



ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ

ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

ΜΒΑ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ

ΑΝΤΙΛΗΨΗ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ ΚΑΙ

ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΣ ΚΑΙ ΕΘΝΙΚΟ

ΕΠΙΠΕΔΟ

ΚΑΚΟΥΡΗ ΕΙΡΗΝΗ

Επιβλέπων Καθηγητής:

ΤΣΑΜΠΡΑ ΜΑΡΙΑ (Επίκουρος Καθηγήτρια)

ΑΓΡΙΝΙΟ, Σεπτέμβριος 2014

Δήλωση περί μη λογοκλοπής

Δηλώνω ότι είμαι η συγγραφέας της εργασίας με τίτλο «**ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΑΝΤΙΛΗΨΗ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΣ ΚΑΙ ΕΘΝΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ**» που συντάχθηκε στο πλαίσιο της διπλωματικής μου εργασίας και παραδόθηκε το μήνα Σεπτέμβριο του 2014. Η αναφερόμενη εργασία δεν αποτελεί αντιγραφή ούτε προέρχεται από ανάθεση σε τρίτους. Οι πηγές που χρησιμοποιήθηκαν αναφέρονται σαφώς στη βιβλιογραφία και στο κείμενο ενώ κάθε εξωτερική βοήθεια, αν υπήρξε, αναγνωρίζεται ρητά.

Όνομα:

A.M.:

Υπογραφή:

.....

.....

.....

Ημερομηνία:

.....

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η ολοκλήρωση της εργασίας αυτής δεν θα ήταν δυνατή αν δεν είχα την αμέριστη συμπαράσταση και καθοδήγηση ανθρώπων, οι οποίοι με αγκάλιασαν με την εμπιστοσύνη τους και με υποστήριξαν σε κάθε βήμα μου.

Θα ήθελα πρώτα να ευχαριστήσω την επιβλέπουσα καθηγήτριά μου κα Τσάμπρα Μαρία, η οποία με την επιμονή, υπομονή, τις γνώσεις της και την εμπειρία της συνετέλεσε τα μέγιστα στο να ολοκληρωθεί η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή.

Παράλληλα θα ήθελα να εκφράσω ένα μεγάλο ευχαριστώ στους καθηγητές του τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών Προϊόντων Και Τροφίμων και συγκεκριμένα του μεταπτυχιακού προγράμματος MBA Διοίκησης Επιχειρήσεων Τροφίμων που με καθοδήγησαν τα τελευταία δυο χρόνια.

Ολοκληρώνοντας, δεν θα μπορούσα να παραβλέψω φυσικά την ίδια μου την οικογένεια, η οποία στεκόταν πάντα δίπλα μου, διακριτικά, σε όλη την διάρκεια αυτής της προσπάθειάς. Ήταν οι άνθρωποι που με την αγάπη τους, την υπομονή τους και την διαρκή υποστήριξή τους έκαναν τις δύσκολες στιγμές να μοιάζουν ευκολότερες.

ΚΑΚΟΥΡΗ ΕΙΡΗΝΗ,

Αγρίνιο, 2014.

ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΑΝΤΙΛΗΨΗ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΣ ΚΑΙ ΕΘΝΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

Σημαντικοί Όροι: Επιχειρηματικότητα, Παγκόσμιο Παρατηρητήριο
Επιχειρηματικότητας (GEM), Επιχειρηματικές Ικανότητες, Επιχειρηματικές
ευκαιρίες.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή μελετήθηκε μέσω βιβλιογραφικής έρευνας η επιχειρηματικότητα ως προς την αντίληψη ευκαιριών και ικανοτήτων σε ελληνικό και διεθνές επίπεδο. Η απόφαση για επιχειρηματική δραστηριοποίηση δεν είναι ποτέ εύκολη, καθώς συνοδεύεται πάντοτε από μεγάλη αβεβαιότητα σχετικά με τις προοπτικές της. Η παρούσα εργασία ασχολείται με την επισκόπηση της θεωρίας και της βιβλιογραφίας γύρω από το συγκεκριμένο θέμα καθώς επίσης γίνεται η παρουσίαση και ανάλυση τόσο των επιχειρηματικών ευκαιριών που υπάρχουν στο περιβάλλον βασιζόμενη στο δείκτη επιχειρηματικών ευκαιριών όσο και με το προσωπικό παράγοντα της ικανότητας για επιχειρηματική δραστηριοποίηση που και αυτός μετράται με τον δείκτη επιχειρηματικών ικανοτήτων.

Περιεχόμενα

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	4
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	6
1. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΕΡΕΥΝΑΣ	9
1.1 ΑΙΤΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΘΕΜΑΤΟΣ	10
1.2 ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΘΕΩΡΙΑΣ ΚΑΙ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ	12
1.3 ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	20
2. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	22
2.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΟΣ.....	23
3. ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ	25
3.1 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΜΠΕΙΡΙΚΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ.....	25
3.1.1 ΔΕΙΚΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	25
3.1.2 Ο ΔΕΙΚΤΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ.....	30
3.1.3 Ο ΔΕΙΚΤΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ	34
4. ΕΡΜΗΝΕΙΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	40
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	45

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η επιχειρηματικότητα αποτελεί κατά κύριο λόγο νοοτροπία. Πρόκειται για την δραστηριοποίηση και την ικανότητα που έχει ένα άτομο, μεμονωμένα ή στο πλαίσιο ενός οργανισμού, να αναγνωρίζει τις ευκαιρίες και να τις εκμεταλλεύεται προκειμένου να επιτύχει προστιθέμενη αξία ή να έχει οικονομικό όφελος. Η δημιουργικότητα ή η καινοτομία τον βοηθούν να εισέλθει σε μια υπάρχουσα αγορά ή να βελτιώσει την ανταγωνιστική θέση του σ' αυτήν, να αλλάξει ή ακόμη και να δημιουργήσει μια νέα αγορά.

Για να αποβεί επιτυχής μια επιχειρηματική ιδέα απαιτείται ικανότητα συνδυασμού της δημιουργικότητας ή της καινοτομίας με τη χρηστή διαχείριση και ικανότητα προσαρμογής μιας επιχείρησης προκειμένου να βελτιστοποιηθεί η ανάπτυξή της καθ' όλες τις φάσεις του κύκλου ζωής της. Πρόκειται για μια διαδικασία που ξεπερνά κατά πολύ την καθημερινή διαχείριση: άπτεται των στόχων και της στρατηγικής μιας επιχείρησης¹.

Στην παρούσα εργασία, διερευνάται η επιχειρηματικότητα ως προς την αντίληψη ευκαιριών και ικανοτήτων σε Εθνικό και Ευρωπαϊκό επίπεδο. 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. Ανεξάρτητα από το αν ο επίδοξος ή νέος επιχειρηματίας έχει σαφή συνείδηση αυτού του πολιτισμικού πλαισίου ή όχι, η απόφασή του δεν μπορεί παρά να επηρεάζεται από αυτό, τουλάχιστον σε κάποιο βαθμό.

Η εργασία απαρτίζεται από τέσσερα κεφάλαια. Στο 1^ο κεφάλαιο γίνεται η βιβλιογραφική ανασκόπηση του θέματος τόσο από θεωρητικές όσο και από εμπειρικές έρευνες που έχουν γίνει για το σύνθετο θέμα των επιχειρηματικών ευκαιριών και ικανοτήτων. Παρουσιάζεται η νεοκλασική οικονομική θεωρία, καθώς γίνεται και αναφορά σε μελέτες Αυστριακών οικονομολόγων. Αναφέρονται περιληπτικά οι τρεις αναδύμενες σχολές η οικονομική, η πολιτιστική, και η κοινωνικοπολιτική για την πλήρη ανασκόπηση της διεθνής συζήτησης γύρω από το θέμα.

¹ Μεθοδολογικό πλαίσιο του GEM.

Στο 2^ο κεφάλαιο επεξηγείται η μεθοδολογία έρευνας που ακολουθήθηκε στην παρούσα διπλωματική εργασία. Πιο συγκεκριμένα σκοπός της έρευνας είναι να μελετήσει σε ελλαδικό και ευρωπαϊκό επίπεδο, πρώτον, τον δείκτη που μετρά το κατά πόσον υπάρχουν επιχειρηματικές ευκαιρίες και δεύτερον, τον δείκτη που αφορά τους προσωπικούς παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση για επιχειρηματική δραστηριοποίηση δηλαδή το δείκτη που μετρά το κατά πόσον τα άτομα κρίνουν ότι διαθέτουν τις γνώσεις, την ικανότητα και την εμπειρία για να γίνουν επιχειρηματίες. Για να γίνει αυτό χρησιμοποιήθηκαν πηγές και δεδομένα από το διεθνές πρόγραμμα του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου για την Επιχειρηματικότητα GEM (Global Entrepreneurship Monitor), και από το Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών που έχει την δραστηριότητά του στον Ελλαδικό χώρο.

Στο 3^ο κεφάλαιο γίνεται η εμπειρική τεκμηρίωση και παρουσιάζεται η ανάλυση των δεδομένων που χρησιμοποιήθηκαν. Ο όγκος καλύπτει την περίοδο τόσο πριν, όσο και μετά την παγκόσμια κρίση. Δίνεται έτσι η δυνατότητα να εξεταστεί αναλυτικά ο τρόπος με τον οποίο η επιχειρηματική δραστηριότητα εξελίσσεται σε πολύ διαφορετικές φάσεις του οικονομικού κύκλου. Αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία για την απεικόνιση της εξέλιξης του δείκτη των επιχειρηματικών ευκαιριών και ικανοτήτων στην Ελλάδα σήμερα.

Στο 4^ο κεφάλαιο συνοψίζονται τα αποτελέσματα της έρευνας έχοντας αναλύσει την κατάσταση της Ελλάδας όσον αφορά τους δύο δείκτες της επιχειρηματικότητας, από το 2003 που είναι το πρώτο έτος συμμετοχής της Ελλάδας στο παγκόσμιο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM, έως το 2013. Τέλος στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζονται τα συμπεράσματα της διπλωματικής εργασίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΕΡΕΥΝΑΣ

1. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΕΡΕΥΝΑΣ

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. Ανεξάρτητα από το αν ο επίδοξος² ή νέος επιχειρηματίας³ έχει σαφή συνείδηση αυτού του πολιτισμικού πλαισίου ή όχι, η απόφασή του δεν μπορεί παρά να επηρεάζεται από αυτό, τουλάχιστον σε κάποιο βαθμό.

Κάποιοι άλλοι παράγοντες είναι αυστηρά προσωπικοί, με την έννοια ότι αφορούν τον τρόπο με τον οποίο κάθε συγκεκριμένος άνθρωπος κρίνει την δική του προσωπική επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Εδώ ιδιαίτερη σημασία έχουν παράγοντες όπως η αξιολόγηση των ικανοτήτων και της εμπειρίας του από τον ίδιο τον επίδοξο/νέο επιχειρηματία, αλλά και το «θάρρος» του για την είσοδο σε μια νέα δραστηριότητα, τα αποτελέσματα της οποίας δεν μπορεί παρά να ενέχουν μεγάλη αβεβαιότητα. Πρόκειται, με άλλα λόγια, για παράγοντες οι οποίοι αφορούν αποκλειστικά το άτομο και την επιλογή επιχειρηματικής δραστηριοποίησης για την οποία είτε προβληματίζεται, είτε έχει ήδη αποφασίσει να ακολουθήσει.

² Τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που – κατά το τελευταίο 12- μηνό από τη στιγμή της έρευνας - είχαν ξεκινήσει κάποιες προκαταρκτικές ενέργειες στην κατεύθυνση έναρξης ενός νέου εγχειρήματος (συμπεριλαμβανομένης της αυτοαπασχόλησης), στο οποίο θα είναι ιδιοκτήτες είτε του συνόλου, ή κάποιου μέρους του («συνεταίρος»). Οι ενέργειες αυτές μπορεί να περιλαμβάνουν από τη συγκέντρωση κεφαλαίου και την αναζήτηση χώρων εγκατάστασης και απαραίτητου εξοπλισμού, έως τη σύνταξη ενός επιχειρηματικού σχεδίου για αναζήτηση χρηματοδότη, κ.α. Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται ωστόσο και όσοι/όσες έχουν προχωρήσει πράγματι στην έναρξη λειτουργίας της επιχείρησης και έχουν ήδη πληρώσει μισθούς ή έχουν έναν κύκλο εργασιών από αυτή τη δραστηριότητα, όχι όμως για διάστημα μεγαλύτερο των τελευταίων τριών μηνών. Επιπροσθέτως, αυτή η ενέργεια ενδεχομένως να εντάσσεται στην υπάρχουσα εργασία του ατόμου και να πραγματοποιείται για λογαριασμό του εργοδότη, με τη συμμετοχή του ερωτώμενου να αφορά έτσι έναν διοικητικό / διευθυντικό ρόλο και όχι απαραίτητα ιδιοκτησία.

³ Τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών που τη στιγμή της έρευνας ήταν ιδιοκτήτες – συμμετείχαν στην ιδιοκτησία ενός νέου εγχειρήματος / δραστηριότητας για το οποίο έχουν ήδη πληρώσει μισθούς και έχουν καταγράψει ένα κύκλο εργασιών για τουλάχιστον τρεις, αλλά όχι περισσότερους από 42 μήνες.

Από κοινού, οι πολιτισμικοί και οι προσωπικοί παράγοντες μπορεί να θεωρηθεί ότι προσδιορίζουν τις προδιαθέσεις για επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Ωστόσο, από μόνες τους οι προδιαθέσεις δεν είναι απαραίτητο να οδηγήσουν στην δραστηριοποίηση. Για να συμβεί αυτό, ο επίδοξος επιχειρηματίας πρέπει να έχει τα κατάλληλα κίνητρα, κάποιον λόγο δηλαδή ώστε, με βάση τις προδιαθέσεις, να αποφασίσει να κάνει το βήμα προς τον επιχειρηματικό στίβο.

Τόσο οι προδιαθέσεις, όσο και τα κίνητρα, επηρεάζονται από τον οικονομικό κύκλο. Μολονότι η αναφορά σε πολιτισμικούς και προσωπικούς παράγοντες φαίνεται να υπονοεί ότι η επιχειρηματική δραστηριοποίηση είναι ανεξάρτητη από την οικονομική συγκυρία μέσα στην οποία ενεργοποιείται, αυτό δεν σημαίνει ότι οι παράγοντες αυτοί δεν επηρεάζονται από την οικονομική συγκυρία, άρα ότι ενεργοποιούνται με διαφορετικό τρόπο σε διαφορετικές φάσεις του οικονομικού κύκλου.

Στην παρούσα εργασία θα διερευνηθεί ο δείκτης που ανήκει στην πρώτη κατηγορία, με την έννοια ότι αφορά την αντίληψη που επικρατεί στο ευρύτερο κοινωνικό περιβάλλον μέσα στο οποίο κινείται ο νέος επιχειρηματίας. Πρόκειται για το δείκτη που μετρά το κατά πόσον υπάρχουν επιχειρηματικές ευκαιρίες κατά τη στιγμή της διεξαγωγής της έρευνας. Επίσης διερευνάται ένας ακόμη δείκτης, ο οποίος αφορά τους προσωπικούς παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση για επιχειρηματική δραστηριοποίηση δηλαδή το δείκτη που μετρά το κατά πόσον τα άτομα κρίνουν ότι διαθέτουν τις γνώσεις, την ικανότητα και την εμπειρία για να γίνουν επιχειρηματίες.

