουν οι νέοι επιχειρηματίες. Από το σκοπό και τον στόχο της εργασίας προκύπτουν τα εξής ερωτήματα:

- Με ποιον τρόπο τα μαθήματα στο ΤΕΙ Πάτρας αλλά και οι καθηγητές βοηθούν τους αποφοίτους στην επιχειρηματική τους δράση;
- Με ποιον τρόπο οι νέοι επιχειρηματίες καλύπτουν τις ανάγκες τους για την συγκέντρωση του απαιτούμενου κεφαλαίου;
- Τι ευκολίες ή δυσκολίες υπάρχουν για έναν νέο επιχειρηματία από τους κρατικούς φορείς;



- ο Ποιες ευκαιρίες υπάρχουν για έναν νέο επιχειρηματία στην Ελλάδα της οικονομικής κρίσης;

Στο σημείο αυτό αξίζει να αναφερθεί ότι διενεργήθηκε μια περιεκτική βιβλιογραφική αναζήτηση χρησιμοποιώντας τους ακόλουθους όρους: επιχειρηματικότητα, επιχειρηματική δράση νέων, επιχειρηματικότητα και κρίση, επιχειρηματικότητα και εκπαίδευση, επιχειρηματικότητα και προοπτικές.

Ως χρονικό διάστημα αναζήτησης τέθηκε κυρίως η περίοδος 2000-2014, έτσι ώστε να εξασφαλιστεί η αντιστοίχιση των ευρημάτων με τα σύγχρονα θεωρητικά και ερευνητικά δεδομένα των κοινωνικών εξελίξεων και την σύγχρονη βιβλιογραφία, αλλά έγιναν και κάποιες παλαιότερες αναδρομές, εξαιτίας της βαρύνουσας και διαχρονικής αξίας αποτελεσμάτων των συγκεκριμένων μελετών. Παράλληλα τέθηκε γλωσσικός περιορισμός με την επιλογή άρθρων δημοσιευμένων στα αγγλικά και στα ελληνικά.

Για την εκπόνηση της μελέτης πραγματοποιήθηκε η μελέτη περίπτωσης τεσσάρων αποφοίτων του ΤΕΙ Πάτρας. Η συλλογή δεδομένων έγινε με ημιδομημένες συνεντεύξεις.

Η εργασία αποτελείται από έξι κεφάλαια. Το πρώτο κεφάλαιο αφορά στην επιχειρηματικότητα. Δίνεται ο ορισμός της και παράλληλα γίνεται μια παρουσίαση των χαρακτηριστικών του επιχειρηματία. Στη συνέχεια του κεφαλαίου μελετώνται οι επιχειρηματικοί κίνδυνοι, τα σημαντικότερα προβλήματα μιας επιχείρησης. Το κεφάλαιο ολοκληρώνεται με την παρουσίαση της επιχειρηματικότητας σε σχέση με τους νέους.

Το δεύτερο κεφάλαιο αφορά στους βασικούς δείκτες επιχειρηματικότητας. Πιο αναλυτικά μελετάται η εξέλιξη των βασικών δεικτών επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα το 2011, η διακοπή επιχειρηματικής δραστηριότητας και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των νέων εγχειρημάτων.

Το τρίτο κεφάλαιο της εργασίας διερευνά τις επιχειρηματικές προδιαθέσεις και τα κίνητρα. Αρχικά μελετώνται οι προδιαθέσεις για επιχειρηματική δραστηριοποίηση, στη συνέχεια τα επιχειρηματικά κίνητρα, τα κίνητρα επιχειρηματικού πνεύματος και η πρόσβαση στο δανεισμό κεφαλαίου. Στη συνέχεια του κεφαλαίου παρουσιάζεται το ταμείο επιχειρηματικότητας και το καθεστώς ιδιοκτησίας στην Ελλάδα.

Το τέταρτο κεφάλαιο αφορά στα ποιοτικά χαρακτηριστικά νέων επιχειρηματιών. Πιο αναλυτικά μελετάται η επιχειρηματικότητα σε σχέση με την ηλικία, η επιχειρηματικότητα και επίπεδο εκπαίδευσης, η επιχειρηματικότητα και εισόδημα αλλά και οι προσωπικοί παράγοντες που παίζουν ρόλο στην απόφαση κάποιου νέου να κάνει μια επιχείρηση.

Το πέμπτο κεφάλαιο της εργασίας διερευνά τη σχέση της παιδείας με την επιχειρηματικότητα. Γίνεται λόγος για το ρόλο της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα και της εκπαίδευσης γενικότερα.

Το έκτο κεφάλαιο αποτελεί την έρευνα της εργασίας. Είναι η μελέτη περίπτωσης των αποφοίτων του ΤΕΙ Πάτρας. Αρχικά περιγράφεται η μεθοδολογία και το δείγμα της έρευνας και στη συνέχεια παρουσιάζονται τα ευρήματα. Η εργασία ολοκληρώνεται με τα συμπεράσματα - προτάσεις.

## Κεφάλαιο 1ο: Επιχειρηματικότητα

Το κεφάλαιο αυτό αφορά στην επιχειρηματικότητα. Δίνεται ο ορισμός της ενώ ταυτόχρονα παρουσιάζονται τα χαρακτηριστικά του επιχειρηματία. Στη συνέχεια του κεφαλαίου μελετώνται οι επιχειρηματικοί κίνδυνοι, τα σημαντικότερα προβλήματα μιας επιχείρησης. Το κεφάλαιο ολοκληρώνεται με την παρουσίαση της επιχειρηματικότητας σε σχέση με τους νέους.

### 1.1 Ορισμός

Στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον, σκοπός κάθε οργανωμένου κοινωνικού συνόλου είναι η αποτελεσματική κατανομή των παραγωγικών του πόρων, με στόχο τη δημιουργία αγαθών και υπηρεσιών, που θα ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις και στις προδιαγραφές των πολιτών. Με αυτό τον τρόπο, η οικονομική ανάπτυξη, που απεικονίζεται κυρίως από την αύξηση των συνολικά παραγόμενων αγαθών και υπηρεσιών, συνδέεται στενά με την ενθάρρυνση νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Επιπλέον, η υιοθέτηση καινοτομιών, όχι μόνον με την στενή έννοια του όρου της ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών, αλλά με την ευρύτερη έννοια της ανάληψης νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, συντελεί αποτελεσματικά στη διεύρυνση του επενδυτικού ενδιαφέροντος και της οικονομικής ανάπτυξης (Καρβούνης και συν., 2008).

Οι οικονομολόγοι, με πρώτο τον Ξενοφώντα, όρισαν τρεις παραγωγικούς συντελεστές (εργασία, έδαφος, κεφάλαιο) ως απαραίτητους για την παραγωγή αγαθών. Σε αυτούς, η οικονομική θεωρία, αλλά και πρακτική, προσθέτει και ένα τέταρτο, εξίσου καθοριστικό, την επιχειρηματικότητα. Επομένως ως επιχειρηματικότητα ορίζεται η βούληση του ατόμου να αναλάβει τους κινδύνους που συνδέονται με τη δημιουργία και τη λειτουργία μιας επιχείρησης. (Καρβούνης και συν., 2008).

Το Παγκόσμιο Επιμελητήριο Επιχειρηματικότητας (GEM) θεωρεί ότι η επιχειρηματικότητα είναι: *«Κάθε προσπάθεια για δημιουργία νέας επιχείρησης ή νέας δραστηριότητας, όπως το ελεύθερο επάγγελμα, η δημιουργία ενός νέου επιχειρηματικού οργανισμού ή η επέκταση ήδη υπάρχουσας επιχείρησης, που γίνεται από έναν ιδιώτη, από ομάδες ιδιωτών ή από επιχειρήσεις που ήδη λειτουργούν».*

Ένας άλλος ορισμός είναι: «Επιχειρηματικότητα είναι η διαδικασία δημιουργίας κάτι καινούργιου που έχει αξία (για την αγορά, την κοινωνία), με την αφιέρωση του απαραίτητου χρόνου και προσπάθειας και την ανάληψη των συνοδευόμενων οικονομικών, ψυχολογικών και κοινωνικών κινδύνων, που λαμβάνει τις προκύπτουσες ανταμοιβές (οικονομικές, ψυχολογικές). Είναι η αναγνώριση και (οικονομική) εκμετάλλευση των ευκαιριών μιας κατάστασης κατά τρόπο παραγωγικό και (συνήθως) με (οικονομικό) ρίσκο του Επιχειρηματία». Από τους προαναφερθέντες ορισμούς συνεπάγεται πως η επιχειρηματικότητα (ο επιχειρηματίας) συνδυάζει με τέτοιο τρόπο τους τρεις βασικούς παραγωγικούς συντελεστές, έτσι ώστε το αποτέλεσμα της επιχείρησης/ δραστηριότητας να είναι θετικό (όφελος – κέρδος). Η έννοια του επιχειρηματία συνδέεται συχνά με την καινοτομία, την αποτελεσματικότητα και την ιδιοκτησία. Οι επιχειρηματίες είναι οι πρωτοπόροι που μετατρέπουν ιδέες σε προϊόντα και υπηρεσίες. Τα χαρακτηριστικά ενός επιτυχημένου επιχειρηματία περιλαμβάνουν τη δέσμευση στο στόχο, την αποφασιστικότητα, την ανάληψη ευθύνης, την αντίληψη του επιχειρηματικού κινδύνου, τη δημιουργικότητα, τον προσανατολισμό στο μέλλον και την ηγεσία (Καρβούνης και συν., 2008).

Παράλληλα, το περιβάλλον (οικονομικό, θεσμικό, κοινωνικό, πολιτικό, κλπ.) στο οποίο πρόκειται να δραστηριοποιηθεί η επιχείρηση θα πρέπει να ευνοεί την ανάπτυξη τους. Ιδιαίτερα σημαντική χαρακτηρίζεται η διάκριση μεταξύ της επιχειρηματικότητας ανάγκης και της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας. Στην πρώτη, οι νέες επιχειρηματικές προσπάθειες αφορούν κατά κανόνα σε μορφές αυτοαπασχόλησης με χαμηλό δυναμικό ανάπτυξης και ενδεχομένως με αρνητική προοπτική επιβίωσης, αλλά και περιορισμένης θετικής επίδρασης στην εθνική ανταγωνιστικότητα. Αντίθετα, οι επιχειρηματικές προσπάθειες οι οποίες βασίζονται στην αναγνώριση και εκμετάλλευση μιας ευκαιρίας σε συγκεκριμένη αγορά, έχουν πολύ μεγαλύτερες πιθανότητες επιβίωσης και ουσιαστικότερης επίδραση στην εθνική ανταγωνιστικότητα και αποτελούν ευκαιρίες (Καρβούνης και συν., 2008).

Χωρίς τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων, η οικονομία θα ήταν στάσιμη. Η επιχειρηματικότητα είναι η δύναμη που κινεί την «αόρατη χείρα» του Adam Smith Η διατύπωση προτάσεων με στόχο την ενθάρρυνση επιχειρηματικών πρωτοβουλιών από νέους καθώς και η παρουσίαση επιτυχημένων επιχειρηματικών πρακτικών

αποτελούν το αντικείμενο της παρούσας μελέτης μέσω της αποτύπωσης και ερμηνείας των τάσεων της επιχειρηματικότητας σε μια από τις περιφέρειες της Ελλάδας (Καρβούνης και συν., 2008).

## **1.2 Επιχειρηματίας: δημιουργικός, καινοτόμος**

Όπως αναφέρθη, ο επιχειρηματίας είναι αυτός που «επιχειρεί», που αναλαμβάνει δράση για να συνδυάσει τους συντελεστές της παραγωγής καινοτομικά, δημιουργικά, για να παράγει προϊόντα και υπηρεσίες με τον πλέον αποτελεσματικό και αποδοτικό τρόπο.

Σε όλες τις εποχές υπήρχαν άτομα που καθοδηγούμενα από κάποιο ψυχολογικό ή υλικό κίνητρο προσπαθούσαν να εισάγουν κάτι το καινούργιο στην οικονομική διαδικασία. Η δράση του καινοτόμου επιχειρηματία έγινε πιο εμφανής από την εποχή της Βιομηχανικής Επανάστασης, όταν η είσοδος νέας τεχνολογίας έφερε επανάσταση στην οικονομική και κοινωνική ζωή των ατόμων (Καραγιάννης, 1999)

### **1.2.1 Τα χαρακτηριστικά του επιτυχημένου επιχειρηματία**

Η έννοια του «επιχειρηματία» πολλές φορές ταυτίζεται με αυτή του «μάνατζερ» και η έννοια της «επιχειρηματικότητας» είναι προσανατολισμένη προς τη δράση, όπως και του «μάνατζμεντ».

Σύμφωνα με τον Brockhaus (1982), οι κατευθυντήριες επιδράσεις για την ανάληψη επιχειρηματικής πρωτοβουλίας εστιάζονται στα ιδιαίτερα προσωπικά χαρακτηριστικά του εν δυνάμει επιχειρηματία, στις γενικότερες ψυχολογικές επιδράσεις που έχει δεχθεί και στην εμπειρία που έχει αποκομίσει από τα αποτελέσματα παρεμφερών δράσεών του στο παρελθόν. Πράγματι, σύμφωνα με αυτοβιογραφικά στοιχεία Ελλήνων και ξένων επιχειρηματιών, οι προηγούμενες επαγγελματικές εμπειρίες συντελούν αποφασιστικά στην καλλιέργεια επιχειρηματικής κουλτούρας, καθώς και στην ανάληψη σχετικής δράσης, (Παπαστράτος 1964, Δράκος 1989, οπ. αναφ οι Καρβούνης και συν., 2008).

Τα χαρακτηριστικά του καλού επιχειρηματία που συναντώνται στην Ελληνική και διεθνή βιβλιογραφία, συνοψίζονται στα (Καρβούνης, 2000):

- ο Δέσμευση και αποφασιστικότητα

- Εργατικότητα και ανεκτικότητα στις αμφιβολίες
- Επιθυμία για ανάληψη ευθύνης
- Αυτοπεποίθηση
- Αντίληψη του επιχειρηματικού κινδύνου και των αμφίβολων καταστάσεων.
- Διορατικότητα και ικανότητα ρεαλιστικού προγραμματισμού,
- Προσανατολισμός προς το μέλλον
- Προσαρμοστικότητα και ανοχή στις μεταβολές,
- Αντοχή στις δυσκολίες,
- Υπευθυνότητα,
- Ικανότητα επικοινωνίας,
- Ηγετικές ικανότητες

Επομένως επιχειρηματίας είναι κάποιος που καινοτομεί ή μιμείται δημιουργικά, συντονίζει τους παραγωγικούς συντελεστές και τις διεργασίες που γίνονται στην επιχείρησή του, λαμβάνει τις αναγκαίες αποφάσεις, αξιοποιεί και δημιουργεί με τις ειδικές γνώσεις που διαθέτει κάθε ευκαιρία κέρδους στην αγορά. Ο επιχειρηματίας καινοτομεί με έναν από τους εξής τρόπους: α) δημιουργεί ένα νέο ή καλύτερο προϊόν, β) χρησιμοποιεί νέες μεθόδους παραγωγής και οργάνωσης της επιχείρησης, γ) δημιουργεί μια νέα αγορά (Καρβούνης και συν., 2008).

Οι σύγχρονοι επιχειρηματίες-καινοτόμοι, σε αντιδιαστολή με αυτούς των περασμένων αιώνων, δεν είναι οι ίδιοι οι εφευρέτες των καινοτομιών που εισάγουν, αλλά βρίσκουν τις εφευρέσεις, που συνήθως γίνονται στα τμήματα Έρευνας και Ανάπτυξης διαφόρων επιχειρήσεων ή οργανισμών, και τις εισάγουν στην αγορά. Κάθε καινοτομία συνοδεύεται και από ένα διαφορετικό μέγεθος κινδύνων και κερδών. Ο επιχειρηματίας που σχεδιάζει να εισάγει κάποια καινοτομία θα πρέπει να συγκεντρώσει πληροφορίες για παρόμοια προϊόντα που ήδη υπάρχουν, τις προτιμήσεις των αγοραστών, την αγοραστική δύναμη των πελατών, κ.ά. Οι αποφάσεις που θα πάρει ο επιχειρηματίας εξαρτώνται από τις ειδικές πληροφορίες που έχει συγκεντρώσει και αξιολογήσει, τις προσωπικές του εμπειρίες, την κατάσταση της επιχείρησής του και το οικονομικό και πολιτικό περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται (Καρβούνης και συν., 2008).

### 1.3 Επιχειρηματικοί Κίνδυνοι

Με βάση θεωρητικές αναλύσεις και εμπειρικές έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί, τα επιχειρηματικά κίνητρα διακρίνονται σε αυτά που «ελκούν» τον επιχειρηματία να αναλάβει κάποια πρωτοβουλία και ονομάζονται κίνητρα έλξης (pull motives) και σε αυτά που «ωθούν» τον επιχειρηματία να απομακρυνθεί από άλλες μορφές απασχόλησης και να προσανατολισθεί την ανάληψη κάποιας επιχειρηματικής πρωτοβουλίας, τα αρνητικά κίνητρα ή κίνητρα ώθησης (push motives) (Καρβούνης, 2000).

Τα κίνητρα έλξης διακρίνονται στα εξής (Καρβούνης και συν., 2008):

- στο κίνητρο του κέρδους ή του υψηλότερου εισοδήματος
- στο κίνητρο της ανεξαρτησίας και του υψηλού βαθμού αυτονομίας,
- στο κίνητρο της «αρχηγικής θέσης» ή του κοινωνικού κύρους,
- στην επιθυμία επίτευξης των προσδοκιών του
- η αυτοεκτίμηση και η πεποίθηση του επίδοξου επιχειρηματία ότι θα επιτύχει στις νέες του επιχειρηματικές πρωτοβουλίες

Τα αρνητικά κίνητρα ή κίνητρα ώθησης αναφέρονται σ' αυτά, που απομακρύνουν τον υποψήφιο επιχειρηματία από άλλες μορφές εναλλακτικής επαγγελματικής δραστηριότητας και τον ωθούν στην ανάληψη επιχειρηματικού εγχειρήματος. Σύμφωνα με τους Shapero και Sorol (1982), Brockhaus (1982) και Kiam (1986), τα κίνητρα αυτά μπορεί να είναι τα εξής,

- η ανεργία ή η απόλυση από την εργασία,
- η έλλειψη ενδιαφέροντος στο αντικείμενο της εργασίας,
- οι προστριβές στο χώρο εργασίας
- η μετανάστευση ως μοναδική αναγκαστική λύση ανεύρεσης εργασίας,
- η έκδοση διαζυγίου.

Υπάρχουν και οι κίνδυνοι που σχετίζονται με τη φύση της επιχείρησης και χωρίζονται σε δυνάμενους και μη δυνάμενους να υπολογισθούν. Οι πρώτοι είναι δυνατό να υπολογισθούν μαθηματικά με την χρήση των πιθανοτήτων και έτσι είναι εφικτό να γίνει κάποια σχετική ασφάλεια, το κόστος της οποίας θα ενταχθεί στο γενικότερο κόστος παραγωγής. Οι άλλοι κίνδυνοι αποτελούν το λεγόμενο επιχειρηματικό ρίσκο.

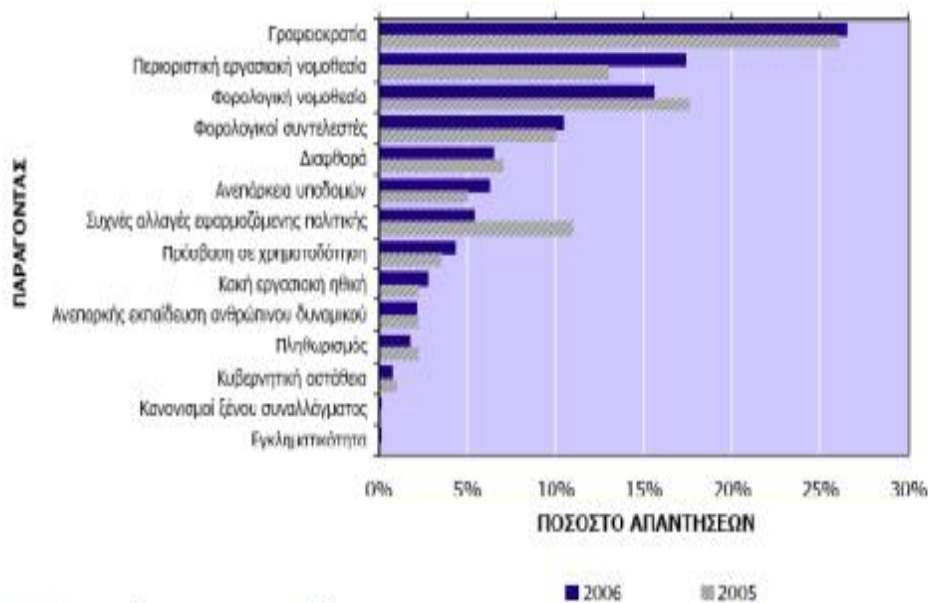
Στην ερώτηση «ποια ήταν η βασική αιτία της απόφασης να γίνει κάποιος επιχειρηματίας» συναντάμε πολλές απαντήσεις, όπως: «Πάντα ήθελα να κάνω δική μου επιχείρηση», «Δεν είμαι ικανοποιημένος με την δουλειά που κάνω», «Βλέπω άλλους φίλους και γνωστούς μου να κάνουν επιχειρήσεις», «Θέλω να αποκτήσω χρήματα», «Θέλω να είμαι αυτόνομος και ανεξάρτητος», «Θέλω να αποκτήσω κοινωνική αναγνώριση», «Απολύθηκα από την δουλειά μου», κ.ά. Είναι σημαντικό να ανιχνεύσει ο υποψήφιος επιχειρηματίας την ύπαρξη ισχυρού κινήτρου, το οποίο θα χαλυβδώσει την θέλησή του, ενώ σε περίπτωση απουσίας η επιμονή για υπερπήδηση των δυσκολιών θα είναι ισχνή (Καρβούνης και συν., 2008).

Η παραπάνω καταγραφή των εναλλακτικών κινήτρων για ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας δεν είναι εξαντλητική και δεν είναι εύκολο να αποτιμήσουμε τη συμβολή του κάθε παράγοντα στην ανάληψη παρόμοιας δραστηριότητας. Επίσης, η ύπαρξη κάποιων από τους παραπάνω παράγοντες δεν αποτελεί απαραίτητα την ικανή και αναγκαία συνθήκη για να ακολουθήσει κάποιο άτομο επιχειρηματική δράση.

#### **1.4 Τα σημαντικότερα προβλήματα της επιχειρηματικότητας**

Το 2005 και το 2006 διεξήχθη έρευνα για να αναδειχθούν τα σημαντικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις. Από μια λίστα με 14 παράγοντες, ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες στην έρευνα να επιλέξουν τους πέντε περισσότερο προβληματικούς για την επιχειρηματικότητα και να τους αξιολογήσουν με κλίμακα από το 1 (ο περισσότερο προβληματικός) έως το 5 (ο λιγότερο προβληματικός). Το διάγραμμα δείχνει τα ποσοστά απαντήσεων σταθμισμένα σύμφωνα με την αξιολόγηση του κάθε παράγοντα (Καρβούνης και συν., 2008).





Όπως φαίνεται και στο διάγραμμα, η γραφειοκρατία αποτελεί το σημαντικότερο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις στη λειτουργία τους. Ακολουθεί η περιοριστική εργασιακή νομοθεσία, η οποία σύμφωνα με τις απαντήσεις θεωρείται σοβαρότερο πρόβλημα το 2006 σε σχέση με το 2005 και στη συνέχεια η φορολογική νομοθεσία, οι φορολογικοί συντελεστές και η διαφθορά. Ενδιαφέρον παρουσιάζει η μεγάλη μείωση του ποσοστού των επιχειρήσεων που θεωρούν τις συχνές αλλαγές εφαρμοζόμενης πολιτικής ως σημαντικό πρόβλημα για την επιχειρηματικότητα, ενώ παρατηρείται μικρή αύξηση του ποσοστού των επιχειρήσεων που πιστεύουν ότι οι υποδομές είναι ανεπαρκείς.

Ενδιαφέρον παρουσιάζει η έρευνα του ΕΒΕΑ, που πραγματοποιήθηκε το διάστημα από 3 έως τις 24 Οκτωβρίου 2011, σε ένα σύνολο 1.104 συμμετεχόντων, τέθηκαν 16 συγκεκριμένα προβλήματα που εμποδίζουν την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα της κρίσης και ζητήθηκε η αξιολόγηση της βαρύτητάς τους από τους συμμετέχοντες. Κατά την αξιολόγηση των συμμετεχόντων, τα πλέον σημαντικά προβλήματα που εμποδίζουν την επιχειρηματικότητα είναι (ΕΒΕΑ,2011):

- Οι συνεχείς αλλαγές και η έλλειψη σταθερότητας στο φορολογικό, εργασιακό και ασφαλιστικό καθεστώς, όπου το 80% των συμμετεχόντων εκτιμά ως πρόβλημα ύψιστης βαρύτητας.
- Η ψυχολογία της αγοράς, όπου το 78% θεωρεί επίσης ύψιστης βαρύτητας πρόβλημα.

- Το ύψος των φορολογικών συντελεστών και των άλλων τελών που διαμορφώνουν το κόστος λειτουργίας μιας επιχείρησης, όπου το 62% θεωρεί επίσης πάρα πολύ σημαντικό πρόβλημα.
- Η γραφειοκρατία στις συναλλαγές με το Δημόσιο, που το 57% θεωρεί πρόβλημα μείζονος σημασίας.
- Η αδυναμία πάταξης του παραεμπορίου και της παραοικονομίας, όπου επίσης το 57% θεωρεί πάρα πολύ σημαντικό πρόβλημα για την επιχειρηματικότητα.
- Το ύψος του μισθολογικού κόστους χαρακτηρίζεται μετρίως σημαντικό πρόβλημα από την πλειοψηφία των συμμετεχόντων.
- Το ύψος των ασφαλιστικών εισφορών χαρακτηρίζεται πάρα πολύ σημαντικό πρόβλημα (σε ποσοστό 41%).
- Το ύψος του ενοικίου χαρακτηρίζεται λίγο (24%) έως μετρίως (26%) σημαντικό.
- Η δυσκολία πρόσβασης στο τραπεζικό σύστημα για χρηματοδότηση χαρακτηρίζεται πάρα πολύ σημαντικό πρόβλημα (49%).
- Η δυσκολία πρόσβασης στα τοπικά, εθνικά και κοινοτικά προγράμματα χαρακτηρίζεται πολύ (25%) έως και πάρα πολύ σημαντικό (37%) πρόβλημα.
- Η αδυναμία πάταξης της φοροδιαφυγής χαρακτηρίζεται πάρα πολύ σημαντικό πρόβλημα (55%).
- Οι διαδηλώσεις και οι πορείες χαρακτηρίζονται λίγο (24%) έως μετρίως (25%) πρόβλημα.
- Η μείωση της αγοραστικής δύναμης εργαζομένων και συνταξιούχων εξαιτίας της μείωσης μισθών και συντάξεων χαρακτηρίζεται πάρα πολύ σημαντικό πρόβλημα (51%).
- Η διαφθορά στις συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων και Δημοσίου χαρακτηρίζεται έως πάρα πολύ σημαντικό πρόβλημα (52%).
- Ο μεγάλος Δημόσιος τομέας χαρακτηρίζεται ως πολύ (18%) και πάρα πολύ σημαντικό (45%) πρόβλημα.
- Η καθυστέρηση στις αποκρατικοποιήσεις και στο άνοιγμα των επαγγελματιών χαρακτηρίζεται ως μετρίως (33%) και πολύ (17%) πρόβλημα.

Στο σημείο αυτό αξίζει να αναφερθεί ότι οι ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα που καλείται να αντιμετωπίσει ο επιχειρηματικός κόσμος στην Ελλάδα της που οφείλεται η έλλειψη ρευστότητας στην αγορά, είναι η μείωση της αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών. Ένα πρόβλημα το οποίο αναγνωρίζεται ως «πάρα πολύ σημαντικό» από το 51% των ερωτηθέντων και ως «πολύ σημαντικό» από το 22%, ενώ είναι χαρακτηριστικό ότι μόνο στις δυο αυτές κατηγορίες συγκεντρώνεται το 73% των απαντήσεων, προσδίδοντας κατά συνέπεια, σημαντική βαρύτητα στο πρόβλημα της έλλειψης ρευστότητας. Οι υπόλοιπες τρεις κατηγορίες απαντήσεων, αθροιστικά συγκέντρωσαν το υπόλοιπο 27% των ερωτηθέντων, όπου, το 14% θεωρεί το πρόβλημα «μετρίως σημαντικό», το 5% «λίγο σημαντικό» και το 8% «ελάχιστα σημαντικό» (ΕΒΕΑ,2011).

Ως τελικοί αποδέκτες των αυστηρών οικονομικών πολιτικών που εφαρμόζονται στις μέρες μας, οι οποίες ελαχιστοποιούν το διαθέσιμο εισόδημα των καταναλωτών και εντείνουν την αβεβαιότητα για μελλοντικές περιόδους, αλλά και των γενικότερων επιπτώσεων ενός διαταραγμένου οικονομικό-κοινωνικού κλίματος, οι πολίτες ελλείπονται της καταναλωτικής τους διάθεσης και διατηρούν, ως επί το πλείστον, αρνητική ψυχολογία απέναντι στις αγορές. Στην συντριπτική τους πλειοψηφία, οι ερωτηθέντες επιχειρηματίες χαρακτήρισαν το πρόβλημα αυτό ως «πάρα πολύ σημαντικό» σε ποσοστό που ανήλθε στο 78%, ενώ το αμέσως μεγαλύτερο ποσοστό του 11% χαρακτήρισε το πρόβλημα ως «πολύ σημαντικό». Οι υπόλοιπες τρεις κατηγορίες απαντήσεων οι οποίες προσδίδουν μικρότερη βαρύτητα στο πρόβλημα, συγκέντρωσαν ποσοστά που κυμάνθηκαν στο 5% κατά μέσο όρο. Πιο συγκεκριμένα, το πλήθος των ερωτηθέντων που αναγνώρισε το πρόβλημα ως «μετρίως σημαντικό» ανήλθε στο 1%, το πλήθος εκείνων που αναγνώρισαν το πρόβλημα ως «λίγο σημαντικό» ανήλθε στο 3% και στο 7% ανήλθε το ποσοστό εκείνων που χαρακτήρισαν το πρόβλημα ως «ελάχιστα σημαντικό» (ΕΒΕΑ,2011).

Οι διαδηλώσεις και οι πορείες ως πρόβλημα στην ομαλή λειτουργία των επιχειρήσεων ιδιαίτερα στο κέντρο την Αθήνας, έχουν διαπιστωθεί αρκετές φορές και σε παλαιότερες χρονικές περιόδους. Η υιοθέτηση δυσμενέστερων δημοσιονομικών μέτρων εξυγίανσης της Ελληνικής οικονομίας, αναπόφευκτα έχει οδηγήσει στην κλιμάκωση τέτοιων φαινομένων, τα οποία όμως, ως προβλήματα στην ομαλή λειτουργία των επιχειρήσεων χαρακτηρίζονται από τον διχασμό των απόψεων των

συμμετεχόντων. Πιο συγκεκριμένα, το 16% των ερωτηθέντων θεωρεί το πρόβλημα ως «ελάχιστα σημαντικό», το 24% το θεωρεί ως «λίγο σημαντικό», το 25% ως «μετρίως σημαντικό», το 14% ως «πολύ σημαντικό» και το 21% ως «πάρα πολύ σημαντικό» (EBEA,2011).

## 1.5 Επιχειρηματικότητα και νέοι

Στο σημείο αυτό όμως γεννιούνται μια σειρά απο ερωτήματα. Αποτελεί η επιχειρηματικότητα ελκυστική επιλογή καριέρας για τους νέους απόφοιτους και τα στελέχη στα πρώτα βήματα της σταδιοδρομίας τους; Οι προσδοκίες και οι αντιλήψεις των νέων απέχουν από την πραγματικότητα; Υπάρχουν προκαταλήψεις που αποτρέπουν τους νέους από το επιχειρείν αλλά και κίνδυνοι λόγω λανθασμένων επιλογών ή εγκλωβισμού σε οριακές δραστηριότητες χωρίς προοπτικές απογείωσης; Πώς μπορεί να ξεφύγει από παραδοσιακές μορφές επιχειρηματικότητας που δεν προσφέρουν τίποτε άλλο από απλή οριακή επιβίωση; Ποιες είναι οι ευκαιρίες της «νέας επιχειρηματικότητας», της δημιουργίας επιχειρήσεων που προσθέτουν αξία σε μία οικονομία στην περιφέρεια της Ευρώπης με πεπερασμένα όρια και δυνατότητες;

Η υψηλή ανεργία και οι δυσκολίες στην εύρεση εργασίας, η ύπαρξη πολλών φορέων και πολλών προγραμμάτων (κυρίως από την Ευρωπαϊκή Ένωση) που ενισχύουν την ιδέα της επιχειρηματικότητας, ο οξύς ανταγωνισμός, οι αυξανόμενες απαιτήσεις σε ωράρια απασχόλησης και το κακό εργασιακό περιβάλλον είναι κάποιοι από τους λόγους που ωθούν την αυτοαπασχόληση. Ιδιαίτερης προσοχής τυγχάνει η ανάπτυξη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών από τους νέους. Ως νέοι ορίζεται η ομάδα εκείνη «...με την ιδιότητα να βρίσκονται στην αιχμή των εκάστοτε εξελίξεων.....». Εν προκειμένω νέοι επιχειρηματίες χαρακτηρίζονται τα άτομα ηλικίας 18-39 ετών που βρίσκονται στην αιχμή των επιχειρηματικών εξελίξεων και καινοτομιών (Καρβούνης και συν., 2008).

Οι νέοι, αποτελούν τις ομάδες που πλήττονται περισσότερο από την ανεργία. Η ανεργία των νέων 19-25 ετών στην Ελλάδα, ανέρχεται σε 29,5 %, ενώ στις άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ανέρχεται στο 16,1%. Το εμπόριο είναι πρώτο στις προτιμήσεις των νέων επιχειρηματιών, με ποσοστό 44% στο σύνολο των νεοϊδρυθέντων επιχειρήσεων. Τη δεύτερη θέση καταλαμβάνει ο κλάδος παροχής

υπηρεσιών με ποσοστό 28% και ακολουθεί με 17% η δημιουργία μπαρ και εστιατορίων, ενώ τελευταίος στις προτιμήσεις τους έρχεται ο κλάδος της μεταποίησης με ποσοστό μόλις 6,5% (Καρβούνης και συν., 2008).