1.1 ΑΙΤΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΘΕΜΑΤΟΣ

Έχει καταγραφεί (IOBE, 2006), ότι οι Έλληνες επιχειρηματίες διαθέτουν, συγκριτικά με τις υπόλοιπες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, υψηλό επίπεδο μόρφωσης και τυπικών προσόντων. Η εφευρετικότητα και ο δυναμισμός που διακρίνει τους Έλληνες επιχειρηματίες, το «ταλέντο» και το «ταπεραμέντο» τους είναι επιπλέον δυνατά τους σημεία, ωστόσο, δεν είναι από μόνα τους αρκετά για την επιτυχία. Χρειάζεται και η «τεχνική» (Bill Bolton, John Thompson, 2004) και η

κατάλληλη κουλτούρα για να αναπτύξει κανείς αποτελεσματική επιχειρηματική συμπεριφορά.

Ο επιχειρηματίας τις περισσότερες φορές δεν γεννιέται αλλά εκπαιδεύεται. Εκπαιδεύεται σε σχολεία, σε επιχειρήσεις, σε επιτυχημένες και αποτυχημένες προσπάθειες. Καλλιεργείται η κουλτούρα της επιχειρηματικότητας, διαμορφώνονται στάσεις και αξίες που οδηγούν σε υγιή επιχειρηματική συμπεριφορά. Προς αυτήν την κατεύθυνση, τα εκπαιδευτικά προγράμματα της τριτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης στην Ελλάδα, έχουν ήδη προσαρμοστεί.

Οι θεωρητικοί αλλά και οι επαγγελματίες,(IOBE,2006) στον διεθνή χώρο, έχουν συμφωνήσει στα χαρακτηριστικά που προσδιορίζουν την προσωπικότητα των επιτυχημένων επιχειρηματιών: η διάθεση ανάληψης ευθύνης, η διάθεση ανάληψης μέτριου βαθμού κίνδυνου, η εμπιστοσύνη στις ικανότητες τους, η επιθυμία για άμεση ανάδραση, τα υψηλά επίπεδα ενέργειας και δυναμισμού, ο μακρόπνοος προσανατολισμός, οι δεξιότητες διοίκησης, η ανάγκη για επιτεύγματα. Οι Έλληνες επιχειρηματίες, έχουν πολλά από αυτά τα χαρακτηριστικά σε μεγάλο βαθμό, χρειάζεται όμως να συνειδητοποιηθούν ότι οι δεξιότητες και το αξιολογικό περιβάλλον είναι αυτά που θα οδηγήσουν στην επιτυχία.

Στην πιο πρόσφατα δημοσιευμένη έκθεση του Ινστιτούτου Οικονομικής και Βιομηχανικής Έρευνας (IOBE, 2014) επισημαίνεται ότι στην Ελλάδα ακόμη και πριν την οικονομική κρίση, ο δείκτης εκτίμησης επιχειρηματικών ευκαιριών των εν δυνάμει επιχειρηματιών δεν βρίσκονται σε ικανοποιητικά επίπεδα.

Αν και τα νέα επιχειρηματικά εγχειρήματα παρουσιάζουν τα τελευταία χρόνια της οικονομικής κρίσης, υψηλό βαθμό καινοτομικότητας, έχουν χαμηλή ανταγωνιστικότητα, εξωστρέφεια και εξαγωγικό προσανατολισμό. Ακόμη, καταγράφεται μια πτώση στο επίπεδο της τεχνολογίας που χρησιμοποιούν οι νέες επιχειρήσεις, ωστόσο μεταξύ των υπόλοιπων χωρών της Ε.Ε. η θέση της Ελλάδος είναι αρκετά ικανοποιητική.

Η επιλογή του θέματος της παρούσας διπλωματικής, έγινε με απώτερο σκοπό την παρουσίαση των δεικτών των επιχειρηματικών ευκαιριών και ικανοτήτων σε μια δύσκολη παγκόσμια χρονική συγκυρία που έπληξε και την χώρα μας. Μέσα από την μελέτη των δεδομένων θα διαπιστωθούν το πώς αντέδρασαν οι συγκεκριμένοι δείκτες την περίοδο πριν την κρίση, και κατά τη διάρκεια.

Ένα στοιχείο που κατέγραφαν οι έρευνες (IOBE,2005-2006) από το 2003 έως το 2006 είναι η βαθμιαία αύξηση του ποσοστού επιχειρηματικότητας ευκαιρίας ή αντίστροφα, η μείωση της επιχειρηματικότητας ανάγκης. Το γεγονός λοιπόν ότι και στην Ελλάδα η μεγάλη πλειονότητα των επιχειρηματικών πρωτοβουλιών παύει να έχει ως κίνητρο την ανάγκη δείχνει ότι οι νέοι και οι επίδοξοι επιχειρηματίες ακολουθούν αυτή την κατεύθυνση επειδή πραγματικά την επιλέγουν, παρά λόγω έλλειψης άλλων επιλογών.

Ωστόσο, αυτό το θετικό εύρημα συμβαδίζει με ένα άλλο, έντονα αρνητικό την ίδια στιγμή που η πλειοψηφία των ελλήνων επιχειρηματιών δηλώνουν ότι κινητοποιούνται για την εκμετάλλευση μιας ευκαιρίας, δηλώνουν επίσης – και πάλι πλειοψηφικά- ότι δεν «έβλεπαν» σημαντικές ευκαιρίες γύρω τους.

1.2 ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΘΕΩΡΙΑΣ ΚΑΙ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

Παρακάτω, ακολουθεί η επισκόπηση της διεθνής βιβλιογραφίας για την κατανόηση της έννοιας των επιχειρηματικών ευκαιριών και ικανοτήτων μέσα από ορισμούς και συζητήσεις που έχουν γίνει.

Η λέξη «επιχειρηματικότητα» προέρχεται από το ρήμα «επιχειρώ», το οποίο στην ελληνική γλώσσα σημαίνει «αρχίζω κάποιο έργο», «καταπιάνομαι με κάποια δραστηριότητα», «ενεργώ με συγκεκριμένο τρόπο και στόχο», «προσπαθώ να επιτύχω κάτι».

Κατά το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας - Global Entrepreneurship Monitor (GEM)⁴, ως «επιχειρηματικότητα» ορίζεται 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, ή από επιχειρήσεις που ήδη λειτουργούν (IOBE,2005).

⁴Το GEM αποτελεί μία κοινοπραξία από ερευνητικά ινστιτούτα και πανεπιστήμια στο πλαίσιο της οποίας συλλέγονται εμπειρικά δεδομένα από ένα ευρύ σύνολο χωρών. Το GEM δημοσιεύει παγκόσμιες, αλλά και ειδικές θεματικές εκθέσεις σχετικά με διάφορες διαστάσεις της επιχειρηματικότητας, συνεισφέροντας στην παγκόσμια συζήτηση για την προώθηση της επιχειρηματικότητας.

Στην Ελλάδα γνωρίζουμε ότι επιχειρηματικότητα είναι η δεξιότητα της οργάνωσης, του σχεδιασμού και της υλοποίησης μιας ιδέας, προκειμένου να προσφερθεί στην αγορά ένα προϊόν ή μια υπηρεσία με τρόπο έξυπνο, πρωτότυπο και ανταγωνιστικό.

Η νεοκλασική ανάπτυξη της οικονομικής θεωρίας συνεχίζεται στο πλαίσιο αναφοράς που θεωρεί την καινοτομία ως μια μεταβλητή στη λειτουργία προσφοράς-παραγωγής της ισορροπίας της αγοράς. Η νεοκλασική θεωρία ανάπτυξης είναι μια θεωρία της οικονομικής ανάπτυξης που εξηγεί πως η αποταμίευση, η επένδυση και η οικονομική ανάπτυξη ανταποκρίνονται στην αύξηση πληθυσμών και την τεχνολογική αλλαγή⁵ (Parkin, 1997).

Στο σημείο αυτό και με αφορμή την ανάπτυξη της νεοκλασικής οικονομικής θεωρίας κρίνεται αναγκαίο να γίνει λόγος για την καινοτομία καθώς συνδέεται άμεσα με την επιχειρηματικότητα (Parkin, 1997). Η καινοτομία είναι μια λέξη που προέρχεται από τα Λατινικά και σημαίνει την εισαγωγή κάτι καινούριου στον υπαρκτό κόσμο και στη σειρά των πραγμάτων ή τη βελτίωση της παραγωγικότητας των πόρων όπως αναφέρεται από τον J. B. Say όπως παρατίθεται στον Drucker (Drucker, 1985).

Η τεχνολογική εξέλιξη και οι παράλληλες αλλαγές στο κοινωνικό και οικονομικό γίνεσθαι πραγματοποιούνται μέσω της υλοποίησης καινοτομιών. Η ικανότητα μιας κοινωνίας να καινοτομεί αποτελεί, σε ένα βαθμό, μηχανισμό ανανέωσης και εξέλιξης. Η καινοτομία αφορά κάθε πλευρά της οικονομικής ή παραγωγικής διαδικασίας. Στο επίπεδο της επιχείρησης ή του οργανισμού η καινοτομία πραγματοποιείται κυρίως είτε με την ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών είτε με την αναδιάρθρωση των διαδικασιών παραγωγής.

Έτσι, η καινοτομία αποτελεί σημαντικό στοιχείο της σύγχρονης επιχειρηματικότητας (entrepreneurship). Στη βιβλιογραφία υπάρχουν πάρα πολλοί ορισμοί της καινοτομίας. Αναφέρονται κάποιοι από αυτούς:

Ο Chris Freeman (2009) αναφέρει: «Η βιομηχανική καινοτομία περιλαμβάνει τεχνικό σχεδιασμό, κατασκευή, διοικητικές και εμπορικές δραστηριότητες που

⁵ Αυτή η θεωρία προτάθηκε κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του '50 από Robert Solow του MIT, και για αυτήν του απενεμήθη το βραβείο Νόμπελ στην οικονομική επιστήμη.

σχετίζονται με το μάρκετινγκ λίγων (ή βελτιωμένων) προϊόντων ή με την πρώτη εμπορική χρήση μιας νέας (ή βελτιωμένης) διαδικασίας ή εξοπλισμού».

Ο Peter Drucker (1985) τονίζει: «καινοτομία είναι το ειδικό εργαλείο των επιχειρηματιών, μέσω του οποίου εκμεταλλεύονται την αλλαγή σαν μια ευκαιρία για μια διαφορετική δραστηριότητα ή υπηρεσία. Είναι δυνατό να παρουσιαστεί σαν μια πειθαρχία, είναι δυνατό να μαθευτεί, είναι δυνατό να εξασκηθεί».

Ο Paul Michael Porter (1990)⁶ αναφέρει: «οι εταιρείες αποκτούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μέσω ενεργειών καινοτομίας. Προσεγγίζουν την καινοτομία στην ευρύτερη της έννοια, η οποία περιλαμβάνει τις νέες τεχνολογίες και τον νέο τρόπο για να κάνουμε πράγματα».

Η νεοκλασική οικονομική θεωρία που αναφέρθηκε παραπάνω εν συντομία παρέχει τα πιο στοιχειώδη θεμέλια για μια θεωρία επιχειρηματικότητας. Οι Kirzner (1997) και Baumol (1993), παρέχουν κριτικές για μια σύντομη επισκόπηση. Συνοπτικά η Νεοκλασική θεωρία βασίζεται στις συνθήκες ισορροπίας της ζήτησης (οι ανάγκες της αγοράς) και της προσφοράς (τα μέσα για να ικανοποιήσει τις ανάγκες της αγοράς, η οποία περιλαμβάνει την ποσότητα, την ποιότητα και τις τιμές των αγαθών ή υπηρεσιών). Σύμφωνα με τη νεοκλασική άποψη, προσφορά και ζήτηση διατηρούνται συνεχώς σε ισορροπία με το «αόρατο χέρι» των δυνάμεων της αγοράς.

Όπως συνοψίζεται από τον Kirzner (1997) "Για την νεοκλασική μικρο θεωρία κάθε απόφαση, είτε γίνεται από τον καταναλωτή, την εταιρεία, ή τον ιδιοκτήτη των πόρων, γίνεται μέσα σε ένα σίγουρα γνωστό πλαίσιο που αποτελείται από μια συγκεκριμένη αντικειμενική συνάρτηση, ένα δεδομένο σύνολο των περιορισμένων πόρων, και καθορίζεται από δεδομένους τεχνολογικά ή οικονομικά εφικτούς τρόπους μετατροπής πόρων σε επιθυμητούς στόχους.

Σε αντίθεση με τη νεοκλασική άποψη, ο Joseph Schumpeter (1942) ήταν ένας από τους πρώτους οικονομολόγους που πρόσφερε μια θεωρητική εξήγηση της επιχειρηματικότητας. Ενώ δέχτηκε τη θεμελιώδη νεοκλασική έννοια της ισορροπίας της αγοράς, υποστήριξε ότι οι έκτακτες τεχνολογικές καινοτομίες διακόπτουν προσωρινά την ισορροπία της αγοράς και με τον τρόπο αυτό δημιουργούνται ευκαιρίες για επιχειρηματικά κέρδη. Με την πάροδο του χρόνου, όμως, ο

⁶ Michael E. Porter (1990), *The Competitive Advantage of Nations*, New York: Free Press

ανταγωνισμός είναι αυτός που θα αποκαταστήσει την ισορροπία και θα εξαλειφθούν αυτές τις ευκαιρίες.

Σύμφωνα με αυστριακούς οικονομολόγους, η γνώση που αποκτήθηκε βιωματικά και χωρίς αναζήτηση, μαζί με την εγρήγορση, είναι τα κλειδιά για την «παρατήρηση» ή «ανακάλυψη» των επιχειρηματικών ευκαιριών (Hayek, 1945; Hsieh et al, 2007; Kirzner, 1973, 1997, Lumpkin και το Lichtenstein, 2005; Murphy, 2011; Vaghely και Julien, 2010). Δυνατότητα υπάρχει και, όταν υπάρχει ανισορροπία μεταξύ των αναγκών της αγοράς και των μέσων για την ικανοποίηση των αναγκών αυτών, ώστε να μπορεί να εξαχθεί το συμπέρασμα ότι η ικανότητα να παρατηρηθεί μια ευκαιρία θα απαιτούσε τη γνώση αυτών των αναγκών και των μέσων. Ως εκ τούτου, το αυστριακό επιχείρημα είναι ότι μεταξύ των ατόμων που βρίσκονται σε εγρήγορση, έχοντας τη γνώση των αναγκών της αγοράς σε συνδυασμό με τη γνώση των μέσων για την ικανοποίηση των αναγκών αυτών οδηγεί σε μια παρατηρημένη ευκαιρία (Kirzner, 1973, 1997; Shane, 2000).

Οικονομολόγοι της Αυστρίας υποστήριξαν ότι η σχετική γνώση δεν είναι ομοιόμορφα κατανομημένη σε όλο τον πληθυσμό, όπως εκτιμάται από τους νεοκλασικούς οικονομολόγους. Οι Hayek(1945) και Kirzner(1973,1997) ισχυρίστηκαν ότι η γνώση είναι το κλειδί για την επιχειρηματική ανακάλυψη. Περιέγραψαν μια ακούσια διαδικασία ανακάλυψης κατά την οποία οι συμμετέχοντες στην αγορά μέσω των αλληλεπιδράσεων αποκτούν σταδιακά την καλύτερη αμοιβαία γνώση σχετικά με τις πιθανές στάσεις της ζήτησης και της προσφοράς και έτσι μείωσαν την άγνοια (δηλαδή, αποδείχθηκε να γνωρίζουν πράγματα τα οποία προηγουμένως δεν είχαν συνειδητοποιήσει ότι δεν ήξεραν).

Σύμφωνα με την άποψη αυτή οι επιχειρηματικές ευκαιρίες ανακαλύπτονται χωρίς σκόπιμα να ψάχνουν για αυτές και η ανακάλυψη συνοδεύεται από την έκπληξη, διότι η ανακάλυψη δεν είχε μέχρι τώρα συνειδητοποιήσει την άγνοια της (Kirzner, 1997). Οι επιχειρηματίες είναι έκπληκτοι, όταν βλέπουν μια ευκαιρία που ήταν εκεί μπροστά τους, αλλά είχε περάσει απαρατήρητη. Μερικοί μελετητές το έχουν αναφέρει αυτό ως "Aha!" ή "Εύρηκα!" (Gaglio και Taub, 1992; Hills et al, 1999.).

Επιπλέον, οι Kirzner (1997) και Kaish, Gilad (1991) υποστήριξαν ότι είναι αδύνατο να ψάχνει κανείς για μια επιχειρηματική ευκαιρία, επειδή δεν μπορεί κανείς να ψάξει για κάτι, όταν δεν ξέρει τι είναι αυτό για το οποίο ψάχνει.

Με βάση το πλαίσιο που αναπτύχθηκε από τους Maija Renko και Rodney C. Shrader(2012), καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι, ενώ η αντίληψη και η άσκηση των ευκαιριών είναι θεμελιωδώς ιδιοσυγκρασιακή σε κάθε επιχειρηματία, η επιτυχία μιας επιχειρηματικής προσπάθειας περιορίζεται από τις αντικειμενικές συνθήκες της ευκαιρίας.

Οι Yosem E. Companys Jeffery S. McMullen(2007) εξετάζουν τη βιβλιογραφία γύρω από τις στρατηγικές διαχείρισης και την επιχειρηματικότητα για να προσδιορίσουν τη φύση και το χαρακτήρα των επιχειρηματικών ευκαιριών και των επιχειρηματικών στρατηγικών που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις για την κατάσχεση και την εμπορευματοποίηση αυτών των ευκαιριών. Εντοπίζονται από τους συγγραφείς τρεις αναδυόμενες σχολές. Η οικονομική σχολή υποστηρίζει ότι υπάρχουν επιχειρηματικές ευκαιρίες, ως αποτέλεσμα της κατανομής των πληροφοριών σχετικά με τους υλικούς πόρους στην κοινωνία. Η πολιτιστική σχολή υποστηρίζει ότι υπάρχουν επιχειρηματικές ευκαιρίες, ως αποτέλεσμα της περιβαλλοντικής ασάφειας και πολιτιστικών πόρων που διατίθενται για να ερμηνεύσουν και να καθορίσουν αυτές τις ευκαιρίες. Τέλος, η κοινωνικοπολιτική σχολή τονίζει το ρόλο των δομών και των πολιτικών στον καθορισμό των επιχειρηματικών ευκαιριών. Προσπάθησαν να ενσωματώσουν αυτές τις προοπτικές για να προσφέρουν έναν τρόπο ώστε να βελτιωθεί η κατανόηση της δημιουργίας ευκαιριών και η διαδικασία εκμετάλλευσής.

Με τη χρήση των αναδυόμενων σχολών ως οδηγό, κατασκεύασαν μια προκαταρκτική ταξινόμηση των επιχειρηματικών ευκαιριών. Η ταξινόμηση περιλαμβάνει τις οικονομικές, πολιτιστικές και τις κοινωνικοπολιτικές ευκαιρίες. Πρώτον, οι οικονομικές ευκαιρίες ορίζονται ως αντικειμενικές καταστάσεις που συνεπάγονται τους υλικούς πόρους και τις πληροφορίες στην ανακάλυψη της νέας δημιουργίας. Δεύτερον, πολιτιστικές ευκαιρίες είναι οι υποκειμενικές καταστάσεις που απαιτούν ερμηνευτικές διαδικασίες. Τέλος, κοινωνικοπολιτικές ευκαιρίες είναι αντικειμενικές καταστάσεις που ενσωματώνονται σε υφιστάμενες κοινωνικές δομές που εκμεταλλεύονται οι φορείς για τη δημιουργία νέων επιχειρηματικών ευκαιριών. Συλλογικά, αυτές οι ευκαιρίες καθορίζουν τη δομή των ευκαιριών που είναι στη διάθεση των επιχειρηματιών στο περιβάλλον.

Οι Mark Casson και Nigel Wadeson(2007) στην εργασία τους που δημοσιεύτηκε παρουσίασαν ένα απλό μοντέλο της επιχειρηματικότητας η οποία διερευνά τα γνωστικά ζητήματα που αφορούν την ανακάλυψη των ευκαιριών. Μια ευκαιρία ορίζεται ως ένα ανεκμετάλλευτο έργο που γίνεται αντιληπτό από ένα άτομο για να αποφέρει κάποιο δυνητικό όφελος. Μια ανακάλυψη είναι η αναγνώριση της ευκαιρίας από ένα άτομο που σαρώνει το σύνολο των δυνατών έργων. Μια ανακάλυψη περιλαμβάνει τη διαλογή του δείγματος των πιθανών έργων από ένα επιλεγμένο υποσύνολο του συνόλου των δυνατών έργων. Μια ευκαιρία ανακαλύπτεται όταν ένα έργο πληροί τα κριτήρια που καθορίζονται από το άτομο για ένα δυνητικά επιτυχημένο έργο.

Ένας επιχειρηματίας είναι κάποιος που ειδικεύεται στην άσκηση της κρίσης σχετικά με την επένδυση σπάνιων πόρων σε έργα. Η επιχειρηματικότητα περιλαμβάνει τρεις κύριες λειτουργίες: την ανακάλυψη της ευκαιρίας, την προμήθεια των απαιτούμενων πόρων για το έργο, και την πραγματοποίηση των οφελών μέσω της εφαρμογής του έργου. Ο ανταγωνισμός με άλλους επιχειρηματίες μπορεί να προκύψει σε κάθε ένα από αυτά τα τρία στάδια.

Οι επιχειρηματίες έχουν ένα συγκριτικό πλεονέκτημα στη λήψη των αποφάσεων, επειδή έχουν χαμηλότερο κόστος στις προσωπικές πληροφορίες από τους άλλους ανθρώπους. Ως εκ τούτου, ειδικεύονται στη λήψη αποφάσεων για λογαριασμό άλλων ανθρώπων. Άλλοι άνθρωποι δανείζουν τους πόρους τους, και τους απασχολούν για τη διαχείριση των πόρων αυτών για λογαριασμό τους. Ως εκ τούτου, οι επιχειρηματίες γίνονται οι ιδιοκτήτες και ταυτόχρονα οι διαχειριστές των επιχειρήσεων στις οποίες άλλοι άνθρωποι έχουν επενδύσει. Παρά το γεγονός ότι οι επιχειρηματίες μπορούν να επενδύουν σε επιχειρήσεις από μόνοι τους, είναι γεγονός ότι ελέγχουν τους πόρους που ανήκουν σε άλλους ανθρώπους που τους καθιστά ειδικούς στον τομέα τους.

Η φύση και η πηγή της επιχειρηματικής ευκαιρίας είναι σημαντικά ζητήματα για την κατανόηση του πώς λειτουργούν οι αγορές και να τεθεί σε λειτουργία. Οι Jeffery S. McMullen Lawrence A. Plummer Zoltan J. Acs (2007) ερεύνησαν τρεις από τους πιο σημαντικούς λόγους που υπάρχει σύγχυση σχετικά με την δομή της επιχειρηματικής ευκαιρίας. Πρώτον, την αντικειμενικότητα της ευκαιρίας, έπειτα την εκτίμηση της σημασίας ενός συγκεκριμένου ατόμου στον καθορισμό της

κατεύθυνσης του κοινωνικού κόσμου και τέλος ερεύνησαν το τι διακρίνει την υποκατηγορία της «επιχειρηματικής» ευκαιρίας από την ευρύτερη κατηγορία των ευκαιριών σε γενικές γραμμές.

Στη συζήτησή τους, οι Casson(1982) και Wadeson (2007) υποστηρίζουν ότι υπάρχει μια συγγένεια μεταξύ της έννοιας της ευκαιρίας και της έννοιας του έργου. Ένα έργο λέγεται ότι είναι ένα απόθεμα πόρων που δεσμεύεται για μια συγκεκριμένη χρήση για ένα μεγάλο χρονικό διάστημα, ενώ η ευκαιρία είναι ένα έργο που δεν έχει ακόμη τεθεί σε λειτουργία η οποία αποτελεί μέρος του βέλτιστου συνόλου των έργων στην οικονομία. Ειδικότερα, οι Casson(1982) και Wadeson(2007) υποστηρίζουν ότι η διαμόρφωση της αναζήτησης ενός ατόμου για ένα πιθανό έργο είναι το κλειδί για την πλήρη ανάπτυξη της θεωρίας της επιχειρηματικότητας από πλευράς ευκαιριών.

Ακόμη, Guido Buenstorf(2007) ισχυρίζεται ότι το κρίσιμο σημείο είναι ότι οι επιχειρηματικές ευκαιρίες δημιουργούνται κυρίως από τις δραστηριότητες των ανθρώπινων παραγόντων. Πράγματι, οι ιδιώτες μπορούν να δημιουργήσουν σκόπιμα ευκαιρίες, οι ευκαιρίες είναι συχνά η ακούσια συνέπεια των ανθρώπινων δραστηριοτήτων που υποκινούνται από κάποιους άλλους μη οικονομικούς στόχους. Λαμβάνοντας υπόψη αυτή την κεντρική διατριβή, ο Buenstorf καταλήγει στο συμπέρασμα ότι αν υπάρχουν εξωγενείς ευκαιρίες ή δημιουργούνται ενεργά μέσω της ανθρώπινης δράσης δεν είναι το πραγματικό πρόβλημα. Αντί αυτού, η βασική διαμάχη είναι στο αν είναι εξωγενείς οι ευκαιρίες για τον επιχειρηματία στη δική του δραστηριότητα. Με άλλα λόγια, αν ο ίδιος ο επιχειρηματίας ή κάποιος άλλος παράγοντας δημιουργεί την ευκαιρία. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο, ο Buenstorf κάνει τη διάκριση μεταξύ των «ευκαιριών ανώτερης τάξης» (δηλαδή, η δυνατότητα να δημιουργήσουμε την ευκαιρία) και από την ίδια την ευκαιρία. Η πρώτη, ίσως με τη μορφή των επιστημονικών ανακαλύψεων ή των ρυθμιστικών αλλαγών, θέτει τις βάσεις για μια νέα επιχειρηματική ευκαιρία που μπορεί ή δεν μπορεί να δημιουργηθεί, ανακαλυφθεί, ή να αξιοποιηθεί από τους φορείς που είναι υπεύθυνοι για την ευκαιρία υψηλότερης τάξης.

Επιπρόσθετα ο Mark Sanders(2007) συνδυάζει δημιουργικά τις θεωρίες της επιχειρηματικότητας και των ευκαιριών, τη φιλοσοφία και την οικονομία της επιστήμης, και την σύγχρονη θεωρία της ανάπτυξης. Με αυτόν τον τρόπο, ο Sanders συνδέει (από την επιχειρηματικότητα) την εμπορευματοποίηση των επιχειρηματιών

από αυτές τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται από τις νέες δραστηριότητες δημιουργίας γνώσης, (από τη νέα θεωρία της ανάπτυξης) τη σημασία αυτών των νέων γνώσεων ως κινητήρια δύναμη της οικονομικής ανάπτυξης, και την (από την φιλοσοφία και την οικονομία της επιστήμης) άμπωτη ροή της δημιουργίας νέων γνώσεων. Συμπερασματικά, ο Sanders υποστηρίζει ότι οι ευκαιρίες και η οικονομική ανάπτυξη είναι έντονα συνδεδεμένες με την εξέλιξη της επιστήμης.

Στο μοναδικό εμπειρικό άρθρο στο ειδικό τεύχος, “Exploiting Entrepreneurial Opportunities: The Impact of Entrepreneurship on Growth,” η Pamela Muelle(2007) διαπιστώνει ότι, αν και το απόθεμα της γνώσης σε μια περιοχή είναι ένας σημαντικός καθοριστικός παράγοντας της τοπικής οικονομικής ανάπτυξης, η νέα επιχείρηση σε γενικές γραμμές - η οποία θεωρείται ως η αξιοποίηση των ευκαιριών που προκύπτουν από τις δραστηριότητες E & A - και όχι δημόσια ιδρύματα που είναι τα μέσα με τα οποία η γνώση συμβάλλει στην τοπική οικονομία. Πιο συγκεκριμένα, τα αποτελέσματά της δείχνουν ότι η συμβολή των δημόσιων ιδρυμάτων και των πανεπιστημίων για την περιφερειακή ανάπτυξη ωχριά σε σύγκριση με την συμβολή των υψηλής τεχνολογίας από νεοσύστατες επιχειρήσεις ειδικότερα. Η Mueller ερμηνεύει τα ευρήματα που δείχνουν ότι οι νέες επιχειρήσεις υπερασπίζονται τις καινοτομίες που οδηγούν την οικονομική ανάπτυξη και, ως εκ τούτου, είναι πολύ πιο πιθανό να αμφισβητήσουν τις θέσεις της αγοράς των πρώην μονοπωλιακών επιχειρήσεων.

Τέλος, οι Larry Plummer, J. Michael Haynie, and Joy Godesiabo (2007) εξέτασαν πέντε μεγάλες σχολές στρατηγικής και διαπίστωσαν ότι οι επιχειρηματίες μπορούν να ανακαλύψουν και να εκμεταλλευτούν τις ευκαιρίες που με μια αντικειμενική έννοια, δεν είναι πραγματικά νέες. Χτίζουν την Holcombes (2003) πρόταση ότι η επιχειρηματική δραστηριότητα είναι η σημαντικότερη πηγή νέων ευκαιριών, με την προσθήκη της δυνατότητας ότι οι επιχειρηματίες θα «υπό-εκμεταλλεύονται» την ευκαιρία λόγω σφαλμάτων στην επιχειρηματική στρατηγική τους. Οι συγγραφείς καταλήγουν στο συμπέρασμα, ότι η θεωρία της ευκαιρίας θα πρέπει να διακρίνεται ανάμεσα σε αυτές τις ευκαιρίες που είναι πραγματικά νέες και σε εκείνες που βρίσκονται υπό εκμετάλλευση περιπτώσεις της δυνατοτήτων που υπάρχουν ήδη.

1.3 ΥΠΟΘΕΣΕΙΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η έρευνα της παρούσας διπλωματικής αρχικά στοχεύει στο να συγκεντρώσει και να παρουσιάσει το διεθνές θεωρητικό υπόβαθρο που έχει αναπτυχθεί γύρω από τις έννοιες των επιχειρηματικών ευκαιριών και ικανοτήτων. Με δεδομένη την οικονομική κατάσταση που επικρατεί στο παγκόσμιο οικονομικό περιβάλλον αποτελεί ενδιαφέρον η έρευνα για το πώς οι επιχειρηματικές ευκαιρίες έχουν επηρεαστεί από την οικονομική κρίση. Γίνεται εστίαση στην εξέλιξη των δεικτών των επιχειρηματικών ευκαιριών και ικανοτήτων για την εύρεση τυχόν πτωτικής τάσης σύμφωνα με τα δεδομένα που παρέχονται από το GEM.

Με την βοήθεια της επισκόπησης στη διεθνή βιβλιογραφία, γύρω από την έννοια των επιχειρηματικών ευκαιριών συνοψίζεται ότι η γνώση και η εγρήγορση παίζουν σημαντικό ρόλο στην «ανακάλυψη» των επιχειρηματικών ευκαιριών (Hayek, 1945; Hsieh et al, 2007;. Kirzner, 1973, 1997, Lumpkin και το Lichtenstein, 2005; Murphy, 2011; Vaghely και Julien, 2010).