Μελέτη της MRB κατέδειξε ότι το ποσοστό διείσδυσης των νέων επιχειρηματιών στο σύνολο των ελληνικών νοικοκυριών αντιστοιχεί στο 3,9%. Το 70% των νέων που επιλέγουν να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρησή έχουν ως κίνητρο την οικονομική τους ασφάλεια και προσωπικά τους οράματα. Οι τέσσερις στους δέκα είναι απόφοιτοι λυκείου, σχεδόν το 77% επιλέγουν να ξεκινήσουν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα χωρίς συνεταιίρο, το 60% δημιουργούν τις δικές τους επιχειρήσεις με επένδυση προσωπικών κεφαλαίων ή κεφάλαια της οικογένειάς τους ενώ το 25% δηλώνει ότι έχει λάβει κεφάλαια από χρηματοπιστωτικά ιδρύματα ή πρόκειται να το κάνει στο μέλλον.

Τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι νέοι επιχειρηματίες αφορούν: τη συγκέντρωση κεφαλαίων στη ρευστότητα και τα λειτουργικά έξοδα της επιχείρησης. Προβλήματα επίσης αποτελούν ο αθέμιτος ανταγωνισμός και οι χαμηλές τιμές η έκδοση άδειας λειτουργίας και η μεγάλη γραφειοκρατία η εξεύρεση χώρου καθώς και η δυσπιστία που δείχνει ο κοινωνικός περίγυρος. Σε αυτές τις πιεστικές απαιτήσεις και δυσλειτουργίες η πολιτεία πρέπει να ανταποκριθεί άμεσα για τη βελτίωση και τόνωση της επιχειρηματικότητας (Καρβούνης και συν., 2008).

## **Κεφάλαιο 2ο: Οι βασικοί δείκτες επιχειρηματικότητας**

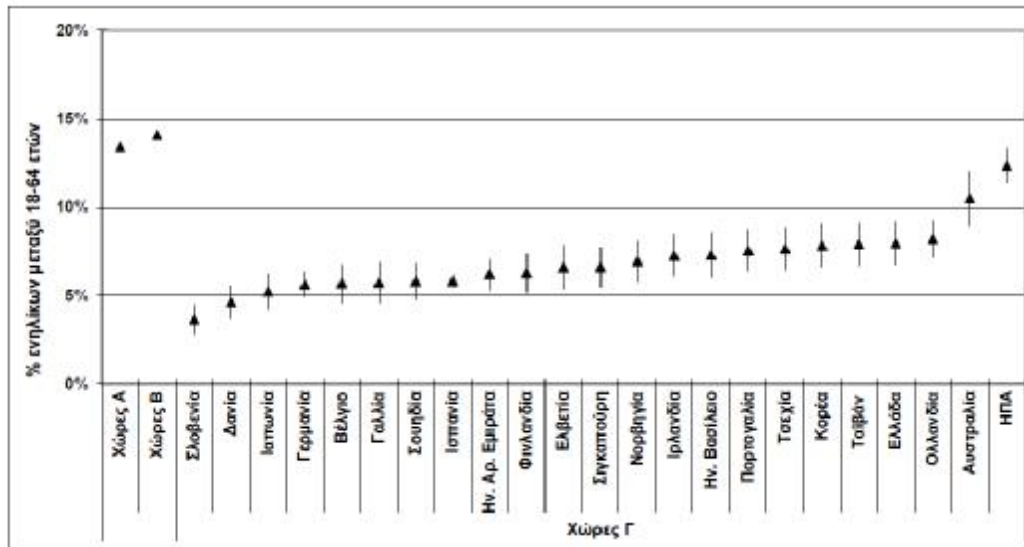
Το κεφάλαιο αυτό αφορά στους βασικούς δείκτες επιχειρηματικότητας. Πιο αναλυτικά μελετάται η εξέλιξη των βασικών δεικτών επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα το 2011, η διακοπή επιχειρηματικής δραστηριότητας και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των νέων εγχειρημάτων

### **2.1 Η εξέλιξη των βασικών δεικτών επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα το 2011**

Ο πρώτος δείκτης μέτρησης της επιχειρηματικότητας στο πλαίσιο της έρευνας του GEM αφορά στο επίπεδο της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων (Early-Stage Entrepreneurial activity) που εκδηλώνεται σε μια οικονομία. Αποτυπώνει δηλαδή τη δραστηριότητα που εκδηλώνεται για την εκκίνηση νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων σε κάθε χώρα. Ο δείκτης περιλαμβάνει δύο κατηγορίες ατόμων: τους επίδοξους και τους νέους επιχειρηματίες<sup>1</sup>. Πρόκειται για τα άτομα που είχαν, κατά την περίοδο της έρευνας, προχωρήσει σε κάποιες προκαταρτικές ενέργειες στην κατεύθυνση έναρξης μιας επιχείρησης (επίδοξοι επιχειρηματίες), ή είχαν ήδη ξεκινήσει μια νέα δραστηριότητα για τουλάχιστον τρεις, αλλά λιγότερο από 42 μήνες (νέοι επιχειρηματίες). Στον πίνακα 1 απεικονίζεται το επίπεδο αυτού του δείκτη για το 2011.

**Πίνακας 1:** Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που εμπλέκεται σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά χώρα το 2011

Πηγή: IOBE



Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που εμπλέκεται σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων (νέοι και επίδοξοι επιχειρηματίες) ανά χώρα το 2011 (95% διάστημα εμπιστοσύνης)

Το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM διακρίνει τις χώρες που έλαβαν μέρος το 2011 σε τρεις ομάδες, ανάλογα με βασική πηγή του προϊόντος που παράγουν.<sup>2</sup> Η πρώτη (Ομάδα Α) περιλαμβάνει χώρες χαμηλού κατά κεφαλήν εισοδήματος, το προϊόν των οποίων προέρχεται κυρίως από την εκμετάλλευση πρωτογενών συντελεστών παραγωγής. Η δεύτερη (Ομάδα Β) περιλαμβάνει χώρες μεσαίου εισοδήματος, η των οποίων βασίζεται στη βελτίωση της αποτελεσματικότητας της οικονομίας. Τέλος η Τρίτη (Ομάδα Γ) περιλαμβάνει χώρες υψηλού εισοδήματος, οι οποίες βασίζουν την ανάπτυξη στη συνεχή προώθηση της καινοτομίας προϊόντος και διεργασιών.

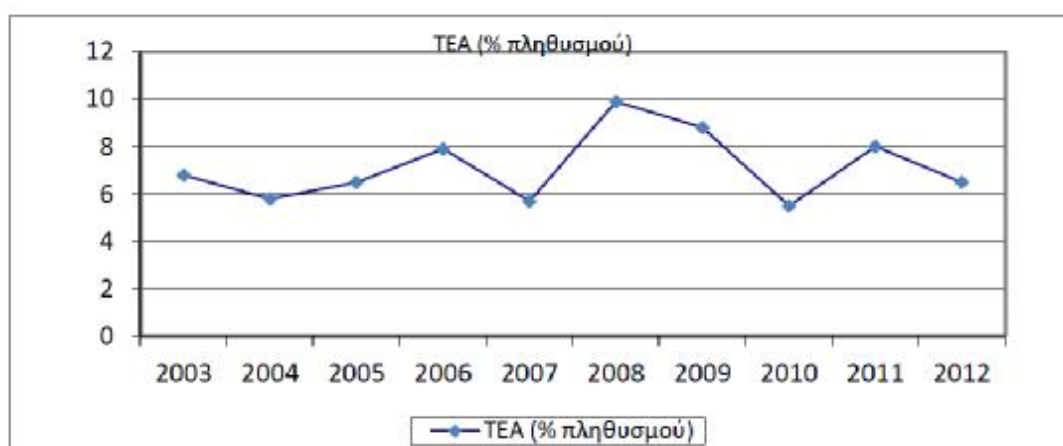
Οι επιδόσεις των χωρών που έλαβαν μέρος στην έρευνα του GEM το 2011 επιβεβαιώνουν ένα δεδομένο που αποτελεί σταθερό εύρημα σε όλες τις ετήσιες έρευνες που έχει πραγματοποιήσει το GEM από συστάσεώς του. Πρόκειται για τη διαπίστωση ότι υψηλότερη επιχειρηματική δραστηριότητα –με την έννοια της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων, την έναρξη δηλαδή νέων επιχειρηματικών

εγχειρημάτων-, εμφανίζουν κυρίως οι χώρες που ανήκουν στις ομάδες Α και Β, τις χώρες χαμηλού εισοδήματος και επιπέδου ανάπτυξης. Η εξήγηση, όπως έχει επανειλημμένα υποστηριχθεί στις Εκθέσεις του IOBE, πρέπει να αναζητηθεί στην αυξημένη «επιχειρηματικότητα ανάγκης» που εμφανίζουν αυτές οι χώρες, ζήτημα που θα συζητηθεί αναλυτικά στο επόμενο Κεφάλαιο. Βεβαίως, ένα πρώτο συμπέρασμα που μπορεί να εξαχθεί είναι ότι θα ήταν λάθος να θεωρηθεί ότι υψηλή επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων είναι συνώνυμο οικονομικής επιτυχίας. Το αντίθετο, μπορεί να εκληφθεί ως σύμπτωμα υπανάπτυξης.

Στην Ελλάδα, το ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18-64, που βρισκόταν σε αρχικό στάδιο επιχειρηματικής δραστηριοποίησης το καλοκαίρι του 2011 ήταν 8%, επίδοση με την οποία η χώρα μας κατατάσσεται στην 4η υψηλότερη θέση ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας (Ομάδα Γ). Αυτό το υψηλό –για τη συγκεκριμένη ομάδα χωρών- ποσοστό δεν προκαλεί βεβαίως προβληματισμό, με δεδομένη την κυριαρχία μικρών επιχειρήσεων στη δομή του οικονομικού συστήματος στην Ελλάδα. Ωστόσο, ο δείκτης δεν ήταν τόσο υψηλός καθ’ όλα τα έτη ελληνικής συμμετοχής στο GEM, όπως φαίνεται στο πίνακα 2 που ακολουθεί. Στην πραγματικότητα, τα δεδομένα που απεικονίζονται στο Διάγραμμα έχουν ιδιαίτερη σημασία καθώς επιτρέπουν κάποια πρώτα συμπεράσματα σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο η εκκίνηση νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων στην Ελλάδα αντέδρασε στην εμφάνιση της κρίσης.

**Πίνακας 2:** Εξέλιξη δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ελλάδα 2003-13

Πηγή: IOBE





Η εξέλιξη του δείκτη στα εννέα χρόνια ελληνικής συμμετοχής στο GEM οδηγεί σε ένα σημαντικό συμπέρασμα σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο η έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα αντέδρασε στην κρίση. Παρατηρείται ότι, ανάμεσα στο 2003 και το 2007 –πριν δηλαδή από την εκδήλωση της κρίσης- ο δείκτης χαρακτηρίζεται από σχετική σταθερότητα, καθώς κινείται ανάμεσα στο 6% και το 8%, εύρος που βρίσκεται εντός των ορίων του στατιστικού σφάλματος. Αλλά είναι φανερό ότι η εμφάνιση της κρίσης εντείνει τη διακύμανση του Δείκτη, ο οποίος εμφανίζει πλέον περισσότερο ακραίες τιμές, από σχεδόν 10% το 2008 έως μόλις 5,5% το 2010. Ας σημειωθεί δε ότι το Διάγραμμα περιλαμβάνει και μια πρώτη εκτίμηση για το ύψος του δείκτη το 2012, βασισμένη στα πρώτα εναρμονισμένα στοιχεία από την έρευνα πληθυσμού.

Όπως έχει επισημανθεί στις προηγούμενες Εκθέσεις του IOBE τα τελευταία χρόνια, η μεγάλη αυτή διακύμανση του δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στη διάρκεια της κρίσης αποκαλύπτει ότι οι Έλληνες αντέδρασαν στην αβεβαιότητα που έφερε η κρίση κάνοντας αυτό που ήξεραν να κάνουν καλύτερα, ιδρύοντας δηλαδή μικρές επιχειρήσεις. Από την άλλη πλευρά βεβαίως, η ύφεση κάνει πολύ πιο δύσκολη την επιβίωση αυτών των εγχειρημάτων σε σύγκριση με το παρελθόν. Η αλληλεπίδραση αυτών των δύο τάσεων οδηγεί λοιπόν σε μεγάλη διακύμανση το δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων.

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, στο πλαίσιο του εννοιολογικού μοντέλου του GEM, η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων αποτελεί σύνθετο δείκτη, ο οποίος συνιστάται από το άθροισμα «επίδοξων» και «νέων» επιχειρηματιών. Η έρευνα του GEM υπολογίζει ακόμα τον δείκτη «καθιερωμένης» επιχειρηματικότητας –όσοι είναι ιδιοκτήτες ενός εγχειρήματος που έχει ξεπεράσει τους 42 μήνες λειτουργίας- και την «συνολική» επιχειρηματικότητα, που αποτελεί το άθροισμα όλων των επιμέρους δεικτών. Ο πίνακας 3 συνοψίζει τα αποτελέσματα του 2011 (Ιωαννίδης, 2013).

**Πίνακας 3:** Συμμετοχή στην επιχειρηματική δραστηριότητα ανά χώρα 2011 (%πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών)

Πηγή: IOBE

	Επίδοξοι επιχειρηματίες	Νέοι επιχειρηματίες	Επιχ/κότητα αρχικών σταδίων	Καθιερωμένοι επιχειρηματίες	Συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα
<b>Χώρες Α</b>	<b>11,1</b>	<b>5,5</b>	<b>16,1</b>	<b>6,1</b>	<b>21,9</b>
<b>Χώρες Β</b>	<b>8,4</b>	<b>5,9</b>	<b>14,1</b>	<b>7,2</b>	<b>20,8</b>
Αυστραλία	6,0	4,7	10,5	9,1	17,8
Βέλγιο	2,7	3,0	5,7	6,8	12,2
Τσεχία	5,1	2,7	7,6	5,2	11,8
Δανία	3,1	1,6	4,6	4,9	9,0
Φινλανδία	3,0	3,3	6,3	8,8	14,0
Γαλλία	4,1	1,7	5,7	2,4	7,0
Γερμανία	3,4	2,4	5,6	5,6	11,0
Ελλάδα	4,4	3,7	8,0	15,8	23,4
Ιρλανδία	4,3	3,1	7,2	8,0	13,0
Ιαπωνία	3,3	2,0	5,2	8,3	13,1
Κορέα	2,9	5,1	7,8	10,9	16,6
Ολλανδία	4,3	4,1	8,2	8,7	14,9
Νορβηγία	3,7	3,3	6,9	6,6	13,0
Πορτογαλία	4,6	3,0	7,5	5,7	12,9
Σγκαπούρη	3,8	2,8	6,6	3,3	8,9
Σλοβενία	1,9	1,7	3,7	4,8	8,0
Ισπανία	3,3	2,5	5,8	8,9	13,2
Σουηδία	3,5	2,3	5,8	7,0	11,0
Ελβετία	3,7	2,9	6,6	10,1	16,5
Ταϊβάν	3,6	4,4	7,9	6,3	13,5
Ην. Αρ. Εμιράτα	3,7	2,6	6,2	2,7	8,3
Ην. Βασίλειο	4,7	2,6	7,3	7,2	12,9
ΗΠΑ	8,3	4,3	12,3	9,1	18,3
<b>Χώρες Γ</b>	<b>4,0</b>	<b>3,0</b>	<b>6,9</b>	<b>7,2</b>	<b>13,9</b>
<b>M.O. GEM</b>	<b>6,9</b>	<b>4,7</b>	<b>11,4</b>	<b>6,7</b>	<b>18,1</b>

Σε διεθνές επίπεδο, το ενδιαφέρον εύρημα εδώ είναι ότι στις ομάδες χωρών Α και Β ο δείκτης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων είναι σημαντικά υψηλότερος από τον δείκτη καθιερωμένης επιχειρηματικότητας. Και πάλι, η σημαντικότερη εξήγηση για αυτό το φαινόμενο σχετίζεται με την έννοια της επιχειρηματικότητας ανάγκης. Το γεγονός ότι οι κάτοικοι αυτών των χωρών δεν έχουν εύκολη πρόσβαση σε μισθωτή εργασία τους ωθεί στη συνεχή έναρξη «μικροδουλειών» με στόχο τον βιοπορισμό. Αλλά καθώς αυτές οι μικροδουλειές ξεκινούν σε ένα πολύ δυσχερές περιβάλλον, λίγες κατορθώνουν να επιβιώσουν για περισσότερο από 3,5 έτη, έτσι ώστε να

καταγραφούν στην έρευνα ως καθιερωμένα εγχειρήματα. Έτσι, μολονότι οι χώρες Α και Β καταγράφουν υψηλά ποσοστά «συνολικής» επιχειρηματικότητας –πρόκειται για το άθροισμα επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων και καθιερωμένης επιχειρηματικότητας- αυτά προέρχονται από τη συνεχή γέννηση νέων εγχειρημάτων και όχι από την ανάπτυξη των επιχειρήσεων που θα τις οδηγούσε να αποκτήσουν τον χαρακτήρα των καθιερωμένων. Η Ελλάδα καταγράφει το υψηλότερο ποσοστό καθιερωμένης επιχειρηματικότητας παγκοσμίως. Με δεδομένη τη δομή της ελληνικής οικονομίας και την κυριαρχία της μικρής επιχείρησης, το εύρημα αυτό δεν πρέπει να προκαλεί έκπληξη. Ωστόσο, έχει ενδιαφέρον το γεγονός ότι, παρά την ύφεση που μαστίζει την ελληνική οικονομία, το ποσοστό του πληθυσμού που διατηρεί την θέση του ως καθιερωμένοι επιχειρηματίες δεν έχει μεταβληθεί σημαντικά καθ' όλη την πενταετία της κρίσης. Η πραγματικότητα αυτή αντανακλάται και στον δείκτη συνολικής επιχειρηματικότητας. Για την Ελλάδα, ο σχετικός δείκτης βρίσκεται στο 23,4%, ένα από τα υψηλότερα ποσοστά παγκοσμίως και το υψηλότερο ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας. Σε απόλυτους αριθμούς, η συνολική επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα είναι μια δραστηριότητα που αφορά κοντά στα 1,5 εκ. άτομα (Ιωαννίδης, 2013).

Ο πίνακας 4 που ακολουθεί αποτυπώνει την εξέλιξη των βασικών δεικτών επιχειρηματικότητας κατά GEM για το διάστημα 2007-2011, καθ' όλη δηλαδή την περίοδο της κρίσης. Όπως θα σχολιαστεί στη συνέχεια, το ενδιαφέρον εδώ εστιάζεται στην εντυπωσιακή σταθερότητα των δεικτών καθιερωμένης και συνολικής επιχειρηματικότητας (Ιωαννίδης, 2013).

**Πίνακας 4:** Εξέλιξη βασικών δεικτών επιχειρηματικότητας (% πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών)

Πηγή: IOBE

	Επίδοξη επι/κότητα	Νέα Επι/κότητα	Επι/κότητα αρχικών σταδίων	Καθιερωμένη επι/κότητα	Συνολική Επι/κότητα
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
2010	2,0	3,5	5,3	14,2	18,8
2011	4,4	3,7	8,0	15,8	23,4
<b>Μ.Ο.</b>	<b>4,2</b>	<b>3,5</b>	<b>7,5</b>	<b>14,2</b>	<b>21,0</b>

Κατά την τελευταία πενταετία λοιπόν, η διακύμανση της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας (από 12,6% το 2008 έως 15,8% το 2011) είναι πολύ μικρότερη από τη διακύμανση του δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων. Αυτό οδηγεί και σε μικρή διακύμανση του δείκτη συνολικής επιχειρηματικότητας (από 18,7% το 2007 έως 23,6% το 2009). Με άλλα λόγια, η κρίση δεν φαίνεται να έχει επηρεάσει σημαντικά τον συνολικό αριθμό των ατόμων που έχουν κάποια μορφή επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα (Ιωαννίδης, 2013).

## **2.2 Διακοπή επιχειρηματικής δραστηριότητας**

Το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM διερευνά επίσης σε ετήσια βάση την αναστολή επιχειρηματικής δραστηριότητας. Τα σχετικά δεδομένα για το 2011 παρουσιάζονται στον Πίνακα 5 που ακολουθεί. Πρέπει να επισημανθεί εισαγωγικά ότι αυτοί που δηλώνουν στην έρευνα πληθυσμού ότι διέκοψαν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα κατά το προηγούμενο έτος μπορεί να είναι είτε άτομα που είχαν πρόσφατα ξεκινήσει επιχειρηματική δραστηριότητα (επιχειρηματίες αρχικών σταδίων), είτε καθιερωμένοι επιχειρηματίες. Με άλλα λόγια, η αναστολή επιχειρηματικής δραστηριότητας δεν είναι δυνατό να συσχετιστεί με τις γεννήσεις νέων επιχειρήσεων (Ιωαννίδης, 2013).

**Πίνακας 5:** Διακοπή της επιχειρηματικής δραστηριότητας ανά χώρα, 2011

Πηγή: IOBE

	Διακοπή επιχειρηματικής δραστηριότητας
<b>Χώρες Α</b>	<b>5,7</b>
<b>Χώρες Β</b>	<b>4,3</b>
Αυστραλία	4,3
Βέλγιο	1,4
Τσεχία	2,7
Δανία	2,3
Φινλανδία	2,0
Γαλλία	2,2
Γερμανία	1,8
<b>Ελλάδα</b>	<b>3,0</b>
Ιρλανδία	3,4
Ιαπωνία	0,7
Κορέα	3,2
Ολλανδία	2,0
Νορβηγία	2,5
Πορτογαλία	2,9
Σιγκαπούρη	2,1
Σλοβενία	1,5
Ισπανία	2,2
Σουηδία	3,2
Ελβετία	2,9
Ταϊβάν	4,9
Ην. Αραβικά Εμιράτα	4,8
Ην. Βασίλειο	2,0
ΗΠΑ	4,4
<b>Χώρες Γ</b>	<b>2,7</b>
<b>M.O. GEM</b>	<b>4,2</b>

Σε διεθνές επίπεδο, το βασικό εύρημα που πρέπει να σχολιαστεί είναι το υψηλό ποσοστό διακοπής λειτουργίας που καταγράφεται στις ομάδες χωρών Α και Β. Για τους λόγους που έχουν ήδη αναφερθεί, σε αυτές τις χώρες είναι αναμενόμενο να υπάρχει μεγάλη κινητικότητα προς και από την επιχειρηματική δραστηριότητα, με αποτέλεσμα οι καταγραφόμενοι «θάνατοι» επιχειρήσεων να είναι σχετικά πολυπληθείς. Αντίθετα, στις χώρες καινοτομίας τα ποσοστά των ατόμων που

διακόπτουν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα είναι σημαντικά χαμηλότερα, πράγμα που υποδηλώνει ότι οι δυνατότητες επιβίωσης των επιχειρήσεων είναι ευνοϊκότερες (Ιωαννίδης, 2013).

Με ποσοστό εγκατάλειψης της επιχειρηματικής δραστηριότητας στο 3%, η Ελλάδα καταγράφει μια από τις υψηλότερες επιδόσεις ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας. Με δεδομένη την ύφεση της ελληνικής οικονομίας, δεν πρόκειται βεβαίως για μη αναμενόμενο εύρημα. Για τους ίδιους όμως λόγους έχει ιδιαίτερη σημασία η διερεύνηση των αιτίων που οδήγησαν στην διακοπή της επιχειρηματικής δραστηριοποίησης. Ο πίνακας 6 παρουσιάζει τα σχετικά δεδομένα για τη χώρα μας που κατέγραψε η έρευνα το 2011.

**Πίνακας 6:** Ποσοστά διακοπής και αναστολής επιχειρηματικής δραστηριότητας Λόγοι αποχώρησης από την επιχείρηση

Πηγή: IOBE

	% του συνολικού πληθυσμού 18-64 ετών		Λόγοι αποχώρησης από επιχείρηση (%)			
	Διακοπή λειτουργίας	Αναστολή επιχειρηματικής δραστηριότητας	Μη κερδοφόρα επιχείρηση	Προβλήματα χρημα/σης	Συνταξιο- δότηση	Λοιποί λόγοι
Ελλάδα	3,0	0,5	63,6	7,3	5,5	23,6
Χώρες Γ	1,7	1,0	29,8	10,5	7,6	52,1
M.O. GEM	2,3	1,1	27,5	12,3	4,3	55,9

Όπως και τα προηγούμενα χρόνια, ο σημαντικότερος λόγος για τη διακοπή επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα είναι η έλλειψη κερδοφορίας, καθώς σχεδόν επτά στους δέκα Έλληνες δηλώνουν ότι αυτός ήταν ο λόγος για τον οποίο εγκατέλειψαν τον επιχειρηματικό στίβο. Είναι δε ενδιαφέρον ότι, παρ' όλο που η χώρα μας τρίζεται από πρωτόγνωρη έλλειψη ρευστότητας, λιγότεροι από ένας στους δέκα Έλληνες θεωρούν ότι αυτός είναι ο λόγος που οδηγήθηκαν στη διακοπή της δραστηριότητάς τους. Ας υπογραμμιστεί δε ότι αυτή η σειρά σημασίας των δύο αυτών προβλημάτων είναι αντίθετη στη χώρα μας από αυτά που καταγράφει η έρευνα του GEM για τις χώρες καινοτομίας, αλλά και για όλες τις χώρες που έλαβαν μέρος το 2011. Η εξήγηση αυτού του ευρήματος είναι βέβαια προφανής. Το μεγαλύτερο πρόβλημα για τον Έλληνα επιχειρηματία είναι η βαθιά ύφεση, που μειώνει την

κερδοφορία όλων των επιχειρήσεων Η σύγκριση εδώ με τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας είναι εντυπωσιακή. Άρα, μολονότι τα προβλήματα χρηματοδότησης είναι παρόντα, το μεγαλύτερο πρόβλημα για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα είναι η ύφεση (Ιωαννίδης και συν., 2013).

Αναλυτικότερα συμπεράσματα για την επίδραση της ύφεσης στους θανάτους επιχειρήσεων προκύπτουν από τα δεδομένα που καταγράφονται στον πίνακα 7. Εδώ παρουσιάζονται τα δεδομένα για την περίοδο 2008-2011, ενώ εξετάζονται αναλυτικότερα και οι λόγοι που οδήγησαν στην απόσυρση από τον επιχειρηματικό στίβο.

Το εντυπωσιακό εύρημα εδώ είναι η απότομη άνοδος της έλλειψης κερδοφορίας ως βασικού λόγου εγκατάλειψης της επιχειρηματικής δραστηριότητας ανάμεσα στο 2009 και το 2010. Ενδιαφέρον επίσης παρουσιάζει η εξέλιξη του ποσοστού εκείνων που δήλωναν τα προβλήματα χρηματοδότησης ως βασικό λόγο, η οποία είναι πτωτική. Προφανώς, όπως παρατηρήθηκε και παραπάνω, αυτό δεν σημαίνει ότι η χρηματοδότηση γινόταν πιο εύκολη με την πάροδο του χρόνου, αλλά μάλλον ότι, λόγω της ύφεσης, η έλλειψη κερδοφορίας αναδεικνυόταν στον υπ' αριθμόν ένα λόγο εγκατάλειψης του επιχειρηματικού στίβου. Αξίζει ακόμα να επισημανθεί η εξέλιξη δύο άλλων λόγων εγκατάλειψης της επιχειρηματικής δραστηριότητας: της πώλησης της επιχείρησης και της εύρεσης άλλης εργασίας. Και για τα δύο, παρατηρείται κατάρρευση των σχετικών ποσοστών. Πρόκειται βεβαίως για ένα ακόμα σημάδι της ύφεσης υπό την οποία διέρχεται η ελληνική οικονομία τα τελευταία χρόνια (Ιωαννίδης και συν., 2013).

**Πίνακας 7:** Λόγοι διακοπής ή αναστολής της λειτουργίας μιας επιχείρησης

Πηγή: IOBE

	% πληθυσμού 18-64 ετών		% διάθροση αιτιών αναστολής επιχειρηματικής δραστηριότητας							
	Διακοπή λειτουργίας επιχείρησης	Αναστολή λειτουργίας επιχείρησης	Ενοικία για πώληση	Μη κερδοφόρα επιχείρηση	Προβλήματα χρηματοδότησης	Έκραση άλλης εργασίας	Προγράμματα στέμνη αποχώρηση	Συνταξιοδότηση	Προσωπικοί λόγοι	Παρασκευαστικοί λόγοι
2008	1,8	0,8	10,0	45,0	12,0	9,0	5,0	4,0	11,0	4,0
2009	2,6	0,8	5,8	45,7	5,6	18,4	4,9	4,9	12,4	2,3
2010	3,3	0,8	0,0	71,9	5,2	2,5	0,0	5,1	15,3	0,0
2011	3,0	0,5	1,8	63,6	7,3	3,6	0,0	5,5	16,4	1,8

### **2.3 Τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των νέων εγχειρημάτων**

Η νέα επιχειρηματικότητα συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη όχι τόσο μέσω του πλήθους των νέων εγχειρημάτων που θέτει σε λειτουργία, όσο κυρίως μέσω των ποιοτικών τους χαρακτηριστικών. Σε αυτό το πλαίσιο, μεγαλύτερη σημασία έχει η καινοτομικότητα, η εξωστρέφεια και οι προοπτικές δημιουργίας απασχόλησης των νέων εγχειρημάτων, παρά ο αριθμός τους (IOBE, 2014).

Σχετικά με τις προοπτικές δημιουργίας απασχόλησης, από το σύνολο του δείγματος κατά την έρευνα πληθυσμού το 2012, το υψηλότερο ποσοστό των ατόμων ηλικίας 18 έως 64 ετών δήλωναν ότι δεν προσδοκούν να δημιουργήσουν πάνω από τέσσερις νέες θέσεις απασχόλησης σε βάθος πενταετίας, ενώ μόλις το 0,67% προσδοκούσαν να δημιουργήσουν μεταξύ 5 και 19 νέες θέσεις. Αυτό σημαίνει ότι η νέα επιχειρηματικότητα στη χώρα μας εξακολουθεί να αναπαράγει τη βασική δομή της ελληνικής οικονομίας: μια οικονομία που βασίζεται στην ύπαρξη και λειτουργία πολύ μικρών επιχειρήσεων οι περισσότερες εκ των οποίων δεν αναπτύσσονται και ως εκ τούτου δεν δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας (IOBE, 2014).

Αναλύοντας τον βαθμό εξωστρέφειας των νέων επιχειρήσεων προκύπτει πως το 2012 το 20,6% των νέων επιχειρηματιών δήλωναν ότι πάνω από το 25% των πελατών τους θα προέρχονται από το εξωτερικό. Το αντίστοιχο ποσοστό το 2011 ήταν μόνο 16,1%. Από την άλλη πλευρά, 51,3% των νέων επιχειρηματιών δήλωναν ότι θα απευθυνθούν αποκλειστικά στην εγχώρια αγορά, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό το 2011 ήταν 44,8%. Φαίνεται λοιπόν ότι η κρίση έχει ενεργοποιήσει δύο αντιθετικές τάσεις, οι οποίες ενδεχομένως αντανακλούν αφενός τον συντηρητικό προσανατολισμό των εγχειρημάτων που ξεκινούν κυρίως για λόγους ανάγκης, αλλά αφετέρου, και τον περισσότερο αισιόδοξο προσανατολισμό των εγχειρημάτων που έχουν ως κίνητρο την εκμετάλλευση των ευκαιριών που έχει αναδείξει η κρίση (IOBE, 2014).

Στο σημείο αυτό αξίζει να αναφερθεί ότι όλοι οι δείκτες επιχειρηματικότητας είναι βασικά ποσοτικοί, αφορούν δηλαδή ποσοστά του πληθυσμού που έχουν κάποιου είδους επιχειρηματική δραστηριότητα. Ωστόσο, σε μια ανεπτυγμένη οικονομία που συμπεριλαμβάνεται στις χώρες καινοτομίας, η νέα επιχειρηματικότητα συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη όχι τόσο μέσω του πλήθους των νέων εγχειρημάτων που θέτει σε λειτουργία, όσο κυρίως μέσω των ποιοτικών τους



χαρακτηριστικών. Για την οικονομική ανάπτυξη λοιπόν εκείνων των χωρών που ανήκουν στον ανεπτυγμένο κόσμο, μεγαλύτερη σημασία έχει η καινοτομικότητα, η εξωστρέφεια και οι προοπτικές δημιουργίας απασχόλησης των νέων εγχειρημάτων, παρά ο αριθμός τους. Άλλωστε, όπως έχει παρατηρηθεί σε όλες τις Εκθέσεις του IOBE για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, οι πραγματικές υστερήσεις της επιχειρηματικότητας στη χώρα μας αναδεικνύονται ακριβώς σε σχέση με αυτά τα ποιοτικά της χαρακτηριστικά. Σε αυτή την Ενότητα εξετάζονται πέντε ποιοτικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ελλάδα (Ιωαννίδης και συν., 2013):

- Η κλαδική διάσταση των νέων εγχειρημάτων
- Οι προοπτικές δημιουργίας απασχόλησης
- Η καινοτομικότητά και η ένταση του ανταγωνισμού που αναμένεται να αντιμετωπίσουν
- Ο βαθμός εξωστρεφείας τους
- Το επίπεδο της τεχνολογίας που θα χρησιμοποιούν

### **2.3.1 Η κλαδική διάσταση των νέων εγχειρημάτων**

Το πρώτο ζήτημα που θα εξεταστεί αφορά την κλαδική κατανομή των νέων εγχειρημάτων. Το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM ακολουθεί εν προκειμένω την κλαδική κατανομή του ΟΗΕ, διακρίνει λοιπόν ανάμεσα σε α) πρωτογενή τομέα, β) μεταποιητική δραστηριότητα, γ) υπηρεσίες προς επιχειρήσεις και δ) προϊόντα/υπηρεσίες προς τον τελικό καταναλωτή. Ο πίνακας 8 που ακολουθεί καταγράφει την κλαδική κατανομή των εγχειρημάτων το 2011.

Σε όλες τις χώρες, ο κλάδος στον οποίο κατευθύνεται το μεγαλύτερο μέρος της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων είναι αυτός των προϊόντων/υπηρεσιών προς τον τελικό καταναλωτή. Ωστόσο, η βασική διαφορά ανάμεσα στις ομάδες χωρών Α και Β, αφενός, και την ομάδα Γ (χώρες καινοτομίας) είναι το υψηλό ποσοστό των πρώτων στον πρωτογενή τομέα και των τελευταίων στις υπηρεσίες προς επιχειρήσεις. Η διαφορά είναι τόσο έντονη που εύκολα θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί ως κριτήριο του επιπέδου ανάπτυξης μιας οικονομίας.

**Πίνακας 8:** Ποσοστιαία κατανομή της επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων στις χώρες καινοτομίας κατά τομέα, 2011

Πηγή: IOBE

	<i>Πρωτογενής τομέας</i>	<i>Μεταποιητική δραστηριότητα</i>	<i>Υπηρεσίες προς επιχειρήσεις</i>	<i>Προϊόντα / υπηρεσίες προς καταναλωτές</i>
<b>Χώρες Α</b>	<b>9,0</b>	<b>25,5</b>	<b>6,9</b>	<b>58,5</b>
<b>Χώρες Β</b>	<b>6,0</b>	<b>27,3</b>	<b>14,7</b>	<b>52,0</b>
Αυστραλία	6,2	28,9	30,9	34,0
Βέλγιο	2,3	22,2	30,2	45,2
Γαβρία	5,0	34,5	22,8	37,8
Δανία	2,9	16,5	33,1	47,5
Φινλανδία	10,0	22,7	31,1	36,2
Γαλλία	1,1	22,7	36,6	39,6
Γερμανία	2,8	27,4	25,1	44,8
<b>Ελλάδα</b>	<b>2,5</b>	<b>27,5</b>	<b>20,6</b>	<b>49,4</b>
Ιρλανδία	7,0	22,9	34,3	35,8
Ιαπωνία	2,6	14,8	29,4	52,9
Κορέα	2,3	19,8	17,4	60,5
Ολλανδία	3,5	18,0	33,5	45,1
Νορβηγία	9,0	23,9	30,6	36,6
Πορτογαλία	2,5	29,2	25,0	43,4
Σιγκαπούρη	0,0	14,4	17,9	67,7
Σλοβενία	1,8	23,7	34,2	40,2
Ισπανία	5,5	18,1	23,1	53,3
Σουηδία	3,7	19,1	37,9	39,2
Ελβετία	4,8	19,0	28,7	47,5
Ταϊβάν	3,3	16,7	19,2	60,8
Ην. Αραβικά Εμιράτα	3,0	30,8	19,4	46,8
Ην. Βασίλειο	2,7	17,3	42,6	37,4
ΗΠΑ	4,4	21,5	31,1	43,0
<b>Χώρες Γ</b>	<b>3,9</b>	<b>22,3</b>	<b>28,5</b>	<b>45,4</b>
<b>M.O. GEM</b>	<b>5,5</b>	<b>24,9</b>	<b>19,6</b>	<b>50,0</b>

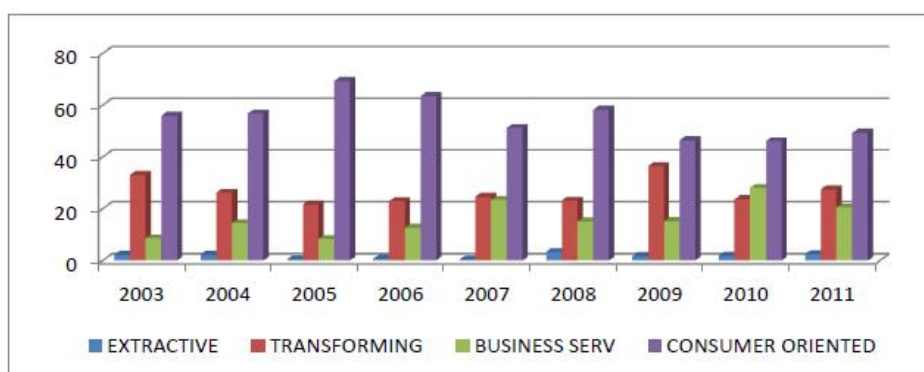
Ως προς τον πρωτογενή τομέα, το ποσοστό της Ελλάδας προσομοιάζει με το χαμηλό επίπεδο που καταγράφεται σε όλες τις χώρες καινοτομίας. Από την άλλη πλευρά όμως, η χώρα μας διατηρεί –αν και σε χαμηλότερο επίπεδο συγκριτικά με το παρελθόν- ένα υψηλό ποσοστό νέων εγχειρημάτων που απευθύνονται στον τελικό καταναλωτή και χαμηλό ποσοστό σε σχέση με τις υπηρεσίες προς επιχειρήσεις. Ιδιαίτερα το τελευταίο εύρημα –το οποίο αποτελεί σταθερό χαρακτηριστικό της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στη χώρα μας- είναι προβληματικό, καθώς οι επιχειρήσεις που απευθύνονται σε άλλες επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα να

επιρεάσουν θετικά την προστιθέμενη αξία και την καινοτομικότητα μιας σύγχρονης οικονομίας και άρα θεωρούνται περισσότερο επιθυμητές για την εγχώρια οικονομία.

Γι αυτό τον λόγο, αλλά και για να εξεταστεί ο τρόπος με τον οποίο η ύφεση έχει επιρεάσει την κλαδική διάσταση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ελλάδα, έχει σημασία η ανάλυση της διαχρονικής εξέλιξης της κλαδικής κατανομής των νέων εγχειρημάτων.

**Πίνακας 9:** Διαχρονική εξέλιξη της κλαδικής κατανομής των νέων εγχειρημάτων στην Ελλάδα

Πηγή: IOBE



Μολονότι, σε όλη την περίοδο της ελληνικής συμμετοχής στο GEM, το μεγαλύτερο ποσοστό των νέων εγχειρημάτων απευθυνόταν στον τελικό καταναλωτή, στην τριετία της κρίσης το ποσοστό αυτό είναι σαφώς μειωμένο από τα προηγούμενα χρόνια. Έτσι, ενώ πλησίαζε το 70% το 2005, τα τρία τελευταία χρόνια κινείται σταθερά κάτω από το 50%. Αλλά μεγαλύτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει το ποσοστό των νέων εγχειρημάτων που κατευθύνεται προς υπηρεσίες προς επιχειρήσεις, καθώς έχει αναφερθεί παραπάνω η σημασία αυτού του δείκτη για την οικονομική ανάπτυξη. Σε αυτό λοιπόν τον δείκτη, εμφανίζεται μια σαφώς ανοδική πορεία, με τα χρόνια της κρίσης να καταγράφουν τις υψηλότερες επιδόσεις καθ' όλη την εννεαετία ελληνικής συμμετοχής στο GEM. Άρα το εύρημα αυτό αποτελεί μια σοβαρή ένδειξη ότι η κρίση φαίνεται να έχει θέση σε κίνηση διαδικασίες αναδιάρθρωσης, ακόμα και σε αυτό το επίπεδο της «μικρής» επιχειρηματικότητας, των νέων δηλαδή εγχειρημάτων που κάνουν την εμφάνισή τους με την εισδοχή στον επιχειρηματικό στίβο των επίδοξων επιχειρηματιών.

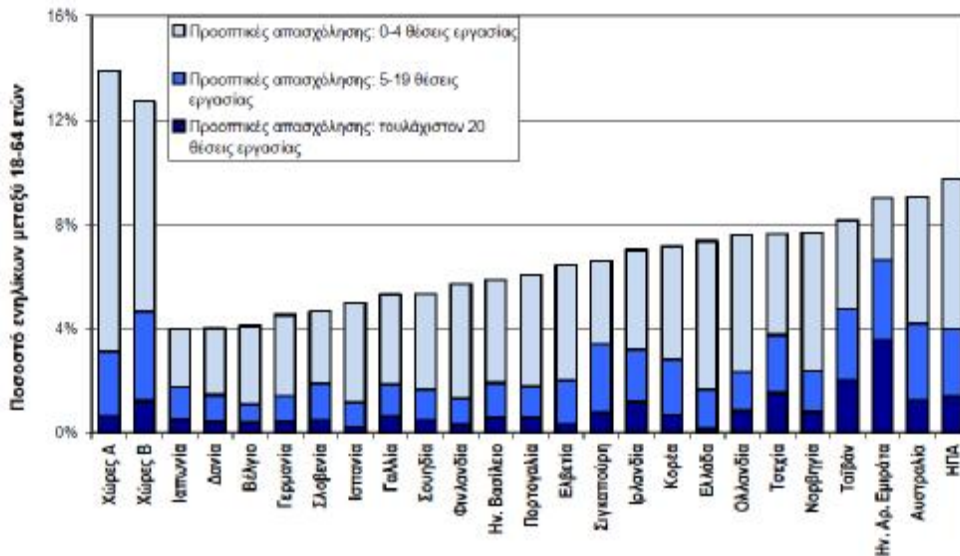
### 2.3.2 Οι προοπτικές δημιουργίας απασχόλησης

Η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας αποτελεί ένα από τα κυριότερα κριτήρια σχετικά με τη συμβολή ενός νέου εγχειρήματος στη γενικότερη οικονομική ανάπτυξη της χώρας. Έτσι, η έρευνα του GEM καταγράφει τις προσδοκίες των επιχειρηματιών για δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, καλώντας τους να αξιολογήσουν τη δυναμική του εγχειρήματός τους για τη δημιουργία τουλάχιστον 5, 6 έως 19 ή 20 νέων θέσεων την επόμενη πενταετία. Ιδιαίτερη έμφαση δίδεται στην τελευταία κατηγορία, σε εκείνες δηλαδή τις επιχειρήσεις που θεωρούν πως θα αναπτυχθούν σημαντικά και σε όρους απασχόλησης. Οι επιχειρήσεις αυτές, που συνήθως αναφέρονται στη διεθνή βιβλιογραφία ως «γαζέλες» ή επιχειρήσεις υψηλής ανάπτυξης (high-growth) βρίσκονται στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος των ερευνητών, μιας και είναι οι πλέον επιθυμητές σε μια οικονομία, λόγω του πλήθους των θέσεων εργασίας που μπορούν να προσφέρουν (Ιωαννίδης και συν., 2013).

Για την εξαγωγή ασφαλέστερων συμπερασμάτων για τις προοπτικές απασχόλησης, είναι χρήσιμο αυτές να εξεταστούν με βάση ένα χρονικό διάστημα μεγαλύτερο του έτους. Έτσι, ο πίνακας 10 παρουσιάζει τις προοπτικές δημιουργίας απασχόλησης που καταγράφηκαν σε όλες τις χώρες που έλαβαν μέρος στην έρευνα κατά την τριετία 2009-2011. Όπως είναι δε αναμενόμενο με βάση την υπεροχή της επιχειρηματικότητας ανάγκης στις ομάδες χωρών Α και Β, στις χώρες αυτές καταγράφεται το μεγαλύτερο ποσοστό εγχειρημάτων που αναμένουν να δημιουργήσουν λιγότερες από πέντε νέες θέσεις εργασίας κατά την επόμενη πενταετία (από τη στιγμή της διεξαγωγής της έρευνας). Βεβαίως και στις χώρες καινοτομίας (ομάδα Γ) υπερτερεί η μικρή επιχείρηση –έως πέντε νέες θέσεις εργασίας- στα νέα εγχειρήματα. Ωστόσο, το ποσοστό τους στο συνολικό πληθυσμό των νέων εγχειρημάτων είναι μικρότερο (Ιωαννίδης και συν., 2013).

**Πίνακας 10:** Προοπτικές απασχόλησης στα νέα εγχειρήματα 2009-2011

Πηγή: IOBE



Η Ελλάδα καταγράφει εδώ ένα από τα χαμηλότερα ποσοστά επιχειρήσεων «υψηλής ανάπτυξης» ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας. Μόλις 2,8% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων προσδοκούσαν το 2011 ότι το εγχείρημά τους θα δημιουργήσει περισσότερες από 20 νέες θέσεις εργασίας μετά από μία πενταετία, ενώ τρεις στους τέσσερις δήλωσαν ότι προσδοκούν να απασχολήσουν το πολύ έως πέντε νέους εργαζόμενους. Τα δεδομένα αυτά δεν έχουν αλλάξει ουσιαστικά από την αρχή της ελληνικής συμμετοχής στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM. Με άλλα λόγια, η κυριαρχία της μικρής επιχείρησης στην ελληνική οικονομία όχι μόνο διατηρείται, αλλά φαίνεται και να αναπαράγεται (Ιωαννίδης και συν., 2013).

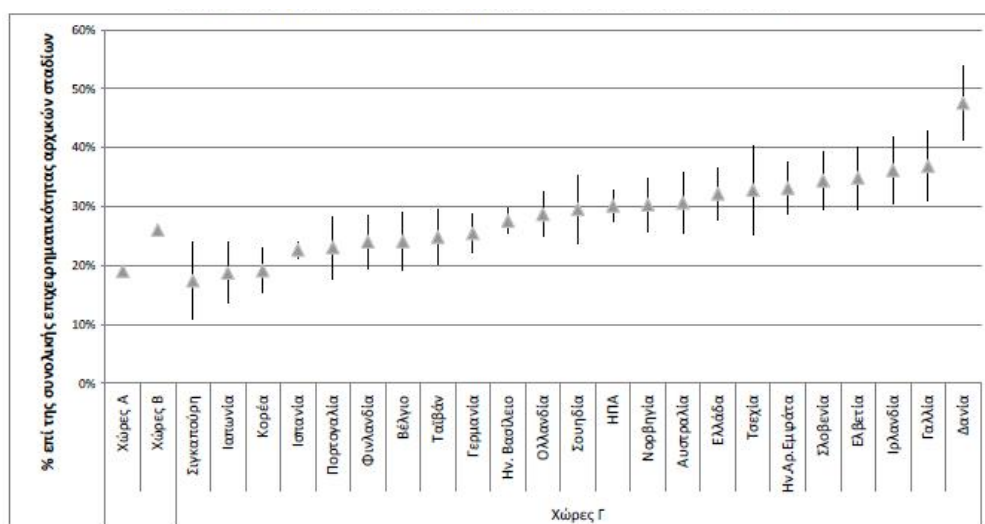
### 2.3.3 Η καινοτομικότητα και ένταση του ανταγωνισμού των νέων εγχειρημάτων

Σημαντικό ποιοτικό χαρακτηριστικό της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων είναι η καινοτομικότητα των εγχειρημάτων τα οποία δημιουργεί. Το GEM διερευνά το ζήτημα αυτό θέτοντας το ερώτημα στους συμμετέχοντες στην έρευνα επίδοξους και νέους επιχειρηματίες αν το προϊόν ή η υπηρεσία που θα διαθέτουν στην αγορά θαπροσλαμβάνεται από τους δυνητικούς πελάτες τους ως κάτι εντελώς νέο ή όχι. Σε όλη την περίοδο ελληνικής συμμετοχής στο πρόγραμμα από το 2003 μέχρι σήμερα η Ελλάδα κατέγραφε πολύ χαμηλές επιδόσεις στον σχετικό δείκτη (Ιωαννίδης και συν., 2013).

Συνοφασμένο με την καινοτομικότητα είναι το ερώτημα αν το νέο εγχείρημα αναμένεται να αντιμετωπίσει έντονο, μέτριο ή χαμηλό ανταγωνισμό. Προφανώς, όσο καινοτομικότερο είναι το προϊόν ή η υπηρεσία, τόσο χαμηλότερος θα είναι ο ανταγωνισμός που ο επίδοξος ή νέος επιχειρηματίας προσδοκά ότι θα αντιμετωπίσει. Η στενή συνάφεια ανάμεσα στην καινοτομικότητα και την ένταση του ανταγωνισμού οδήγησε το GEM στην εισαγωγή ενός σύνθετου δείκτη, ο οποίος μετρά συνδυαστικά το επίπεδο και των δύο μεταβλητών. Ο πίνακας 11 που ακολουθεί αποτυπώνει αυτό το σύνθετο δείκτη για όλες τις χώρες καινοτομίας. Ο δείκτης αποτελεί τον μέσο όρο της τριετίας 2009 – 2011 (Ιωαννίδης και συν., 2013).

**Πίνακας 11:** Καινοτομία και ένταση ανταγωνισμού στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων (2009-2011)

Πηγή: IOBE



Το ενδιαφέρον αυτού του σύνθετου δείκτη είναι ότι αποκαλύπτει πως κατά την τριετία της κρίσης περίπου ένα στα τρία νέα εγχειρήματα κατέγραφε κάποια καινοτομικότητα ή/και χαμηλή ένταση ανταγωνισμού. Με αυτή την επίδοση η χώρα μας κατελάμβανε την 8η θέση ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας. Δυστυχώς τα δεδομένα πριν από το 2009 δεν επιτρέπουν την προέκταση αυτού του σύνθετου δείκτη προς τα πίσω, έτσι ώστε να μπορεί να διερευνηθεί αν υπάρχει σημαντική μεταβολή σε σχέση με την περίοδο πριν από την κρίση. Ωστόσο, αν το εύρημα αυτό συνδυαστεί με την μεταβολή της κλαδικής κατανομής των νέων εγχειρημάτων, δικαιολογεί την πεποίθηση ότι πρόκειται για μιαν ακόμα ένδειξη αναδιάρθρωσης. Πράγματι, καθώς η ύφεση συρρικνώνει τις παραδοσιακές δραστηριότητες, είναι

εύλογο να αναμένει κανείς ότι τα νέα εγχειρήματα θα στρέφονται σε κατευθύνσεις που δεν είναι υπερφορτωμένες, είτε προσφέροντας καινοτομικά προϊόντα/υπηρεσίες, είτε μπαίνοντας σε νέες νησίδες αγοράς (Ιωαννίδης και συν., 2013).

#### **2.3.4 Ο βαθμός εξωστρέφειας των νέων εγχειρημάτων**

Η ύφεση της ελληνικής οικονομίας έχει συρρικνώσει την εγχώρια ζήτηση. Άρα, σημαντική πηγή αύξησης της ζήτησης είναι για την Ελλάδα η ζήτηση από το εξωτερικό. Το ερώτημα λοιπόν κατά πόσον η εγχώρια παραγωγή απευθύνεται σε πελάτες που βρίσκονται εκτός των συνόρων της χώρας ή, κατά κύριο λόγο, στην εσωτερική αγορά έχει ιδιαίτερη σημασία στη σημερινή συγκυρία. Το GEM διερευνά το ζήτημα της εξωστρέφειας των νέων εγχειρημάτων μετρώντας το ποσοστό των πελατών κάθε εγχειρήματος που βρίσκονται εκτός των συνόρων της χώρας. Ο πίνακας 12 που ακολουθεί καταγράφει τα σχετικά δεδομένα για όλες τις χώρες καινοτομίας κατά το 2011 (Ιωαννίδης και συν., 2013).

Εμφανίζεται εδώ και πάλι μια μεγάλη διαφορά ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας και στις χώρες που ανήκουν στις ομάδες Α και Β. Στις τελευταίες, πάνω από τα μισά νέα εγχειρήματα κατευθύνονται σε δραστηριότητες οι πελάτες των οποίων βρίσκονται κατά κύριο λόγο στο εσωτερικό αυτών χωρών. Αντίθετα, στις χώρες καινοτομίας μεγαλύτερα ποσοστά των νέων εγχειρημάτων είναι εξωστρεφή. Και πάλι δηλαδή, φαίνεται να υπάρχει ένας δείκτης στον οποίο να διαφοροποιούνται με σαφήνεια τα επίπεδα οικονομικής ανάπτυξης ανάμεσα σε διάφορες χώρες. Για την Ελλάδα, τα ποσοστά εξωστρέφειας δεν φαίνεται να διαφοροποιούνται σημαντικά από τις άλλες χώρες καινοτομίας. Ωστόσο, με δεδομένο ότι ο τουρισμός –ένας δηλαδή από τη φύση του εξωστρεφής κλάδος- αποτελεί σημαντικότερη δραστηριότητα για την ελληνική οικονομία, το επίπεδο της εξωστρέφειας των νέων εγχειρημάτων στην Ελλάδα πρέπει να θεωρηθεί χαμηλό, όπως άλλωστε έχει καταγραφεί σε όλες τις Εκθέσεις του GEM και στα προηγούμενα χρόνια (Ιωαννίδης και συν., 2013).

**Πίνακας 12:** Εξαγωγικός προσανατολισμός (2011)

Πηγή: IOBE

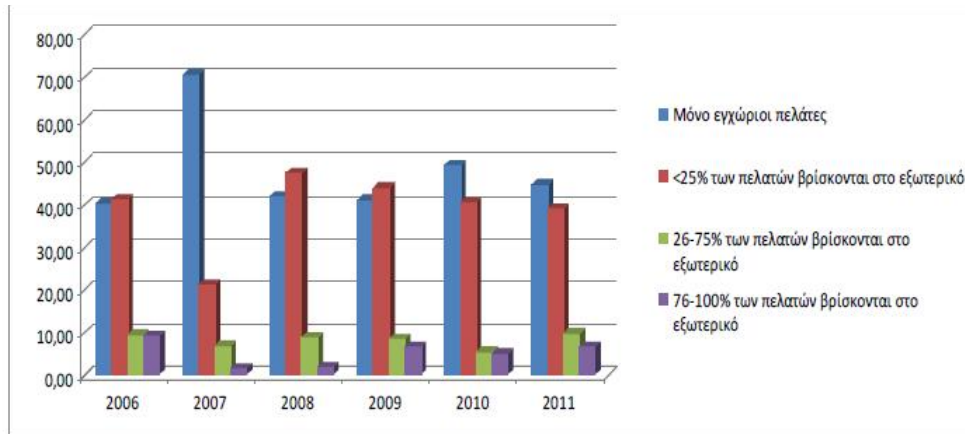
Χώρες	Μόνο εγχώριοι πελάτες	<25% των πελατών βρίσκονται στο εξωτερικό	26-75% των πελατών βρίσκονται στο εξωτερικό	76-100% των πελατών βρίσκονται στο εξωτερικό
<b>Χώρες Α</b>	<b>83,4</b>	<b>9,8</b>	<b>2,4</b>	<b>4,4</b>
<b>Χώρες Β</b>	<b>56,8</b>	<b>28,4</b>	<b>9,3</b>	<b>5,4</b>
ΗΠΑ	23,5	63,1	8,4	5,0
<b>Ελλάδα</b>	<b>44,8</b>	<b>39,1</b>	<b>9,6</b>	<b>6,5</b>
Ολλανδία	46,7	39,9	7,3	6,0
Βέλγιο	20,1	43,2	21,0	15,7
Γαλλία	42,8	41,5	8,9	6,8
Ισπανία	77,1	15,6	3,6	3,7
Ελβετία	31,6	43,2	20,0	5,3
Ην. Βασίλειο	39,9	34,1	15,5	10,6
Δανία	55,3	23,5	9,6	11,7
Σουηδία	36,3	48,4	10,0	5,3
Νορβηγία	58,3	28,0	8,3	5,3
Γερμανία	38,2	43,0	14,6	4,3
Αυστραλία	22,9	62,1	7,9	7,2
Σιγκαπούρη	27,5	37,7	21,3	13,5
Ιαπωνία	53,4	35,7	9,2	1,7
Κορέα	50,7	30,9	10,4	8,0
Πορτογαλία	23,6	56,5	8,6	11,2
Ιρλανδία	39,6	36,6	13,4	10,5
Φινλανδία	63,0	24,6	7,9	4,5
Σλοβενία	30,6	46,9	14,5	8,0
Τσεχία	10,8	69,3	11,4	8,5
Ταϊβάν	46,6	40,8	6,7	5,9
Ην. Αρ. Εμπράτα	32,9	29,9	23,7	13,6
<b>Χώρες Γ</b>	<b>39,8</b>	<b>40,6</b>	<b>11,8</b>	<b>7,8</b>
<b>M.O. GEM</b>	<b>53,6</b>	<b>30,8</b>	<b>9,4</b>	<b>6,3</b>

Ωστόσο, η προβληματικότητα των ελληνικών επιδόσεων των νέων επιχειρημάτων στην Ελλάδα ως προς την καταγραφόμενη εξωστρέφεια προκύπτει από τα δεδομένα του πίνακα 13, το οποίο παρουσιάζει την εξωστρέφεια των νέων επιχειρημάτων στη χώρα μας για το διάστημα 2006 – 2011. Είναι φανερό ότι η κρίση δεν έχει διαφοροποιήσει καθόλου αυτό το χαρακτηριστικό σε σύγκριση με την προηγούμενη περίοδο. Με άλλα λόγια, πρόκειται για ένα προβληματικό χαρακτηριστικό της νέας επιχειρηματικότητας στη Ελλάδα, το οποίο της στερεί τη δυνατότητα να αποτελέσει βασικό μοχλό για την ανάκαμψη της οικονομίας στη σημερινή συγκυρία (Ιωαννίδης, 2013).



**Πίνακας 13:** Εξέλιξη της εξωστρέφειας των νέων εγχειρημάτων στην Ελλάδα 2006-2011

Πηγή: IOBE



### 2.3.5 Το επίπεδο της τεχνολογίας που θα χρησιμοποιούν τα νέα εγχειρήματα

Σημαντικό ποιοτικό χαρακτηριστικό των νέων εγχειρημάτων είναι βεβαίως το επίπεδο της τεχνολογίας τις οποίες προτίθενται να χρησιμοποιήσουν οι επίδοξοι και νέοι επιχειρηματίες. Ο πίνακας 14 που ακολουθεί παρουσιάζει τα δεδομένα για το 2011 (Ιωαννίδης και συν., 2013).

**Πίνακας 14:** Ποσοστό νέων και επίδοξων επιχειρηματικών εγχειρημάτων που χρησιμοποιεί νέες τεχνολογίες/ διαδικασίες (2011)

Πηγή: IOBE

Χώρες	Εντελώς νέες τεχνολογίες	Νέες τεχνολογίες	Παλαιότερες
<b>Χώρες Α</b>	<b>12,5</b>	<b>14,7</b>	<b>72,8</b>
<b>Χώρες Β</b>	<b>11,5</b>	<b>19,5</b>	<b>69,0</b>
ΗΠΑ	9,0	21,2	69,9
<b>Ελλάδα</b>	<b>17,1</b>	<b>24,2</b>	<b>58,7</b>
Ολλανδία	10,8	18,7	70,5
Βέλγιο	15,2	20,4	64,4
Γαλλία	10,3	29,8	59,9
Ισπανία	14,8	18,7	66,6
Ελβετία	2,8	18,0	79,2
Ην. Βασίλειο	5,8	22,6	71,6
Δανία	8,0	15,8	76,3
Σουηδία	5,9	12,8	81,3
Νορβηγία	8,6	17,3	74,1
Γερμανία	6,5	14,2	79,3
Αυστραλία	6,4	25,6	68,0
Σγκαπούρη	23,8	22,7	53,5
Ιαπωνία	8,7	18,6	72,8
Κορέα	2,6	18,2	79,1
Πορτογαλία	11,2	22,3	66,5
Ιρλανδία	6,3	22,5	71,3
Φινλανδία	10,2	20,9	68,9
Σλοβενία	6,5	21,7	71,8
Τσεχία	17,8	29,2	53,1
Ταϊβάν	10,1	13,8	76,1
Ην. Αραβικά Εμιράτα	28,9	25,1	46,0
<b>Χώρες Γ</b>	<b>10,8</b>	<b>20,6</b>	<b>68,6</b>
<b>Μ.Ο. GEM</b>	<b>11,3</b>	<b>19,3</b>	<b>69,4</b>

Πρέπει εδώ να επισημανθεί ότι, στο πλαίσιο του ερευνητικού προγράμματος του GEM, η συζήτηση για νέες τεχνολογίες/διεργασίες γίνεται με αναφορά στην συγκεκριμένη χώρα και αγορά στην οποία δραστηριοποιείται ο επίδοξος/νέος επιχειρηματίας. Με άλλα λόγια, όταν ένας επιχειρηματίας απαντά ότι πρόκειται να χρησιμοποιήσει εντελώς νέα τεχνολογία, αυτό δεν σημαίνει ότι πρόκειται για μια εντελώς νέα τεχνολογία/διεργασία με όρους παγκόσμιας αγοράς, αλλά με όρους της τοπικής αγοράς στην οποία δραστηριοποιείται ο επιχειρηματίας. Αυτό άλλωστε εξηγεί το γεγονός ότι, στο συγκεκριμένο ζήτημα δεν καταγράφονται σημαντικές διαφορές ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας και στις χώρες των ομάδων Α και Β.

Η Ελλάδα κατέγραφε τα προηγούμενα χρόνια σημαντικά ποσοστά νέων εγχειρημάτων που επρόκειτο να χρησιμοποιήσουν εντελώς νέες τεχνολογίες/διεργασίες. Η τάση αυτή δεν επαληθεύεται και για το 2011. Ωστόσο, αν

εξεταστεί η εξέλιξη των ποσοστών στη χώρα μας κατά την τελευταία τετραετία δεν φαίνεται να εμφανίζονται σημαντικές διαφορές, όπως αποκαλύπτουν τα δεδομένα του πίνακα 15 που ακολουθεί (Ιωαννίδης και συν., 2013).

**Πίνακας 15:** Ποσοστό νέων και επίδοξων επιχειρηματικών εγχειρημάτων που χρησιμοποιεί νέες τεχνολογίες / διαδικασίες Ελλάδα (2008-2011)

Πηγή: IOBE

	<b>Εντελώς νέες τεχνολογίες</b>	<b>Νέες τεχνολογίες</b>	<b>Παλαιότερες</b>
2008	22,7	17,9	55,4
2009	10,3	31,6	58,1
2010	34,7	10,6	54,7
<b>2011</b>	<b>17,1</b>	<b>24,2</b>	<b>58,7</b>

## **Κεφάλαιο 3ο: Επιχειρηματικές προδιαθέσεις και κίνητρα**

Το κεφάλαιο αυτό της εργασίας διερευνά τις επιχειρηματικές προδιαθέσεις και τα κίνητρα. Αρχικά μελετώνται οι προδιαθέσεις για επιχειρηματική δραστηριοποίηση, στη συνέχεια τα επιχειρηματικά κίνητρα, τα κίνητρα επιχειρηματικού πνεύματος και η πρόσβαση στο δανεισμό κεφαλαίου. Στη συνέχεια του κεφαλαίου παρουσιάζεται το ταμείο επιχειρηματικότητας ενώ το κεφάλαιο ολοκληρώνεται με την παρουσίαση του καθεστώτος ιδιοκτησίας στην Ελλάδα.

### **3.1 Προδιαθέσεις για επιχειρηματική δραστηριοποίηση**

Στους πολιτισμικούς παράγοντες, δηλαδή στη γενικότερη στάση μιας κοινωνίας απέναντι στην επιχειρηματική δραστηριότητα, η χώρα μας καταγράφει μια από τις υψηλότερες επιδόσεις στην κοινωνική καταξίωση και σεβασμό προς τους επιτυχημένους επιχειρηματίες. Αντιθέτως, η Ελλάδα καταγράφει σταθερά τη χαμηλότερη επίδοση μεταξύ των χωρών καινοτομίας στην προβολή επιτυχημένων περιπτώσεων επιχειρηματικότητας από τα μέσα ενημέρωσης (IOBE, 2014).

Οι αντιλήψεις στην Ελλάδα σχετικά με την ύπαρξη επιχειρηματικών ευκαιριών εντός του επόμενου εξαμήνου καταγράφουν με ποσοστό 12,9% μια από τις χαμηλότερες επιδόσεις παγκοσμίως για το 2012. Η επίπτωση της μακροχρόνιας ύφεσης της ελληνικής οικονομίας στο σχετικό δείκτη είναι βέβαια αναμενόμενη. Ωστόσο, σε σχέση με την περίοδο 2008-2011 παρατηρείται μια σαφής αντιστροφή της πτωτικής τάσης (π.χ. το 2011 ήταν 10,9%). Φαίνεται λοιπόν ότι καταγράφεται μια τάση ανάκαμψης της οικονομίας, καθώς περισσότερα άτομα από ό,τι στο παρελθόν διαπιστώνουν ότι υπάρχουν επιχειρηματικές ευκαιρίες γύρω τους. Επίσης, το 64,4% του δείγματος απαντά ότι η επιχειρηματικότητα είναι καλή επιλογή σταδιοδρομίας, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό το 2011 ήταν μόνο 61%. Η αύξηση αυτή υποδηλώνει μια θετικότερη εκτίμηση για τις προοπτικές βιωσιμότητας νέων εγχειρημάτων σε σύγκριση με το παρελθόν, άρα ενδεχομένως υποδηλώνει και την προσδοκία ότι οι προοπτικές της οικονομίας αναμένεται να βελτιωθούν (IOBE, 2014).

Όσον αφορά τους προσωπικούς παράγοντες, οι Έλληνες εξακολουθούν να καταγράφουν –όπως και όλα τα προηγούμενα έτη- υψηλή επίδοση στον δείκτη που αφορά τις ικανότητες, τις γνώσεις και την εμπειρία για την άσκηση επιχειρηματικής

δραστηριότητας. Μεγαλύτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει ο άλλος προσωπικός παράγοντας που αφορά τον φόβο της αποτυχίας καθώς το 2012, περισσότεροι από επτά στους δέκα Έλληνες δήλωναν ότι ο φόβος της αποτυχίας θα τους απέτρεπε να ξεκινήσουν μια επιχειρηματική δραστηριότητα (IOBE, 2014).

Τα ευρήματα αναφορικά με τα κίνητρα επιχειρηματικής δραστηριοποίησης αναδεικνύουν πως μετά την έναρξη της κρίσης στην Ελλάδα η επιχειρηματικότητα ανάγκης σημείωσε σημαντική αύξηση καθώς 3 στους 10 επιχειρηματίες δηλώνουν πως στράφηκαν στον επιχειρηματικό στίβο από ανάγκη. Με άλλα λόγια, η συνεχιζόμενη ύφεση οδηγεί περισσότερους Έλληνες στον επιχειρηματικό στίβο από ανάγκη, παρά για λόγους εκμετάλλευσης πραγματικών επιχειρηματικών ευκαιριών (IOBE, 2014).

### 3.2 Επιχειρηματικά κίνητρα

Οι προδιαθέσεις βεβαίως δεν αρκούν για να ωθήσουν κάποιον στην επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Για να συμβεί αυτό πρέπει επίσης το άτομο να έχει κίνητρο να πράξει ανάλογα. Στο πλαίσιο του ερευνητικού προγράμματος του GEM γίνεται διάκριση ανάμεσα σε δύο τύπους επιχειρηματικότητας, ανάλογα με τα κίνητρα τα οποία κινητοποιούν την απόφαση του ατόμου να εισέλθει στον επιχειρηματικό στίβο (Ιωαννίδης και συν., 2008):

- **η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας**, που αναφέρεται στην επιχειρηματικότητα που έχει ως κίνητρο κυρίως την αξιοποίηση μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας που εντοπίζεται από το άτομο και αξιολογείται στο πλαίσιο του οικονομικού περιβάλλοντός του και προκρίνεται ικανή είτε να οδηγήσει σε αύξηση του εισοδήματός του, είτε να προσφέρει εργασιακή ανεξαρτησία και
- **η επιχειρηματικότητα ανάγκης**, που αναφέρεται στην περίπτωση όπου το άτομο ωθείται στην ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας λόγω έλλειψης άλλων επιλογών εργασίας, δυσαρέσκειας με την υπάρχουσα απασχόληση, φόβου για πιθανή απόλυση βραχυπρόθεσμα με στόχο απλώς τη διατήρηση του εισοδήματός του, το οποίο προφανώς «απειλείται» με συρρίκνωση.

Οι δύο αυτοί τύποι αποτελούν στην πραγματικότητα δύο ακραίους πόλους, καθώς διάφορες περιπτώσεις μπορεί να κινούνται ανάμεσα στα δύο άκρα. Ο πίνακας 16 περιλαμβάνει τα σχετικά δεδομένα.