Συγκεκριμένα, στην Ελλάδα υπάρχουν πολλοί που σκέφτονται να ξεκινήσουν επιχειρηματική δραστηριότητα, μολονότι οι περισσότεροι δεν «έβλεπαν» γύρω τους σημαντικές επιχειρηματικές ευκαιρίες. Θα γίνει προσπάθεια να δοθεί μια εξήγηση σε αυτό το παράδοξο. Ωστόσο και πάλι, το γεγονός ότι οι Έλληνες δεν αντιλαμβάνονται επιχειρηματικές ευκαιρίες, πέρα από αυτήν που επιδιώκουν οι ίδιοι, αναδεικνύει ένα αρνητικό στοιχείο του επιχειρηματικού κλίματος στην Ελλάδα, το οποίο θα κληθεί να ερμηνευτεί. Μήπως λοιπόν οι δραστηριότητες προς τις οποίες κατευθύνονταν παραδοσιακά οι επιχειρηματικές πρωτοβουλίες στην Ελλάδα έχουν φτάσει ουσιαστικά σε σημείο «κορεσμού»; Το ερώτημα είναι και βάσιμο αλλά και κρίσιμο,

δεδομένου ότι, αν ευσταθεί, υπονοεί την βαθμιαία εξάντληση του μοντέλου στο οποίο βασίστηκε η ανάπτυξη της χώρας τα τελευταία χρόνια.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

2. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Για την μελέτη και την σύγκριση των δεικτών των επιχειρηματικών ευκαιριών και ικανοτήτων της Ελλάδας και των Ευρωπαϊκών χωρών χρησιμοποιήθηκαν πηγές και δεδομένα από το διεθνές πρόγραμμα του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου για την Επιχειρηματικότητα GEM (Global Entrepreneurship Monitor), και από το Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών⁷ που δραστηριοποιείται στον Ελλαδικό χώρο.

Το Global Entrepreneurship Monitor (GEM) αποτελεί μία κοινοπραξία από ερευνητικά ινστιτούτα και πανεπιστήμια στο πλαίσιο της οποίας συλλέγονται εμπειρικά δεδομένα από ένα ευρύ σύνολο χωρών και παρουσιάζονται τα συνολικά ευρήματα στην ετήσια έκδοση του World Report on Entrepreneurship. Το GEM δημοσιεύει παγκόσμιες, αλλά και ειδικές θεματικές εκθέσεις σχετικά με διάφορες διαστάσεις της επιχειρηματικότητας, συνεισφέροντας στην παγκόσμια συζήτηση για την προώθηση της επιχειρηματικότητας. Αποτελεί αυτή τη στιγμή το μοναδικό ερευνητικό πρόγραμμα παγκοσμίως, που μελετά την επιχειρηματικότητα σε διαχρονική βάση.

Σε ελλαδικό επίπεδο το IOBE συμμετέχει από το 2003 στο διεθνές ερευνητικό πρόγραμμα του GEM και δημοσιεύει ετήσιες εκθέσεις για την Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα. Αποτελεί τον αποκλειστικό ελληνικό εταίρο στην ερευνητική

⁷ Το Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών είναι ιδιωτικός, μη κερδοσκοπικός, κοινωφελής ερευνητικός οργανισμός. Ιδρύθηκε με σκοπό να προωθεί την επιστημονική έρευνα για τα τρέχοντα και αναδυόμενα προβλήματα της ελληνικής οικονομίας και να παρέχει αντικειμενική πληροφόρηση και να διατυπώνει προτάσεις οι οποίες είναι χρήσιμες στη διαμόρφωση πολιτικής.

κοινοπραξία του GEM, και έχει την ευθύνη για την ομαλή και ορθή διεξαγωγή των αναγκαίων ερευνών στον ελληνικό πληθυσμό, την επεξεργασία των αποτελεσμάτων σύμφωνα με την κοινή εναρμονισμένη μεθοδολογία και την ένταξη των τελικών στοιχείων στο διεθνές αναλυτικό πλαίσιο του GEM, έτσι ώστε να επιτυγχάνεται η συγκρισιμότητα των στοιχείων.

2.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΟΥ ΘΕΜΑΤΟΣ

Η μεθοδολογία που ακολουθείται κάνει μια διάκριση. Η διάκριση αυτή γίνεται μεταξύ των χωρών που θα συμπεριληφθούν στην μελέτη των δεικτών. Χωρίζονται σε δύο ομάδες όπως γίνεται και κατά την ερευνητική διαδικασία της ομάδας του GEM. Η πρώτη ομάδα περιλαμβάνει χώρες της Ε.Ε. που βασίζονται στην αποδοτικότητα και η δεύτερη ομάδα περιλαμβάνει τις χώρες εκείνες που βασίζονται κυρίως στην καινοτομία.

Ο πρώτος δείκτης που θα παρουσιαστεί είναι ο δείκτης των επιχειρηματικών ευκαιριών. Συμπεριλαμβάνεται στους παράγοντες που 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. Ανεξάρτητα από το αν ο επίδοξος ή νέος επιχειρηματίας έχει σαφή συνείδηση αυτού του πολιτισμικού πλαισίου ή όχι, η απόφασή του δεν μπορεί παρά να επηρεάζεται από αυτό, τουλάχιστον σε κάποιο βαθμό.

Ο δεύτερος δείκτης που ερευνάται είναι αυτός των επιχειρηματικών ικανοτήτων. Αφορά παράγοντες που είναι αυστηρά προσωπικοί, με την έννοια ότι αφορούν τον τρόπο με τον οποίο κάθε συγκεκριμένος άνθρωπος κρίνει την δική του προσωπική επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Ιδιαίτερη σημασία έχουν παράγοντες όπως η αξιολόγηση των ικανοτήτων και της εμπειρίας του από τον ίδιο τον επίδοξο/νέο επιχειρηματία, αλλά και το «θάρρος» του για την είσοδο σε μια νέα δραστηριότητα, τα αποτελέσματα της οποίας δεν μπορεί παρά να ενέχουν μεγάλη αβεβαιότητα. Πρόκειται, με άλλα λόγια, για παράγοντες οι οποίοι αφορούν αποκλειστικά το άτομο και την επιλογή επιχειρηματικής δραστηριοποίησης για την οποία είτε προβληματίζεται, είτε έχει ήδη αποφασίσει να ακολουθήσει.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3ο

ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΚΑΙ

ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

3. ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

Παρακάτω θα παρουσιασθούν αναλυτικά τα δεδομένα στα οποία βασίζεται η έρευνα της εργασίας. Τα δεδομένα για τους δείκτες, που μετρούν την αντίληψη που επικρατεί στο ευρύτερο κοινωνικό περιβάλλον μέσα στο οποίο κινείται ο νέος επιχειρηματίας, και τους προσωπικούς παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση για επιχειρηματική δραστηριοποίηση, αντλήθηκαν από την ιστοσελίδα του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας⁸ (Global Entrepreneurship Monitor).

3.1 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΕΜΠΕΙΡΙΚΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

3.1.1 ΔΕΙΚΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Στο σημείο αυτό θα παρουσιαστεί ο δείκτης της επιχειρηματικότητας που (Early Stage Entrepreneurial Activity) βρισκόταν στη φάση εκκίνησης μιας νέας επιχειρηματικής πρωτοβουλίας κατά τα έτη 2001 έως 2013. Η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων περιλαμβάνει άτομα που ανήκουν σε δύο επιμέρους κατηγορίες, τους «επίδοξους» δηλαδή εκείνους που μόλις ξεκινούν την επιχειρηματική τους

⁸ Το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας, είναι ένα ερευνητικό πρόγραμμα το οποίο προσπαθεί να μετρήσει, να συγκρίνει και να αναλύσει την επιχειρηματικότητα σε ένα μεγάλο αριθμό χωρών σε ετήσια βάση από το 1999.

ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΑΝΤΙΛΗΨΗ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ ΚΑΙ
ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΣ ΚΑΙ ΕΘΝΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

δραστηριότητα και τους «νέους» επιχειρηματίες αυτούς που το εγχείρημά τους δεν έχει υπερβεί την ηλικία των 3,5 ετών.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έκθεσης⁹, στην Ελλάδα, το ποσοστό του πληθυσμού που βρισκόταν σε φάση εκκίνησης επιχειρηματικής δραστηριότητας το 2013 ήταν 5,5%. Το ποσοστό αυτό είναι σημαντικά χαμηλότερο από το 6,5% που είχε καταγραφεί το προηγούμενο έτος για την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3 1 Ο ΔΕΙΚΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ

μεσαίου εισοδήματος, βελτίωση της αποτελεσματικότη τας της οικονομίας	Country	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
	Croatia		3,6	2,6	3,7	6,1	8,5	7,3	7,6	5,6	5,5	7,3	8,3	8,3
	Estonia												14,3	13,1
	Hungary	10,9	6,5		4,3	1,9	6,0	6,9	6,6	9,1	7,1	6,3	9,2	9,7
	Latvia					6,6	6,5	4,5	6,5	10,5	9,7	11,9	13,4	13,3
	Lithuania											11,3	6,7	12,4
	Poland	8,0	4,0		8,8							9,0	9,4	9,3
	Romania							4,0	4,0	5,0	4,3	9,9	9,2	10,1
	Slovak Republic											14,2	10,2	9,5
υψηλού εισοδήματος συνεχής ανάπτυξη, συνεχή προώθηση της καινοτομίας	Belgium	4,2	3,0	3,9	3,4	3,9	2,7	3,1	2,9	3,5	3,7	5,7	5,2	4,9
	Czech Republic						7,8					7,6		7,3
	Finland	8,2	4,6	3,1	4,4	4,9	5,0	6,9	7,3	5,2	5,7	6,3	6,0	5,3
	France	5,7	3,1	1,6	6,0	5,4	4,4	3,2	5,6	4,3	5,8	5,7	5,2	4,6
	Germany	6,3	5,2	5,2	4,4	5,1	4,2		3,8	4,1	4,2	5,6	5,3	5,0
	Greece			6,8	5,8	6,5	7,9	5,7	9,9	8,8	5,5	8,0	6,5	5,5
	Ireland	11,4	9,1	8,1	7,7	9,8	7,4	8,2	7,6		6,8	7,2	6,2	9,3
	Italy	9,1	5,7	3,1	4,3	4,9	3,5	5,0	4,6	3,7	2,4		4,3	3,4
	Luxembourg													8,7
	Netherlands	5,9	4,6	3,6	5,1	4,3	5,4	5,2	5,2	7,2	7,2	8,2	10,3	9,3

⁹ Σταύρος Ιωαννίδης, Ιωάννης Γιωτόπουλος, 2014 «Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ 2012-13: ΕΝΔΕΙΞΕΙΣ ΑΝΑΚΑΜΨΗΣ ΤΗΣ ΜΙΚΡΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ», ΙΟΒΕ, Αθήνα.

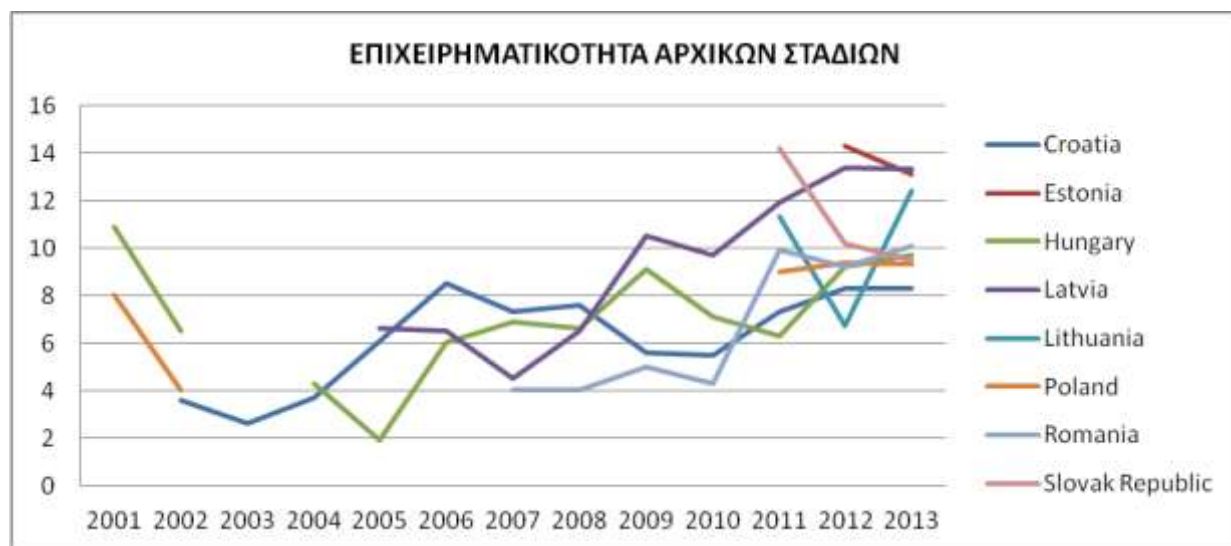
ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΑΝΤΙΛΗΨΗ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ ΚΑΙ
ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΣ ΚΑΙ ΕΘΝΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

Portugal	6,6			3,8			8,8			4,4	7,5	7,7	8,3
Slovenia		4,6	4,0	2,6	4,4	4,6	4,8	6,4	5,4	4,7	3,7	5,4	6,5
Spain	6,3	4,6	6,6	5,1	5,7	7,3	7,6	7,0	5,1	4,3	5,8	5,7	5,2
Sweden	5,7	3,9	4,1	3,7	4,0	3,4	4,2			4,9	5,8	6,4	8,3
United Kingdom	6,5	5,4	6,4	6,2	6,2	5,8	5,5	5,9	5,7	6,4	7,3	9,0	7,1

Προφανώς, η πτώση του δείκτη δεν είναι άσχετη από τη δεινή οικονομική κατάσταση στην οποία βρέθηκε η χώρα, καθώς η ύφεση συρρίκνωσε τις επιχειρηματικές πρωτοβουλίες που θεωρούνται βιώσιμες.

Έτσι, ενώ το 2011 η Ελλάδα κατατάσσόταν στην 4η υψηλότερη θέση ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας, το 2012 βρέθηκε στην 12η θέση και η πορεία του δείκτη είναι φθίνουσα και για το έτος 2013.

Σύμφωνα με τα δεδομένα του πίνακα 3.1, μπορεί κανείς να διακρίνει το ποσοστό του πληθυσμού που βρισκόταν σε φάση εκκίνησης επιχειρηματικής δραστηριότητας κατά τα έτη 2001-2013 στις χώρες της Ε.Ε. που βασίζονται στην αποδοτικότητα και στην καινοτομία αντίστοιχα.