**Πίνακας 16:** Κίνητρα επιχειρηματικής δραστηριότητας ανά χώρα, 2011

Πηγή: IOBE

	Επιχ/κότητα ανάγκης (% επιχειρηματιών αρχικών σταδίων)	Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας με στόχο την αύξηση εισοδήματος ή/και μεγαλύτερη ανεξαρτησία (% επιχειρηματιών αρχικών σταδίων)
<b>Χώρες Α</b>	<b>37,0</b>	<b>38,5</b>
<b>Χώρες Β</b>	<b>28,2</b>	<b>41,7</b>
Αυστραλία	15,0	73,1
Βέλγιο	10,4	72,4
Τσεχία	27,3	56,5
Δανία	7,1	64
Φινλανδία	18,3	59,4
Γαλλία	14,8	70,7
Γερμανία	18,6	54,9
<b>Ελλάδα</b>	<b>25,4</b>	<b>36,8</b>
Ιρλανδία	29,5	36,9
Ιαπωνία	24,9	63,5
Κορέα	41,5	36,2
Ολλανδία	9,1	62,3
Νορβηγία	4,3	70,5
Πορτογαλία	17,8	58,1
Σγκαπούρη	16,2	52,6
Σλοβενία	12,1	51,2
Ισπανία	25,9	39,3
Σουηδία	6,1	67,6
Ελβετία	11,4	61,4
Ταϊβάν	17,5	49,8
Ην. Αραβικά Εμιράτα	14,4	67,4
Ην. Βασίλειο	17,2	46,3
ΗΠΑ	21,2	58,9
<b>Χώρες Γ</b>	<b>17,6</b>	<b>57</b>
<b>M.O. GEM</b>	<b>27,6</b>	<b>45,7</b>

Ο πίνακας παρουσιάζει τα δεδομένα για την επιχειρηματικότητα ανάγκης και για την επιχειρηματικότητα ευκαιρίας με στόχο την αύξηση του εισοδήματος ή/και μεγαλύτερη ανεξαρτησία. Η τελευταία μεταβλητή επιλέγεται εδώ επειδή συγκεντρώνει τη μεγάλη πλειονότητα όσων απάντησαν ότι βασικό τους κίνητρο είναι η εκμετάλλευση μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας (Ιωαννίδης και συν., 2008).

Τα δεδομένα του πίνακα προσφέρουν μιαν εξήγηση για το εύρημα που παρουσιάστηκε και σχολιάστηκε στο προηγούμενο Κεφάλαιο, ότι υψηλή επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων συσχετίζεται αντίστροφα με το επίπεδο οικονομικής ανάπτυξης. Υψηλή επιχειρηματικότητα ανάγκης εμφανίζουν οι φτωχότερες χώρες του πλανήτη (37% η ομάδα Α και 28,2% η ομάδα Β), ενώ οι χώρες καινοτομίας καταγράφουν το χαμηλότερο ποσοστό (17,6%). Στις τελευταίες, η ύπαρξη πολλών ευκαιριών για ικανοποιητική μισθωτή απασχόληση ωθεί στην επιχειρηματικότητα μόνον εκείνους που έχουν ανακαλύψει μια πραγματική καλή ευκαιρία για επικερδή επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Αντίθετα, στις φτωχότερες χώρες πολλά άτομα ωθούνται στην επιχειρηματική δραστηριότητα γιατί δεν έχουν άλλη δυνατότητα να εξασφαλίσουν τα προ το ζην (Ιωαννίδης και συν., 2013).

Στον δείκτη της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας, η σχέση ανάμεσα στην τιμή του δείκτη και στο επίπεδο ανάπτυξης είναι θετική. Από το 38,5% για τις χώρες που βασίζονται στην εκμετάλλευση συντελεστών παραγωγής (ομάδα Α), ο δείκτης ανεβαίνει στο 41,7% για τις χώρες που βασίζονται στη βελτίωση της οικονομικής αποτελεσματικότητας (ομάδα Β) και εκτοξεύεται στο 57% στις χώρες καινοτομίας (ομάδα Γ). Όσο λοιπόν πλουσιότερη είναι μια χώρα, τόσο περισσότερο το κίνητρο για επιχειρηματική δραστηριοποίηση έχει να κάνει με την ποιότητα της επιχειρηματικής ευκαιρίας που έχει ανακαλύψει κάποιος και τόσο λιγότερο επηρεάζεται από την ανάγκη βιοπορισμού (Ιωαννίδης και συν., 2013).

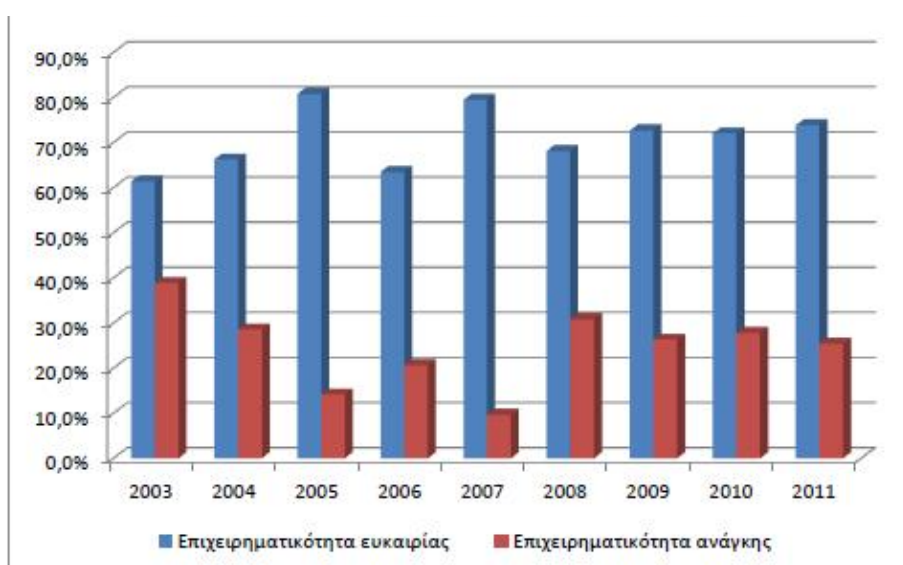
Στον δείκτη της επιχειρηματικότητας ανάγκης, το 2011 η Ελλάδα καταγράφει μια από τις υψηλότερες επιδόσεις ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας (ομάδα Γ). Πολλοί Έλληνες δηλώνουν, με άλλα λόγια, ότι καταφεύγουν στην επιχειρηματικότητα λόγω έλλειψης ευκαιριών για ικανοποιητική μισθωτή απασχόληση. Αλλά όταν κάποιος εισέρχεται στον επιχειρηματικό στίβο από ανάγκη είναι εύλογο να υποτεθεί ότι και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του εγχειρήματός του δεν θα είναι ιδιαίτερα φιλόδοξα, σε όρους καινοτομικότητας, ταχείας αύξησης της απασχόλησης και των άλλων ποιοτικών παραγόντων που συζητήθηκαν στο προηγούμενο Κεφάλαιο. Αντίστροφα, η Ελλάδα εμφανίζει έναν από τους χαμηλότερους δείκτες επιχειρηματικότητας ευκαιρίας (36,8%) ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας. Μάλιστα, ο σχετικός δείκτης στη χώρα μας είναι χαμηλότερος από τον μέσο όρο στις δύο ομάδες (Α και Β) των φτωχότερων χωρών. Το εύρημα αυτό, και με δεδομένο ότι τα στοιχεία προέρχονται

από το 2011, έτος που η Ελλάδα βρισκόταν σε βαθιά ύφεση, έρχεται βεβαίως σε απόλυτη αρμονία με το χαμηλό ποσοστό των Ελλήνων που, όπως φάνηκε παραπάνω, βλέπουν επιχειρηματικές ευκαιρίες γύρω τους (Ιωαννίδης και συν., 2013).

Αν η ύφεση έχει πράγματι επηρεάσει την κατανομή της νέας επιχειρηματικότητας ανάμεσα σε αυτή που κινητοποιείται από την ανάγκη και εκείνη που κινητοποιείται από την ευκαιρία, αυτό θα πρέπει να αντανακλάται στη διαχρονική εξέλιξη αυτής της κατανομής. Τα σχετικά δεδομένα παρουσιάζονται στον πίνακα 17 που ακολουθεί.

**Πίνακας 17:** Εξέλιξη κατανομής σε επιχειρηματικότητα ανάγκης και ευκαιρίας ως ποσοστό της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων

Πηγή: IOBE



Η σχετική δυναμική των δύο κινήτρων είναι λοιπόν σαφής. Σε όλη την περίοδο 2003-7, τα χρόνια δηλαδή της οικονομικής ευημερίας στην Ελλάδα, εκδηλώνεται η τάση αύξησης της επιχειρηματικότητας ευκαιρία και, κυρίως, μείωσης της επιχειρηματικότητας ανάγκης –και τα δύο εκφρασμένα ως ποσοστά της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων που καταγράφεται κάθε έτος. Με άλλο λόγια, η οικονομική μεγέθυνση δημιουργούσε ευκαιρίες και έτσι αύξανε το ποσοστό των επίδοξων/νέων επιχειρηματιών που κινητοποιούνταν για την εκμετάλλευση ευκαιριών, αντί της εξασφάλισης του βιοπορισμού τους. Είναι επίσης σαφής η αντιστροφή της τάσης από το 2008 και στη συνέχεια, στην περίοδο δηλαδή της κρίσης. Στην περίοδο αυτή, το ποσοστό των επίδοξων/νέων επιχειρηματιών που



κινητοποιούνται από την ανάγκη είναι μεγαλύτερο από το παρελθόν. Και όπως ήδη αναφέρθηκε παραπάνω, αυτό δεν μπορεί παρά να έχει επιπτώσεις και στην ποιοτική πλευρά των νέων επιχειρημάτων (Ιωαννίδης και συν, 2013).

### **3.3 Κίνητρα επιχειρηματικού πνεύματος και η πρόσβαση στο δανεισμό κεφαλαίου**

Ο Mason (1991) υποστηρίζει ότι οι διαφορές στην ίδρυση μιας νέας επιχείρησης μπορούν να εξηγηθούν από την χωρική διαφοροποίηση της πρόσβασης στο κεφάλαιο το οποίο σχετίζεται με πηγές τόσο θεσμικής όσο και προσωπικής χρηματοδότησης. Η δεύτερη πηγή χρηματοδότησης δείχνει να έχει μεγαλύτερη σημασία από την πρώτη καθώς υπάρχει ένα σύνολο στοιχείων που δείχνουν ότι «η προσωπική αποταμίευση είναι κατά κόρον η πιο συχνά χρησιμοποιούμενη και η πιο σημαντική ατομική πηγή χρηματοδότησης των νέων επιχειρήσεων» (Storey, 1982, σ. 164).

Όντως η έρευνα του Storey (1982) στο Κλήβελαντ υποδεικνύει ότι η προσωπική αποταμίευση αποτελεί το 52% από όλες τις χρηματοδοτικές πηγές που αναφέρονται. Ο Cross (1981) παρέχει παρόμοια στοιχεία για την Σκωτία (47%) και ο Mason (1989) βρίσκει ότι 67% του κεφαλαίου εκκίνησης πριν από το 1979 στο South Hampshire σχετίζεται με την προσωπική αποταμίευση.

Η στήριξη σε θεσμοθετημένες χρηματοδοτικές πηγές όπως είναι τα τραπεζικά δάνεια και οι υπεραναλήψεις, έχει αποδειχτεί σε αρκετές μελέτες ότι είναι αρκετά περιορισμένη. Ο Storey (1982) αναφέρει ότι μόνο το 27% των ερευνημένων νέων επιχειρήσεων δηλώνουν ότι η παραπάνω πηγή χρηματοδότησης είναι η πιο σημαντική. Ο Lloyd και Mason (1983) βρίσκουν ότι στα Νοτιοδυτικά αστικά συγκροτήματα μόνο το 15% των ιδρυτών νέων επιχειρήσεων έχουν αναζητήσει δάνειο ή υπερανάληψη, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για το South Hampshire ήταν 42%. Ακόμα πιο πρόσφατα στοιχεία από το South Hampshire (Mason, 1989) δείχνουν ότι η συχνότητα των ανταποκρινόμενων στα τραπεζικά δάνεια είναι μόνο 32% και των τραπεζικών υπεραναλήψεων 29%.

Αντίθετα, ο O'Farrell (1986) ανακαλύπτει ότι στην Ιρλανδία το ποσοστό των ιδρυτών μιας νέας επιχείρησης που έχουν χρησιμοποιήσει τα τραπεζικά δάνεια ως κεφάλαιο εκκίνησης είναι πολύ υψηλότερο (79%). Η τοπική διαθεσιμότητα των

δικτύων venture capital, αν και αναγνωρίζεται σαν ένας σημαντικός παράγοντας στην χωρική διαφοροποίηση των νέων επιχειρήσεων (Malecki, 1990) και στην περιφερειακή αναδόμηση (Florida και Kenney, 1988), έχει ωστόσο αποδειχτεί ότι υπάρχει σε υψηλά επίπεδα συγκέντρωσης σε κεντρικές περιοχές (Florida και Kenney, 1988, Mason και Harrison, 1995). Ο Storey (1982) τονίζει ότι οι τράπεζες είναι η δεύτερη πιο σημαντική πηγή χρηματοδότησης για μια νέα επιχείρηση, μετά από την προσωπική αποταμίευση, αυτό δείχνει ότι «το επίπεδο ευημερίας στην τοπική οικονομία αποτελεί ένα σημαντικό αποφασιστικό παράγοντα για την ικανότητα να προστεθεί ένα απόθεμα στην επιχείρηση». Ο Mason (1991) υποστηρίζει ότι οι χωρικές παραλλαγές στην ιδιόκτητη κατοικία και στις τιμές των σπιτιών είναι αρκετά σημαντικές στο να μπορέσει μια νεοϊδρυόμενη επιχείρηση να πάρει κάποιο κεφάλαιο προσφέροντας το σπίτι ως εγγύηση για ένα τραπεζικό δάνειο. Ο Garofoli (1992) λέει ότι η εκτεταμένη περιφερειακή ιδιοκτησία και ο πλούτος είναι και τα δύο απαραίτητες συνθήκες για την έναρξη της αυτό-απασχόλησης, και επίσης ένας δείκτης της αυξανόμενης ροπής για την επίτευξη των εισοδημάτων από τη αυτό-απασχόληση.

Αυτό φαίνεται να έχει επιπτώσεις για την ευμετάβλητη τοπική ιδιοκτησία. Μπορεί να παίζει και έναν υποστηρικτικό ρόλο που σχετίζεται με την δυνατότητα αύξησης του κεφαλαίου και της επίδρασης της ζήτησης που υποδεικνύουν πιο πλούσιες αγορές (Ashcroft et al.,1991).

### **3.3.1 Ύψος επένδυσης και προοπτικές απασχόλησης**

Σύμφωνα με τη μελέτη των Καρβούνη και συν., (2008), το επενδυτικό ύψος των επιχειρηματικών σχεδίων που εξετάζονται στο πλαίσιο του GEM αποτελεί ένα μέτρο της οικονομικής βαρύτητας των εγχειρημάτων που ξεκινούν στην Ελλάδα το 2006. Η ανάλυση επικεντρώνεται σε αυτό το μέγεθος και δεν αγγίζει το κόστος έναρξης μιας επιχείρησης στην Ελλάδα που είναι ένα σημαντικό, αλλά διαφορετικό ζήτημα. Σύμφωνα με την έρευνα, τα εγχειρήματα που βρίσκονταν στη φάση της ίδρυσης πριν από την κρίση απαιτούσαν κεφάλαιο ύψους περίπου 82.000€ ωστόσο, τα μισά περίπου απαιτούσαν μέχρι 50.000€(Καρβούνης και συν., 2008).

Τώρα πια την περίοδο της κρίσης φαίνεται ότι οι επίδοξοι και νέοι επιχειρηματίες χρησιμοποιούν όλο και περισσότερο πόρους από την προσωπική τους αποταμίευση ή από το στενό οικογενειακό περιβάλλον και δεν καταφεύγουν σε δανεισμό (Ιωαννίδης, 2013).

Αξίζει να αναφερθεί ότι σύμφωνα με την μελέτη των Καρβούνη και συν., (2008) περίπου το 70% των εγχειρημάτων στην περίοδο 2003-2006 εντάσσεται στην κατηγορία των «εργοδοτικών» εγχειρημάτων, έχουν δηλαδή κάποια επίπτωση στην απασχόληση, εκτός δηλαδή της μόνιμης απασχόλησης που προσφέρουν στους ιδιοκτήτες. Την περίοδο της κρίσης το ποσοστό αυτό παρουσιάζει σημαντικότερη υποχώρηση σε σχέση με τις προηγούμενες χρονιές, ενώ συνιστά και τη χαμηλότερη επίδοση στην Ευρώπη καθώς οι νέοι επιχειρηματίες δεν σκοπεύουν να απασχολήσουν άλλον στην επιχείρησή τους (Ιωαννίδης, 2013).

### **3.3.2 Οι άτυποι επενδυτές**

Η έρευνα του GEM εκτιμά το ποσοστό του πληθυσμού που χαρακτηρίζεται ως «άτυπος επενδυτής». Στην ουσία πρόκειται για το άτομο που δηλώνει ότι έχει χρηματοδοτήσει κατά την τελευταία τριετία με προσωπικά κεφάλαια την έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας από κάποιον άλλον, χωρίς δηλαδή ο ίδιος να γίνεται ιδιοκτήτης μεριδίου, ή να ασκεί διευθυντικά καθήκοντα στο νέο εγχείρημα (Ιωαννίδης και συν, 2013).

Η εξέλιξη αυτή φέρνει την Ελλάδα στην 20η θέση στο σύνολο των χωρών του GEM ωστόσο, για πρώτη φορά υπερτερεί του ευρωπαϊκού μέσου όρου. Γενικά, χώρες με υψηλή επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, χαμηλότερου βιοτικού επιπέδου, αλλά αναπτυσσόμενες καταλαμβάνουν τις πρώτες θέσεις της κατάταξης (Ιωαννίδης και συν, 2013).

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι ο οικογενειακός χαρακτήρας των άτυπων επενδύσεων στην Ελλάδα διατηρείται ισχυρός, όπως και ο οικονομικός ανορθολογισμός που διέπει την απόφαση χρηματοδότησης: ένα μεγάλο μέρος αυτών των άτυπων επενδυτών δε θεωρεί ότι η επένδυσή του μπορεί να αποφέρει κέρδος, άρα τα κίνητρα τέτοιων επενδύσεων είναι κοινωνικά και όχι στενά οικονομικά (Ιωαννίδης και συν, 2013).

### 3.4 Ταμείο επιχειρηματικότητας

Με την 12017/1245 (ΦΕΚ 1697/Β/27.10.2010) Κοινή Υπουργική Απόφαση συστάθηκε Ταμείο Χαρτοφυλακίου (Κεφαλαίου) με την επωνυμία «ΤΑΜΕΙΟ ΕΠΙΧ.ΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ», ως χωριστή λογιστικά χρηματοδοτική μονάδα, εντός του Ταμείου Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων ΑΕ (εφεξής ΕΤΕΑΝ ΑΕ), για την υλοποίηση των στόχων των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων ως προς την βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών επιχειρήσεων.

Στο πλαίσιο του «Ταμείου Επιχειρηματικότητας» συστήθηκε Ταμείο Δανειοδοτήσεων που χρηματοδοτεί τη Δράση «Επιχειρηματικότητα των Νέων» και αφορά σε επενδύσεις για Ειδικά Επενδυτικά Σχέδια, ήτοι Επιχειρηματικότητα των Νέων, των περιπτώσεων α της παραγράφου 1 του άρθρου 13 του Ν. 3908/25.01.2011, ΦΕΚ Α 8/01.02.2011, «Ενίσχυση Ιδιωτικών Επενδύσεων για την Οικονομική Ανάπτυξη, την Επιχειρηματικότητα και την Περιφερειακή Συνοχή» .

- **Είδος χρηματοδότησης :** Πρόκειται για επιχειρηματικά δάνεια που δίνονται με ευνοϊκούς όρους.
- **Συνολικός προϋπολογισμός δράσης :** Η Δράση συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση και ειδικότερα από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) και το Ελληνικό Δημόσιο. Το ποσό που αποτελεί το κεφάλαιο του Ταμείου Δανειοδοτήσεων, το οποίο χρηματοδοτεί τη Δράση «Επιχειρηματικότητα των Νέων», ανέρχεται σε 90.000.000 ευρώ. Η ΕΤΕΑΝ ΑΕ, ως διαχειρίστρια του Ταμείου Επιχειρηματικότητας θα καταβάλλει συνολικά ποσό 30.000.000 ευρώ και η Τράπεζα θα καταβάλει ποσό 60.000.000 ευρώ.
- **Επιλέξιμες περιοχές:** Όλη η Ελλάδα
- **Επιλέξιμες επιχειρήσεις :** Ως επιλέξιμες ορίζονται οι εξής επιχειρήσεις:
  - ✓ Οι πολύ μικρές, μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, σύμφωνα με τη Σύσταση της Επιτροπής 2003/361/ΕΚ, ή το Παράρτημα I του ΕΚ 800/2008 (L214/3/09.08.2008), που λειτουργούν νομίμως στην Ελλάδα, πλην των περιπτώσεων που αναφέρονται στο ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ I «Μη επιλέξιμες επιχειρήσεις»

- ▼ Οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε όλους του τομείς της Οικονομίας εξαιρουμένων όσων πληρούν τα κριτήρια του άρθρου 2 του Ν. 3908/2011 (ΦΕΚ Α/8/01.2.2011) «Ενίσχυση Ιδιωτικών Επενδύσεων για την Οικονομική ανάπτυξη, την Επιχειρηματικότητα και την Περιφερειακή Συνοχή» (ο έλεγχος αυτός είναι προαιρετικός για τον λόγο ότι επιλέξιμες είναι οι επιχειρήσεις τα επενδυτικά σχέδια των οποίων έχουν απόφασης υπαγωγής στον Επενδυτικό Νόμο)
- ▼ Οι επιχειρήσεις που είναι φορολογικά και ασφαλιστικά ενήμερες (ελέγχεται κατά την εκταμίευση του δανείου).
- ▼ Οι επιχειρήσεις που έχουν λάβει την εγγύηση της ΕΤΕΑΝ, σε προγράμματα που έληξαν ή βρίσκονται σε ισχύ και δεν εμφανίζουν ασυνέπεια (ληξιπροθεσμία) σε εγγυημένο δάνειο.
- ▼ Οι επιχειρήσεις που διαθέτουν άδεια λειτουργίας ή για τις υπό ίδρυση άδεια εγκατάστασης ή νόμιμη απαλλαγή από αυτή (ελέγχεται κατά την εκταμίευση του δανείου).
- **Μη επιλέξιμες επιχειρήσεις:** Δεν είναι επιλέξιμες οι επιχειρήσεις που εμπίπτουν στις διατάξεις του άρθρου 2 παρ. 2 και επόμενες του Ν. 3908/25.01.2011 ΦΕΚ Α 8/01.02.2011.
- **Προβληματικές επιχειρήσεις:** Προβληματικές επιχειρήσεις, όπως ορίζονται στις εκάστοτε ισχύουσες Κοινοτικές Κατευθυντήριες Γραμμές για τις μεγάλες επιχειρήσεις (2004/C 244 της 1ης Οκτωβρίου 2004, σ. 2) και από το Γενικό Κανονισμό Απαλλαγής κατά κατηγορία (ΕΚ) αριθμ. 800/2008 της Επιτροπής της 6ης Αυγούστου 2008 (L 214 της 9.8.2008, σ. 3) για τις Μικρές και Μεσαίες επιχειρήσεις
- **Παράνομες Ενισχύσεις:** Επιχειρήσεις, για τις οποίες εκκρεμεί εντολή ανάκτησης ενισχύσεων κατόπιν προηγούμενης απόφασης της Επιτροπής, με την οποία οι ενισχύσεις κηρύσσονται παράνομες και ασυμβίβαστες με την Κοινή Αγορά.

### **3.5 Ιδιοκτησία**

Στο σημείο αυτό αξίζει να αναφερθεί ότι σύμφωνα με την μελέτη των Ιωαννίδη και συν., (2013), η επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα είναι κυρίως ατομική υπόθεση. Περίπου το 65% των νέων /επίδοξων επιχειρημάτων που εντοπίστηκαν στην έρευνα του *GEM* έχει έναν μόνο ιδιοκτήτη, τον ίδιο επίδοξο νέο επιχειρηματία. Σε σύγκριση με την περίοδο πριν την κρίση (67%), οι αλλαγές είναι μάλλον αμελητέες. Με την επίδοση αυτή η Ελλάδα κατατάσσεται στην 10η χαμηλότερη θέση στο σύνολο των χωρών του *GEM* και στην 3η στην Ευρώπη (Ιωαννίδης και συν, 2013).

## **Κεφάλαιο 4ο: Ποιοτικά χαρακτηριστικά νέων επιχειρηματιών**

Το κεφάλαιο αυτό αφορά στα ποιοτικά χαρακτηριστικά νέων επιχειρηματιών. Πιο αναλυτικά μελετάται η επιχειρηματικότητα σε σχέση με την ηλικία, η επιχειρηματικότητα και επίπεδο εκπαίδευσης, η επιχειρηματικότητα και εισόδημα αλλά και οι προσωπικοί παράγοντες που παίζουν ρόλο στην απόφαση κάποιου νέου να κάνει μια επιχείρηση.

### **4.1 Επιχειρηματικότητα και ηλικία**

Το γεγονός ότι η έννοια της επιχειρηματικότητας παραπέμπει πάντοτε στη δημιουργία κάποιας νέας δραστηριότητας, η οποία δεν υπήρχε μέχρι τη στιγμή της δημιουργίας της, συνήθως οδηγεί τους μελετητές στο συμπέρασμα ότι πρέπει να συσχετίζεται με μικρότερες ηλικίες. Υποτίθεται ότι η έφεση στον πειραματισμό και η αποδοχή του ρίσκου ταιριάζει περισσότερο στις δημιουργικές φάσεις της ζωής κάθε ατόμου, όπου ο φόβος της απώλειας των συσσωρευμένων αποταμιεύσεων ή οποιασδήποτε άνεσης έχει ήδη αποκτηθεί είναι μικρότερος. Σε αυτό το πλαίσιο, και ιδίως σε σχέση με εγχειρήματα που χαρακτηρίζονται σε μεγάλο βαθμό από διάθεση πειραματισμού και υψηλά επίπεδα αβεβαιότητας, υποτίθεται ότι η σχετική έφεση συνήθως εκδηλώνεται σε μικρότερες ηλικίες (Ιωαννίδης, 2013).

Ωστόσο, η αντίθετη υπόθεση φαίνεται επίσης βάσιμη. Η δυνατότητα ανακάλυψης επιχειρηματικών ευκαιριών εξαρτάται από τη συσσωρευμένη γνώση του ατόμου, την εμπειρία δηλαδή που έχει αποκτήσει από την ενασχόλησή του με κάποια συγκεκριμένη δραστηριότητα ή τομέα της αγοράς. Με αυτή τη λογική, είναι πιθανό η είσοδος στον επιχειρηματικό στίβο να εκδηλώνεται αργότερα στη ζωή του ατόμου, σε κάποια φάση δηλαδή της ζωής του που το ίδιο κρίνει ότι ήδη κατέχει την γνώση και την εμπειρία που απαιτούνται για επιτυχή δραστηριοποίηση. Ο πίνακας 23 παραθέτει την κατανομή της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατά ηλικιακά κλιμάκια το 2011, με έμφαση βεβαίως στις χώρες καινοτομίας στις οποίες περιλαμβάνεται και η Ελλάδα (Ιωαννίδης, 2013).

**Πίνακας 18:** Κατανομή επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατά ηλικιακά κλιμάκια (2011)

Πηγή: IOBE

Χώρες	% επί του TEA ηλικίας 18-24	% επί του TEA ηλικίας 25-34	% επί του TEA ηλικίας 35-44	% επί του TEA ηλικίας 45-54	% επί του TEA ηλικίας 55-64
<b>Χώρες Α</b>	<b>20,1</b>	<b>35,1</b>	<b>24,4</b>	<b>14,4</b>	<b>6,0</b>
<b>Χώρες Β</b>	<b>16,4</b>	<b>32,0</b>	<b>26,3</b>	<b>18,0</b>	<b>7,4</b>
ΗΠΑ	11,6	26,5	24,6	23,8	13,5
Ελλάδα	10,5	27,5	32,9	14,5	14,6
Ολλανδία	12,0	23,1	26,9	25,9	12,1
Βέλγιο	11,1	35,4	29,7	11,3	12,5
Γαλλία	8,2	33,3	28,8	21,5	8,2
Ισπανία	7,8	33,0	34,1	18,0	7,1
Ελβετία	7,6	19,8	29,3	30,0	13,3
Ην. Βασίλειο	14,9	25,1	27,0	20,6	12,3
Δανία	10,6	20,0	33,1	24,9	11,3
Σουηδία	9,3	14,6	28,8	22,9	24,5
Νορβηγία	3,6	21,5	33,8	25,2	15,8
Γερμανία	19,1	20,7	28,0	23,3	9,0
Αυστραλία	9,0	29,3	24,4	23,5	13,8
Σγκαπούρη	14,1	37,7	22,6	22,4	3,2
Ιαπωνία	9,2	18,8	24,2	24,2	23,6
Κορέα	2,3	20,3	36,1	29,8	11,4
Πορτογαλία	12,1	34,9	24,3	17,9	10,9
Ιρλανδία	11,1	31,9	30,7	20,3	6,0
Φινλανδία	10,7	27,3	26,6	20,3	15,1
Σλοβενία	13,3	31,0	27,7	15,5	12,5
Τσεχία	18,7	28,3	26,4	17,6	9,0
Ταϊβάν	11,3	25,7	27,2	22,6	13,2
Ην. Αρ. Εμιράτα	13,1	46,0	27,6	11,2	2,1
<b>Χώρες Γ</b>	<b>10,9</b>	<b>27,5</b>	<b>28,5</b>	<b>21,2</b>	<b>12,0</b>
<b>M.O. GEM</b>	<b>14,6</b>	<b>30,5</b>	<b>26,9</b>	<b>18,8</b>	<b>9,1</b>

Τα παραπάνω δεδομένα φαίνεται ότι επιβεβαιώνουν μάλλον την πρώτη υπόθεση για τις ομάδες χωρών Α και Β, στις οποίες η ηλικιακή ομάδα που εμφανίζει τη μεγαλύτερη συμμετοχή στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων είναι εκείνη 25 – 34. Η υψηλή επιχειρηματικότητα ανάγκης και γενικότερα η έλλειψη ευκαιριών μισθωτής απασχόλησης σε αυτές τις χώρες εξηγεί το εύρημα ότι σχεδόν το 1/3 των νέων εγχειρημάτων ιδρύεται από άτομα που ανήκουν στο συγκεκριμένο ηλικιακό κλιμάκιο. Αντίθετα, στις χώρες καινοτομίας η συμμετοχή του συγκεκριμένου ηλικιακού κλιμακίου είναι σχεδόν ίδια με του επόμενου (35 - 44). Σε αυτή την ομάδα χωρών, φαίνεται λοιπόν ότι και οι δύο υποθέσεις είναι βάσιμες. Αλλά εδώ έχει σημασία και άλλη μία παράμετρος. Καθώς το εκπαιδευτικό επίπεδο είναι κατά πολύ υψηλότερο στις χώρες της ομάδας Γ σε σύγκριση με εκείνο των ομάδων Α και Β, οι

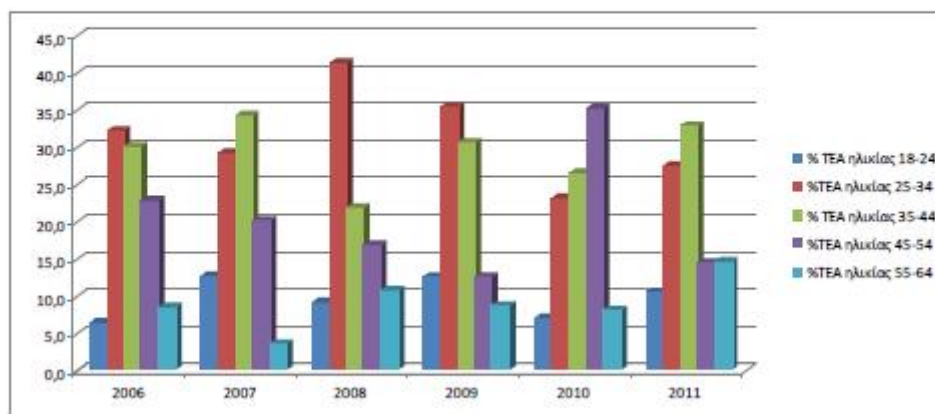


νέοι που εισέρχονται στον επιχειρηματικό στίβο κατέχουν ήδη ένα σημαντικό επίπεδο γνώσεων. Άρα, είναι σε καλύτερη θέση να δράσουν επιχειρηματικά και να δημιουργήσουν εγχειρήματα με υψηλότερα ποιοτικά χαρακτηριστικά από τους συνομηλίκους τους στις φτωχότερες χώρες του πλανήτη (Ιωαννίδης, 2013).

Η Ελλάδα εμφανίζει το 2011 μια εικόνα που βρίσκεται πολύ κοντά στον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας, καθώς τα ηλικιακά κλιμάκια 25-34 και 35-44 καταγράφουν σχεδόν ίσα ποσοστά. Το εύρημα αυτό συνιστά μια σημαντική διαφοροποίηση σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, όπως φαίνεται στον πίνακα 24 που ακολουθεί.

**Πίνακας 19:** Κατανομή επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατά ηλικιακό κλιμάκιο (Ελλάδα 2006-2011)

Πηγή: IOBE



Όπως αποκαλύπτουν τα παραπάνω δεδομένα, υπάρχει μεγάλη διακύμανση της συμμετοχής των διαφόρων ηλικιακών κλιμακίων στην επιχειρηματική δραστηριότητα από έτος σε έτος. Αυτό δεν αποτελεί ελληνική ιδιαιτερότητα, αλλά παρουσιάζεται διαχρονικά σε όλες τις έρευνες του GEM σε όλες τις χώρες. Ωστόσο, υπάρχει μια ενδιαφέρουσα παρατήρηση που αφορά τη διαφορά ανάμεσα σε 2010 και 2011 στην Ελλάδα. Το 2010 το ηλικιακό κλιμάκιο που κατέγραφε το υψηλότερο ποσοστό ήταν το 45-54, ενώ τον επόμενο χρόνο εκείνο που επικρατεί είναι το 35-44. Πώς μπορεί να εξηγηθεί αυτή η εξέλιξη; Φαίνεται ότι το 2010 μεγαλύτερες ηλικίες οδηγήθηκαν στην επιχειρηματική δραστηριότητα καθώς έμεναν άνεργοι ή και για λόγους «προληπτικούς», φοβούμενοι δηλαδή ότι η θέση εργασία τους δεν θα ήταν εξασφαλισμένη. Αντίθετα, το 2011 ο καλπασμός της ανεργίας των νέων σήμαινε ότι η πιθανότητα εξασφάλισης μιας θέσης εργασίας μειωνόταν ραγδαία, με αποτέλεσμα η

στροφή νεότερων ηλικιών στον επιχειρηματικό στίβο να αποτελεί βασική επιλογή βιοπορισμού. Άλλωστε, τα δεδομένα σχετικά με την επιχειρηματικότητα ανάγκης, που εξετάστηκαν στο προηγούμενο Κεφάλαιο, φαίνεται να υποστηρίζουν αυτή την εξήγηση (Καρβούνης και συν., 2008).