ΓΡΑΦΗΜΑ 3 1 Ο δείκτης επιχειρηματικότητας ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ για τις χώρες μεσαίου εισοδήματος, που αποβλέπουν

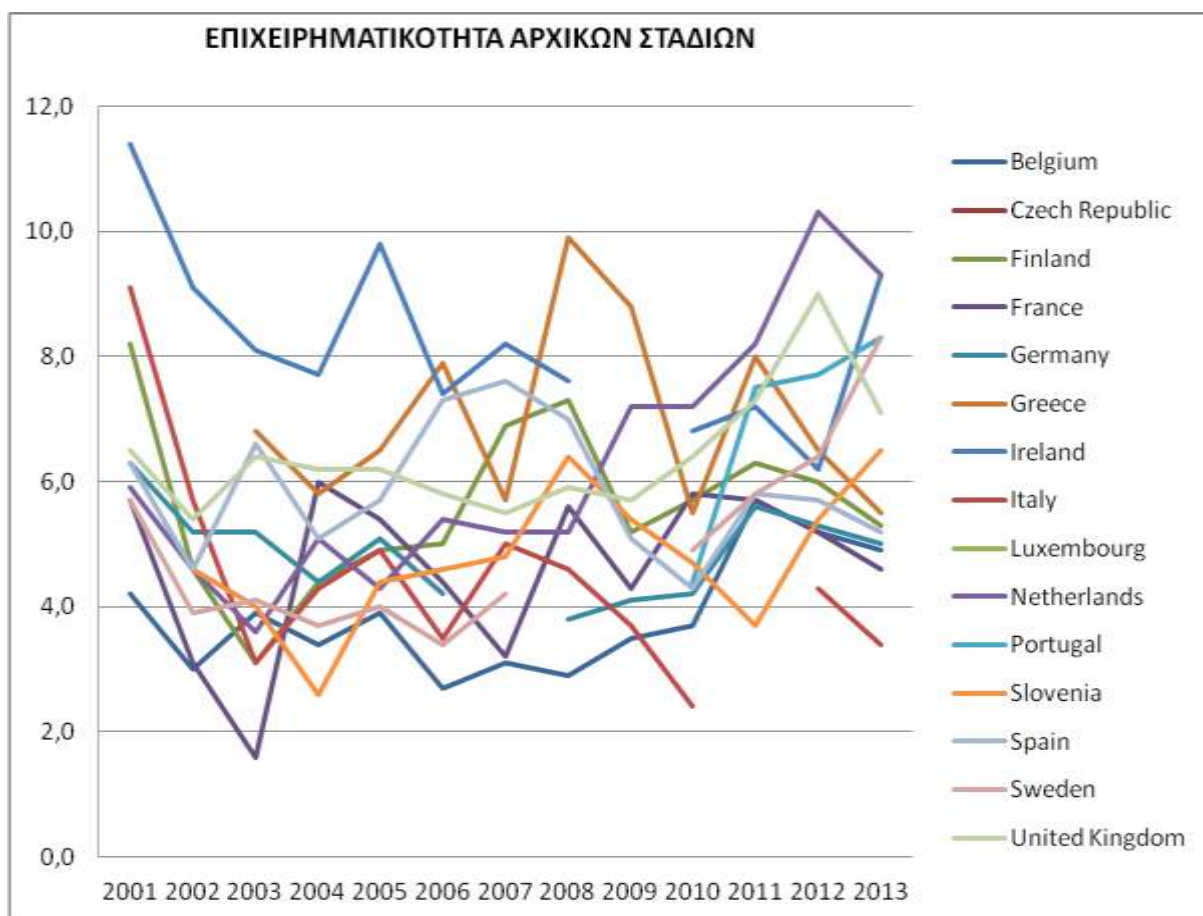
ΠΗΓΗ: 1ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ- ΤΟΥ ΓΕΜ.

στη βελτίωση της αποτελεσματικότητας της οικονομία.

ΠΗΓΗ: 2 ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΓΕΜ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΑΠΟ ΤΟΝ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ.

Όπως και τα προηγούμενα χρόνια, πρωταθλητές στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων είναι οι χώρες χαμηλού κατά κεφαλήν εισοδήματος. Η εξήγηση δίνεται από την υψηλή «επιχειρηματικότητα ανάγκης» που καταγράφεται σε αυτές τις χώρες, το γεγονός δηλαδή ότι μεγάλο μέρος του πληθυσμού δραστηριοποιείται επιχειρηματικά όχι γιατί έχει αντιληφθεί κάποια πραγματική επιχειρηματική ευκαιρία, αλλά επειδή δεν έχει άλλη δυνατότητα βιοπορισμού.

Η σχετική ευκολία εύρεσης μισθωτής εργασίας εξηγεί τη χαμηλή επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων που καταγράφουν οι χώρες υψηλού κατά κεφαλήν εισοδήματος. Εδώ η επιχειρηματικότητα «ευκαιρίας» συνιστά τον κύριο λόγο επιχειρηματικής δραστηριοποίησης, την ανακάλυψη δηλαδή μιας ευκαιρίας από το άτομο, η εκμετάλλευσή της οποίας προσδοκά ότι θα τον οδηγήσει σε καλύτερη κατάσταση στο μέλλον με βάση κάποιο κριτήριο –π.χ. υψηλότερο εισόδημα, μεγαλύτερη ανεξαρτησία στην εργασία κλπ.



ΠΗΓΗ: 3 ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΓΕΜ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΑΠΟ ΤΟΝ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ.

ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΑΝΤΙΛΗΨΗ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ ΚΑΙ
ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΣ ΚΑΙ ΕΘΝΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

ΓΡΑΦΗΜΑ 3 2 Ο δείκτης επιχειρηματικότητας ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ για τις χώρες υψηλού εισοδήματος, συνεχής ανάπτυξης και προώθησης της καινοτομίας.

Επιπλέον μια παρατήρηση σχετικά με τα ανωτέρω γραφήματα 3.1 και 3.2 είναι ότι η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων φαίνεται ότι είναι πολύ σταθερότερη στις οικονομίες που βασίζονται στην καινοτομία σε σύγκριση με εκείνες που βασίζονται στην αποτελεσματική χρήση των συντελεστών παραγωγής. Για τις τελευταίες, η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων εμφανίζει πολύ εντονότερες διακυμάνσεις.

Ωστόσο, και στις δύο ομάδες χωρών το 2008 καταγράφουν ελαφρά αύξηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας, κάτι που δείχνει ότι η εμφάνιση της κρίσης δε μπορούσε να αναιρέσει τα πρώτα βήματα προς επιχειρηματική δραστηριοποίηση που είχαν ήδη γίνει, με αποτέλεσμα η επιχειρηματική δραστηριότητα να εμφανίζεται ανεπηρέαστη από την κρίση. Επιπλέον, και στις δύο ομάδες χωρών εμφανίζεται μια κάμψη του ρυθμού αύξησης, αν και δε φαίνεται ότι είναι σημαντική.



ΓΡΑΦΗΜΑ 3 3 Ο δείκτης επιχειρηματικότητας ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ για την Ελλάδα.
ΠΗΓΗ: 4 ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ GEM ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΑΠΟ ΤΟΝ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ.

Επιπρόσθετα, αξίζει να τονιστεί ότι τα ελληνικά δεδομένα διαφοροποιούν την εικόνα της χώρας μας σημαντικά και από τις δύο ομάδες χωρών. Για την Ελλάδα τα

πρώτα σημάδια της κρίσης φαίνεται ότι οδήγησαν σε μια αύξηση¹⁰ της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων.

Το εντυπωσιακό στοιχείο εδώ είναι ότι παρόλο που το 2012 ήταν το χειρότερο έτος της ύφεσης για την Ελλάδα τα τελευταία χρόνια η δομή της ελληνικής οικονομίας ως βασιζόμενη στη μικρή επιχείρηση δεν δείχνει να μεταβάλλεται.

3.1.2 Ο ΔΕΙΚΤΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ

Ο Πίνακας 3.2 που ακολουθεί καταγράφει τον δείκτη που μετρά τους προσωπικούς παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση για επιχειρηματική δραστηριοποίηση όπως οι γνώσεις, η ικανότητα και η εμπειρία, όπως ανέδειξαν οι ετήσιες έρευνες του GEM από το 2003 έως το 2013. Ο Πίνακας 3.2 αφορά κυρίως τις χώρες καινοτομίας αλλά και σ' αυτές που βασίζονται στη βελτίωση της αποτελεσματικότητας. Τα παρακάτω δεδομένα αφορούν ολόκληρο το δείγμα του πληθυσμού και όχι αποκλειστικά εκείνους που δήλωσαν ότι έχουν δραστηριοποιηθεί επιχειρηματικά

Ο προσωπικός παράγοντας που καταγράφεται στον Πίνακα 3.2 είναι η εκτίμηση των ατόμων του δείγματος σχετικά με το αν κατέχουν τις γνώσεις, την ικανότητα και την εμπειρία που απαιτούνται για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Οι Έλληνες 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 το 2005 η Ελλάδα κατατάσσεται στην 1η θέση, το 2006 αρκετές χώρες βελτιώνουν την επίδοσή τους και ξεπερνούν την Ελλάδα (ευρωπαϊκός μέσος όρος στο 42% το 2006).

¹⁰ Σύμφωνα με την παγκόσμια Έκθεση του GEM για το 2008 (Bosmaetal 2009). Niels Bosma, Zoltan J. Acs, Erkki Autio, Alicia Coduras, Jonathan Levie. Global Entrepreneurship Monitor 2008 Executive Report Founding and Sponsoring Institutions.

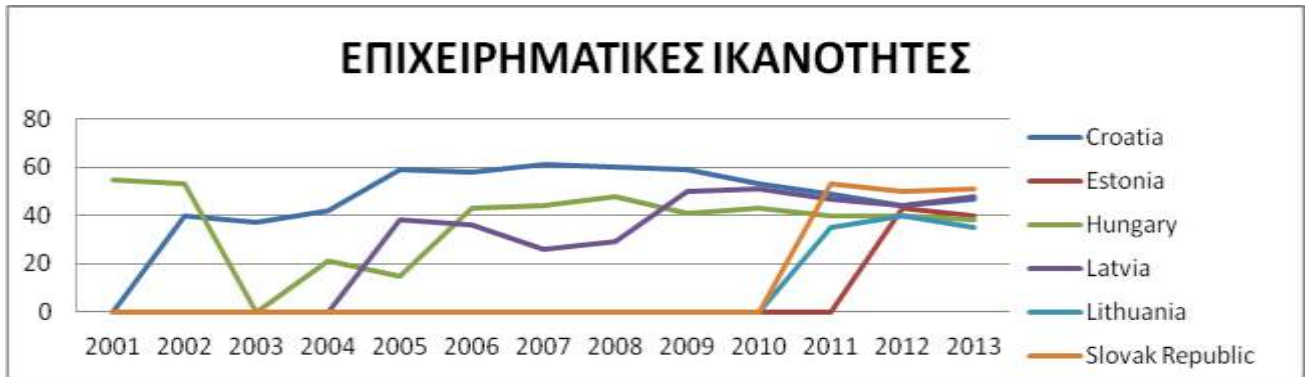
ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΑΝΤΙΛΗΨΗ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ ΚΑΙ
ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΣ ΚΑΙ ΕΘΝΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

ΧΩΡΕΣ		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
μεσαίου εισοδήματος, βελτίωση της αποτελεσματικό τητας της οικονομίας	Croatia	-	40	37	42	59	58	61	60	59	53	49	44	47	
	Estonia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	43	40	
	Hungary	55	53	-	21	15	43	44	48	41	43	40	40	38	
	Latvia	-	-	-	-	38	36	26	29	50	51	47	44	48	
	Lithuania	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	35	40	35	
	Slovak Republic	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	53	50	51	
υψηλού εισοδήματος συνεχής ανάπτυξη, συνεχή προώθηση της καινοτομίας	Belgium	30	35	35	39	44	35	37	36	37	45	44	37	34	
	Czech Republic	-	-	-	-	-	38	-	-	-	-	39	-	43	
	Finland	38	39	38	36	36	37	40	39	35	40	37	34	33	
	France	20	26	25	33	36	33	33	25	27	37	38	36	33	
	Germany	30	35	38	36	41	39	-	35	40	42	37	37	38	
	Greece	-	-	52	54	45	46	48	55	58	52	50	50	46	
	Ireland	46	50	46	48	50	51	49	48	-	49	46	45	43	
	Italy	33	39	35	33	32	44	51	40	41	42	-	30	29	
	Luxembourg	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	43
	Netherlands	37	37	32	37	42	38	39	38	47	46	42	42	42	
	Portugal	42	-	-	46	-	-	58	-	-	52	47	47	49	
	Slovenia	-	44	38	43	35	48	48	51	52	56	51	51	51	
	Spain	49	49	31	41	48	46	45	47	48	50	51	50	48	
	Sweden	44	43	42	42	45	42	42	-	-	42	40	37	39	

	United Kingdom	46	46	48	52	51	50	49	50	47	52	42	47	44
--	----------------	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

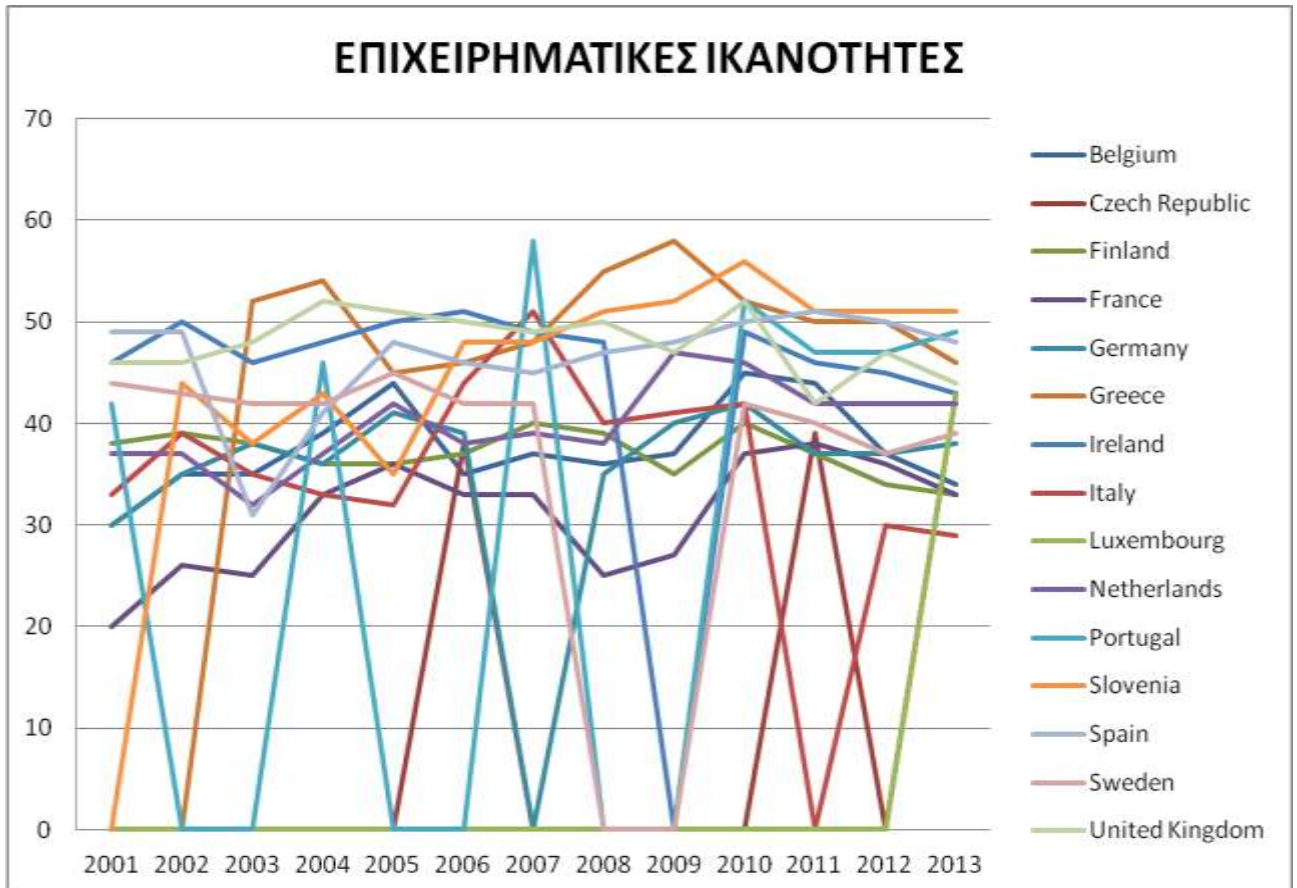
ΠΗΓΗ: ΣΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ-ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΤΟΥ ΓΕΜ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3 2 Ο δείκτης επιχειρηματικότητας που μετρά τους προσωπικούς παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση για επιχειρηματική δραστηριοποίηση όπως οι γνώσεις, η ικανότητα και η εμπειρία για τις χώρες μεσαίου εισοδήματος, που αποβλέπουν στη βελτίωση της αποτελεσματικότητας της οικονομία, και για τις χώρες υψηλού εισοδήματος, συνεχής ανάπτυξης και προώθησης της καινοτομίας.



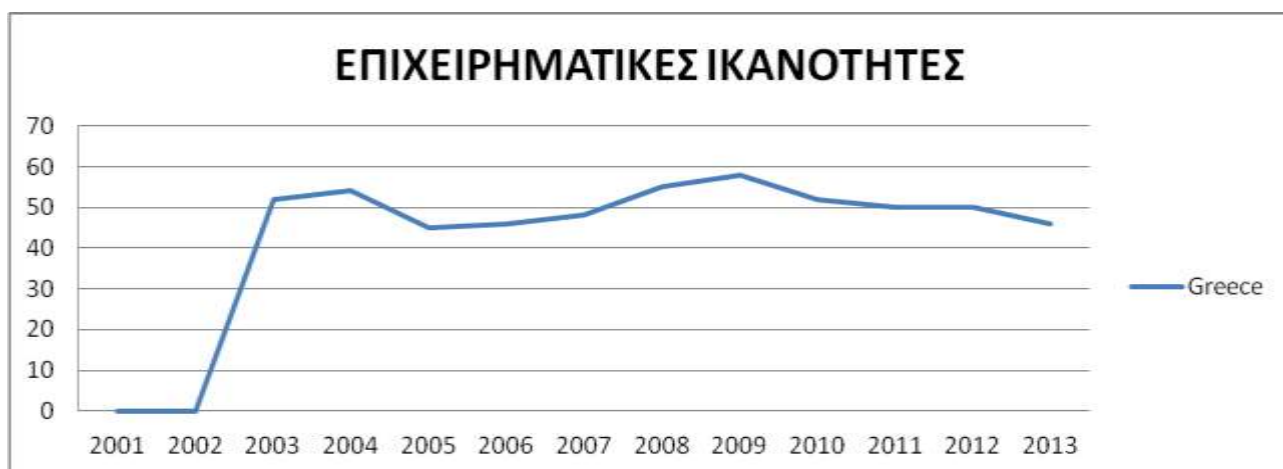
ΠΗΓΗ: 6 ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΓΕΜ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΑΠΟ ΤΟΝ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ.

ΓΡΑΦΗΜΑ 3 4 Ο δείκτης επιχειρηματικότητας που μετρά τους προσωπικούς παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση για επιχειρηματική δραστηριοποίηση όπως οι γνώσεις, η ικανότητα και η εμπειρία για τις χώρες μεσαίου εισοδήματος, που αποβλέπουν στη βελτίωση της αποτελεσματικότητας της οικονομία.



ΠΗΓΗ: 7 ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ GEM ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΑΠΟ ΤΟΝ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ.

ΓΡΑΦΗΜΑ 3 5 Ο δείκτης επιχειρηματικότητας που μετρά τους προσωπικούς παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση για επιχειρηματική δραστηριοποίηση όπως οι γνώσεις, η ικανότητα και η εμπειρία για τις χώρες υψηλού εισοδήματος, συνεχής ανάπτυξης και προώθησης της καινοτομίας.



ΠΗΓΗ: 8 ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ GEM ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΑΠΟ ΤΟΝ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ.

ΓΡΑΦΗΜΑ 3 6 Ο δείκτης επιχειρηματικότητας που μετρά τους προσωπικούς παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση για επιχειρηματική δραστηριοποίηση όπως οι γνώσεις, η ικανότητα και η εμπειρία για την Ελλάδα.

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.

Το ποσοστό που καταγράφει η χώρα μας (46%) είναι από τα υψηλότερα ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας για το 2013. Με άλλα λόγια, οι Έλληνες θεωρούν ότι προσωπικά διαθέτουν τις απαραίτητες ικανότητες για επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Ας σημειωθεί εδώ ότι δεν πρόκειται για νέο εύρημα, καθώς αυτή η υψηλή αυτοπεποίθηση των Ελλήνων προκύπτει σταθερά σε όλες τις έρευνες στη χώρα μας από το 2003.

Κάνοντας και μια διάκριση μεταξύ των δύο φύλων μπορούμε να πούμε ότι στην Ελλάδα οι αντιλήψεις των γυναικών σχετικά με το εάν διαθέτουν τις ικανότητες και τις δεξιότητες ώστε να αναλάβουν επιχειρηματική πρωτοβουλία παρουσιάζουν ποσοστά που είναι χαμηλότερα από τις σχετικές αντιλήψεις των ανδρών κατά το έτος 2013. Και πρέπει να επισημανθεί ότι με την ερώτηση αυτή το GEM (IOBE, 2012-2013) επιχειρεί να προσεγγίσει όχι μόνο την τυχόν προγενέστερη εμπειρία ή κατάρτιση, αλλά και την εμπιστοσύνη που έχει κάθε άτομο στις ικανότητές του.

Ειδικότερα, στο σύνολο του -γυναικείου πληθυσμού το 42% θεωρεί πως έχει τις δεξιότητες που απαιτούνται για την εκκίνηση μιας επιχειρηματικής προσπάθειας, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό των ανδρών είναι 53%.

Αυτό το χάσμα που παρατηρείται στις αντιλήψεις μεταξύ των δύο φύλων ίσως να εξηγεί σε κάποιο βαθμό και τη διαφορά που παρατηρείται διαχρονικά, όπως προαναφέρθηκε, στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων. Και τούτο διότι τα άτομα που έχουν την πεποίθηση πως μπορούν να ανταπεξέλθουν στην εκκίνηση μιας επιχείρησης είναι πιο πιθανό να είναι και αυτά που τελικά θα αναλάβουν την υλοποίηση μιας νέας επιχειρηματικής πρωτοβουλίας. Το εύρημα αυτό έχει ενδιαφέρον διότι το εκπαιδευτικό σύστημα στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται από υψηλή πρόσβαση των γυναικών, υποδηλώνοντας έτσι πως κάποιοι άλλοι κοινωνικοί/πολιτισμικοί παράγοντες επηρεάζουν τις αντιλήψεις των γυναικών ως προς τις ικανότητές τους για επιχειρηματική δραστηριοποίηση.

3.1.3 Ο ΔΕΙΚΤΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ

Ο δείκτης επιχειρηματικών ευκαιριών μπορεί να θεωρηθεί ως «πολιτισμικός», με την έννοια ότι αφορά τις αντιλήψεις που επικρατούν στο ευρύτερο κοινωνικό περιβάλλον μέσα στο οποίο κινείται ο νέος επιχειρηματίας. Πρόκειται για το κατά πόσον υπάρχουν επιχειρηματικές ευκαιρίες κατά τη στιγμή της διεξαγωγής της έρευνας.

Σύμφωνα με τον πίνακα 3.3 παρατηρείται ότι κατά το 2011 υπήρχαν πολλές χώρες καινοτομίας, οι οποίες κατέγραφαν πολύ υψηλότερα ποσοστά, έστω και αν το 2011 δεν ήταν έτος οικονομικής ευμάρειας παγκοσμίως. Φαίνεται λοιπόν ότι αποκαλύπτεται εδώ ένα δομικά προβληματικό χαρακτηριστικό της ελληνικής οικονομίας τα προηγούμενα χρόνια –ακόμα και πριν την κρίση δηλαδή- καθώς, παρ' όλη την ανάπτυξη, οι Έλληνες δεν έβλεπαν σημαντικές επιχειρηματικές ευκαιρίες γύρω τους. Σαν το προηγούμενο μοντέλο ανάπτυξης να είχε ξεμείνει από καύσιμα.

ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΑΝΤΙΛΗΨΗ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ ΚΑΙ
ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΣ ΚΑΙ ΕΘΝΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

Άλλωστε, η σχέση της πτώσης με την κρίση αποδεικνύεται και από το γεγονός ότι οι χώρες με τη μεγαλύτερη μείωση του αντίστοιχου δείκτη είναι η Ιρλανδία, η Λετονία και η Ουγγαρία, χώρες δηλαδή που, όπως φάνηκε καθαρά το 2008, αντιμετώπισαν τα σοβαρότερα προβλήματα με την οικονομική κρίση.

ΧΩΡΕΣ		2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	
μεσαίου εισοδήματος, βελτίωση της αποτελεσματι κότητας της οικονομίας	Croatia	-	17	26	19	37	43	44	44	37	23	18	17	18	
	Estonia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45	46	
	Hungary	9	10	-	17	10	16	28	19	3	33	14	11	19	
	Latvia	-	-	-	-	36	41	34	22	18	29	24	33	35	
	Lithuania	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	23	30	29	
	Poland	14	8	-	36	-	-	-	-	-	-	33	20	26	
	Romania	-	-	-	-	-	-	26	26	14	18	36	37	29	
	Slovak Republic	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	23	18	16	
υψηλού εισοδήματος συνεχής ανάπτυξη, συνεχή προώθηση της καινοτομίας	Belgium	20	16	18	38	43	15	16	14	15	40	43	33	32	
	Czech Republic	-	-	-	-	-	27	-	-	-	-	24	-	23	
	Finland	55	51	49	38	47	50	53	50	40	51	61	55	44	
	France	7	10	9	21	22	21	23	22	24	34	35	38	23	
	Germany	24	20	14	13	18	20	-	24	22	28	35	36	31	
	Greece	-	-	24	29	16	22	29	28	26	16	11	13	14	
	Ireland	34	39	33	45	52	44	46	27	-	23	26	26	28	
	Italy	48	40	34	25	15	23	39	30	25	25	-	20	17	
	Luxembourg	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	46
	Netherlands	42	49	29	38	39	46	42	39	36	45	48	34	33	
	Portugal	22	-	-	23	-	-	33	-	-	20	17	16	20	
	Slovenia	-	30	32	37	21	39	48	45	29	27	18	20	16	
	Spain	48	42	31	39	38	33	34	25	16	19	14	14	16	
Sweden	42	45	39	41	45	46	50	-	-	66	71	66	64		
United	23	27	35	36	39	37	39	30	24	29	33	33	36		

Kingdom														
---------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

ΠΗΓΗ: 9 ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ-ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΤΟΥ GEM.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3 3 Ο δείκτης επιχειρηματικότητας που μετρά την αντίληψη ευκαιριών που επικρατεί στο ευρύτερο κοινωνικό περιβάλλον μέσα στο οποίο κινείται ο νέος επιχειρηματίας για τις χώρες μεσαίου εισοδήματος, που αποβλέπουν στη βελτίωση της αποτελεσματικότητας της οικονομία, και για τις χώρες υψηλού εισοδήματος, συνεχής ανάπτυξης και προώθησης της καινοτομίας.

Ο συγκεκριμένος δείκτης αφορά την ύπαρξη/αντίληψη επιχειρηματικών ευκαιριών. Κατά την έρευνα του GEM, όλα τα άτομα το δείγματος ερωτώνται αν αναμένουν να δημιουργηθούν επιχειρηματικές ευκαιρίες στον περίγυρό τους το επόμενο εξάμηνο.

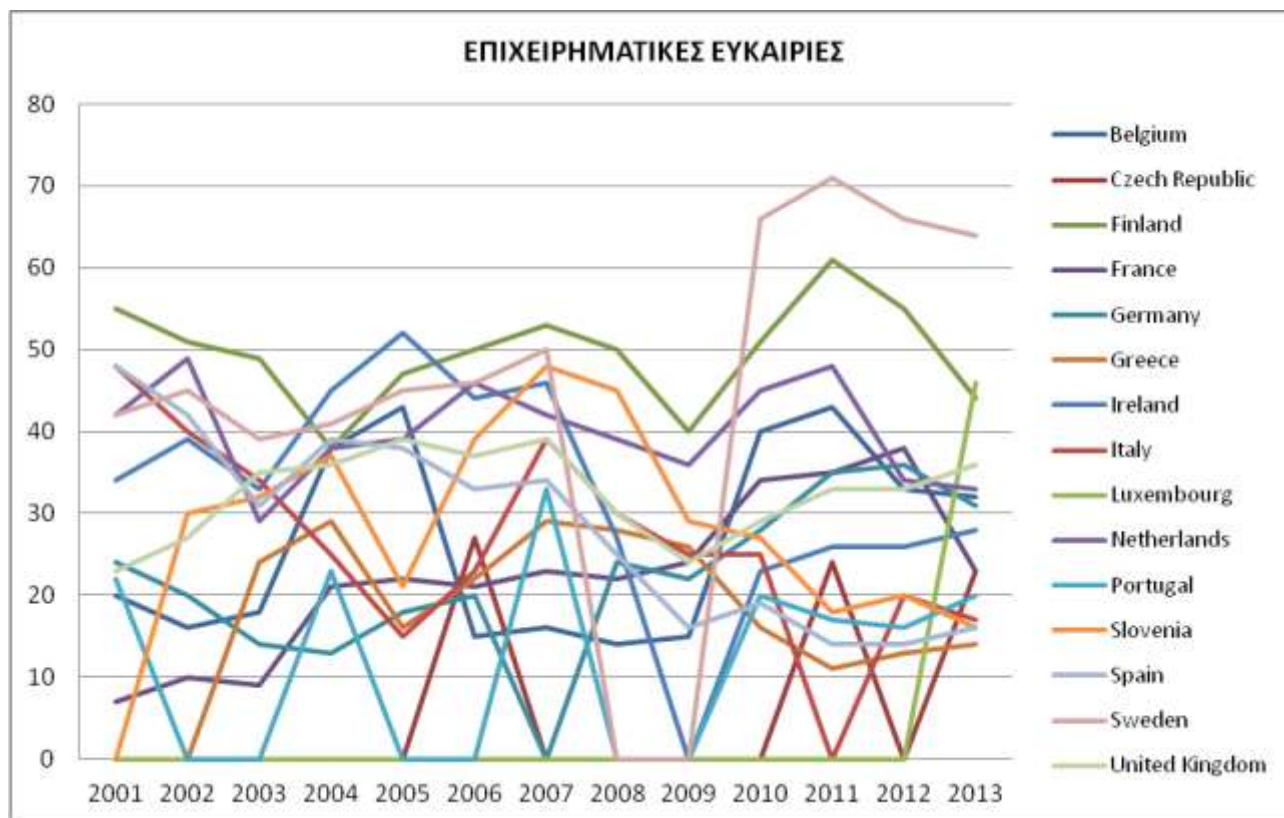
Η Ελλάδα καταγράφει τη δεύτερη χαμηλότερη επίδοση παγκοσμίως. Το εντυπωσιακό εδώ είναι ότι το ποσοστό εκείνων που βλέπουν ευκαιρίες είναι σχεδόν ίδιο με το ποσοστό εκείνων που τελικά δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά. Βεβαίως, με δεδομένη τη βαθειά ύφεση που έπληξε την ελληνική οικονομία, το εύρημα αυτό είναι αναμενόμενο. Άλλωστε, η σταθερή μείωση του σχετικού δείκτη αποτελούσε ένα επαναλαμβανόμενο εύρημα τα τελευταία χρόνια και είχε επανειλημμένα σχολιαστεί στις ετήσιες Εκθέσεις του IOBE.



ΠΗΓΗ: 10 ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ GEM ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΑΠΟ ΤΟΝ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ.