Η ηλικιακή διάρθρωση των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων στην Ελλάδα δεν μεταβάλλεται σημαντικά το 2006. Ένας στους τρεις προέρχεται από το ηλικιακό κλιμάκιο των 25-34 ετών, ενώ το 30% ακόμα ανήκει στο αμέσως επόμενο κλιμάκιο (35-44 ετών). Αυτό σημαίνει τελικά ότι πάνω από το 60% των νέων /επίδοξων επιχειρηματιών που εντοπίστηκαν στην έρευνα προέρχεται από το τμήμα του πληθυσμού που βρίσκεται στη φάση της επαγγελματικής ανέλιξης και καταξίωσης στον επαγγελματικό στίβο.

Η Ελλάδα δεν διαφοροποιείται σημαντικά από τη αντίστοιχη μέση ηλικιακή διάρθρωση στο σύνολο της Ευρώπης, αφού το κυρίαρχο ηλικιακό κλιμάκιο είναι κοινό. Από την άλλη πλευρά, η Ελλάδα φαίνεται να έχει πιο περιορισμένη συμμετοχή από τις μικρότερες ηλικίες, καθώς στην υπόλοιπη Ευρώπη το 10% των νέων / επίδοξων επιχειρηματιών είναι ηλικίας 18-24 ετών, όταν στην Ελλάδα το αντίστοιχο ποσοστό είναι μόνο 6,4% (Καρβούνης και συν., 2008).

**Πίνακας 20:** Η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά ηλικιακό κλιμάκιο στην Ελλάδα (2006)

Πηγή: IOBE

Ηλικιακή ομάδα	% αντίστοιχου πληθυσμού (Ελλάδα)	Θέση στην Ευρώπη	Μέσος όρος Ευρώπης	Χώρες μεσαίου εισοδήματος (μ.ο.)	Χώρες υψηλής ανάπτυξης (μ.ο.)
18-24 ετών	3,84%	13 <sup>η</sup>	4,57%	10,9%	3,8%
25-34 ετών	10,71%	6 <sup>η</sup>	8,45%	16,5%	7,8%
35-44 ετών	9,98%	3 <sup>η</sup>	7,41%	14,4%	7,1%
45-54 ετών	8,47%	4 <sup>η</sup>	5,68%	10,7%	5,4%
55-64 ετών	3,73%	5 <sup>η</sup>	2,90%	6,8%	3,2%

## 4.2 Επιχειρηματικότητα και επίπεδο εκπαίδευσης

Το μορφωτικό επίπεδο των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων αποτελεί σημαντικό παράγοντα που επηρεάζει τα ποιοτικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Η ανακάλυψη μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας βασίζεται και στη συσσωρευμένη γνώση και εμπειρία του ατόμου, δηλαδή το μορφωτικό επίπεδό του

δεν καθορίζει πάντα αν κάποιος είναι σε θέση να «εντοπίσει» στην αγορά καλές επιχειρηματικές ευκαιρίες. Άλλωστε η ανακάλυψη μόνο δεν αρκεί, καθώς θα είναι πιθανόν καλύτερα αξιοποιήσιμες, εφόσον ο επιχειρηματίας κατέχει ένα επίπεδο γνώσεων που του επιτρέπει να σχεδιάσει καλύτερα ένα πρόγραμμα δράσης (Καρβούνης και συν., 2008).

Η πλειονότητα των νέων επιχειρηματιών (54%) προέρχεται από τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση, ενώ το 9% έχει απλώς παρακολουθήσει κάποιες τάξεις αυτής της βαθμίδας. Έτσι συνολικά οι μισοί νέοι / επίδοξοι επιχειρηματίες που έχουν εντοπιστεί στις έρευνες του GEM την περίοδο 2003-2006 διαθέτουν απλώς ένα Απολυτήριο Λυκείου. Από την άλλη πλευρά, το 18% έχει πανεπιστημιακή εκπαίδευση, ενώ ισόποσο τμήμα των νέων /επίδοξων επιχειρηματιών έχει ακόμα υψηλότερη εκπαίδευση (μεταπτυχιακά /διδακτορικό) (Καρβούνης και συν., 2008).

**Πίνακας 21:** Ποσοστιαία διάρθρωση της επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ως προς το εκπαιδευτικό κλιμάκιο

Πηγή: IOBE

Εκπαιδευτικό επίπεδο	2006	Μέσος όρος 2003-2006*
Μερική Δευτεροβάθμια	9,2%	8,9%
Δευτεροβάθμια	54,2%	50,2%
Τριτοβάθμια	18,3%	22,1%
Μεταπτυχιακό/ Διδακτορικό	18,3%	18,9%
<b>Σύνολο</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Η υψηλή συμμετοχή ατόμων από το κλιμάκιο της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (8,43% των συνολικών αποφοίτων Λυκείου της χώρας) φέρνει την Ελλάδα στην 3η υψηλότερη θέση στην Ευρώπη. Αντίθετα η συμμετοχή από το πρώτο κλιμάκιο είναι περιορισμένη, ενώ στα άλλα κινείται στο 8%.

**Πίνακας 22:** Η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά εκπαιδευτικό επίπεδο στην Ελλάδα (2006)

Πηγή: IOBE

Εκπαιδευτικό επίπεδο	% αντίστοιχου πληθυσμού (Ελλάδα)	Θέση στην Ευρώπη	Μέσος όρος Ευρώπης	Χώρες μεσαίου εισοδήματος (μ.ο.)	Χώρες υψηλής ανάπτυξης (μ.ο.)
Μερική Δευτεροβάθμια	3,19%	13 <sup>η</sup>	4,30%	11,0%	4,5%
Δευτεροβάθμια	8,43%	3 <sup>η</sup>	5,78%	13,1%	5,3%
Τριτοβάθμια	8,23%	5 <sup>η</sup>	6,66%	14,8%	5,8%
Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό	8,05%	8 <sup>η</sup>	7,64%	14,2%	7,2%

Είναι πάντως χαρακτηριστικό ότι για το σύνολο των χωρών του GEM η συμμετοχή στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων αυξάνεται καθώς βελτιώνεται το εκπαιδευτικό επίπεδο. Ωστόσο, φαίνεται ότι οι ελληνικές επιδόσεις διαφοροποιούνται από το γενικό κανόνα, στην Ελλάδα δεν φαίνεται ο δείκτης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων να μεταβάλλεται με το εκπαιδευτικό επίπεδο, όσο έντονα αυτό συμβαίνει σε άλλες χώρες (Καρβούνης και συν., 2008).

### 4.3 Επιχειρηματικότητα και εισόδημα

Έχει διαπιστωθεί πως το μεγαλύτερο μέρος της χρηματοδότησης για την εκκίνηση ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος καλύπτεται από τον ίδιο τον επιχειρηματία, μέσω προσωπικής αποταμίευσης ή με την οικονομική συνεισφορά ατόμων από το στενό οικογενειακό ή επαγγελματικό περιβάλλον. Επομένως, υπάρχει ισχυρή συσχέτιση ανάμεσα στην επιχειρηματική δραστηριότητα και το επίπεδο του εισοδήματος (Ιωαννίδης, Τσακανίκα, 2006). Από την άλλη πλευρά δεν είναι απαραίτητο όλα τα εγχειρήματα να απαιτούν υψηλά ποσά επένδυσης. Το 2006 άλλωστε το 20% των εγχειρημάτων δεν ξεπερνά σε επενδυτικό ύψος τις 25.000€ από τα οποία τα 2/3 περίπου προέρχονται από ίδια συμμετοχή του επιχειρηματία.

Το GEM λόγω των διαφορετικών οικονομικών συνθηκών των χωρών που συμμετέχουν στην έρευνα, προχωρά σε αναγωγή των εισοδηματικών επιπέδων σε μια κοινή κλίμακα, βασισμένη σε σχετικά και όχι απόλυτα μεγέθη. Έτσι υιοθετείται η διάκριση σε τρία κλιμάκια: κατώτερο 1/3 της κατανομής εισοδημάτων του πληθυσμού, μεσαίο και ανώτερο αντίστοιχα επίπεδο εισοδήματος. Όπως φαίνεται από τον επόμενο πίνακα οι μισοί από τους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων προέρχονται

από το ανώτερο εισοδηματικό κλιμάκιο του ελληνικού πληθυσμού, ενώ σημαντικό τμήμα του προέρχεται από το μεσαίο κλιμάκιο. Μόνο το 14% προέρχεται από το χαμηλότερο εισοδηματικό κλιμάκιο, οι μισοί από τους οποίους μάλιστα, όπως φανερώνει η ανάλυση των πρωτογενών στοιχείων, είναι επιχειρηματίες ανάγκης. Διαχρονικά παρατηρείται σταθερότητα στην αντίστοιχη διάθρωση: σταθερά οι μισοί από τους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων προέρχονται από το ανώτερο εισοδηματικό κλιμάκιο της ελληνικής κοινωνίας (Καρβούνης και συν., 2008).

**Πίνακας 23:** Ποσοστιαία διάθρωση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ως προς το εισοδηματικό κλιμάκιο

Πηγή: IOBE

Εισοδηματικό κλιμάκιο	2006	Μέσος όρος 2003-2006*
Χαμηλότερο 1/3	13,9	13,5%
Μεσαίο 1/3	36,2	35,3%
Ανώτερο 1/3	49,9	50,8%
Σύνολο	100%	100%

Είναι φανερή η θετική συσχέτιση ανάμεσα στην εκδήλωση επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων και το εισόδημα. Όσο υψηλότερο το εισόδημα, τόσο ισχυρότερη εμφανίζεται η ροπή προς επιχειρηματική δραστηριότητα. Μολονότι τα ποσοστά στο σύνολο των χωρών του GEM είναι γενικά υψηλότερα – λόγω υψηλότερης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στις χώρες μεσαίου εισοδήματος -, η γενική τάση ισχύει απόλυτα και για την Ευρώπη (Καρβούνης και συν., 2008).

Η ίδια τάση χαρακτηρίζει και τα ελληνικά δεδομένα. Η συμμετοχή του πληθυσμού από το ανώτερο κλιμάκιο είναι υψηλή, καθώς το 7% του αντίστοιχου πληθυσμού εντάσσεται στην κατηγορία των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων. Αν και οριακά χαμηλότερη από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο (7,2%) η επίδοση αυτή είναι η 6η υψηλότερη στην Ευρώπη. Αντίθετα, η ελληνική επίδοση στο χαμηλότερο εισοδηματικό κλιμάκιο βρίσκεται πολύ κάτω από τον ευρωπαϊκό (αλλά και παγκόσμιο) μέσο όρο, καθώς μόνο το 1,7% (σε άνοδο πάντως από το 1,2% του 2005) εκδηλώνει αυτή τη συμπεριφορά. Είναι προφανές επομένως ότι οι ανάγκες της χρηματοδότησης νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων στην Ελλάδα είναι αυξημένες, καθώς το επιχειρείν είναι ακόμα μια «ακριβή» διαδικασία. Αν και η πρόσβαση σε χρηματοδότηση δεν διαφέρει σημαντικά από τις άλλες ευρωπαϊκές χώρες, η Ελλάδα διακρίνεται για τον εντονότατο ρόλο της οικογένειας στην οικονομική ενίσχυση των μελών της. Επομένως, το εισόδημα αποτελεί προσδιοριστικό παράγοντα για την

εκδήλωση επιχειρηματικότητας αλλά ταυτόχρονα λειτουργεί προωθητικά στο πλαίσιο μιας κοινωνικής /πολιτισμικής κουλτούρας που θέλει την άσκηση οικονομικής δραστηριότητας να στηρίζεται περισσότερο σε ίδια μέσα (Καρβούνης και συν., 2008).

#### **4.5 Προσωπικοί παράγοντες**

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να τονιστεί ότι τα τέσσερα προσωπικά χαρακτηριστικά του πληθυσμού, τα οποία χρησιμοποιούνται ως ενδεικτικοί παράγοντες που ενδεχομένως επιδρούν σε κάποιον βαθμό στην εκδήλωση νέας επιχειρηματικής δραστηριότητας σε μία χώρα είναι η συναναστροφή με νέους επιχειρηματίες, η επιχειρηματική συγκυρία, οι γνώσεις και ικανότητες, ο φόβος της αποτυχίας και οι διαφοροποιήσεις προσωπικών χαρακτηριστικών (Καρβούνης και συν., 2008).

Πιο αναλυτικά η προσωπική γνωριμία του ερωτώμενου με έναν επιχειρηματία που έχει ξεκινήσει την δραστηριότητά του κατά την τελευταία διετία. Η έρευνα προσπαθεί να εκτιμήσει το τμήμα του πληθυσμού που έχει «παραστάσεις» από επιχειρηματικές δραστηριότητες στον κοινωνικό του περίγυρο, διαθέτει δηλαδή κάποια μορφή εξοικείωσης με πρότυπα επιχειρηματικής δραστηριοποίησης που μπορούν να λειτουργήσουν ενδεχομένως ως κίνητρο (Καρβούνης και συν., 2008).

Το 2006 σχεδόν ένας στους τρεις Έλληνες /Ελληνίδες (32,1%) απάντησε θετικά στη σχετική ερώτηση, ποσοστό ελαφρά ενισχυμένο σε σχέση με το 2005 (27%). Η Ελλάδα ωστόσο με αυτή την επίδοση υστερεί έναντι του ευρωπαϊκού αλλά και παγκόσμιου μέσου όρου (Καρβούνης και συν., 2008).

Σε ότι αφορά την εκτίμηση της επιχειρηματικής συγκυρίας στο εθνικό περιβάλλον, ένα μικρό ποσοστό (22%) θεωρεί ότι θα υπάρξουν καλές ευκαιρίες για έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας στη χώρα το επόμενο εξάμηνο, οι οποίες και θα δικαιολογούσαν μία πιθανή ενεργοποίηση περισσότερων ατόμων προς εκμετάλλευσή τους. Πρόκειται για την 5η χαμηλότερη επίδοση στην Ευρώπη, εξέλιξη που δεν ενισχύει ιδιαίτερα το διαχρονικό μέσο όρο ο οποίος εκτιμάται στα ίδια επίπεδα: μόλις δύο στα εννέα άτομα κατά μέσο όρο απαντούν θετικά. Είναι φανερό ότι η συγκυρία για έναρξη επιχείρησης δεν βελτιώνεται ούτε και το 2006, με τις

εκτιμήσεις για περιορισμένες επιχειρηματικές ευκαιρίες να παραμένουν σε χαμηλά επίπεδα (Καρβούνης και συν., 2008).

Η φαινομενική αντίφαση αυτής της αντίληψης με τα υψηλά επίπεδα της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων που καταγράφονται στην Ελλάδα, σημαίνει ότι αν και η επιχειρηματική «χωρητικότητα» (entrepreneurial capacity) κρίνεται περιορισμένη, εν τούτοις υπάρχουν κάποιες ευκαιρίες, τις οποίες ένα αυξανόμενο τμήμα του πληθυσμού σπεύδει να τις αξιοποιήσει. Πάντως, ειδικά για το 2006, όπως φάνηκε και προηγούμενα, η αύξηση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων τροφοδοτείται σημαντικά και από επιχειρηματίες ανάγκης, κάτι που συγκλίνει με τη γενική εικόνα περί έλλειψης πραγματικών ευκαιριών (Καρβούνης και συν., 2008).

Οι Έλληνες εξακολουθούν να εμφανίζουν πολύ υψηλά επίπεδα αυτοπεποίθησης, καθώς σχεδόν οι μισοί (46%) θεωρούν ότι διαθέτουν τις γνώσεις, την ικανότητα και την εμπειρία για να ξεκινήσουν μία νέα επιχείρηση. Αν και μέχρι σήμερα η Ελλάδα κατατασσόταν στην 1η θέση, το 2006 αρκετές χώρες βελτιώνουν την επίδοσή τους και ξεπερνούν την Ελλάδα (ευρωπαϊκός μ.ο 42% το 2006). Διαχρονικά ωστόσο, η Ελλάδα διατηρεί την πρωτοπορία, με τους μισούς να απαντούν θετικά στην ερώτηση, γεγονός που αποτυπώνει ένα πάγιο χαρακτηριστικό γνώρισμα του Έλληνα που ίσως υπερτιμά τις δυνατότητές του και θεωρεί ότι είναι ικανός να πετύχει τα πάντα (Καρβούνης και συν., 2008).

Παρά την υψηλή αυτοπεποίθηση των Ελλήνων, ο φόβος της αποτυχίας παραμένει ένας από τους πλέον βασικούς αποτρεπτικούς παράγοντες στην επιχειρηματική δραστηριοποίηση: το 2006, πέντε στους εννέα Έλληνες/ Ελληνίδες δηλώνουν ότι ο φόβος της αποτυχίας θα τους απέτρεπε από την προσπάθεια έναρξης μιας νέας επιχείρησης, επίδοση που διατηρεί σταθερά τη χώρα στην υψηλότερη θέση, όχι μόνο στην Ευρώπη αλλά στο σύνολο των χωρών του GEM (Καρβούνης και συν., 2008).

Οι διαφοροποιήσεις που καταγράφονται σε αυτούς τους προσωπικούς παράγοντες ως προς το φύλο του νέου επιχειρηματία έχουν ενδιαφέρον. Για παράδειγμα, οι Ελληνίδες εμφανίζονται να υστερούν σε επαφές με νέους επιχειρηματίες, είναι πιο απαισιόδοξες από τους άνδρες, ενώ εμφανίζονται και πιο διστακτικές ως προς τις ικανότητές τους. Αυτή η ανάλυση, καθώς και συνολικότερα στοιχεία για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα περιλαμβάνονται σε ειδική έκδοση του IOBE, στην οποία και παραπέμπεται ο ενδιαφερόμενος αναγνώστης (Καρβούνης και συν., 2008).

Ιδιαίτερα ενδιαφέρουσες είναι οι διαφοροποιήσεις στους τέσσερις προσωπικούς παράγοντες ανάλογα με την επιχειρηματική δραστηριοποίηση ή όχι του ερωτώμενου. Οι διαφορές που προκύπτουν είναι εμφανείς και στατιστικά σημαντικές, ειδικά μεταξύ των νέων /επίδοξων επιχειρηματιών και των ατόμων που δεν έχουν εκδηλώσει κάποια επιχειρηματική δραστηριότητα. Τόσο οι επιχειρηματίες που βρίσκονται στα αρχικά στάδια της επιχειρηματικής τους δραστηριοποίησης, όσο και οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες εμφανίζουν μία μεγαλύτερη επαφή με πρότυπα επιχειρηματικότητας, σε σχέση με τους μη επιχειρηματίες (Καρβούνης και συν., 2008).

Οι πρώτοι πάντως φαίνεται να υστερούν σε σχέση με τους αντίστοιχους «συναδέλφους τους» σε άλλες χώρες ανεξαρτήτως επιπέδου ανάπτυξης, ενώ οι μη επιχειρηματίες ομοιάζουν περισσότερο προς τους αντίστοιχους στις χώρες μεσαίου εισοδήματος. Το πολύ έντονο αίσθημα αυτοπεποίθησης των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων είναι χαρακτηριστικό των χωρών τόσο υψηλού, όσο και χαμηλού επιπέδου ανάπτυξης και οι Έλληνες δεν διαφοροποιούνται από τη γενική εικόνα: εννέα στους δέκα δηλώνουν ότι διαθέτουν ισχυρό γνωστικό υπόβαθρο και ικανότητες για την ανάληψη κάποιας νέας επιχειρηματικής πρωτοβουλίας. Υψηλή αυτοπεποίθηση εμφανίζουν και οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες, όσο κατά μέσο όρο συμβαίνει στους καθιερωμένους επιχειρηματίες των χωρών υψηλού και χαμηλού μεσαίου εισοδήματος: ένας στους τέσσερις εμφανίζεται πιο συγκρατημένος. Το ότι πέντε στα εννέα άτομα που δεν έχουν εκδηλώσει επιχειρηματική διάθεση απαντά θετικά στη σχετική ερώτηση, επιβεβαιώνει το γενικά υψηλό αίσθημα αυτοπεποίθησης που επικρατεί στην Ελλάδα, σε βαθμό μάλιστα σημαντικά υψηλότερο σε σχέση με τις άλλες χώρες, ανεξαρτήτως επιπέδου ανάπτυξης (Καρβούνης και συν., 2008).



**Πίνακας 24:** Οι προσωπικοί παράγοντες ανά κατηγορία πληθυσμού στην Ελλάδα το 2006 (ποσοστό θετικών απαντήσεων)

Πηγή: IOBE

	Επιχειρηματίες αρχικών σταδίων	Καθιερωμένοι επιχειρηματίες	Μη επιχειρηματίες
Γνωρίζω προσωπικά κάποιον που ξεκίνησε μια επιχείρηση τα τελευταία δύο έτη	57,0%	40,2%	36,6%
Χώρες μεσαίου εισοδήματος	63,7%	54,4%	37,6%
Χώρες υψηλού εισοδήματος	60,6%	51,9%	30,4%
Διαθέτω τις γνώσεις, ικανότητα και εμπειρία που απαιτούνται για να ξεκινήσω μια νέα επιχείρηση	89,4%	72,7%	54,5%
Χώρες μεσαίου εισοδήματος	85,0%	79,1%	44,8%
Χώρες υψηλού εισοδήματος	89,4%	88,3%	38,8%
Στο επόμενο εξάμηνο θα υπάρξουν καλές ευκαιρίες για την ίδρυση μιας επιχείρησης στην περιοχή μου	33,3%	13,9%	23,6%
Χώρες μεσαίου εισοδήματος	66,3%	51,5%	35,9%
Χώρες υψηλού εισοδήματος	60,0%	49,6%	35,2%
Φοβάμαι την αποτυχία, σε βαθμό που θα με απέτρεπε από το να ξεκινήσω μια νέα επιχείρηση	35,0%	59,6%	54,1%
Χώρες μεσαίου εισοδήματος	27,9%	30,1%	36,9%
Χώρες υψηλού εισοδήματος	23,7%	22,8%	41,6%

Ο διαστρωματικός χαρακτήρας του φόβου της αποτυχίας σε όλες τις κατηγορίες πληθυσμού είναι εμφανής. Το εντυπωσιακό στοιχείο είναι το υψηλό ποσοστό των καθιερωμένων επιχειρηματιών που φαίνεται να «επιχειρούν» υπό τη δαμόκλειο σπάθη της επιχειρηματικής αποτυχίας (60%). Πρόκειται για επίδοση διπλάσια από τις χώρες μεσαίου εισοδήματος και τριπλάσια από τις χώρες υψηλού εισοδήματος, ενώ υπερτερεί ακόμα και από τους μη επιχειρηματίες, κάτι που καταδεικνύει τη δυσκολία του επιχειρείν στην Ελλάδα (Καρβούνης και συν., 2008).

Επομένως, ο φόβος της αποτυχίας δεν αμβλύνεται με την επιχειρηματική καθιέρωση αλλά συνεχώς εντείνεται, δημιουργώντας διαρκή πίεση για την επιτυχία και φόβο για το ενδεχόμενο «πισωγύρισμα». Όσον αφορά στην επιχειρηματική συγκυρία, οι απόψεις όλων των κατηγοριών πληθυσμού συγκλίνουν στην απαισιοδοξία, απέχοντας σημαντικά από τις υπόλοιπες χώρες. Το υψηλότερο ποσοστό θετικών εκτιμήσεων εντοπίζεται, όπως συμβαίνει σε κάθε χώρα, στους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων, οι οποίοι έχουν αυξημένη ευαισθησία σε πιθανές καλές επιχειρηματικές ευκαιρίες στην περιοχή τους (Καρβούνης και συν., 2008).

Παρόλα αυτά, μόνο το 33% βλέπει θετικά το επιχειρηματικό περιβάλλον, το μισό του αντίστοιχου στις χώρες μεσαίου ή και υψηλού εισοδήματος. Ακόμα και στο πλέον δυναμικό τμήμα του πληθυσμού που βρίσκεται στα αρχικά στάδια εκδήλωσης επιχειρηματικής δραστηριότητας, η άποψη για τις βραχυμεσοπρόθεσμες δυνατότητες του ελληνικού οικονομικού περιβάλλοντος να δημιουργήσει ευκαιρίες είναι απαισιόδοξη, παρόλο που οι ίδιοι σπεύδουν να αξιοποιήσουν τις έστω περιορισμένες ευκαιρίες που υπάρχουν. Κυριαρχεί η έντονη απαισιοδοξία για την επιχειρηματική συγκυρία, διέπει ακόμα και τους καθιερωμένους επιχειρηματίες, το 14% τοποθετείται θετικά, όταν στις υπόλοιπες χώρες περίπου οι μισοί καθιερωμένοι επιχειρηματίες αντιλαμβάνονται αναξιοποίητες ευκαιρίες. Μάλιστα, η άποψη αυτή είναι δυσμενέστερη και σε σχέση με τον πληθυσμό που δεν σχετίζεται με την επιχειρηματικότητα, καθώς το 24% αυτών απαντά θετικά στη σχετική ερώτηση, σταθερά χαμηλότερα από τις υπόλοιπες χώρες (στο 35%) (Καρβούνης και συν., 2008).

## **Κεφάλαιο 5ο: Παιδεία και Επιχειρηματικότητα**

Το κεφάλαιο αυτό διερευνά τη σχέση της παιδείας με την επιχειρηματικότητα. Γίνεται λόγος για το ρόλο της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα και της εκπαίδευσης γενικότερα.

### **5.1 Σχέση Παιδείας και Επιχειρηματικότητας**

Πρέπει να τονισθεί ο σημαντικός ρόλος της παιδείας στην επιχειρηματικότητα. Γενικά, το μορφωτικό επίπεδο ενισχύει την επιχειρηματικότητα. Αυτό αποδεικνύεται από όλες τις υπάρχουσες μελέτες και στατιστικές αυτοαπασχόλησης και δημιουργίας επιχειρήσεων σε όσες χώρες υπάρχουν στοιχεία. Τα ποσοστά επιχειρηματικότητας αυτών που διαλέγουν να επιχειρήσουν είναι πολύ μεγαλύτερα σ' αυτούς που έχουν ανώτατη παιδεία. Προηγούνται αυτοί που έχουν μεταπτυχιακές σπουδές, ακολουθούν οι πτυχιούχοι και έπονται οι άλλοι (Καρβούνης και συν., 2008).

Δεν είναι ακόμη γνωστά τα ακριβή μεγέθη, αλλά αν ληφθεί υπόψη ότι το 7% περίπου του ενεργού πληθυσμού κάνει «δική του δουλειά», τα ποσοστά για τους πτυχιούχους πρέπει να είναι τουλάχιστον διπλάσια. Ιδιαίτερα υψηλά ποσοστά εμφανίζονται στους αποφοίτους σχολών με τεχνολογική και διοικητική κατεύθυνση. Αυτό είναι προφανές και για την Ελλάδα, εάν αναλογισθεί κανείς την παράδοση των μηχανικών, λογιστών, συμβούλων επιχειρήσεων κλπ. Σε αυτούς τους κλάδους, τα ποσοστά αυτοαπασχόλησης και αυτών που ιδρύουν δικές τους επιχειρήσεις ή αυτοαπασχολούνται είναι γενικά υψηλότερα.

Η παιδεία δημιουργεί θετική στάση απέναντι στην επιχειρηματικότητα. Η εκπαιδευτική διαδικασία συμβάλλει στην ενίσχυση της αντίληψης του «επιχειρείν» ως επιλογής καριέρας, στην απόκτηση γνώσης μέσω επιχειρηματικών αναζητήσεων, στην ανάπτυξη σχετικών ικανοτήτων και δεξιοτήτων. Κατευθύνει τους νέους σε τομείς της «νέας» επιχειρηματικότητας. Σήμερα στο χώρο της νέας επιχειρηματικότητας υπάρχουν ευκαιρίες για πρόσθεση αξίας, για δημιουργία σύγχρονων επιχειρηματικών μονάδων.

Η παιδεία συμβάλλει στην επιχειρηματικότητα και από μια άλλη σκοπιά, μειώνει το ποσοστό των αποτυχιών, άρα και την σπατάλη πόρων στην οικονομία. Διεθνώς

διαφαίνεται μία τάση να παρέχεται υποστήριξη προς τους νέους απόφοιτους που θέλουν να κάνουν δική τους δουλειά. Αυτό γίνεται όχι μόνο άτυπα, μέσω των ερευνητικών μονάδων των πανεπιστημίων, αλλά οργανωμένα, με ανάπτυξη των σχετικών υποδομών υποστήριξης της επιχειρηματικότητας και διασύνδεσης με αποφοίτους και επιχειρήσεις. Στα Ελληνικά Πανεπιστήμια, ήδη έχουν ξεκινήσει σημαντικές πρωτοβουλίες, μέσω κυρίως των προγραμμάτων ΕΠΕΑΕΚ II (διαγωνισμοί, βραβεία επιχειρηματικότητας) και των Κοινοτικών Πρωτοβουλιών, οι οποίες θα δώσουν καρπούς στα επόμενα χρόνια (Καρβούνης και συν., 2008).

## 5.2 Τριτοβάθμια Εκπαίδευση

Στην Ελλάδα, με βάση το Ν. 2916/2001, η Τριτοβάθμια Εκπαίδευση χωρίζεται σε Ανώτατη Πανεπιστημιακή Εκπαίδευση, η οποία παρέχεται στα **Πανεπιστήμια**, και σε Ανώτατη Τεχνολογική Εκπαίδευση, η οποία παρέχεται στα **Τεχνολογικά Εκπαιδευτικά Ιδρύματα** (Τ.Ε.Ι). Επιπλέον, από το ακαδημαϊκό έτος 1997/98 θεσμοθετήθηκε το Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο (Ε.Α.Π.). Με διάταξη του Συντάγματος, η επαγγελματική και η ειδική εκπαίδευση παρέχονται επίσης και στις σχολές της Ανώτερης Βαθμίδας Εκπαίδευσης (Καρβούνης και συν., 2008).

Σύμφωνα με το ισχύον Σύνταγμα, οι φορείς της Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης αποτελούν Νομικά Πρόσωπα Δημοσίου Δικαίου (Ν.Π.Δ.Δ.), πλήρως αυτοδιοικούμενα, που τελούν υπό την εποπτεία του κράτους και χρηματοδοτούνται από αυτό. Επίσης στο πλαίσιο του ΕΠΕΑΕΚ I, είχαν εισαχθεί συναφείς δραστηριότητες που προάγουν έμμεσα την επιχειρηματικότητα με κύρια παραδείγματα την Πρακτική Άσκησης για φοιτητές και σπουδαστές, όπου συμμετείχαν περισσότεροι από 89.000 φοιτητές και σπουδαστές (Καρβούνης και συν., 2008).

Παράλληλα, συντέλεσε και η λειτουργία 33 Γραφείων Διασύνδεσης στα ΑΕΙ και ΤΕΙ της χώρας, με στόχο την παροχή πληροφοριών και ενημέρωσης στους φοιτητές και σπουδαστές για τις δυνατότητες απασχόλησης, τις πιθανές εναλλακτικές πορείες που μπορούν να ακολουθήσουν μετά το πέρας των σπουδών τους. Ορισμένες από τις πρόσθετες υπηρεσίες των Γραφείων Διασύνδεσης είναι:

- Εξατομικευμένη καθοδήγηση του φοιτητή για την κατανόηση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών λειτουργίας των διαφόρων τύπων

επιχειρήσεων, προώθηση επιχειρηματικών πρωτοβουλιών, σύνταξη απλών επιχειρηματικών σχεδίων και άλλων θεμάτων.

- Διοργάνωση ειδικών εκδηλώσεων επιχειρηματικότητας.
- Εκπόνηση και έκδοση περιοδικών και εκδόσεων ενημερωτικού χαρακτήρα και συνεχή πληροφόρηση των φοιτητών και άλλων ενδιαφερομένων μέσω ηλεκτρονικών σελίδων στο διαδίκτυο.
- Ταυτόχρονα, εκπονήθηκε ειδικό υλικό για την εισαγωγή μαθημάτων επιλογής στο πλαίσιο των τελευταίων ετών φοίτησης, εργαστηριακών μαθημάτων και ασκήσεων με ειδικό περιεχόμενο για την ανάπτυξη της αυτενέργειας, της ερευνητικής ικανότητας και της μύησης των φοιτητών στη διαδικασία της παραγωγής και την κουλτούρα του "επιχειρείν".
- Ενισχύθηκαν επίσης "εικονικές επιχειρήσεις", δράσεις καθοδήγησης (σχήματα mentoring), μελέτες περιπτώσεων (case studies) για την παρουσίαση και ανάλυση πραγματικών ή υποθετικών περιπτώσεων επιχειρήσεων και επιχειρηματιών, εκπαιδευτικές επισκέψεις σε μεγάλες επιχειρήσεις και οργανισμούς και βραβεία επιχειρηματικότητας.
- Παράλληλα, τα Γραφεία Διασύνδεσης της Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης θα ενισχυθούν με στόχο τη διεύρυνση των υπηρεσιών τους.

### **5.2.1 Προγράμματα στην Τριτοβάθμια Εκπαίδευση**

Στο σημείο αυτό αξίζει να αναφερθεί ότι τα περισσότερα πανεπιστήμια και τεχνολογικά ιδρύματα, διαθέτουν προγράμματα επιχειρηματικότητας. Αυτά είναι:

- Πρόγραμμα Επιχειρηματικότητας Πανεπιστημίου Πειραιά
- Πρόγραμμα Επιχειρηματικότητας του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου
- Πύλη Επιχειρηματικότητας του Πανεπιστημίου Αθηνών
- Πρόγραμμα Επιχειρηματικότητας Πανεπιστημίου Ιωαννίνων
- Πρόγραμμα Επιχειρηματικότητας Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών
- Πρόγραμμα Επιχειρηματικότητας ΤΕΙ Αθηνών
- Πρόγραμμα Επιχειρηματικότητας ΤΕΙ Θεσσαλονίκης
- Πρόγραμμα Επιχειρηματικότητας ΤΕΙ Κρήτης
- Πρόγραμμα Επιχειρηματικότητας ΤΕΙ Λαμίας

- Πρόγραμμα Επιχειρηματικότητας ΤΕΙ Ηπείρου
- Τμήμα Επιχειρηματικού Σχεδιασμού και Πληροφοριακών Συστημάτων 2014.
- Σελίδα Επιχειρηματικότητας ΑΣΠΑΙΤΕ

### **5.3 Εκπαίδευση στην Επιχειρηματικότητα**

Η Ευρώπη καλείται να ενισχύσει την επιχειρηματική ώθηση πιο αποτελεσματικά καθώς για την ανάπτυξή της χρειάζεται περισσότερους επιχειρηματίες και περισσότερες νέες επιχειρήσεις πρόθυμες να αναλάβουν δημιουργικά ή καινοτόμα επιχειρηματικά εγχειρήματα. Η εκπαίδευση μπορεί να συμβάλλει σημαντικά στην ανάπτυξη ενός περισσότερο επιχειρηματικού πνεύματος, ξεκινώντας από τους νέους και το σχολείο (Καρβούνης και συν., 2008).

Η επιχειρηματικότητα πρέπει να αντιμετωπίζεται ως μια γενικότερη στάση η οποία μπορεί να τύχει χρήσιμης εφαρμογής όχι μόνο σε όλες τις επαγγελματικές δραστηριότητες αλλά και στην καθημερινή ζωή. Προκύπτει επομένως, ότι στους στόχους της εκπαίδευσης θα πρέπει να συγκαταλέγεται η καλλιέργεια των προσωπικών εκείνων ικανοτήτων που αποτελούν τη βάση της επιχειρηματικότητας, όπως η δημιουργικότητα, η πρωτοβουλία, η υπευθυνότητα, η αντιμετώπιση κινδύνων και η ανεξαρτησία. Αυτή η νοοτροπία μπορεί να αναπτυχθεί μέσω της διδασκαλίας ήδη από την πρωτοβάθμια εκπαίδευση.

Ένα μέτρο που ελήφθη πρόσφατα ήταν η αναθεώρηση του εθνικού προγράμματος σπουδών προκειμένου να συμπεριληφθεί η επιχειρηματικότητα, είτε ως μάθημα, είτε ως διεπιστημονικό θέμα και υπήρξαν λιγιστές οι περιπτώσεις στις οποίες το μέτρο αυτό προσέγγισε κατά συνεκτικό τρόπο όλες τις εκπαιδευτικές βαθμίδες.

Όμως, η ενσωμάτωση της διδασκαλίας της επιχειρηματικότητας στο πρόγραμμα σπουδών πρέπει να συνοδεύει την υιοθέτηση μέτρων παροχής κινήτρων και στήριξης, δεδομένου ότι τα σχολεία και οι εκπαιδευτικοί χαίρουν μεγάλου βαθμού αυτονομίας (Καρβούνης και συν., 2008).

Η ανταλλαγή και διάδοση ορθών πρακτικών μπορεί να αποδειχθεί σημαντικό εργαλείο και να αποτελέσει μια ρεαλιστική μέθοδο επίτευξης προόδου, μέσω της ευαισθητοποίησης και της παροχής περισσότερων κινήτρων στα εκπαιδευτικά

ιδρύματα και τους εκπαιδευτικούς. Αν και η έννοια της επιχειρηματικότητας έχει γίνει, έως κάποιο βαθμό αποδεκτή στο πλαίσιο της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, δεν ισχύει προς το παρόν το ίδιο για την πρωτοβάθμια εκπαίδευση. Για το σκοπό αυτό απαιτούνται πρωτοβουλίες ευαισθητοποίησης. Είναι απαραίτητο να διασαφηνιστούν οι λόγοι για τους οποίους η προώθηση της επιχειρηματικής συμπεριφοράς είναι σημαντική ακόμη και σε αυτή την βαθμίδα εκπαίδευσης, να διευκρινιστεί το πρακτικό της περιεχόμενο (π.χ. ανάπτυξη ορισμένων προσωπικών ικανοτήτων) και να δοθούν συγκεκριμένα παραδείγματα.

Οι περιφερειακές και τοπικές αρχές καλούνται ομοίως να διαδραματίσουν ουσιαστικό ρόλο στην προώθηση, στην τοπική κοινότητα, της εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα, μέσω της ανάπτυξης μιας στρατηγικής η οποία θα απευθύνεται σε σχολεία, τοπικές επιχειρήσεις καθώς και σε όλους τους ενδιαφερόμενους. και της στήριξης της ανάπτυξης προγραμμάτων. Εντούτοις, οι περισσότερες πρωτοβουλίες βρίσκονται ακόμη σε προκαταρκτικό στάδιο (Καρβούνης και συν., 2008).

Η συλλογή ποιοτικών και ποσοτικών πληροφοριών (όπως ο αριθμός των σχολείων και των μαθητών που συμμετέχουν στις δραστηριότητες αυτές) μπορεί να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στη δημιουργία ενός μόνιμου πλαισίου για τη διαδικασία παρακολούθησης, καθώς και στην αξιολόγηση της επίτευξης ορισμένων επαρκώς προσδιορισμένων και μετρήσιμων στόχων. Ελλείψει πλήρους πληροφόρησης, η αξιολόγηση θα βασίζεται σε ποιοτικούς και ποσοτικούς δείκτες, σχετικούς με έναν περιορισμένο αριθμό γνωστών προγραμμάτων (Καρβούνης και συν., 2008).

Σύμφωνα με στοιχεία, περιπτώσεις ορθής πρακτικής, παραδείγματα πολιτικών ενεργειών με στόχο την προώθηση της εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα ή ελπιδοφόρες πρωτοβουλίες προς την ίδια κατεύθυνση απαντώνται σε ολόκληρη την Ευρώπη, σε όλους τους τομείς και σε διάφορες χώρες. Η μεγαλύτερη πρόκληση έγκειται, ακριβώς, στη διάδοση αυτών των θετικών παραδειγμάτων. Οι εθνικές και τοπικές αρχές, τα εκπαιδευτικά ιδρύματα καθώς και άλλοι οργανισμοί και εμπλεκόμενοι φορείς μπορούν να αποκομίσουν διδάγματα ή να αντλήσουν έμπνευση από τις κοινές βέλτιστες πρακτικές (Καρβούνης και συν., 2008).

Αν και οι περισσότερες ενέργειες πρέπει να γίνουν σε εθνικό, περιφερειακό ή τοπικό επίπεδο, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή μπορεί να παράσχει πολύτιμη στήριξη στις

εθνικές πολιτικές, τόσο ως συντονιστής όσο και ως εγγυητής της τήρησης της αρχής της επικουρικότητας. Οι δράσεις της μέχρι σήμερα περιλαμβάνουν μεταξύ άλλων (Καρβούνης και συν., 2008) :

- § την ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ των διαφόρων τμημάτων της δημόσιας διοίκησης που καλούνται να διαδραματίσουν κάποιο ρόλο στον συγκεκριμένο τομέα (π.χ. υπουργεία Βιομηχανίας και Παιδείας).
- § την υιοθέτηση μιας σειράς μέτρων στήριξης με στόχο τα σχολεία και τους εκπαιδευτικούς, για να προωθηθεί η εφαρμογή των προγραμμάτων.
- § τη στήριξη των δραστηριοτήτων των υφιστάμενων δικτύων και ΜΚΟ που προωθούν προγράμματα βασισμένα στην πρακτική εμπειρία, όπως η δημιουργία επιχειρήσεων από τους σπουδαστές ή η δημιουργία εικονικών επιχειρήσεων.
- § την αύξηση της συμμετοχής των επαγγελματικών συλλόγων και των εμπορικών επιμελητηρίων στη χάραξη πολιτικών και στις δραστηριότητες καθώς και την αύξηση της συμμετοχής των επιχειρήσεων/επιχειρηματιών σε συγκεκριμένα προγράμματα.
- § την επίσπευση δραστηριοτήτων διάδοσης καλών πρακτικών, τόσο σε εθνικό όσο και σε ευρωπαϊκό επίπεδο.
- § η σύσταση μηχανισμών για την εφαρμογή ορισμένων εκ των προτεινόμενων δεικτών, προκειμένου να καθίσταται εφικτή η αξιολόγηση της προόδου και, ο καθορισμός στόχων. τη δημιουργία μόνιμου πλαισίου παρακολούθησης της προόδου με τη βοήθεια των υφιστάμενων, σε ευρωπαϊκό επίπεδο, εργαλείων.

Στους στόχους της διδασκαλίας με αντικείμενο την επιχειρηματικότητα, η οποία πρέπει να προσαρμόζεται στις διάφορες εκπαιδευτικές βαθμίδες, πρέπει να περιλαμβάνεται (Καρβούνης και συν., 2008):

- Η προώθηση της ανάπτυξης προσωπικών ικανοτήτων συναφών με την επιχειρηματικότητα.
- Η παροχή πρώιμης γνώσης και η δημιουργία επαφών με τον επιχειρηματικό κόσμο, καθώς και η ανάπτυξη της κατανόησης του ρόλου των επιχειρηματιών στην κοινότητα.



- Η αύξηση της ευαισθητοποίησης των σπουδαστών σχετικά με την αυτοαπασχόληση ως επαγγελματική προοπτική.
- Η οργάνωση δραστηριοτήτων βάσει της μάθησης μέσα από την πράξη, μέσω της δημιουργίας εικονικών επιχειρήσεων από τους σπουδαστές.
- Η παροχή ειδικής κατάρτισης σχετικά με τη δημιουργία μιας επιχείρησης (ιδιαίτερα σε τεχνικά ή επαγγελματικά σχολεία και σε πανεπιστημιακό επίπεδο).

Η εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα δεν θα πρέπει να συγχέεται με την εισαγωγή στις γενικές αρχές των οικονομικών σπουδών. Στην πραγματικότητα, η διδασκαλία της επιχειρηματικότητας αποσκοπεί είτε στην καλλιέργεια, από μικρή ηλικία, των προσωπικών εκείνων ικανοτήτων που αποτελούν τη βάση της επιχειρηματικής συμπεριφοράς, ή στην ενθάρρυνση της αυτοαπασχόλησης ως επαγγελματικής προοπτικής. Μολονότι ενδέχεται να υπάρξουν τομείς στους οποίους οι δύο έννοιες αλληλεπικαλύπτονται μερικώς, π.χ. η παροχή στους μαθητές της πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης βασικών γνώσεων για τη λειτουργία της οικονομίας και τον ρόλο των επιχειρηματιών, ή η διδασκαλία της διοίκησης επιχειρήσεων στην τριτοβάθμια εκπαίδευση, η επιχειρηματικότητα πρέπει να αντιμετωπίζεται ως καινοτόμος και διεπιστημονική προσέγγιση, ανάλογα με την εκπαιδευτική βαθμίδα.

## **Κεφάλαιο 6ο: Μελέτη Περίπτωσης Αποφοίτων ΤΕΙ Πάτρας**

Το έκτο κεφάλαιο αποτελεί την έρευνα της εργασίας. Είναι η μελέτη περίπτωσης των αποφοίτων του ΤΕΙ Πάτρας. Αρχικά περιγράφεται η μεθοδολογία και το δείγμα της έρευνας και στη συνέχεια παρουσιάζονται τα ευρήματα.

### **6.1 Μεθοδολογία έρευνας και δείγμα**

Για την εκπόνηση της μελέτης πραγματοποιήθηκε η μελέτη περίπτωσης τεσσάρων αποφοίτων του ΤΕΙ Πάτρας. Πιο συγκεκριμένα η μελέτη περίπτωσης είναι ένας τρόπος συλλογής και ανάλυσης εμπειρικών δεδομένων και παρατηρήσεων μέσω του οποίου διερευνάται ένα σύγχρονο φαινόμενο στο πραγματικό του περιβάλλον. Ενταγμένη στο πλαίσιο της επιστήμης της Διοίκησης Επιχειρήσεων και της επιστήμης των Αποφάσεων, η μελέτη περίπτωσης είναι ένα εργαλείο που βοηθάει τον ερευνητή, μέσα από την περιγραφή μιας επιχειρηματικής κατάστασης ή μιας επιχειρηματικής ιστορίας, να ανακαλύψει, να περιγράψει, να ερμηνεύσει και να αιτιολογήσει την επιχειρηματική δράση ενός ατόμου ή μιας ομάδας ατόμων (Χασσίδ, 2004).

Η συλλογή δεδομένων έγινε με συνεντεύξεις ανοικτού τύπου. Οι συνεντεύξεις μπορούν να είναι *ανοικτού τύπου, στοχευμένες και κλειστού τύπου*. Στις *ανοικτού τύπου*, αυτός που δίνει τη συνέντευξη (επιχειρηματίας ή στέλεχος επιχείρησης) είναι ελεύθερος να τοποθετηθεί στο ερώτημα που του απευθύνεται εκθέτοντας τις σκέψεις και τις απόψεις του και με αυτόν τον τρόπο να προκαλέσει νέα ερωτήματα που θα διευρύνουν ή θα εμβαθύνουν, σε σχέση με το αρχικό ερώτημα, το θέμα της συζήτησης (Χασσίδ, 2004).

### **6.2 Παρουσίαση ευρημάτων**

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η διερεύνηση της επιχειρηματικής δράσης των νέων στην Ελλάδα της οικονομικής κρίσης και συγκεκριμένα των αποφοίτων του ΤΕΙ Πάτρας. Πιο συγκεκριμένα ο στόχος της είναι να προσδιοριστούν οι δυνατότητες

και οι προοπτικές που έχουν οι νέοι επιχειρηματίες. Από το σκοπό και τον στόχο της εργασίας προκύπτουν τα εξής ερωτήματα:

- Με ποιον τρόπο τα μαθήματα στο ΤΕΙ Πάτρας αλλά και οι καθηγητές βοηθούν τους αποφοίτους στην επιχειρηματική τους δράση;
- Με ποιον τρόπο οι νέοι επιχειρηματίες καλύπτουν τις ανάγκες τους για την συγκέντρωση του απαιτούμενου κεφαλαίου;
- Τι ευκολίες ή δυσκολίες υπάρχουν για έναν νέο επιχειρηματία από τους κρατικούς φορείς;
- Ποιες ευκαιρίες υπάρχουν για έναν νέο επιχειρηματία στην Ελλάδα της οικονομικής κρίσης;

### **6.2.1 ΤΕΙ Πάτρας και η συμβολή του στην επιχειρηματική δράση των αποφοίτων**

Σχετικά με το πρώτο ερευνητικό ερώτημα, τον τρόπο με τον οποίο τα μαθήματα στο ΤΕΙ Πάτρας αλλά και οι καθηγητές βοηθούν τους αποφοίτους στην επιχειρηματική τους δράση, προέκυψε ότι και οι τρεις από τους τέσσερεις συμμετέχοντες στην έρευνα αποκόμισαν αρκετά πράγματα από τη φοίτηση τους στο ΤΕΙ Πάτρας που σχετίζονται με την επαγγελματική τους σταδιοδρομία. Μόνο ένας θεωρεί ότι οι γνώσεις που απέκτησε δεν τον βοήθησαν ιδιαίτερα καθώς ασχολήθηκε με άλλο αντικείμενο από αυτό που σπούδασε.

Μερικές από τις απαντήσεις που έδωσαν οι απόφοιτοί είναι οι εξής:

- Ü *«Αποκόμισα αρκετά χρήσιμα πράγματα που με βοήθησαν πάνω στη δουλεία μου όπως διάφορες λογιστικές γνώσεις (υπολογισμός εσόδων εξόδων), γνώσεις marketing δηλαδή πως γίνεται μια έρευνα αγοράς ή πως γίνονται δημόσιες σχέσεις επίσης τα μαθήματα δικαίου με βοήθησαν πάρα πολύ ιδιαίτερα το εργατικό και εμπορικό δίκαιο και τέλος απέκτησα και γνώσεις στους υπολογιστές».*
- Ü *«Στην σχολή αυτή λοιπόν έμαθα πολλά πράγματα για το πώς μπορείς να κάνεις μια επιχείρηση να λειτουργεί σωστά και να επιτυγχάνει τους στόχους που βάζει. Έμαθα πολλά πράγματα γύρω από το μάρκετινγκ και την ερευνά*

*αγοράς πράγματα που με βοήθησαν παρά πολύ στην νέα μου επιχειρηματική δράση».*

- Û *«Εφόσον τελικά δεν ακολούθησα επάγγελμα σύμφωνα με το αντικείμενο που σπούδασα, δε με βοήθησε καθόλου στη νέα μου επιχειρηματική δράση, όμως έμαθα πράγματα και επικεντρώθηκα σε πράγματα που ίσως μελλοντικά χρειαστεί να ασχοληθώ».*

Από τη μελέτη προέκυψε επίσης ότι οι καθηγητές του ΤΕΙ Πάτρας δεν βοήθησαν πολύ τους απόφοιτους στο επιχειρηματικό τους ξεκίνημα. Πρέπει να σημειωθεί όμως ότι δεν αρνήθηκαν τη βοήθεια απλά οι απόφοιτοι ήταν πιο διστακτικοί στο να ζητήσουν καθοδήγηση και γνώμη από τους καθηγητές. Ενδεικτικά παραθέτουμε μερικές απαντήσεις των συμμετεχόντων στην έρευνα:

- Û *«Όχι αλλά για να πω την αλήθεια δε το επιδίωξα κιάλας και το χω μετανιώσει. Εάν το επιδίωκα πιστεύω ότι θα με βοηθούσαν και το προτείνω ανεπιφύλακτα.»*
- Û *«Δεν υπήρξε επικοινωνία με τους καθηγητές μου αλλά πιστεύω στην προθυμία τους να βοηθήσουν με όποιον τρόπο μπορούν τους νέους που ρίχνονται στην μάχη της επιχειρηματικότητας»*

Αυτό όμως έδωσε μια μεγαλύτερη άνεση στους νέους επιχειρηματίες στο ξεκίνημά τους ήταν η εμπειρία αλλά και οι γνώσεις που απέκτησαν από την πρακτική τους άσκηση. Το ΤΕΙ και το πρόγραμμα σπουδών του, βοήθησε τους νέους επιχειρηματίες να γνωρίσουν στην πράξη την επιχείρηση και το επιχειρείν αλλά δεν αισθάνθηκαν ότι έχουν αποκτήσει κάτι περισσότερο από το ΤΕΙ της Πάτρας σε σχέση με άλλου αποφοίτους από άλλα ΤΕΙ. Οι πιο ενδεικτικές απαντήσεις είναι οι εξής:

- Û *«Έκανα πρακτική άσκηση σε μια επιχείρηση λιανικής πώλησης και να με βοήθησε αρκετά καθώς αποκόμισα πολλές εμπειρίες πάνω σε λογιστικά - οικονομικά θέματα και γνώσεις σχετικές με την αγορά και τις εργασιακές σχέσεις γενικότερα. Επίσης, ήταν ένας βασικός λόγος που με ώθησε να κάνω κάτι δικό μου και να μην εργαστώ κάπου ως υπάλληλος για μεγάλο χρονικό διάστημα καθώς δεν υπήρχαν προοπτικές εξέλιξης».*
- Û *«Η πρακτική μου άσκηση με βοήθησε παρά πολύ καθώς το έζησα από μέσα το ΤΕΙ, έκανα την δμηνη πρακτική μου στο διοικητικό τομέα του ιδρύματος. Έμαθα λοιπόν πολλά πράγματα γύρω από την διοίκηση ενός μεγάλου*

*δημόσιου ιδρύματος και κατανόησα σε μεγάλο βαθμό τον τρόπο λειτουργίας του».*

Ü *«Όχι. Δεν πιστεύω ότι παίζει κάποιο ρόλο γιατί υποτίθεται ότι τα ίδια τμήματα ανά εκπαιδευτικό τμήμα στη χώρα είναι παρόμοια σε διδακτέα ύλη και μεθόδους διδασκαλίας».*

### **6.2.2 Νέοι επιχειρηματίες και απαιτούμενο κεφάλαιο**

Σχετικά με το δεύτερο ερευνητικό ερώτημα της εργασίας, με ποιον τρόπο οι νέοι επιχειρηματίες καλύπτουν τις ανάγκες τους για την συγκέντρωση του απαιτούμενου κεφαλαίου, προέκυψε ότι και οι τέσσερις απόφοιτοι δεν κατάφεραν να πάρουν κάποια κρατική επιχορήγηση ή να ενταχθούν σε κάποιο πρόγραμμα χρηματοδότησης που να αφορά τη νεανική επιχειρηματικότητα και προσπάθησαν να σταθούν στις δικές τους δυνάμεις για να συγκεντρώσουν τα απαραίτητα χρήματα. Είπαν χαρακτηριστικά:

Ü *«Δυστυχώς δεν εντασσόμασταν σε κάποιο πρόγραμμα και δε καταφέραμε να πάρουμε κάποια κρατική επιχορήγηση. Επομένως, το κεφάλαιο ήταν εξ ολοκλήρου δικό μας για το στήσιμο και την ίδρυση της επιχείρησης. Πάντως ακόμη και σήμερα ψάχνουμε και περιμένουμε για κάποιο πρόγραμμα που ίσως μας βοηθήσει στην ανανέωση ή την επέκταση της επιχείρησης».*

Ü *«Το κεφάλαιο ήταν εξολοκλήρου δική μας επένδυση καθώς το κράτος δεν επιδοτεί χώρους εστίασης όπως ο δικός μας. Ούτε στο παρελθόν –πριν 6 χρόνια-που ανοίξαμε ούτε σήμερα ,και το γνωρίζουμε καλά αυτό καθώς είμαστε ενήμεροι για οποιοδήποτε πρόγραμμα δημοσιεύεται».*

### **6.2.3 Ευκολίες ή δυσκολίες του νέο επιχειρηματία από τους κρατικούς φορείς**

Όσον αφορά στο τρίτο ερευνητικό ερώτημα, τι ευκολίες ή δυσκολίες υπάρχουν για έναν νέο επιχειρηματία από τους κρατικούς φορείς, προέκυψε ότι τα προβλήματα που καλείται να αντιμετωπίσει ο νέος επιχειρηματίας είναι πολλά και δυσεπίλυτα. Σε αυτό συμφώνησαν και οι τέσσερις συμμετέχοντες στην έρευνα. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα η λειτουργία της επιχείρησης να αναστέλλεται και να μπαίνει σε κίνδυνο. Μερικές δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι νέοι επιχειρηματίες είναι η γραφειοκρατία,

η φορολογία, η απουσία της κρατικής χρηματοδότησης αλλά και η κακή διοικητική λειτουργία του κρατικού μηχανισμού. Όλα αυτά αποθαρρύνουν τους νέους επιχειρηματίες. Οι απόφοιτοι απάντησαν:

- Ü «Ο νέος επιχειρηματίας αντιμετωπίζει πολλές δυσκολίες και εμπόδια στο νέο του ξεκίνημα από το κράτος και η σημαντικότερη αυτών είναι η αυξημένη και αδιάκοπη φορολόγηση και η γραφειοκρατία, π.χ. η έκδοση των πολλών και διαφόρων αδειών λειτουργίας που αποτελεί μια χρονοβόρα και δαπανηρή διαδικασία. Το κράτος θα πρέπει να βοηθά και να διευκολύνει το νέο επιχειρηματία καθώς αποτελεί τη βάση και τη ζωή της οικονομίας της χώρας».
- Ü «Συναντήσαμε με τους συνεταιίρους μου αρκετές δυσκολίες από κρατικούς φορείς που μπαίνουν πολλές φορές εμπόδιο σε κάποια επιχείρηση που προσπαθεί να αναπτυχτεί στο χώρο. Συνεχής έλεγχος που αποπροσανατολίζουν τους πελάτες, απίστευτη γραφειοκρατία σε ορισμένα θέματα και καμία στήριξη οικονομικής φύσεως είναι κάποια ενδεικτικά προβλήματα που συναντά κάποιος στον χώρο μας».
- Ü «Το κράτος με τους μηχανισμούς του δεν διευκολύνει έναν νέο επιχειρηματία να κάνει σωστά βήματα στον χώρο αυτό. Θα σας παραθέσω ένα παράδειγμα για να καταλάβετε, εκτρέφουμε λοιπόν σαλιγκάρια στην επιχείρηση και δεν υπάρχει σχετική άδεια για αυτόν τον τομέα στην χώρα μας αλλά θα πρέπει να βγάλουμε γενική άδεια κτηνοτροφίας που στις χώρες της Ευρώπης θα ήταν πρωτάκουστο. Όπως λοιπόν καταλαβαίνετε θα πρέπει να βοηθήσει το κράτος τον πρωτογενή τομέα οργανώνοντας καλύτερα τις νομοθεσίες του στον τομέα αυτό».
- Ü «Υπάρχουν απεριόριστες και αδικαιολόγητες δυσκολίες. Μεγάλη γραφειοκρατία, μεγάλη φορολογία, και πολύ άσχημη διοικητική λειτουργία στους αρμόδιους φορείς. Πλέον πολλοί υποψήφιοι επενδυτές, αποθαρρύνονται από αυτό στο να επιχειρήσουν να επεκτείνουν την επιχειρηματική τους δράση σε νέους κλάδους».

#### **6.2.4 Ελλάδα της οικονομικής κρίσης κι ευκαιρίες για έναν νέο επιχειρηματία**

Οι συμμετέχοντες στην έρευνα σχετικά με το τέταρτο ερευνητικό ερώτημα, ποιες ευκαιρίες υπάρχουν για έναν νέο επιχειρηματία στην Ελλάδα της οικονομικής κρίσης, απάντησαν ότι οι επιχειρήσεις από τη μια έχουν βιώσει όπως όλοι την κρίση αλλά

από την άλλη η κρίση μπορεί να γεννήσει ευκαιρίες για το νέο επιχειρηματία, αρκεί και αυτός να καινοτομήσει και να στρέψει το ενδιαφέρον του στη σωστή κατεύθυνση. Για να μπορέσει ο νέος επιχειρηματίας να μετατρέψει την κρίση σε ευκαιρία θα πρέπει να μάθει να διαβάζει τα σημάδια και να ελίσσεται. Ενδεικτικά παραθέτονται μερικές από τις απαντήσεις:"

- Ü *«Μας έχει επηρεάσει πάρα πολύ όπως και όλη την υπόλοιπη αγορά. Θα λέγαμε ότι μας έχει επηρεάσει σε ένα ποσοστό της τάξεως του 40-50 %. Αυτό αντιμετωπίζεται με ακόμα πιο εντατική έρευνα αγοράς, με συνεχείς διαπραγματεύσεις με τους προμηθευτές και δυστυχώς με την τελευταία επιλογή της μείωσης των αποδοχών του προσωπικού χωρίς όμως αυτή να είναι αδικαιολόγητη και έντονη διότι η καλές σχέσεις με το προσωπικό, είναι κομβικό σημείο στην ομαλή λειτουργία της επιχείρησης. Γενικά τακτική είναι η προσπάθεια μείωσης των παγίων εξόδων. Τέλος, θέλω να συμπληρώσω πως πολύ βασικό είναι και η προσφορά προσωπικής εργασίας από εμάς τους ίδιους τους επιχειρηματίες».*
- Ü *«Η οικονομική κρίση που μαστίζει τη χώρα μας έχει επηρεάσει όλους τους τομείς παραγωγής όπως και τον δικό μας, βέβαια δεν έχουμε μείωση της παραγωγής, όμως έχουμε μεγάλη μείωση στην τιμή που δίνουμε τα προϊόντα μας με αποτέλεσμα να ζημιωνόμαστε αρκετά. Επίσης η άνοδος των τιμών στις πρώτες ύλες που χρησιμοποιούμε είναι ένα ακόμα αρνητικό για τα οικονομικά της δικής μας επιχείρησης».*
- Ü *«Πιστεύω πως υπάρχουν ευκαιρίες ακόμα και εν μέσω οικονομικής ύφεσης που ενδεχομένως να είναι περισσότερο κερδοφόρες αλλά είναι σε συγκεκριμένους και ελάχιστους τομείς. Για να μπορέσεις όμως να ξεκινήσεις κάτι, θα πρέπει να έχεις διαθέσιμο κεφάλαιο. Αν διαθέτεις, είναι καλό γιατί εν μέσω κρίσης μπορείς να διαπραγματευτείς περισσότερο. Όπως προανέφερα η πρόβλεψη της μελλοντικής μόδας είναι σημαντικό προτέρημα. Κατά τη γνώμη μου, οι καλύτερες επενδύσεις είναι στις εξαγωγές προϊόντων αλλά και στις εισαγωγές (παρότι αυτό επιμηκύνει τη διάρκεια της ύφεσης). Επίσης ένας ακόμα κερδοφόρος κλάδος στη χώρα μας, είναι τα τουριστικά επαγγέλματα τα οποία λόγω της γεωγραφικής μας θέσης, έχουν μικρή επιρροή από την κρίση».*

- ü «Όπως έχουν τα πράγματα στις ημέρες μας οι ευκαιρίες για κάποιον και ιδιαίτερα για έναν νέο είναι μετρημένες στα δάκτυλα του ενός χεριού. Πρέπει λοιπόν για να πετύχει κάποιος νέος επιχειρηματίας να καινοτομήσει , δηλαδή να βρει κάτι που κανένας άλλος δεν το έχει ήδη χρησιμοποιήσει και να επενδύσει σε αυτό. Αυτό μπορεί να είναι ένα νέο προϊόν μια νέα καινοτομία στο χώρο της εστίασης ή ένα τεχνολογικό επίτευγμα. Μπορεί λοιπόν να είναι δύσκολα τα πράγματα για τους νέους όμως όταν υπάρχει διάθεση και θέληση μπορεί να επιτευχτεί ο στόχος».
- ü «Ευκαιρίες υπήρχαν υπάρχουν και θα υπάρχουν πάντα σε μια ελεύθερη αγορά όπως η δική μας. Αυτό βεβαία που συμβαίνει στις μέρες μας με την συμπύκνωση της αγοράς και την οικονομική κρίση η γενιά μας δεν το έχει ξανά ζήσει και μας φαίνεται κάπως περίεργο. Όμως ακόμη και σήμερα μπορεί κάποιος να ψάξει να βρει κάτι που θα του επιφέρει κέρδος και θα του επιτρέψει να ζήσει με αξιοπρέπεια. Η λύση είναι απλή καινοτόμα προϊόντα ,προϊόντα που δεν υπάρχουν στην αγορά , υπηρεσίες που δεν παρέχονται από κανέναν. Όποιος λοιπόν πρωτοτυπήσει θα έχει σίγουρο μερίδιο στην αγορά. Τώρα όσον' αφορά το που θα κατεύθυνα κάποιον , νομίζω πως ο τομέας που ασχολούμαι , ο πρωτογενής δηλαδή , είναι ένας τομέας που είναι και μεν σκληρός αλλά δίνει ευκαιρίες κέρδους αυτή τη στιγμή».
- ü «Πιστεύω πως οι ευκαιρίες που υπάρχουν, βασίζονται μόνο στο κατά πόσο ο νέος επιχειρηματίας έχει διαθέσιμο ρευστό κεφάλαιο ή πόσο εύκολα μπορεί να εξασφαλίσει δανειοδότηση. Οι επιχειρηματικές ευκαιρίες που υπάρχουν αυτή τη στιγμή στη χώρα μας, πιστεύω πως έχουν να κάνουν με τις εξαγωγές προϊόντων του πρωτογενούς τομέα μας σε βιολογικά προϊόντα που προωθούν την υγεία και την ευεξία και γνωρίζουν μεγάλη επιτυχία στις αγορές της Ευρώπης».



## Συμπεράσματα - Προτάσεις

Έχοντας ολοκληρώσει τη διερεύνηση της επιχειρηματικής δράσης των νέων στην Ελλάδα της οικονομικής κρίσης και συγκεκριμένα των αποφοίτων του ΤΕΙ Πάτρας, μπορεί κανείς να συμπεράνει ότι οι δυνατότητες και οι προοπτικές που έχουν οι νέοι επιχειρηματίες είναι πραγματικά λίγες και αυτό δεν οφείλεται τόσο στην οικονομική κρίση, όσο στην κακή κρατική οργάνωση και στην έλλειψη κινήτρων για τους νέους επιχειρηματίες.

Η δυνατότητες και οι προοπτικές που υπάρχουν οι δεν υπάρχουν σε μια χώρα για τους νέους επιχειρηματίες εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό και από την εκπαίδευση που λαμβάνουν. Η φοίτηση σε μια σχολή τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (ΑΕΙ ή ΤΕΙ) μπορεί να αποδειχτεί ένα ισχυρό οπλοστάσιο στα χέρια του νέου επιχειρηματία, καθώς αποκτά γνώσεις αλλά και πείρα με την πρακτική εξάσκηση που προσφέρεται σε πολλά τεχνολογικά και πανεπιστημιακά ιδρύματα.

Σημαντική βοήθεια μπορεί να προσφέρουν και οι καθηγητές των διάφορων σχολών σε επίπεδο συμβουλευτικής και παρώθησης στο νέο ξεκίνημα των αποφοίτων των διαφόρων ιδρυμάτων. Αυτή η συνεργασία με τους καθηγητές δεν είναι κάτι που επιβάλλεται αλλά χρειάζεται για να γίνει να μπει όλο το εκπαιδευτικό σύστημα σε σωστές βάσεις. Οι απόφοιτοι δεν πρέπει να διστάζουν να ζητήσουν καθοδήγηση και γνώμη από τους καθηγητές.

Οι δυνατότητες και οι προοπτικές του νέου επιχειρηματία γίνονται ολοένα και πιο λίγες καθώς η πολιτεία αδυνατεί να θεσμοθετήσει και να εφαρμόσει με ουσιαστικό τρόπο επιδοτούμενα προγράμματα που σκοπό θα έχουν την οικονομική ενίσχυση των νέων επιχειρηματιών. Αυτό σημαίνει ότι τα προγράμματα που υπάρχουν τώρα δεν είναι ευέλικτα ή ότι δεν έγιναν λαμβάνοντας τις πραγματικές ανάγκες των επιχειρηματιών. Πολλές φορές τα κριτήρια που απαιτούνται για την κρατική ενίσχυση είναι φωτογραφικά και άλλοτε αφορούν συγκεκριμένες πληθυσμιακές ομάδες.

Γίνεται λοιπόν σαφές ότι ο νέος επιχειρηματίας στο νέο του ξεκίνημα καλείται να αντιμετωπίσει πολλά και δυσεπίλυτα προβλήματα. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα η λειτουργία της επιχείρησης να αναστέλλεται και να μπαίνει σε κίνδυνο. Μερικές

δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι νέοι επιχειρηματίες είναι η γραφειοκρατία, η φορολογία, η απουσία της κρατικής χρηματοδότησης αλλά και η κακή διοικητική λειτουργία του κρατικού μηχανισμού. Όλα αυτά αποθαρρύνουν τους νέους επιχειρηματίες.

Είναι εξίσου σημαντικό να μην ρίξει κανείς το ανάθεμα στην κρίση αλλά οι νέοι επιχειρηματίες να δουν την κρίση ως μια ευκαιρία ανάπτυξης και εξέλιξης. Αυτό που απαιτείται σε μια τέτοια περίπτωση είναι ο επιχειρηματίας να καινοτομήσει και να στρέψει το ενδιαφέρον του στη σωστή κατεύθυνση. Για να μπορέσει ο νέος επιχειρηματίας να μετατρέψει την κρίση σε ευκαιρία θα πρέπει να μάθει να διαβάζει τα σημάδια και να ελίσσεται.