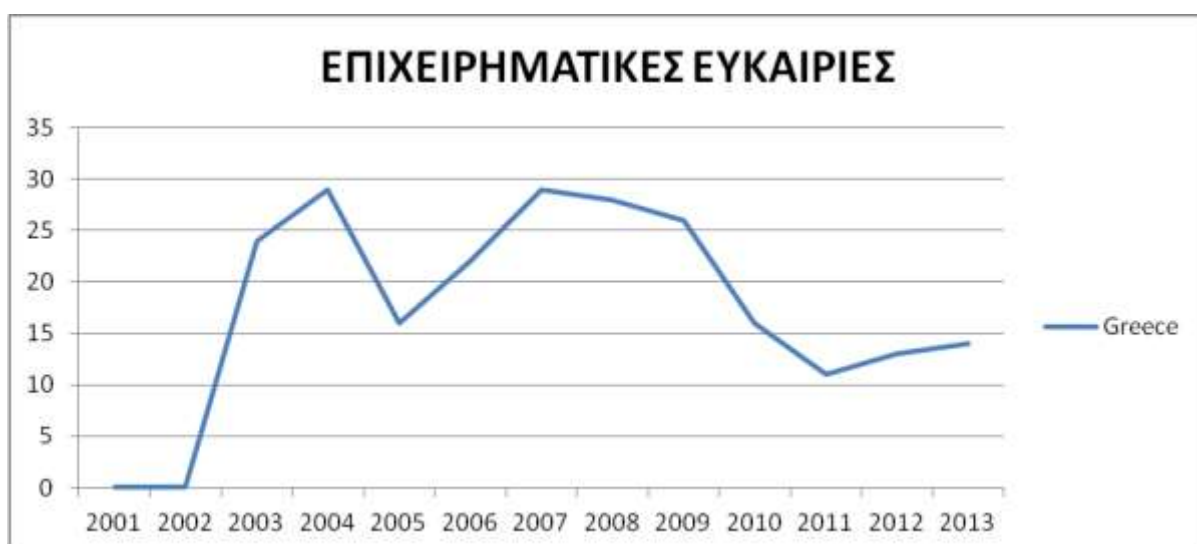
ΓΡΑΦΗΜΑ 3 7 Ο δείκτης επιχειρηματικότητας που μετρά την αντίληψη ευκαιριών που επικρατεί στο ευρύτερο κοινωνικό περιβάλλον μέσα στο οποίο κινείται ο νέος επιχειρηματίας για τις χώρες μεσαίου εισοδήματος, που αποβλέπουν στη βελτίωση της αποτελεσματικότητας της οικονομία..

ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΑΝΤΙΛΗΨΗ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ ΚΑΙ
 ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ ΣΕ ΔΙΕΘΝΕΣ ΚΑΙ ΕΘΝΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ



ΠΗΓΗ: 11 ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΓΕΜ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΑΠΟ ΤΟΝ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ.

ΓΡΑΦΗΜΑ 3 8 Ο δείκτης επιχειρηματικότητας που μετρά την αντίληψη ευκαιριών που επικρατεί στο ευρύτερο κοινωνικό περιβάλλον μέσα στο οποίο κινείται ο νέος επιχειρηματίας για τις χώρες υψηλού εισοδήματος, συνεχής ανάπτυξης και προώθησης της καινοτομίας.



ΠΗΓΗ: 12 ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΓΕΜ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΑΠΟ ΤΟΝ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ.

ΓΡΑΦΗΜΑ 3 9 Ο δείκτης επιχειρηματικότητας που μετρά την αντίληψη ευκαιριών που επικρατεί στο ευρύτερο κοινωνικό περιβάλλον μέσα στο οποίο κινείται ο νέος επιχειρηματίας για την Ελλάδα.

Το Γράφημα 3.10 την εξέλιξη του δείκτη των επιχειρηματικών ευκαιριών για την Ελλάδα από το 2001 έως το 2013. Όπως είναι φυσικό, ο δείκτης της αντίληψης επιχειρηματικών ευκαιριών¹¹ χαρακτηρίζεται από έντονη κυκλικότητα.

Παρουσιάζει καθίζηση το 2005 –μετά την ευφορία των ολυμπιακών-, ανέρχεται σταθερά μέχρι τη διετία 2007-8 και μειώνεται σταθερά κατά την τριετία της κρίσης που ακολουθεί. Ωστόσο, το πιο ενδιαφέρον εύρημα είναι ότι κατά τα τελευταία εννέα έτη –άρα, συμπεριλαμβανομένης και μιας περιόδου ταχείας μεγέθυνσης- ο σχετικός δείκτης στην Ελλάδα ποτέ δεν ξεπέρασε το 30%.

¹¹ Σταύρος Ιωαννίδης, 2011, Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ 2011-12 Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ, ΙΟΒΕ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4ο

ΕΡΜΗΝΕΙΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

4. ΕΡΜΗΝΕΙΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Με την βοήθεια των δεδομένων του GEM καθώς και των ετήσιων εκθέσεων του IOBE που έχουν δημοσιευθεί για την επιχειρηματικότητα, παρουσιάστηκε στην παρούσα διπλωματική εργασία η εξέλιξη των δεικτών των επιχειρηματικών ευκαιριών και ικανοτήτων στην Ελλάδα, συγκρίνοντας αυτές με τις αντίστοιχες επιδόσεις των υπόλοιπων Ευρωπαϊκών χωρών που συμμετέχουν στην έρευνα του GEM.

Η ανάλυση αυτών των δεικτών έχει ιδιαίτερη σημασία λόγω του ότι καταγράφονται τη δεδομένη χρονική στιγμή πριν την οικονομική κρίση και κατά τη διάρκεια. Στις δύσκολες ημέρες που διανύουμε σαν χώρα, και την παγκόσμια οικονομική ύφεση δεν θα μπορούσε να απουσιάζει απ' την παρούσα εργασία η αναγνώριση των επιχειρηματικών ευκαιριών ενσωματώνοντας την επίδραση της κρίσης. Όσον αφορά στις επιπτώσεις της κρίσης στους επιμέρους κλάδους της οικονομίας, προκύπτει ότι όλοι οι τομείς δραστηριότητας της ελληνικής οικονομίας φαίνεται να έχουν πληγεί αρνητικά από την κρίση, με τις επιχειρήσεις του πρωτογενούς τομέα να έχουν πληγεί σε μεγαλύτερο βαθμό βάσει των αποτελεσμάτων (IOBE, 2007).

Σε προηγούμενο κεφάλαιο έγινε η ανάλυση των επιχειρηματικών προδιαθέσεων και αντιλήψεων που εστιάζει σε παράγοντες που διακρίνονται σε δύο κατηγορίες: σε πολιτισμικούς, με την έννοια ότι αναφέρονται στη γενική στάση μιας κοινωνίας απέναντι στην επιχειρηματική δραστηριότητα και σε προσωπικούς, που αναφέρονται στο πώς βλέπει το ίδιο το άτομο το ζήτημα της επιχειρηματικής του δραστηριοποίησης. Στους πολιτιστικούς παράγοντες δεν προκαλεί εντύπωση η επίδοση της Ελλάδας στην κοινωνική καταξίωση και σεβασμό προς τους επιτυχημένους επιχειρηματίες. Σε μια χώρα όπου κυριαρχούν οι μικρές επιχειρήσεις και όπου η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα παραμένει ισχυρότατη παρά την κρίση, είναι λογικό να αντιμετωπίζονται με σεβασμό εκείνοι που έχουν επιτύχει στον επιχειρηματικό στίβο. Αντιθέτως, η Ελλάδα καταγράφει σταθερά τη χαμηλότερη

επίδοση μεταξύ των χωρών καινοτομίας στην προβολή επιτυχημένων περιπτώσεων επιχειρηματικότητας από τα μέσα ενημέρωσης (IOBE, 2007).

Ένα ελπιδοφόρο στοιχείο που καταγράφουν οι έρευνες του IOBE της πρώτης τριετίας (2001-2003) είναι η βαθμιαία αύξηση του ποσοστού επιχειρηματικότητας ευκαιρίας –ή αντίστροφα, η μείωση της επιχειρηματικότητας ανάγκης. Έτσι, στο ζήτημα αυτό η επίδοση της Ελλάδας τείνει να εξομοιωθεί με εκείνη των χωρών υψηλού εισοδήματος.

Ωστόσο, αυτό το θετικό εύρημα συμβαδίζει με ένα άλλο, έντονα αρνητικό. Την ίδια στιγμή που η πλειοψηφία των Ελλήνων επιχειρηματιών δηλώνουν ότι κινητοποιούνται για την εκμετάλλευση μιας ευκαιρίας, δηλώνουν επίσης –και πάλι πλειοψηφικά- ότι δεν «βλέπουν» σημαντικές ευκαιρίες γύρω τους. Την τριετία 2004-2006 το ποσοστό εκείνων που απαντούν ότι το επόμενο εξάμηνο θα υπάρξουν καλές ευκαιρίες για την ίδρυση μιας επιχείρησης στην περιοχή τους βαίνει σταθερά μειούμενο. Το ότι δεν πρόκειται για τυχαίο εύρημα είναι φανερό από το γεγονός ότι, αν και ο δείκτης της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων δεν μεταβάλλεται σημαντικά στη διάρκεια της τριετίας, μειώνεται σταθερά το ποσοστό των «νέων» επιχειρηματιών, ενώ αυξάνει σταθερά εκείνο των επίδοξων.

Με άλλα λόγια, αυξάνουν διαχρονικά εκείνοι που σκέφτονται να ξεκινήσουν ή μόλις έχουν ξεκινήσει ένα νέο εγχείρημα, ενώ μειώνονται εκείνοι που πραγματικά ξεκίνησαν και μάλιστα έκαναν και τα πρώτα βήματα.

Τέλος, ενδιαφέρον έχει το γεγονός ότι το ποσοστό εκείνων που βλέπουν επιχειρηματικές ευκαιρίες δεν διαφέρει ουσιαστικά ανάμεσα σε επιχειρηματίες – επίδοξους, νέους ή καθιερωμένους- και μη επιχειρηματίες. Επισημαίνεται ότι το παράδοξο αυτού του ευρήματος έγκειται στο ότι αφορά μια χώρα με υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης τα προηγούμενα χρόνια, οι οποίοι μάλιστα υπερβαίνουν τον μέσο όρο των χωρών της Ευρώπης.

Στην Ελλάδα υπάρχουν λοιπόν πολλοί που σκέφτονται να ξεκινήσουν επιχειρηματική δραστηριότητα, μολονότι οι περισσότεροι δεν «βλέπουν» γύρω τους σημαντικές επιχειρηματικές ευκαιρίες. Πώς μπορεί να εξηγηθεί αυτό το παράδοξο; Μια πιθανή εξήγηση είναι ότι ο επίδοξος επιχειρηματίας επικεντρώνει την προσοχή του στην ευκαιρία που ο ίδιος έχει αντιληφθεί και προσπαθεί να υλοποιήσει, ενώ ταυτόχρονα τείνει να πιστεύει ότι δεν υπάρχουν άλλες σημαντικές ευκαιρίες προς

εκμετάλλευση στον περίγυρό του. Ωστόσο και πάλι, το γεγονός ότι οι Έλληνες δεν αντιλαμβάνονται επιχειρηματικές ευκαιρίες –πέρα, ενδεχομένως, από αυτήν που επιδιώκουν οι ίδιοι- αναδεικνύει ένα αρνητικό στοιχείο του επιχειρηματικού κλίματος στην Ελλάδα, το οποίο πρέπει να προβληματίσει. Μια υπόθεση σχετικά με το γενικότερο οικονομικό κλίμα που μπορεί να κάνει κανείς είναι ότι το φαινόμενο αυτό έχει σχέση με τη διεύρυνση της χρονικής απόστασης από τη δραματική μείωση των επιτοκίων στην ελληνική οικονομία από τα τέλη της δεκαετίας του 90', εν όψει της ένταξης της χώρας στην ΟΝΕ. Η ευφορία που δικαιολογημένα δημιουργούσε αυτή η μείωση των επιτοκίων δεν μπορούσε παρά να έχει ημερομηνία λήξης, ιδιαίτερα μάλιστα σε μια φάση που τα επιτόκια αρχίζουν να κινούνται στην αντίθετη κατεύθυνση (IOBE,2007).

Αν ευσταθεί αυτή η εξήγηση, η δυνατότητα μεταβολής του οικονομικού κλίματος είναι περιορισμένη βραχυπρόθεσμα. Ενδεχομένως όμως να μπορεί να επηρεαστεί αποτελεσματικότερα μέσω διαρθρωτικών πολιτικών. Η υπόθεση αυτή βασίζεται στη θεωρητική έρευνα για την επιχειρηματικότητα, η οποία έχει δείξει πειστικά ότι η δυνατότητα αντίληψης μιας ευκαιρίας για επιχειρηματική δραστηριότητα εξαρτάται αποφασιστικά από τον βαθμό ευκολίας με την οποία το άτομο κρίνει ότι θα ήταν σε θέση να εκμεταλλευτεί τη συγκεκριμένη ευκαιρία. Με άλλα λόγια, ένα άτομο αντιλαμβάνεται περισσότερες ευκαιρίες, όσο ευκολότερη θεωρεί ότι είναι η εκμετάλλευσή τους (IOBE,2007).

Η κατεύθυνση πολιτικής στην οποία οδηγεί αυτή η υπόθεση είναι η ανάγκη μείωσης των εμποδίων που αντιμετωπίζει η έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα και η απλούστευση των σχετικών διαδικασιών. Η επιτυχής εφαρμογή σχετικών μέτρων σε αυτή την κατεύθυνση δεν είναι απαραίτητο ότι θα οδηγήσει σε συνολικά υψηλότερα επίπεδα επιχειρηματικής δραστηριότητας, αλλά θα επιτρέψει σε περισσότερα επιχειρηματικά εγχειρήματα να ξεκινήσουν αντί να παραμένουν απλώς σχέδια και ιδέες στο μυαλό των επίδοξων ιδρυτών τους.

Τα τελευταία χρόνια έχουν υλοποιηθεί και στην Ελλάδα σημαντικά μέτρα για τη διευκόλυνση της έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας. Ωστόσο, η κατάσταση της χώρας εξακολουθεί να παραμένει εξαιρετικά προβληματική (IOBE, 2007). Οι αντιλήψεις στην Ελλάδα σχετικά με την ύπαρξη επιχειρηματικών ευκαιριών εντός του επόμενου εξαμήνου καταγράφουν με ποσοστό 14% μια από τις χαμηλότερες

επιδόσεις παγκοσμίως για το 2013. Η επίπτωση της μακροχρόνιας ύφεσης της ελληνικής οικονομίας στο σχετικό δείκτη είναι βέβαια αναμενόμενη. Επιπρόσθετα, σε σχέση με την περίοδο 2008-2012 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 ότι στο παρελθόν διαπιστώνουν ότι υπάρχουν επιχειρηματικές ευκαιρίες γύρω τους.

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.

Οι δυσμενείς προβλέψεις για την εξέλιξη της κρίσης, και η πιθανότητα απώλειας θέσεων εργασίας, ώθησε κάποια άτομα στο να λειτουργήσουν ίσως «προληπτικά» εξασφαλίζοντας για τον εαυτό τους απασχόληση μέσω της αυτοαπασχόλησης.

Τέλος, μπορούμε να πούμε ότι βρισκόμαστε σε μια περίοδο στην οποία γίνονται προσπάθειες για την βελτίωση του δημοσιονομικού πεδίου των προηγούμενων ετών, ενώ παράλληλα η οικονομία της Ελλάδας βρίσκεται κοντά στην ανάκαμψη.