Γίνεται επομένως κατανοητό ότι η σημερινή κατάσταση επιβάλει περισσότερο από ποτέ την επάνοδο της χώρας σε συνθήκες ανάπτυξης. Για να γίνει κάτι τέτοιο επιβάλλεται η σωστή κρατική παρέμβαση και ενίσχυση των νέων επιχειρηματιών και η ενίσχυση και παρότρυνση της επιχειρηματικότητας.

Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα υφίσταται την ταλαιπωρία της γραφειοκρατίας, τα βάρη της φορολογίας, το λαβύρινθο της πολυνομίας και την αντι-επιχειρηματική νοοτροπία. Το περιβάλλον αυτό που επικρατεί δημιουργεί αμέτρητα εμπόδια στο νέο ξεκίνημα των νέων επιχειρηματιών με αποτέλεσμα να περιορίζεται σημαντικά η ικανότητά τους να λειτουργούν ανταγωνιστικά σε ένα περιβάλλον ραγδαίων οικονομικών και τεχνολογικών εξελίξεων.

Για το λόγο αυτό η Ελλάδα θα πρέπει να υιοθετήσει και να εφαρμόσει πολιτικές ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας σε νέους επιχειρηματίες, που θα αποσκοπούν τόσο στην οικονομική ενίσχυση όσο και στη συμβουλευτική σχετικά με τις δράσεις της επιχείρησης καθώς και την ίδρυση νέων επιχειρήσεων. Πιο αναλυτικά:

- Best Practices και εργαλεία πολιτικής.
- Ενίσχυση των προγραμμάτων του ΟΑΕΔ για την αυτοαπασχόληση και την επιχειρηματικότητα.
- Δημιουργία θέσεων εργασίας για νέους ανάλογα με τα τυπικά τους προσόντα.
- Ενίσχυση της επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης και των συστημάτων μαθητείας με έμφαση στον συνδυασμό κατάρτισης και εργασιακής εμπειρίας.

- Û Περαιτέρω επένδυση στην τοποθέτηση σε θέσεις εργασίας και στην πρακτική άσκηση κατά τη διάρκεια και μετά την εκπαίδευση.
- Û Θέσπιση συστηματικών προγραμμάτων μετάβασης από την εκπαίδευση στην εργασία (school-to-work programmes), ώστε να υποστηριχθεί η απόκτηση πρώτης εργασιακής εμπειρίας (με συνδυασμό καθοδήγησης, συμβουλευτικής, κατάρτισης και απασχόλησης) προσαρμοσμένα στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και τις ανάγκες των νέων ανέργων.
- Û Ενίσχυση της συμβουλευτικής και του επαγγελματικού προσανατολισμού με έμφαση σε νέους ανέργους.
- Û Ενίσχυση του σχολικού επαγγελματικού προσανατολισμού, της καθοδήγησης σταδιοδρομίας και της συμβουλευτικής για την επιχειρηματικότητα στην τριτοβάθμια εκπαίδευση.
- Û Ενίσχυση της επιχειρηματικότητας των νέων, εστίαση σε νέα / καινοτόμα προϊόντα, υπηρεσίες και τομείς επιχειρηματικότητας.

## Βιβλιογραφία

### Ελληνόγλωσση

- ΕΒΕΑ,(2011). Τα μεγάλα προβλήματα στην επιχειρηματικότητα στο [http://www.acci.gr/acci/PressOffice/View\\_Press\\_Releases/tabid/521/ItemID/2456/View/Details/language/en-US/Default.aspx](http://www.acci.gr/acci/PressOffice/View_Press_Releases/tabid/521/ItemID/2456/View/Details/language/en-US/Default.aspx) (15/6/2014).
- Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών, (2006). *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2005-2006*, Αθήνα: IOBE .
- Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών, (2014). *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2012-13: Ενδείξεις ανάκαμψης της μικρής επιχειρηματικότητας*; Αθήνα: IOBE.
- Ιωαννίδης Σ., Πολίτης Τ., Τσακανίκας Α., Βαλαβανιώτη Ε., (2008). *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2007-2008*, Αθήνα: IOBE.
- Ιωαννίδης Σ., Χατζηχρήστου Σ., Βαλαβανιώτη Ε., (2013). *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2011-12 η εξέλιξη των δεικτών της επιχειρηματικότητας στη διάρκεια της κρίσης*, Αθήνα: IOBE.
- Καραγιάννης, Α., (1999).*Επιχειρηματικότητα και Οικονομία-Μελέτες*, Αθήνα: Εκδ. Interbooks.
- Καρβούνης, Σ., (2000).*Οικονομοτεχνικές Μελέτες, Μεθοδολογία- Τεχνικές – Θεωρία*, Αθήνα: Εκδ. Α. Σταμούλη.
- Καρβούνης Σ., Γεωργακέλλος Δ., Τσόγκας Μ., Πρίφτης Δ., (2008). *Έρευνα Τάσεων Νεανικής Επιχειρηματικότητας στην Περιφέρεια Αττικής - Πλην Δυτικής Αττικής* στο <http://www.paratiritirio.gr/Document.aspx?ID=16> (15/6/2014).
- Κοινή Υπουργική Απόφαση 12017/1245 (ΦΕΚ 1697/Β/27.10.2010).
- Χασσίδ Ι., (2004). *Οδηγός Σύνταξης Μελετών Περιπτώσεων* στο [http://www.unipi.gr/faculty/jhassid/odigos\\_MP1.pdf](http://www.unipi.gr/faculty/jhassid/odigos_MP1.pdf) (15/6/2014).

### Ξενόγλωσση

- Ashcroft, B., Love, J.H. και Malloy, E., (1991). *New Firm Formation in the British Counties with Spatial Reference to Scotland* *Regional Studies*, 25 (5), 395-409.

- Brockhaus (1982),
- Cross, M., (1981). *New Firm Formation and Regional Development*. Farnborough, Hants: Gower.
- Florida, R.L. και Kenney, M., (1988). Venture Capital, High Technology and Regional Development. *Regional Studies*, 22 (1), 33-48.
- Garofoli, G., (1992). New Firm Formation and Local Development the Italian Experience. *Entrepreneurship and Regional Development*, 4, 101-125.
- Kiam (1986).
- Lloyd, P.E. και Mason, C.M., (1983). New Firm Formation in the UK. *SSRC Newsletter*, 49, 23-24.
- Malecki, E.J., (1990). New Firm Formation in the USA: Corporate Structure, Venture Capital, and Local Environment. *Entrepreneurship and Regional Development*, 2, 247-265.
- Mason, C.M., (1989). Explaining Recent Trends in New Firm Formation in the UK: Some Evidence from South Hampshire. *Regional Studies*, 23 (4), 331- 346.
- Mason, C.M. και Harrison, R.T., (1995). Closing the Regional Equity Gap: The Role of Informal Venture Capital. *Small Business Economics*, 7, 153-172.
- Mason, C., (1991). Spatial Variations in Enterprise. In: Burrows, R., ed. *Deciphering the Enterprise Culture*. London: Routledge, 1991, 74-104.
- O'Farrell, P.N. και Crouchley, R., (1986). An Industrial and Spatial Analysis of New Firm Formation in Ireland *Regional Studies*, 18 (3), 221-236.
- Shapero και Sorol (1982)
- Storey, D.J., (1982). *Entrepreneurship and the New Firm*. London: Croom Helm
- .

# Παράρτημα

## 4 Παραδείγματα αποφοίτων του ΤΕΙ Πάτρας που ασχολήθηκαν με τον επιχειρηματικό τομέα

### ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ 1

Όνομα

ΙΩANNA NIKΑ

Ηλικία

28

Σχολή

ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Έτος αποφοίτησης

2013

Επιχείρηση

EL SUENO

1) Για ποιο λόγο επέλεξες αυτή τη σχολή;

Επέλεξα αυτή τη σχολή γιατί μου άρεσε και θα μου έδινε εφόδια και γνώσεις πολύ σημαντικές ακόμη και για τη προσωπική καθημερινή ζωή μου, δηλαδή γνώσεις διαχείρισης και οργάνωσης που είναι πολύ σημαντικές στις μέρες που ζούμε .Επίσης, πιστεύω πως σου δίνει τις περισσότερες ευκαιρίες για επαγγελματική αποκατάσταση και καλύπτει γενικός διαφόρους και πολλούς τομείς.

2) Τι αποκόμισες απ' τη σχολή αυτή και πόσο σε βοήθησε στην νέα σου επιχειρηματική δράση;

Αποκόμισα αρκετά χρήσιμα πράγματα που με βοήθησαν πάνω στη δουλεία μου όπως διάφορες λογιστικές γνώσεις (υπολογισμός εσόδων εξόδων), γνώσεις marketing δηλαδή πως γίνεται μια έρευνα αγοράς ή πως γίνονται δημόσιες σχέσεις επίσης τα μαθήματα δικαίου με βοήθησαν πάρα πολύ ιδιαίτερα το εργατικό και εμπορικό δίκαιο και τέλος απέκτησα και γνώσεις στους υπολογιστές.

3) Τι θα επέλεγες από τα δυο: μεταπτυχιακό ή άμεση εργασία;

Άμεση εργασία (αν υπάρχει) γιατί είναι πολύ πιο σημαντική και ωφέλιμη μια εμπειρία πάνω στη δουλειά. Ούτος ή άλλος τη σήμερον ημέρα στην Ελλάδα δεν έχεις μεγάλες προοπτικές επειδή λόγω της κρίσης είναι λιγότες και μικρές κατά κύριο λόγο οι επιχειρήσεις. Επομένως, το μεταπτυχιακό κατά τη γνώμη μου είναι κάτι περιττό και συνάμα δαπανηρό και χρονοβόρο εκτός και αν σκέφτεσαι να δουλέψεις στο εξωτερικό όπου οι ευκαιρίες είναι πολλοί περισσότερες.

4) Είχες κάτι άλλο ως σκέψη να κανείς όταν αποφοίτησες από το ΤΕΙ και αν ναι τι ήταν αυτό;

Όχι δεν είχα και πολλές επιλογές λόγω της υψηλής ανεργίας και η καλύτερη και πιο ενδεδειγμένη επιλογή ήταν να κάνω κάτι δικό μου καθώς είχα και τα κατάλληλα εφόδια από τη σχολή μου. Πιστεύω πάντως πως η καλύτερη επιλογή για ένα νέος επιχειρηματία είναι να εργαστεί αρχικά σε μια άλλη επιχείρηση για να αποκτήσει εμπειρίες σε πρακτικό επίπεδο πριν κάνει το δικό του επιχειρηματικό βήμα καθώς κατά αυτόν τον τρόπο θα αποφύγει λάθη που είναι ιδιαίτερα κρίσιμα στην ίδρυση και το στήσιμο της επιχείρησής του.

5) Καθηγητές από τη σχολή σας στο ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ σας βοήθησαν στην επιχειρηματική σας δράση;

Όχι αλλά για να πω την αλήθεια δε το επιδίωξα κιόλας και το χω μετανιώσει. Εάν το επιδίωκα πιστεύω ότι θα με βοηθούσαν και το προτείνω ανεπιφύλακτα.

6) Η πρακτική σας άσκηση σας φάνηκε χρήσιμη;

Έκανα πρακτική άσκηση σε μια επιχείρηση λιανικής πώλησης και ναι με βοήθησε αρκετά καθώς αποκόμισα πολλές εμπειρίες πάνω σε λογιστικά -οικονομικά θέματα και γνώσεις σχετικές με την αγορά και τις εργασιακές σχέσεις γενικότερα. Επίσης, ήταν ένας βασικός λόγος που με ώθησε να κάνω κάτι δικό μου και να μην εργαστώ κάπου ως υπάλληλος για μεγάλο χρονικό διάστημα καθώς δεν υπήρχαν προοπτικές εξέλιξης.

7) Ποιος ήταν ο βασικός παράγοντας που σας ώθησε να γίνεται μέτοχος της συγκεκριμένης επιχείρησης;

Έγινα μέτοχος της συγκεκριμένης επιχείρησης διότι βρισκόταν σε ένα πολύ καλό σημείο (γεωγραφικά) και για το λόγο αυτό είχε αυξημένη και σταθερή πελατεία. Επίσης ένας ακόμη βασικός παράγοντας ήταν το ότι είχα εργαστεί στο παρελθόν στη συγκεκριμένη επιχείρηση ως υπάλληλος και τη γνώριζα καλά, κάτι που έκανε ασφαλέστερη την επιλογή μου.

8) Το κεφάλαιο για την επιχείρηση αυτή ήταν δικό σας ή μέρος κρατικής επιχορήγησης;

Δυστυχώς δεν εντασσόμασταν σε κάποιο πρόγραμμα και δε καταφέραμε να πάρουμε κάποια κρατική επιχορήγηση. Επομένως, το κεφάλαιο ήταν εξ ολοκλήρου δικό μας για το στήσιμο και την ίδρυση της επιχείρησης. Πάντως ακόμη και σήμερα ψάχνουμε και περιμένουμε για κάποιο πρόγραμμα που ίσως μας βοηθήσει στην ανανέωση ή την επέκταση της επιχείρησης.

9) Η επιχείρηση είναι πολυμετοχική;

Η επιχείρηση μας είναι πράγματι πολυμετοχική. Αποτελείται από τρεις διαφορετικούς εταίρους.

10) Ποιά τα πλεονεκτήματα και ποια τα μειονεκτήματα μιας πολυμετοχικής επιχείρησης;



Τα πλεονεκτήματα της πολυμετοχικότητας είναι η αλληλοσυμπλήρωση ιδεών , η αλληλοσυμπλήρωση εργασιών που αποφέρει και μικρότερο ρίσκο-κόστος σε περίπτωση αποτυχίας της επιχείρησης. Επίσης η διοχέτευση των ευθυνών στους εταίρους όχι μόνο για λόγους πρακτικότητας, αλλά και για λόγους ικανότητας. Για παράδειγμα αν ένας από τους εταίρους έχει μεγάλες ικανότητες στα λογιστικά, θα αναλάβει το οικονομικό μέρος. Ένα ακόμα θετικό, είναι η ποικιλία των ιδεών και των απόψεων που υπάρχει πράγμα που σημαίνει ότι ο ένας μπορεί να συμπληρώνει των άλλο στη διαδικασία λήψης των αποφάσεων. Η πολυμετοχικότητα και η συνεργασία γενικότερα είναι μια πολύ καλή επιλογή στις μέρες μας κατά τη γνώμη μου καθώς τα κεφάλαια των επιχειρηματιών είναι μικρότερα από προηγούμενες εποχές και σταματούν τις νέες επιχειρηματικές κινήσεις αν όμως αυτά συνδυαστούν μπορούν να αποφέρουν καρπούς. Το μοναδικό μειονέκτημα της πολυμετοχικότητας, είναι η τυχούσα διάσταση απόψεων που μπορεί να υπάρχει και να δημιουργήσει προβλήματα συνεννόησης.

#### 11) Τι σας ώθησε να ασχοληθείτε με το συγκεκριμένο είδος επιχείρησης;

Αυτό που με ώθησε στο να ασχοληθώ με το συγκεκριμένο είδος επιχείρησης ήταν ότι μου πρόσφερε μεγαλύτερη ασφάλεια κεφαλαίου και καλύτερες προοπτικές κέρδους καθώς απευθύνεται σε ένα μεγάλο εύρος κοινού και καλύπτει τομείς όπως η εστίαση, η διασκέδαση και η ψυχαγωγία που με ενδιαφέρουν πάρα πολύ. Εδώ και χρόνια στη χώρα μας έχει αποδειχθεί πως τα τρία αυτά μαζί αποφέρουν υψηλά κέρδη ακόμα και σε περιόδους κρίσης αρκεί να γίνεται σωστή και αποτελεσματική δουλειά με στόχο πάντα την καλύτερη εξυπηρέτηση του πελάτη.

#### 12)Υπάρχουν δυσκολίες η ευκολίες για έναν νέο επιχειρηματία από τους κρατικούς φορείς;

Ο νέος επιχειρηματίας αντιμετωπίζει πολλές δυσκολίες και εμπόδια στο νέο του ξεκίνημα από το κράτος και η σημαντικότερη αυτών είναι η αυξημένη και αδιάκοπη φορολόγηση και η γραφειοκρατία, π.χ. η έκδοση των πολλών και διαφόρων αδειών λειτουργίας που αποτελεί μια χρονοβόρα και δαπανηρή διαδικασία. Το κράτος θα πρέπει να βοηθά και να διευκολύνει το νέο επιχειρηματία καθώς αποτελεί τη βάση και τη ζωή της οικονομίας της χώρας.

13) Ποσό εύκολη ήταν η δημιουργία και ο σχεδιασμός της επιχείρησής σας;

Δεν ήταν καθόλου εύκολος ο σχεδιασμός καθώς έπρεπε να μελετήσουμε και να αναλύσουμε διεξοδικά όλα τα στοιχεία και τις παραμέτρους που θα επηρέαζαν το στήσιμο της επιχείρησης, όπως ποιοί ήταν οι ανταγωνιστές μας και ποιο θα ήταν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μας, σε ποιούς πελάτες απευθυνόμασταν (και το ανάλογο στήσιμο της επιχείρησης), πως θα τους προσελκύαμε, με ποια κριτήρια θα επιλέγαμε τους προμηθευτές μας και το ανθρώπινο δυναμικό της επιχείρησης. Ήταν στοιχεία που έπρεπε να μελετηθούν αναλυτικά καθώς τυχόν λάθη και αστοχίες θα έφερναν σε δύσκολη θέση την επιχείρηση.

14) Με ποιο τρόπο διαφημίσατε την επιχείρησή σας ειδικά στην αρχή που ήταν άγνωστη στο ευρύ κοινό;

Αρχικά διαφημίσαμε την επιχείρηση μέσω των τοπικών ραδιοφωνικών σταθμών, αλλά ο τρόπος που απέδωσε περισσότερο, ήταν «από στόμα σε στόμα». Φροντίσαμε να δείξουμε στους πελάτες μας ενδιαφέρον και να τους ικανοποιήσουμε με όποιο τρόπο μπορούσαμε. Αργότερα χρησιμοποιήσαμε και τις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης καθώς και διάφορα blogs.

15) Σε ποιο κοινό απευθύνεστε;

Πιο πολύ απευθυνόμαστε στους φοιτητές λόγω της γεωγραφικής μας θέσης αλλά πλέον ελέω κρίσης προσπαθούμε να γίνουμε προσιτοί σε όλες τις ηλικίες.

16) Πως αντιμετωπίζετε τον ανταγωνισμό;

Εμείς προσωπικά δεν ανταγωνιζόμαστε κανέναν εννοώντας ότι δεν εφαρμόζουμε αθέμιτο ανταγωνισμό όπως εφαρμόστηκε στο παρελθόν εναντίον μας όταν κάποια περίοδο αρχίσαμε να αποδίδουμε πολύ καλά. Λειτουργούμε σαν μονάδα χωρίς να έχουμε μέτρο σύγκρισης. Εννοείται πως αν παρατηρήσουμε ανταγωνιστικές επιχειρήσεις να αποδίδουν αισθητά καλύτερα από εμάς θα αναρωτηθούμε το λόγο και θα πράξουμε ανάλογα, αλλά δεν πρόκειται να ενεργήσουμε με αθέμιτα μέσα.

17) Ποσό δύσκολη ήταν η έρευνα αγοράς που κάνατε για τα προϊόντα που θα χρησιμοποιούσατε άλλα και τις τιμές που θα ορίζατε;

Ήταν δύσκολο αλλά επειδή αυτό συμβαίνει συνέχεια στην επιχείρηση έχουμε συνηθίσει στους σκληρούς αυτούς ρυθμούς. Δεν σταματάμε ποτέ να κάνουμε έρευνα αγοράς. Θετικό είναι ότι συνέχεια υπάρχουν νέες προσφορές σε προϊόντα αλλά και σε προμηθευτές. Στην αρχή του κύκλου ζωής μιας νέας επιχείρησης, ο επιχειρηματίας είναι αυτός που αναζητά τους προμηθευτές, αλλά με την πάροδο του χρόνου, όταν η επιχείρηση εδραιώνεται στο χώρο και αρχίζει να γίνεται ευρέως γνωστή, οι ρόλοι αντιστρέφονται και οι προμηθευτές είναι εκείνοι που επιζητούν συνεργασία με την επιχείρηση.

Έπειτα αναζητάς αυτό που σε ενδιαφέρει (ποιότητα, τιμή, εξυπηρέτηση). Αν αναζητάς ποιότητα, αυτομάτως ανεβάζεις την τιμή. Αν αναζητάς προσιτή τιμή, ρισκάρεις την ποιότητα με ότι αυτό συνεπάγεται.

18) Πως μπορεί ένας νέος επιχειρηματίας να κάνει την επιχείρηση του πετυχημένη και κερδοφόρα;

Πιστεύω πως πρώτα απ' όλα πρέπει να σκέφτεται ως πελάτης. Πρέπει να αντιληφθούμε τι ζητάει ο καταναλωτής. Επίσης πρέπει από την αρχή να λάβει υπόψη του όλα τα δεδομένα και τις παραμέτρους και να σχεδιάσει ένα επιχειρηματικό πλάνο που θα είναι αποδοτικό όχι όμως εις βάρος του καταναλωτή. Είναι βασική η αρχική μελέτη και από επιχειρηματική, αλλά και από λογιστική άποψη. Το πιο σημαντικό πράγμα για να γίνει μια επιχείρηση κερδοφόρα, είναι συνδυασμός όλων των συντελεστών και των προσφερόμενων προϊόντων καθώς και με ορθολογική διαχείριση των οικονομικών. Τέλος να προσθέσω μια σημαντικότερη αρετή που θα πρέπει να έχει ένας επιχειρηματίας σήμερα. Λόγω του ότι όλα είναι παροδικά, θα πρέπει να μπορεί να προβλέπει τη μελλοντική μόδα. Δηλαδή να είναι σε θέση να εφαρμόσει τις τάσεις που θα ακολουθήσουν προτού αυτές καθιερωθούν.

19) Ποσό σας έχει επηρεάσει η κλιμακούμενη οικονομική κρίση που έχουμε στην χώρα μας και με ποιους τρόπους την αντιμετωπίζετε;

Μας έχει επηρεάσει πάρα πολύ όπως και όλη την υπόλοιπη αγορά. Θα λέγαμε ότι μας έχει επηρεάσει σε ένα ποσοστό της τάξεως του 40-50 %.

Αυτό αντιμετωπίζεται με ακόμα πιο εντατική έρευνα αγοράς, με συνεχείς διαπραγματεύσεις με τους προμηθευτές και δυστυχώς με την τελευταία επιλογή της μείωσης των αποδοχών του προσωπικού χωρίς όμως αυτή να είναι αδικαιολόγητη και έντονη διότι η καλές σχέσεις με το προσωπικό, είναι κομβικό σημείο στην ομαλή λειτουργία της επιχείρησης. Γενικά τακτική είναι η προσπάθεια μείωσης των παγίων εξόδων. Τέλος, θέλω να συμπληρώσω πως πολύ βασικό είναι και η προσφορά προσωπικής εργασίας από εμάς τους ίδιους τους επιχειρηματίες.

20) Πως αντιμετωπίζεται ένας νέος επιχειρηματίας από τους συναδέλφους του , από πελάτες, απο προσωπικό άλλα και από τους ανταγωνιστές του;

Ξεκινώντας από το εξωτερικό περιβάλλον, στην αρχή της επιχειρηματικής του δράσης αντιμετωπίζεται πολύ υποτιμητικά από τους ανταγωνιστές και τους προμηθευτές διότι λόγω του νεαρού της ηλικίας του καθώς και λόγω της έλλειψης πείρας, πιστεύουν ότι δεν μπορεί να επιβιώσει στο χώρο. Είναι στο χέρι του να τους αποδείξει το αντίθετο. Όσο αφορά το εσωτερικό περιβάλλον, με τους υπαλλήλους δεν έχουμε απρόσωπη σχέση λόγω της μικρής διαφοράς ηλικίας. Θα μπορούσαμε να πούμε ότι υπάρχει μια φιλική σχέση όσο μπορεί να υπάρχει ανάμεσα σε εργοδότη-εργαζόμενο ώστε το κλίμα να είναι καλό. Από εκεί και πέρα, οι υπάλληλοι πρέπει να έχουν σεβασμό και να εφαρμόζουν τις οδηγίες που τους δίνεις. Τέλος οι πελάτες, σε αντιμετωπίζουν ανάλογα με την κατάσταση που βλέπουν να επικρατεί στην επιχείρηση.

21) Πιστεύετε ότι ένας απόφοιτος του ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ έχει κάποια επιπλέον πλεονεκτήματα από τους υπόλοιπους αποφοίτους άλλων ΤΕΙ;

Όχι. Δεν πιστεύω ότι παίζει κάποιο ρόλο γιατί υποτίθεται ότι τα ίδια τμήματα ανά εκπαιδευτικό τμήμα στη χώρα είναι παρόμοια σε διδακτέα ύλη και μεθόδους διδασκαλίας.

22) Με βάση την εμπειρία σας στο χώρο των επιχειρήσεων και της αγοράς , πιστεύετε ότι υπάρχουν ευκαιρίες για έναν νέο επιχειρηματία στην Ελλάδα της οικονομικής κρίσης και αν ναι ποιες είναι αυτές και σε ποιο τομέα θα κατευθύνετε κάποιον νέο;

Πιστεύω πως υπάρχουν ευκαιρίες ακόμα και εν μέσω οικονομικής ύφεσης που ενδεχομένως να είναι περισσότερο κερδοφόρες αλλά είναι σε συγκεκριμένους και ελάχιστους τομείς. Για να μπορέσεις όμως να ξεκινήσεις κάτι, θα πρέπει να έχεις διαθέσιμο κεφάλαιο. Αν διαθέτεις, είναι καλό γιατί εν μέσω κρίσης μπορείς να διαπραγματευτείς περισσότερο. Όπως προανέφερα η πρόβλεψη της μελλοντικής μόδας είναι σημαντικό προτέρημα. Κατά τη γνώμη μου, οι καλύτερες επενδύσεις είναι στις εξαγωγές προϊόντων αλλά και στις εισαγωγές (παρότι αυτό επιμηκύνει τη διάρκεια της ύφεσης). Επίσης ένας ακόμα κερδοφόρος κλάδος στη χώρα μας, είναι τα τουριστικά επαγγέλματα τα οποία λόγω της γεωγραφικής μας θέσης, έχουν μικρή επιρροή από την κρίση.

## ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ 2

### **Όνομα**

Κωνσταντίνος Βασιλειάδης

### **Ηλικία**

27

### **Σχολή**

Πολιτικών έργων υποδομής

### **Έτος αποφοίτησης**

2013

### **Επιχείρηση**

El Sueno

**1) Για ποιο λόγο επιλέξατε αυτή τη σχολή;**

Την θεώρησα πολύ ενδιαφέρουσα την συγκεκριμένη σχολή γιατί είχε να κάνει με κατασκευές και έργα τα οποία και θαυμάζω.

**2) Τι αποκομίσατε απ' τη σχολή αυτή και πόσο σας βοήθησε στην νέα σας επιχειρηματική δράση;**

Έμαθα κάποια πράγματα γύρω από το επάγγελμα του μηχανικού που θα με βοηθήσουν σίγουρα στη ζωή μου και όσον' αφορά την επιχείρηση με βοήθησε παρά πολύ στο θέμα της οργάνωσης και σε θέματα κατασκευαστικών εργασιών που έγιναν στην διαρρύθμιση.

**3) Τι θα επιλέγατε από τα δυο: μεταπτυχιακό ή άμεση εργασία;**

Άμεση εργασία γιατί θεωρώ πως την σημερινή εποχή της οικονομικής κρίσης η εργασία είναι αυτή που μπαίνει πρώτη καθώς ναι μεν σε βοήθα το μεταπτυχιακό στην συγκομιδή γνώσεων απαραίτητων για την προηγμένη επαγγελματική σου σταδιοδρομία , όμως αυτό που μετράει πλέον είναι η γρήγορη τοποθέτηση στην αγορά εργασίας.

**4) Είχατε κάτι άλλο ως σκέψη να κάνετε όταν αποφοιτήσατε από το ΤΕΙ και αν ναι τι ήταν αυτό;**

Είχα να ασχοληθώ με το επάγγελμα του τομέα που αποφοίτησα όμως ο ερχομός της οικονομικής κρίσης δεν μου επέτρεψε να το πράξω καθώς η αγορά εργασίας γύρω από αυτόν τον τομέα συμπυκνώθηκε πολύ.

**5) Καθηγητές από τη σχολή σας στο ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ σας βοήθησαν στην επιχειρηματική σας δράση;**

Δεν υπήρξε επικοινωνία με τους καθηγητές μου αλλά πιστεύω στην προθυμία τους να βοηθήσουν με όποιον τρόπο μπορούν τους νέους που ρίχνονται στην μάχη της επιχειρηματικότητας.

**6) Η πρακτική σας άσκηση σας φάνηκε χρήσιμη;**

Η πρακτική μου άσκηση με βοήθησε παρά πολύ καθώς εκπαιδευτικά σε μια μεγάλη επιχείρηση της Πάτρας που έχει άμεση σχέση με το αντικείμενο που σπούδασα . Απέκτησα παρά πολλές εμπειρίες έμαθα να δουλεύω σε συνεργασία με μεγάλους ανθρώπους και με συμβούλεψαν καλά.

**7) Ποσό εύκολο ήταν να βρείτε την επιχείρηση αυτή;**

Δεν ήταν ούτε εύκολο ούτε δύσκολο να βρεθεί η επιχείρηση αυτή, έπειτα από σχετική ερευνά βρήκαμε την επιχείρηση αυτή και επενδύσαμε στην δημιουργία ενός όμορφου χώρου εστίασης.

**8) Το κεφάλαιο για την επιχείρηση αυτή ήταν δικό σας ή μέρος κρατικής επιχορήγησης;**

Το κεφάλαιο ήταν εξολοκλήρου δική μας επένδυση καθώς το κράτος δεν επιδοτεί χώρους εστίασης όπως ο δικός μας. Ούτε στο παρελθόν –πριν 6 χρόνια-που ανοίξαμε ούτε σήμερα ,και το γνωρίζουμε καλά αυτό καθώς είμαστε ενήμεροι για οποιοδήποτε πρόγραμμα δημοσιεύεται.

**9) Η επιχείρηση είναι πολυμετοχική;**

Στην επιχείρηση αυτή έχουν μετοχές τρία άτομα.

**10) Ποιά τα πλεονεκτήματα και ποια τα μειονεκτήματα μιας πολυμετοχικής επιχείρησης;**

Τα πλεονεκτήματα μιας πολυμετοχικής επιχείρησης είναι αρκετά ,μοιράζονται οι ευθύνες , οι δουλείες και τα βάρη που δημιουργούνται από μια επιχείρηση και επίσης σε οποιαδήποτε δύσκολη στιγμή ο συνεταιίρος σου μπορεί να σταθεί στήριγμα σου. Όσο για τα μειονεκτήματα φυσικά και υπάρχουν αλλά είναι λιγότερα από τα πλεονεκτήματα ,δηλαδή μπορεί να υπάρξουν διαμάχες μεταξύ των συνεταιίρων , μπορεί να διαφωνήσουμε σε οργανωτικά και διοικητικά θέματα και τέλος τα κέρδη φυσικά χωρίζονται σε τρία μέρη.

**11) Τι σας ώθησε να ασχοληθείτε με το συγκεκριμένο είδος επιχείρησης;**

Δούλευα σε αυτόν τον τομέα εδώ και χρόνια τον θεώρησα δημιουργικό και ασχολήθηκα με αυτό το αντικείμενο. Θεωρώ σημαντικό να ασχολείται κάποιος νέος με αυτό που του αρέσει να κάνει.

#### **12) Υπάρχουν δυσκολίες η ευκολίες για έναν νέο επιχειρηματία από τους κρατικούς φορείς;**

Συναντήσαμε με τους συνεταιίρους μου αρκετές δυσκολίες από κρατικούς φορείς που μπαίνουν πολλές φορές εμπόδιο σε κάποια επιχείρηση που προσπαθεί να αναπτυχτεί στο χώρο. Συνεχής έλεγχος που αποπροσανατολίζουν τους πελάτες , απίστευτη γραφειοκρατία σε ορισμένα θέματα και καμία στήριξη οικονομικής φύσεως είναι κάποια ενδεικτικά προβλήματα που συναντά κάποιος στον χώρο μας.

#### **13) Ποσό εύκολη ήταν η δημιουργία και ο σχεδιασμός της επιχείρησής σας;**

Ήταν αρκετά δύσκολο να στήσουμε την επιχείρηση μας-κάθε αρχή και δύσκολη-καθώς ήταν από την αρχή η δημιουργία της, δεν λάβαμε έτοιμη επιχείρηση και την συνεχίσαμε. Μπορεί κάποιος να βλέπει απ' έξω την επιχείρηση και να θεωρεί πως είναι εύκολο να την στήσεις, όμως χρειάστηκαν πολλές ώρες και μεγάλος κόπος από όλους μας για να δημιουργήσουμε και να οργανώσουμε σωστά τον χώρο αυτό.

#### **14) Με ποιο τρόπο διαφημίσατε την επιχείρηση σας στην αρχή που ήταν άγνωστη στο ευρύ κοινό;**

Στην αρχή προτιμήσαμε την λύση του ραδιοφώνου βάζοντας την διαφήμιση μας σε τοπικά ραδιόφωνα ώστε να πάρουμε μια πρώτη γρήγορη απήχηση στον κόσμο, έπειτα στόμα με στόμα η επιχείρηση διαδόθηκε στον κόσμο και γίναμε ευρέως γνωστοί στο περισσότερο κόσμο στην Πάτρα. Ακόμα και σήμερα βεβαία συνεχίζουμε την διαφήμιση, δεν εφησυχάζομαστε, κάνοντας διαφήμιση στο διαδίκτυο.

#### **15) Σε ποιο κοινό απευθύνεστε;**

Κυρίως απευθυνόμαστε στους φοιτητές του ΤΕΙ αφού είναι οι άμεσοι πελάτες μας όμως με τον καιρό καταφέραμε να κεντρίσουμε το ενδιαφέρον σε όλες της ηλικίες των κατοίκων της Πάτρας. Πλέον έχουμε όλες τις ηλικιακές ομάδες μόνιμους πελάτες στο κατάστημα μας.



### **16) Πως αντιμετωπίζετε τον ανταγωνισμό;**

Αντιμετωπίζουμε τον ανταγωνισμό μόνο με θεμιτά μέσα κοιτάμε λοιπόν να βελτιωνόμαστε πρώτα εμείς και να προσφέρουμε τις καλύτερες υπηρεσίες στον πελάτη. αυτό επιτυγχάνεται μέσα από την τιμή την ποιότητα το service τις ανέσεις και όλα τα σχετικά με τον χώρο μας. Επίσης θα ήθελα να συμβουλέσω όποιον νέο επιχειρηματία μπει στον χώρο αυτό να μην χρησιμοποιήσει ποτέ του αθέμιτους τρόπους για να χτυπήσει τους ανταγωνιστές του. Το βασικότερο είναι να είναι σωστός απέναντι στους ανταγωνιστές του έτσι ώστε να λάβει την ίδια αντιμετώπιση.

### **17) Ποσό δύσκολη ήταν η έρευνα αγοράς που κάνατε για τα προϊόντα που θα χρησιμοποιούσατε άλλα και τις τιμές που θα ορίζατε;**

Όταν ξεκινά μια επιχείρηση εστίασης την λειτουργία της επιδιώκει να ανακαλύψει προμηθευτές που θα την ωφελήσουν και θα της δώσουν ώθηση και ασφάλεια να πορευτεί σωστά στο μακρύ δρόμο της επιβίωσης στον χώρο. Έτσι λοιπόν, και για μας ήταν χρονοβόρα διαδικασία να βρούμε τα κατάλληλα άτομα που θα πλαισίωναν την ομάδα μας όπως επίσης και τις τιμές που θα μας έκαναν προσιτούς στον κόσμο. Άξιο αναφοράς είναι πως το πρώτο εξάμηνο κάναμε συνέχεια αλλαγές σε προϊόντα και προμηθευτές.

### **18) Πως μπορεί ένας νέος επιχειρηματίας να κάνει την επιχείρηση του πετυχημένη και κερδοφόρα;**

Στις μέρες μας είναι πολύ δύσκολο για οποιονδήποτε να κάνει την επιχείρησή του κερδοφόρα. Θα πρέπει λοιπόν αυτός που θα αναλάβει να κάνει το επάγγελμα αυτό να έχει θέληση και να αγαπήσει το επάγγελμα αυτό αλλιώς θα αποτύχει με μαθηματική ακρίβεια. Να βάλεις ένα κεφάλαιο στην αρχή και να περιμένεις με αυτό να πλουτίσεις δεν γίνεται χρειάζεται λοιπόν συνεχόμενη εξέλιξη της επιχείρησης στις τάσεις των καταναλωτών. Ο κερδοφόρος χώρος εστίασης στην Πάτρα είναι μικρός και για να γίνεις κομμάτι του πρέπει να έχεις διάθεση να πετύχεις.

### **19) Ποσό σας έχει επηρεάσει η κλιμακούμενη οικονομική κρίση που έχουμε στην χώρα μας και με ποιους τρόπους την αντιμετωπίζετε;**

Η οικονομική κρίση έχει χτυπήσει όλους τους χώρους στην χώρα μας όπως και της εστίασης, έχουμε δεχτεί λοιπόν ένα σφοδρό πλήγμα στα οικονομικά μας περίπου στο 40% ,όμως προσπαθούμε να επιβιώσουμε μέχρι να βγούμε από την κρίση. Αντιμετωπίζουμε λοιπόν την κρίση με περικοπές στο προσωπικό , την ενεργεία και με περισσότερη προσωπική εργασία από εμάς τους μέτοχους. Το σημαντικό όμως είναι ότι δεν πειράζουμε ποτέ την ποιότητα των προϊόντων μας ,ψάχνουμε καλή ποιότητα σε προσιτή τιμή. Πρέπει λοιπόν να γίνουν οι απαραίτητες θυσίες για να μπορέσουμε να επιβιώσουμε σε αυτές τις δύσκολες εποχές.

**20) Πως αντιμετωπίζεται ένας νέος επιχειρηματίας από τους συναδέλφους του , πελάτες, προσωπικό άλλα και από τους ανταγωνιστές του;**

Ένας νέος επιχειρηματίας στον χώρο αυτό αντιμετωπίζεται με επιφυλακτικότητα ,ο μόνος που ξέρει με τι έχει να κάνει είναι ο συνεταίρος-συνάδελφος ,οι υπόλοιποι, δηλαδή πελάτες και ανταγωνιστές δεν είναι συνηθισμένοι στην χώρα μας να βλέπουν κάποιον ηλικιακά νέο να ασχολείται με την διοίκηση μιας οποιασδήποτε επιχείρησης. Προσπαθούμε λοιπόν να καταπολεμήσουμε αυτά τα ταμπού με την σωστή δουλειά. Δεν μένουμε λοιπόν στις αντιδράσεις του κόσμου αλλά προσπαθούμε να καταπολεμήσουμε τις αντιλήψεις του κόσμου.

**21) Πιστεύετε ότι ένας απόφοιτος του ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ έχει κάποια επιπλέον πλεονεκτήματα από τους υπόλοιπους αποφοίτους άλλων ΤΕΙ;**

Πιστεύω πως το μόνο θετικό που μπορεί να λάβει κάποιος απόφοιτος του ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ σε σχέση με τους υπόλοιπους αποφοίτους άλλων ΤΕΙ είναι η αναγνωσιμότητα του πτυχίου στο ευρύ κοινό, όμως ουσιαστικά είναι ακριβώς οι ίδιες γνώσεις για όλα τα ΤΕΙ της χώρας μας. Δεν μπορεί να έχει ως ζητούμενο αυτός που σπουδάζει στο ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ καλύτερο πτυχίο από έναν που σπουδάζει σε άλλο ΤΕΙ της Ελλάδας. Είναι ανέφικτο καθώς μιλάμε για τα ίδια εφόδια από διαφορετικό πάροχο.

**22) Με βάση την εμπειρία σας στο χώρο των επιχειρήσεων και της αγοράς , πιστεύετε ότι υπάρχουν ευκαιρίες για έναν νέο επιχειρηματία στην Ελλάδα της**

**οικονομικής κρίσης και αν ναι ποιες είναι αυτές και σε ποιο τομέα θα κατευθύνετε κάποιον νέο;**

Όπως έχουν τα πράγματα στις ημέρες μας οι ευκαιρίες για κάποιον και ιδιαίτερα για έναν νέο είναι μετρημένες στα δάκτυλα του ενός χεριού. Πρέπει λοιπόν για να πετύχει κάποιος νέος επιχειρηματίας να καινοτομήσει , δηλαδή να βρει κάτι που κανένας άλλος δεν το έχει ήδη χρησιμοποιήσει και να επενδύσει σε αυτό. Αυτό μπορεί να είναι ένα νέο προϊόν μια νέα καινοτομία στο χώρο της εστίασης ή ένα τεχνολογικό επίτευγμα. Μπορεί λοιπόν να είναι δύσκολα τα πράγματα για τους νέους όμως όταν υπάρχει διάθεση και θέληση μπορεί να επιτευχτεί ο στόχος.

### ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ 3

**Όνομα**

Βασίλης Στρομπούλης

**Ηλικία**

## Σχολή

Διοίκηση Επιχειρήσεων

## Έτος αποφοίτησης

2010

## Επιχείρηση

Αγροτική Επιχείρηση στην Ηλεία

### 1) Για ποιο λόγο επιλέξατε αυτή τη σχολή;

Η διοίκηση επιχειρήσεων είναι μια σχολή που επιτρέπει σε κάποιον να βρει επάγγελμα σε πολλούς τομείς στην αγορά εργασίας.

### 2) Τι αποκομίσατε απ' τη σχολή αυτή και πόσο σας βοήθησε στην νέα σας επιχειρηματική δράση;

Στην σχολή αυτή λοιπόν έμαθα πολλά πράγματα για το πώς μπορείς να κάνεις μια επιχείρηση να λειτουργεί σωστά και να επιτυγχάνει τους στόχους που βάζει. Έμαθα πολλά πράγματα γύρω από το μάρκετινγκ και την ερευνά αγοράς πράγματα που με βοήθησαν παρά πολύ στην νέα μου επιχειρηματική δράση.

### 3) Τι θα επιλέγατε από τα δυο: μεταπτυχιακό ή άμεση εργασία;

Το μεταπτυχιακό θεωρώ πως στην εποχή μας είναι απαραίτητο για κάποιον που ψάχνει δουλεία, καθώς είναι ένα επιπλέον βοήθημα σε σχέση με τους υπόλοιπους που δεν το έχουν. Απτήν άλλη πλευρά όμως στις μέρες μας τα περιθώρια έχουν στενέψει υπερβολικά και θυσιάζεις εύκολα στο βωμό της επιβίωσης το μεταπτυχιακό. Άρα θα έλεγα πως όποιος μπορεί να πάει για μεταπτυχιακό ας το πράξει όποιος πάλι δεν μπορεί ας ριχτεί στην αγορά εργασίας άμεσα.

### 4) Είχατε κάτι άλλο ως σκέψη να κάνετε όταν αποφοιτήσατε από το ΤΕΙ και αν ναι τι ήταν αυτό;

Θα έκανα μεταπτυχιακό όμως η επιχείρηση αυτή ήταν μεγάλη ευκαιρία για μένα να ασχοληθώ με την επιχειρηματικότητα. Δεν τον σκέφτηκα λοιπόν δεύτερη φορά και αμέσως είπα το ναι σε αυτή την τεράστια ευκαιρία που μου δόθηκε. Όσο για άλλη εργασία ομολογώ πως δεν είχα σκεφτεί να ασχοληθώ με κάτι άλλο μόλις τέλειωσα από τη σχολή.

**5) Καθηγητές από τη σχολή σας στο ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ σας βοήθησαν στην επιχειρηματική σας δράση;**

Από την σχολή μου συμβουλευτήκα έναν ο όποιος ήταν διπλά μου όλη την φοιτητική μου ζωή σε όποια απορία και να είχα. Γενικά πιστεύω πως οι καθηγητές είναι πρόθυμοι να βοηθήσουν με τις γνώσεις τους όποιον τους ζητήσει βοήθεια.

**6) Η πρακτική σας άσκηση σας φάνηκε χρήσιμη;**

Η πρακτική μου άσκηση με βοήθησε παρά πολύ καθώς το έζησα από μέσα το ΤΕΙ , έκανα την 6μηνη πρακτική μου στο διοικητικό τομέα του ιδρύματος. Έμαθα λοιπόν πολλά πράγματα γύρω από την διοίκηση ενός μεγάλου δημόσιου ιδρύματος και κατανόησα σε μεγάλο βαθμό τον τρόπο λειτουργίας του.

**7) Ποσό εύκολο ήταν να βρείτε την επιχείρηση αυτή;**

Είχαμε κάποια χωράφια στον χώρο που εδρεύει η επιχείρηση μας σήμερα και καλλιεργούσαμε κάποια αγαθά για προσωπική χρήση. Ήταν λοιπόν μια σημαντική ευκαιρία που μου δόθηκε καθώς ήταν μια σκέψη που υπήρχε καιρό στο μυαλό της οικογένειάς μου και υλοποιήθηκε την κατάλληλη στιγμή, όταν δηλαδή ήμουν πτυχιούχος στο τομέα της διοίκησης επιχειρήσεων και έτσι ξεκίνησα δυναμικά την επιχειρηματική μου δράση.

**8) Το κεφάλαιο για την επιχείρηση αυτή ήταν δικό σας ή μέρος κρατικής επιχορήγησης;**

Όταν λοιπόν ξεκινήσαμε την επιχείρηση αυτή ,η οικογένεια μου με έναν συνέταιρο, δεν δίνονταν επιχορηγήσεις στον τομέα μας ή αν δίνονταν είχαν ως κριτήριο να καταβάλουμε όλο το ποσό της επένδυσης εμείς και στο μέλλον θα μας επέστρεφαν περίπου τα μισά από αυτά που θα βάζαμε. Έτσι λοιπόν πήραμε την απόφαση με τον

συνεταίρο να βάλουμε εμείς το κεφάλαιο και να αναζητούσαμε μελλοντικά κάποιες επιχορηγήσεις για επέκταση της επιχείρησης όπως και πράξαμε φέτος κάνοντας αίτηση.

#### **9) Η επιχείρηση είναι πολυμετοχική;**

Η επιχείρηση αυτή ανήκει στην οικογένεια μου και σε έναν συνétaιρο , άρα δυο την διοικούν ως μέτοχοι της.

#### **10) Ποιά τα πλεονεκτήματα και ποια τα μειονεκτήματα μιας συνεταιριστικής επιχείρησης;**

Τα πλεονεκτήματα μιας συνεταιριστικής επιχείρησης είναι αρκετά ,μοιράζονται οι ευθύνες , οι δουλείες και τα βάρη που δημιουργούνται από μια επιχείρηση. Επίσης σε οποιαδήποτε δύσκολη στιγμή ο συνεταίρος σου μπορεί να σταθεί στήριγμα σου, ειδικότερα στο τομέα τον πρωτογενή που θα πρέπει όλη μέρα να είσαι πάνω από τα αγαθά σου για να μην πάθουν κάτι και χαθεί η σοδιά. Όσο για τα μειονεκτήματα φυσικά και υπάρχουν αλλά είναι λιγότερα από τα πλεονεκτήματα ,δηλαδή μπορεί να υπάρξουν διαμάχες μεταξύ των συνεταίρων , μπορεί να διαφωνήσουμε σε οργανωτικά θέματα και τέλος τα κέρδη φυσικά χωρίζονται στα δυο.

#### **11) Τι σας ώθησε να ασχοληθείτε με το συγκεκριμένο είδος επιχείρησης;**

Ο πρωτογενής τομέας είναι κάτι αξιοθαύμαστο ειδικά στη χώρα μας που το έδαφος και οι συνθήκες τον ευνοούν. Το να καλλιεργείς και να εκτρέφεις είναι πολύ δύσκολο αλλά συνάμα είναι πολύ ευχάριστο για αυτόν που έχει πάρει την απόφαση να το κάνει, βασικότερο όλων όμως ήταν πως ο πρωτογενής τομέας είναι το μυστικό για να βγει η χωρά από την κρίση. Στην Ελλάδα συγκεκριμένα ο δευτερογενής και ειδικότερα ο τριτογενής τομέας είναι υπερπλήρεις και μόνο εδώ υπάρχει χώρος για επένδυση.

#### **12) Υπάρχουν δυσκολίες η ευκολίες για έναν νέο επιχειρηματία από τους κρατικούς φορείς;**

Το κράτος με τους μηχανισμούς του δεν διευκολύνει έναν νέο επιχειρηματία να κάνει σωστά βήματα στον χώρο αυτό. Θα σας παραθέσω ένα παράδειγμα για να καταλάβετε ,εκτρέφουμε λοιπόν σαλιγκάρια στην επιχείρηση και δεν υπάρχει σχετική άδεια για αυτόν τον τομέα στην χωρά μας αλλά θα πρέπει να βγάλουμε γενική άδεια κτηνοτροφίας που στις χώρες της Ευρώπης θα ήταν πρωτάκουστο. Όπως λοιπόν καταλαβαίνετε θα πρέπει να βοηθήσει το κράτος τον πρωτογενή τομέα οργανώνοντας καλύτερα τις νομοθεσίες του στον τομέα αυτό.

### **13) Ποσό εύκολη ήταν η δημιουργία και ο σχεδιασμός της επιχείρησής σας;**

Ήταν αρκετά δύσκολο να στήσουμε την επιχείρηση μας καθώς ήταν από την αρχή η δημιουργία της, δεν λάβαμε έτοιμη επιχείρηση και την συνεχίσαμε. Θα έπρεπε να κάνουμε την γη καλλιεργήσιμη να δημιουργήσουμε χώρους ικανούς για κτηνοτροφία χώρους συσκευασίας προϊόντων και χώρους διοίκησης, όπως καταλαβαίνετε δεν είναι και εύκολο να γίνουν αυτά σε ένα χωράφι.

### **14) Με ποιο τρόπο διαφημίσατε την επιχείρηση σας στην αρχή που ήταν άγνωστη στο ευρύ κοινό;**

Η επιτυχία στον τομέα μας είναι να σε εκτιμούν οι αγοραστές και μόνο μέσω προσωπικών σχέσεων επιτυγχάνεται κάτι τέτοιο ,έτσι λοιπόν πήγαμε σε έναν ξεχωριστά και συστηθήκαμε, ακούγεται δύσκολο όμως μόνο έτσι μπορείς να πετύχεις.

### **15) Εμπόριο στο εξωτερικό;**

Για εμάς ακόμη είναι νωρίς να σκεφτόμαστε κάτι τέτοιο, είμαστε στο χώρο αυτό λιγότερο από 4 χρόνια και η παράγωγή μας δεν είναι επιπέδου για εξαγωγή. Θα επιμένουμε λοιπόν εγχώρια και ίσως στο μέλλον αν μας το επιτρέψει η παράγωγή να επεκταθούμε με εξαγωγές.

### **16)Πως αντιμετωπίζετε τον ανταγωνισμό;**

Στην περιοχή που έχουμε την επιχείρηση βρίσκετε ο κεντρικός πυρήνας της παράγωγης γεωργικών προϊόντων και ο ανταγωνισμός είναι μεγάλος. Εμείς κοιτάμε να βγάλουμε στο εμπόριο καλό προϊόν και όχι προϊόντα κακής ποιότητας , επίσης

επιλεγούμε τους σωστούς ανθρώπους που θα τα μεταφέρουν μέχρι τον χώρο πώλησης τους.

**17) Ποσό δύσκολη ήταν η έρευνα αγοράς που κάνατε για τα προϊόντα που θα καλλιεργούσατε άλλα και τις τιμές που θα ορίζατε;**

Ψάξαμε στην αρχή πολύ για τα προϊόντα που θα καλλιεργούσαμε ώστε να πρωτοτυπήσουμε και να μην βγάλουμε εξολοκλήρου ίδια προϊόντα με τους υπόλοιπους. Επίσης αναζητήσαμε ποια ζώα θα εκτρέψουμε ώστε να πρωτοτυπήσουμε και σε αυτό το τομέα, όπως και έγινε με τα σαλιγκάρια αφού ήμαστε από τους λίγους που τα εκτρέφουμε σε όλη την Ελλάδα. Όσο για τις τιμές πάνω κάτω όλοι στην περιοχή που καλλιεργούμε έχουμε τις ίδιες τιμές.

**18) Πως μπορεί ένας νέος επιχειρηματίας να κάνει την επιχείρηση του πετυχημένη και κερδοφόρα;**

Ένας νέος που ξεκάνει σήμερα την επιχειρηματική του δράση θα πρέπει να έχει θέληση και διάθεση να μπει στον δύσκολο αυτό χώρο. Για να πετύχει μια επιχείρηση σήμερα στην εποχή της οικονομικής κρίσης θα πρέπει το αντικείμενο που θα ασχοληθεί να είναι κάτι πρωτότυπο ώστε να μην υπάρχει μεγάλο μερίδιο στην αγορά από αυτό που θα ξεκινήσει να κάνει. Σημαντικό επίσης θα ήταν να βάλει τον εαυτό του ως πελάτη και τι θα ζητούσε από την αγορά που του λείπει.

**19) Ποσό σας έχει επηρεάσει η κλιμακούμενη οικονομική κρίση που έχουμε στην χώρα μας και με ποιους τρόπους την αντιμετωπίζετε;**

Η οικονομική κρίση που μαστίζει τη χώρα μας έχει επηρεάσει όλους τους τομείς παραγωγής όπως και τον δικό μας, βέβαια δεν έχουμε μείωση της παραγωγής, όμως έχουμε μεγάλη μείωση στην τιμή που δίνουμε τα προϊόντα μας με αποτέλεσμα να ζημιωνόμαστε αρκετά. Επίσης η άνοδος των τιμών στις πρώτες ύλες που χρησιμοποιούμε είναι ένα ακόμα αρνητικό για τα οικονομικά της δικής μας επιχείρησης.

**20) Πως αντιμετωπίζεται ένας νέος επιχειρηματίας από τους συναδέλφους του , πελάτες, προσωπικό άλλα και από τους ανταγωνιστές του;**



Δεν έχω διακρίνει κάποια αρνητική αντιμετώπιση από τους υπόλοιπους στον χώρο αυτό. Θα έλεγα πως για τους πελάτες υπάρχει μια θετική αύρα καθώς βλέπουν πολύ θετικά έναν νέο που ξεκινά την επιχειρηματική του δράση στην γεωργία. Απ'τά άτομα που απασχολώ στην επιχείρηση επίσης διακρίνω θετικά σημάδια λαμβάνοντας ως κριτήριο τις αντιδράσεις τους. Τέλος, από τους ανταγωνιστές μου μπορεί να υπάρχει κάποια απαξίωση αλλά δεν το έχω αισθανθεί ακόμη.

**21) Πιστεύετε ότι ένας απόφοιτος του ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ έχει κάποια επιπλέον πλεονεκτήματα από τους υπόλοιπους αποφοίτους άλλων ΤΕΙ;**

Νομίζω πως δεν έχει καμία διαφορά το πτυχίο που θα πάρει κάποιος από το ΤΕΙ της Πάτρας από αυτό που θα πάρει για παράδειγμα στην Αθήνα. Αυτό που μετράει πλέον είναι το μεταπτυχιακό που θα κάνει κάποιος καθώς τον ειδικεύει σε κάποιο τομέα της διοίκησης επιχειρήσεων δεν του αφήνει μόνο λίγες γνώσεις από τον κάθε τομέα της σχολής.

**22) Με βάση την εμπειρία σας στο χώρο των επιχειρήσεων και της αγοράς , πιστεύετε ότι υπάρχουν ευκαιρίες για έναν νέο επιχειρηματία στην Ελλάδα της οικονομικής κρίσης και αν ναι ποιες είναι αυτές και σε ποιο τομέα θα κατευθύνετε κάποιον νέο;**

Ευκαιρίες υπήρχαν υπάρχουν και θα υπάρχουν πάντα σε μια ελεύθερη αγορά όπως η δική μας. Αυτό βεβαίως που συμβαίνει στις μέρες μας με την συμπύκνωση της αγοράς και την οικονομική κρίση η γενιά μας δεν το έχει ξανά ζήσει και μας φαίνεται κάπως περίεργο. Όμως ακόμη και σήμερα μπορεί κάποιος να ψάξει να βρει κάτι που θα του επιφέρει κέρδος και θα του επιτρέψει να ζήσει με αξιοπρέπεια. Η λύση είναι απλή καινοτόμα προϊόντα ,προϊόντα που δεν υπάρχουν στην αγορά , υπηρεσίες που δεν παρέχονται από κανέναν. Όποιος λοιπόν πρωτοτυπήσει θα έχει σίγουρο μερίδιο στην αγορά. Τώρα όσον' αφορά το που θα κατεύθυνα κάποιον , νομίζω πως ο τομέας που ασχολούμαι , ο πρωτογενής δηλαδή , είναι ένας τομέας που είναι ναι μεν σκληρός αλλά δίνει ευκαιρίες κέρδους αυτή τη στιγμή.

## ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ 4

Όνομα

Καμπέρος Αλέξης

Ηλικία

29

Σχολή

Μηχανολογία

Έτος αποφοίτησης

2007

Επιχείρηση

Williams Transport ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΚΑΙ ΕΘΝΙΚΕΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ

1) Για ποιο λόγο επέλεξες αυτή τη σχολή;

Επέλεξα αυτή τη σχολή γιατί υπήρχε οικογενειακή επιχείρηση με αυτό το αντικείμενο. Ο παππούς μου ήταν μηχανικός και ο πατέρας μου το ίδιο. Και τότε πριν το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης, φαινόταν επάγγελμα με σίγουρο μέλλον. Σήμερα τα πράγματα και σε αυτόν τον τομέα έχουν δυσκολέψει υπερβολικά.

2) Τι αποκόμισες απ' τη σχολή αυτή και πόσο σε βοήθησε στην νέα σου επιχειρηματική δράση;

Εφόσον τελικά δεν ακολούθησα επάγγελμα σύμφωνα με το αντικείμενο που σπούδασα, δε με βοήθησε καθόλου στη νέα μου επιχειρηματική δράση, όμως έμαθα

πράγματα και επικεντρώθηκα σε πράγματα που ίσως μελλοντικά χρειαστεί να ασχοληθώ.

3) Τι θα επέλεγες από τα δυο: μεταπτυχιακό ή άμεση εργασία;

Ανάλογα με την αγορά που θα επιχειρήσεις. Για το εξωτερικό πιστεύω πως το μεταπτυχιακό είναι και απαραίτητο και χρήσιμο. Αν όμως επιλέξεις να εργαστείς στην αγορά της Ελλάδας, πιστεύω πως ένα μεταπτυχιακό είναι περιττό καθώς με την κατάσταση που επικρατεί στην οικονομία της χώρας, δε θα ωφελήσει σε κάτι. Άρα καταλήγω στο συμπέρασμα πως κάνει δεν κάνει κάποιος μεταπτυχιακό δύσκολα θα βρει εργασία.

4) Είχες κάτι άλλο ως σκέψη να κανείς όταν αποφοίτησες από το ΤΕΙ και αν ναι τι ήταν αυτό;

Λόγω του ότι ο πατέρας μου παράλληλα με την μηχανολογία διατηρούσε και μια μικρή μεταφορική εταιρεία είχα πάντα ως εναλλακτική να ακολουθήσω αυτό το επάγγελμα όπου ο πατέρας μου θα μπορούσε να με βοηθήσει με την εμπειρία του. Την θεώρησα επιχείρηση με μέλλον και έτσι ασχολήθηκα με αυτόν τον τομέα.

5) Καθηγητές από τη σχολή σας στο ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ σας βοήθησαν στην επιχειρηματική σας δράση;

Όπως προανέφερα, επειδή το επάγγελμα που ακολούθησα δεν είχε ουδεμία σχέση με το αντικείμενο το οποίο είχα εξειδικευτεί, οι καθηγητές μου δε θα μπορούσαν να με βοηθήσουν.

6) Η πρακτική σας άσκηση σας φάνηκε χρήσιμη;

Κάθε πρακτική άσκηση πιστεύω είναι χρήσιμη σε όποιον κλάδο και αν ανήκεις. Έτσι και στον δικό μου κλάδο θα με βοηθούσε αν συνέχιζα με την μηχανολογία, όμως ακολουθώντας άλλο επαγγελματικό δρόμο με βοήθησε μόνο στο να εγκλιματιστώ στην αγορά εργασίας.

7) Πόσο εύκολο ήταν να βρείτε την επιχείρηση αυτή;

Αρκετά εύκολο. Μην ξεχνάτε πως το είχα από πριν στο μυαλό μου ως εναλλακτική λύση, καθώς διατηρούσαμε την επιχείρηση αυτή οικογενειακά. Πιστεύω όμως πως δεν είναι και πολύ εύκολο να βρεις επιχείρηση αν δεν προϋπάρχει σε οικογενειακό περιβάλλον.

8) Το κεφάλαιο για την επιχείρηση αυτή ήταν δικό σας ή μέρος κρατικής επιχορήγησης;

Ολοκληρωτικά δικό μας χωρίς την ελάχιστη βοήθεια κρατικής επιχορήγησης ή άλλου προγράμματος. Δεν επιδοτούσαν την δική μας επιχείρηση καθώς υπήρχε ήδη, πιστεύω όμως πως θα έπρεπε να λάβουμε κάποια βοήθεια για να την μεγαλώσουμε.

9) Η επιχείρηση είναι πολυμετοχική;

Η επιχείρηση είναι εταιρεία περιορισμένης ευθύνης με 2 μετόχους.

10) Ποιά τα πλεονεκτήματα και ποια τα μειονεκτήματα μιας πολυμετοχικής επιχείρησης;

Τα πλεονεκτήματα είναι ότι οι ευθύνες μοιράζονται ισόποσα και τα βάρη της δουλειάς το ίδιο. Μειονεκτήματα δεν έχουμε ακόμα παρατηρήσει και αυτό είναι πολύ θετικό.

11) Τι σε ώθησε να ασχοληθείς με το συγκεκριμένο είδος επιχείρησης;

Οι λόγοι ήταν βιοποριστικοί. Αντιλήφθηκα εγκαίρως ότι η κρίση μελλοντικά θα κλιμακωθεί και το αντικείμενο που σπούδασα δε θα μπορεί να με συντηρήσει. Το συγκεκριμένο είδος επιχείρησης, μου κέντρισε το ενδιαφέρον καθώς συνεργάζεται και με ξένες αγορές που ενδεχομένως να είναι πιο σταθερές και επικερδείς από την Ελληνική.

12) Υπάρχουν δυσκολίες ή ευκολίες για έναν νέο επιχειρηματία από τους κρατικούς φορείς;

Υπάρχουν απεριόριστες και αδικαιολόγητες δυσκολίες. Μεγάλη γραφειοκρατία, μεγάλη φορολογία, και πολύ άσχημη διοικητική λειτουργία στους αρμόδιους φορείς.

Πλέον πολλοί υποψήφιοι επενδυτές, αποθαρρύνονται από αυτό στο να επιχειρήσουν να επεκτείνουν την επιχειρηματική τους δράση σε νέους κλάδους.

13) Ποσό εύκολη ήταν η δημιουργία και ο σχεδιασμός της επιχείρησής σας;

Ήταν αρκετά εύκολη. Ξεκινάς με ένα απλό οργανόγραμμα και στο πέρασμα του χρόνου, όσο επεκτείνεσαι, η προσαρμογή γίνεται από μόνη της.

14) Με ποιο τρόπο διαφημίσατε την επιχείρησή σας ειδικά στην αρχή που ήταν άγνωστη στο ευρύ κοινό;

Τη διαφημίσαμε μέσω internet, μέσω των σελίδων κοινωνικής δικτύωσης καθώς και με καταχώρηση της επιχείρησής στον Επαγγελματικό οδηγό όπου αυτόματα η επιχείρηση εντάσσεται στα αποτελέσματα των μηχανών αναζήτησης.

15) Σε ποιο κοινό απευθύνεστε;

Απευθυνόμαστε σε επιχειρήσεις στο εσωτερικό αλλά κυρίως στο εξωτερικό. Συνεργαζόμαστε με μεγάλα ονόματα του χώρου όπως level/unilevel, IKEA, Procter&Gamble, Nestle κτλ

16) Πως αντιμετωπίζετε τον ανταγωνισμό;

Προσπαθούμε να κατακτήσουμε μεγαλύτερο μερίδιο στην αγορά. Στο αντικείμενο μας, η συνταγή της επιτυχίας είναι η τυπικότητα, η υπευθυνότητα, η εμπιστοσύνη, και γενικά η ποιοτική δουλειά και η εξυπηρέτηση. Το δύσκολο κομμάτι είναι να μπορέσεις να κερδίσεις την εμπιστοσύνη των συνεργαζόμενων εταιρειών που θα σου εμπιστευθούν τα προϊόντα και τον εξοπλισμό τους.

17) Ποσό δύσκολη ήταν η έρευνα αγοράς που κάνατε για τα προϊόντα που θα χρησιμοποιούσατε άλλα και τις τιμές που θα ορίζατε;

Το τιμολόγιο που θα έπρεπε να ορίσουμε, ήταν εύκολο να το βρούμε καθώς υπάρχουν σταθερά κανάλια διαδρομής και η τιμή δεν μεταβάλλεται. Για παράδειγμα ένα δρομολόγιο από την Πάτρα στην Αθήνα έχει σταθερό λειτουργικό κόστος αν υπολογίσουμε διόδια, καύσιμα κτλ οπότε η μόνη παράμετρος που αλλάζει είναι το πόσο κέρδος επιθυμεί να βγάλει ο μεταφορέας. Όσον αφορά τα προϊόντα

(τεχνολογικό εξοπλισμό) που χρησιμοποιούμε ήταν εύκολο να επιλέξουμε με βάση τα κριτήρια που είχαμε θέσει καθώς υπάρχει μεγάλη ποικιλία προτάσεων.

18) Πως μπορεί ένας νέος επιχειρηματίας να κάνει την επιχείρηση του πετυχημένη και κερδοφόρα;

Αυτή τη στιγμή μπορεί να το επιτύχει μόνο με τη μείωση των παγίων εξόδων και του κόστους εργασίας, αυτά τα δυο στοιχεία θα την κάνουν κερδοφόρα στην αγορά. Πετυχημένη θα γίνει μόνο με την καλή δουλειά καθώς αποκτάς με αυτόν τον τρόπο όνομα στην αγορά και κάνεις τον πελάτη να σε επιλέξει.

19) Ποσό σας έχει επηρεάσει η κλιμακούμενη οικονομική κρίση που έχουμε στην χώρα μας και με ποιους τρόπους την αντιμετωπίζετε;

Αν το δούμε από λογιστική σκοπιά, η κρίση δε μας έχει επηρεάσει πολύ έντονα αλλά αυτό οφείλεται στο ότι έχουμε αυξήσει έντονα τις επενδύσεις μας. Πλέον επενδύουμε πάνω από το διπλάσιο κεφάλαιο απ'ότι παλιά στην επιχείρηση προκειμένου να μπορέσουμε να συνεχίσουμε την λειτουργία μας. Για παράδειγμα εμείς επιλέξαμε να επενδύσουμε στην επέκταση του στόλου μας ούτως ώστε να αυξήσουμε την παραγωγική μας διαδικασία. Αποτέλεσμα αυτού είναι να έχει μειωθεί το καθαρό μας κέρδος.

20) Πως αντιμετωπίζεται ένας νέος επιχειρηματίας από τους συναδέλφους του , πελάτες, προσωπικό άλλα και από τους ανταγωνιστές του;

Αντιμετωπίζεται άλλοτε με δισταγμό, άλλοτε με απαξίωση ακόμα και με τάσεις εκμετάλλευσης από το εξωτερικό περιβάλλον μέχρι να καταφέρει να αποδείξει ότι μπορεί να αντεπεξέλθει στις απαιτήσεις της αγοράς και να ελίσσεται ανάλογα με της ευκαιρίες και τις απειλές. Από το προσωπικό αντιμετωπίζεται με θαυμασμό καθώς οι υπάλληλοι όταν βλέπουν πως ένας νέος τους συμπεριφέρεται καλύτερα απ'ότι μεγαλύτεροι σε ηλικία , τους εκπλήσσει.

21) Πιστεύετε ότι ένας απόφοιτος του ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ έχει κάποια επιπλέον πλεονεκτήματα από τους υπόλοιπους αποφοίτους άλλων ΤΕΙ;

Δεν πιστεύω πως υπάρχει καμία απολύτως διαφορά. Παρόμοια διδακτέα ύλη, παρόμοια κριτήρια εισαγωγής και αποφοίτησης.

22) Με βάση την εμπειρία σας στο χώρο των επιχειρήσεων και της αγοράς , πιστεύετε ότι υπάρχουν ευκαιρίες για έναν νέο επιχειρηματία στην Ελλάδα της οικονομικής κρίσης και αν ναι ποιες είναι αυτές και σε ποιο τομέα θα κατευθύνετε κάποιον νέο;

Πιστεύω πως οι ευκαιρίες που υπάρχουν, βασίζονται μόνο στο κατά πόσο ο νέος επιχειρηματίας έχει διαθέσιμο ρευστό κεφάλαιο ή πόσο εύκολα μπορεί να εξασφαλίσει δανειοδότηση. Οι επιχειρηματικές ευκαιρίες που υπάρχουν αυτή τη στιγμή στη χώρα μας, πιστεύω πως έχουν να κάνουν με τις εξαγωγές προϊόντων του πρωτογενούς τομέα μας σε βιολογικά προϊόντα που προωθούν την υγεία και την ευεξία και γνωρίζουν μεγάλη επιτυχία στις αγορές της Ευρώπης.