Εν μέσω οικονομικής ύφεσης παρουσιάζονται και πολλές επιχειρηματικές ευκαιρίες, οι οποίες χρειάζεται καταρχάς να διακριθούν από τις ευκαιρίες για κέρδη. Οι επιχειρηματικές ευκαιρίες απαιτούν την ανακάλυψη σχέσεων, μέσων και στόχων, ενώ οι ευκαιρίες για κέρδη απαιτούν τον βέλτιστο συνδυασμό των σχέσεων, μέσων και στόχων. Η προσδοκία κάθε επιχειρηματία είναι σίγουρα η ευκαιρία για κέρδη, αλλά αυτή σίγουρα θα πρέπει να περνά μέσα από μιά επιχειρηματική ευκαιρία. Ο Peter Drucker(1985)¹² διέκρινε τρία είδη επιχειρηματικών ευκαιριών. Η πρώτη σχετίζεται με τη δημιουργία νέας γνώσης και καινοτόμας, η δεύτερη αφορά στην εκμετάλλευση των ανεπαρκειών της αγοράς, οι οποίες συνήθως προκύπτουν από την ασυμμετρία της πληροφόρησης μεταξύ διαφορετικών περιόδων και γεωγραφικών περιοχών και η τρίτη κατηγορία αναφέρεται στις ευκαιρίες που αναδύονται εξαιτίας

¹² Drucker, P.F. (1985) Innovation and Entrepreneurship, Harper Business, USA.

εναλλακτικών χρήσεων των πόρων, μετά από πολιτικές ή νομοθετικές ή δημογραφικές αλλαγές.

Στην περίπτωση του Έλληνα επιχειρηματία, η μέχρι τώρα συμπεριφορά του προσανατολίζονταν στην εκμετάλλευση της ευκαιρίας για κέρδη και μάλιστα με έναν στρεβλό τρόπο. Οι επιχειρηματικές δραστηριότητες στην «Ελλάδα του φραπέ», η «κρατικοδίαιτη επιχειρηματικότητα», η «προστατευόμενη επιχειρηματικότητα», η «εσωστρεφής επιχειρηματικότητα» δεν συνάδουν με την έννοια της υγιούς επιχειρηματικότητας που δράττει επιχειρηματικές ευκαιρίες, αλλά με την ρηχή επιχειρηματικότητα που εκμεταλλεύεται ευκαιρίες για κέρδη. Αυτή η στρέβλωση του επιχειρηματικού πνεύματος χρειάζεται στην σύγχρονη Ελλάδα να ανασυνταχθεί. Η προβολή ενός πρότυπου προφίλ επιχειρηματία ο οποίος θα στηρίζει την επιχειρηματική του αποτελεσματικότητα, στην δημιουργικότητα, στην παραγωγή καινοτόμας στηριζόμενη στην γνώση και στην έρευνα, στην εξωστρέφεια, στη δικτύωση, στον απεγκλωβισμό του από παλιότερες νοοτροπίες και αγκυλώσεις, στην χρήση ευέλικτων και σύγχρονων χρηματοδοτικών εργαλείων, χρειάζεται να διαδοθεί.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Acs, Z. J., Arenius, P., Hay, M., & Minniti, M. (2005). GEM 2004 Executive Report. Boston and London: Babson College/London Business School.

Arenius, P., & de Clerck, D. (2005). A network-based approach on opportunity recognition. *Small Business Economics*, 24, 249-265.

Baltrusaityte, J., Acs, Z. J., & Hills, G. E. (2005). Opportunity Recognition Processes and New Venture Failure: Examination of the PSED Data. Paper presented at the Babson College/Kauffman Foundation Entrepreneurship Research Conference, Wellesley, MA.

Baum, J. R., & Locke, E. A. (2004). The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. *Journal of Applied Psychology*, 89(4), 587-598.

Baumol, W. (1993), "Formal entrepreneurship theory in economics: existence and bounds", *Journal of Business Venturing*, Vol. 8 No. 3, pp. 197-210.

Bosma, N.S. and V.A.J.M. Schutjens (2009). "Mapping Entrepreneurial Activity and Entrepreneurial Attitudes in European Regions". *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 98 (5), 675-686

Cassar, G. (2004). Entrepreneur motivation, growth preferences and intended venture growth (Summary). Paper presented at the Babson College/Kauffman Foundation Entrepreneurship Research Conference, Strathclyde, Scotland.

Casson, M., 1982, *The Entrepreneur*, Totowa, NJ: Barnes & Noble Books.

Chandler, G. N., Dahlqvist, J., & Davidsson, P. (2003). Opportunity recognition processes: A taxonomy and longitudinal outcomes, *Academy of Management Meeting*. Seattle.

Chris Freeman, (2009). Developing science, technology and innovation indicators: What we can learn from the past, *Research Policy*, vol. 38, issue 4, pages 583-589 (with Luc L. Soete), doi:10.1016/j.respol.2009.01.018.

Davidsson, P. (1989). Entrepreneurship -- and after? A study of growth willingness in small firms. *Journal of Business Venturing*, 4(3), 211-226.

Davidsson, P. (1991). Continued entrepreneurship: Ability, need, and opportunity as determinants of small firm growth. *Journal of Business Venturing*, 6(6), 405-429.

Davidsson, P. (2004b). Role models and perceived social support. In W. B. Gartner, K. G.

Davidsson, P. (2005a). The entrepreneurial process: Lessons for entrepreneurship education. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 3(xx-xx).

Davidsson, P. (2005b). Method challenges and opportunities in the psychological study of entrepreneurship. In J. R. Baum, M. Frese & R. A. Baron (Eds.), *The Psychology of Entrepreneurship* (Ch. 13). Mahway, NJ.: Erlbaum.

Davidsson, P. (2005d). Paul Davidson Reynolds: Entrepreneurship research innovator, coordinator and disseminator. *Small Business Economics*, 24(4), 351-358.

Davidsson, P., & Henreksson, M. (2002). Institutional determinants of the prevalence of start-ups and high-growth firms: Evidence from Sweden. *Small Business Economics*, 19(2), 81-104.

Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301-331.

Davidsson, P. (1991). Continued entrepreneurship: Ability, need, and opportunity as determinants of small firm growth. *Journal of Business Venturing*, 6(6), 405-429.

Davidsson, P., Hunter, E., & Klofsten, M. (2004). The discovery process: External influences on refinement of the venture idea. In S. Zahra et al. (Ed.), *Frontiers of Entrepreneurship Research 2004*. Wellesley, MA: Babson College.

Davidsson, Per (2006) Nascent entrepreneurship: empirical studies and developments. *Foundations and Trends in Entrepreneurship* 2(1):pp. 176.

Delmar, F., & Wiklund, J. (2003). The effect of the entrepreneur's growth motivation on subsequent growth: A longitudinal study. Paper presented at the Academy of Management Meeting, Seattle.

Drucker, P., (1990), «Επιχειρηματικότητα & Καινοτομία», Αγροτικές Συνεταιριστικές Εκδόσεις- Α.Σ.Ε., Θεσσαλονίκη.

Drucker, P.F. (1985) *Innovation and Entrepreneurship*, Harper Business, USA.

Gaglio, C.M. and Taub, P. (1992), "Entrepreneurs and opportunity recognition", *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College, Wellesley, MA, pp. 136-47.

Gartner, W. B. (1988). "Who is an Entrepreneur?" is the wrong question. *American Small Business Journal*, 12(4), 11-31.

Gartner, W. B. (1993). Words lead to deeds: Towards an organizational emergence vocabulary. *Journal of Business Venturing*, 8, 231-239.

Gartner, W. B., & Carter, N. M. (2003). Entrepreneurial behavior and firm organising processes. In Z. J. Acs & D. B. Audretsch (Eds.), *Handbook of Entrepreneurship Research* (pp. 195-221). Dordrecht, NL: Kluwer.

Gartner, W. B., Carter, N. M., & Reynolds, P. D. (2004). Business start-up activities. In W. B. Gartner, K. G. Shaver, N. M. Carter & P. D. Reynolds (Eds.), *Handbook of Entrepreneurial Dynamics: The Process of Business Creation* (pp. 285-298). Thousand Oakes: Sage.

Guido Buenstorf (2007) in "Creation and Pursuit of Entrepreneurial Opportunities: An Evolutionary Economic Perspective,".

Hayek, F. (1945), "The use of knowledge in society", *The American Economic Review*, Vol. 35 No. 4, pp. 519-30.

Hebert, R.F. & Link, A.N., 1989, «In search of the meaning of entrepreneurship», *Small Business Economics*, v.1. Σελ. 39-49.

Hills, G. E., & Singh, R. P. (2004). Opportunity recognition. In W. B. Gartner, K. G.

Hills, G. E., Lumpkin, G. T., & Baltrusaityte, J. (2004). Opportunity recognition: Examining search formality, search processes and the impact on firm founding (Summary). Paper presented at the Babson College/Kauffman Foundation Entrepreneurship Research Conference, Strathclyde, Scotland.

Hills, G.E., Shrader, R.C. and Lumpkin, G.T. (1999), "Opportunity recognition as a creative process", *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College, Wellesley, MA, pp. 216-27.

Hsieh, C., Nickerson, J.A. and Zenger, T.R. (2007), "Opportunity discovery, problem solving and a theory of the entrepreneurial firm", *The Journal of Management Studies*, Vol. 44 No. 7, pp. 1255-77.

Jeffery S. McMullen Lawrence A. Plummer Zoltan J. Acs, (2007). What is an Entrepreneurial Opportunity? , *Small Business Economics* 28:273–283.

Kaish, S. and Gilad, B. (1991), "Characteristics of opportunities search of entrepreneurs versus executives: resources, interest, and general alertness", *Journal of Business Venturing*, Vol. 6, pp. 45-61.

Kirzner, I., (1997), *Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach*, *The Journal of Economic Literature* 35, 60–85.

Kirzner, I.M. (1997), "Entrepreneurial discovery and the competitive market process: an Austrian approach", *The Journal of Economic Literature*, Vol. 35, pp. 60-85.

Larry Plummer, J. Michael Haynie, and Joy Godesiaboi (2007) «An Essay on Entrepreneurial Opportunity: Notes and Insights from Strategic Management».

Lichtenstein, B. B., Carter, N. M., Dooley, K., & Gartner, W. B. (2004). Exploring the temporal dynamics of organizational emergence (Summary). Paper presented at the Babson College/Kauffman Foundation Entrepreneurship Research Conference, Strathclyde, Scotland.

Lichtenstein, B. B., Dooley, K., & Lumpkin, G. T. (2005, in press). Measuring emergence in the dynamics of new venture creation. *Journal of Business Venturing*, xx, xx-xx.

Lumpkin, G.T. and Lichtenstein, B.B. (2005), "The role of organizational learning in the opportunity recognition process", *Entrepreneurship: Theory & Practice*, July, pp. 451-72.

Maija Renko and Rodney C. Shrader (2012), Perception of entrepreneurial opportunity: a general framework, *Management Decision* Vol. 50 No. 7, pp. 1233-1251.

Mark Casson Nigel Wadeson, (2007), *The Discovery of Opportunities: Extending the Economic Theory of the Entrepreneur*, *Small Business Economics* 28:285–300.

Mark Sanders (2007) in “Scientific Paradigms, Entrepreneurial Opportunities, and Cycles of Economic Growth,”.

Matthews, C. H., Ford, M. W., & Human, S. E. (2001). The context of new venture initiation: Comparing growth expectations of nascent entrepreneurs and intrapreneurs. In W. D. Bygrave et al. (Ed.), *Frontiers of Entrepreneurship 2001*. Wellesley, MA.: Babson College.

Murphy, P.J. (2011), “A 2x2 conceptual foundation for entrepreneurial discovery theory”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 35 No. 2, pp. 359-74.

Newbert, S. L. (2005). New firm formation: A dynamic capability perspective. *Journal of Small Business Management*, 43(1), 55-77.

Niels Bosma, Zoltan J. Acs, Erkko Autio, Alicia Coduras, Jonathan Levie (2008). *Global Entrepreneurship Monitor Executive Report Founding and Sponsoring Institutions*.

Pamela Mueller, (2007) *Exploiting Entrepreneurial Opportunities: The Impact of Entrepreneurship on Growth*, *Small Business Economics*, Volume 28, Issue 4, pp 355-362.

Parker, S., & Belghitar, Y. (2004). What happens to nascent entrepreneurs? An econometric analysis of the PSED. Paper presented at the First Annual Clemson/Kauffman Symposium on the PSED, Clemson, SC.

Parkin (1997) *Symmetric Affinal Alliance* in. Parkin (1997) *Kinship*. S. 78-90.

Reynolds, P. D. (2000). National panel study of US business start-ups. Background and methodology. In J. A. Katz (Ed.), *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth* (Vol. 4, pp. 153-227). Stamford, CT: JAI Press.

Reynolds, P. D., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., et al. (2005). *Global Entrepreneurship Monitor: Data collection design and implementation 1998-2003*. *Small Business Economics*, 24, 205-231.

Samuelsson, M. (2001). Modelling the nascent venture opportunity exploitation process across time. In W. D. Bygrave, E. Autio, C. G. Brush, P. Davidsson, P. G. Greene, P. D. Reynolds & H. J. Sapienza (Eds.), *Frontiers of Entrepreneurship Research 2001* (pp. 66-79). Wellesley, MA.

Samuelsson, M. (2004). *Creating New Ventures: A Longitudinal Investigation of the Nascent Venturing Process*. Doctoral dissertation. Jönköping: Jönköping International Business School.

Sarasvathy, S., Dew, N., Velamuri, R., & Venkataraman, S. (2003). Three views of entrepreneurial opportunity. In Z. J. Acs & D. B. Audretsch (Eds.), *Handbook of Entrepreneurship Research*. Dordrecht, NL: Kluwer.

Schumpeter, J., (1934), «The Theory of Economic Development», Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts.

Schumpeter, J.A. (1942) *Capitalism, Socialism and Democracy*, George Allen &Unwin London.

Shane, S. (2000), “Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities”, *Organization Science*, Vol. 11 No. 4, pp. 448-69.

Shane, S. (2000). Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities. *Organization Science*, 11(4), 448-469.

Smith, B. (2005). The search for and discovery of different types of entrepreneurial opportunities: The effects of tacitness and codification. Paper presented at the Babson College/Kauffman Foundation Entrepreneurship Research Conference, Wellesley, MA.

Stevenson, H.H. and Jarillo, J.C., (1990), «A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management», *Strategic Management Journal*, 11, special issue, σελ 17-27.

Vaghely, I.P. and Julien, P.-A. (2010), “Are opportunities recognized or constructed? An information perspective on entrepreneurial opportunity identification”, *Journal of Business Venturing*, Vol. 25, pp. 73-86.

Wennekers, S., Thurik, R., van Stel, A. & Noorderhaven, N., (2005), «Uncertainty avoidance and the rate of business ownership across 22 OECD countries, 1976-2000», Institute for Development Strategies, ISSN 05-13).

Wiklund, J., & Shepherd, D. (2003). Aspiring for, and achieving growth: the moderating role of resources and opportunities. *Journal of Management Studies*, 40(8), 1911-1941.

Yosem E. Companys Jeffery S. McMullen, (2007) Strategic Entrepreneurs at Work: The Nature, Discovery, and Exploitation of Entrepreneurial Opportunities, Small Business Economics 28:301–322.

Ιωαννίδης Σ., Πολίτης Γ., Τσακανίκας Α., (2005), «Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2004-2005», Αθήνα: IOBE.

Ιωαννίδης Σ. (2004), Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα , Αθήνα: IOBE.

Ιωαννίδης Σ. (2007α), Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα: 2007-13 , Αθήνα: IOBE.

Ιωαννίδης Σ. και Τσακανίκας Α. (2006), Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2005-2006, Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών, Αθήνα: IOBE.

Ιωαννίδης Σ. και Τσακανίκας Α. (2007), Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2006-7 , Αθήνα: IOBE.

Ιωαννίδης Σ, Γιωτόπουλος Ι, (2014) «Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2012-13: Ενδείξεις ανάκαμψης της μικρής Επιχειρηματικότητας;», IOBE, Αθήνα.

ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

<http://www.gemconsortium.org/>