



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ
ΙΔΡΥΜΑ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΑΤΡΑΣ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**“Επιχειρηματικότητα και παράγοντες που την
προσδιορίζουν”**

**ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ: ΒΕΛΙΑ ΙΩΑΝΝΑ ΙΡΙΔΑ
ΠΑΝΟΥΣΗΣ ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ**

ΕΠΟΠΤΕΥΟΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΡΑΦΑΗΛΙΔΗΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ

ΠΑΤΡΑ 2018

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η συγκεκριμένη εργασία αποτελεί πτυχιακή εργασία στο πλαίσιο του προπτυχιακού προγράμματος σπουδών του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Δυτικής Ελλάδας.

Πριν από την ανάλυση του θέματος και των αποτελεσμάτων της παρούσας εργασίας, επιθυμούμε να ευχαριστήσουμε ορισμένους ανθρώπους οι οποίοι συνέβαλλαν καθοριστικά στην πραγματοποίησή της.

Αρχικά, θέλουμε να ευχαριστήσουμε τον επιβλέποντα καθηγητή της πτυχιακής μας εργασίας, Ραφαηλίδη Απόστολο, για την πολύτιμη συνεργασία, βοήθεια και καθοδήγηση που μας παρείχε και, στη συνέχεια, τις οικογένειές μας για την στήριξή τους.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία έχει ως θέμα την επιχειρηματικότητα. Πιο συγκεκριμένα, η τάση των τελευταίων ετών προς το καινοτόμο και η στροφή προς τη νεανική επιχειρηματικότητα είναι δυο από τους κύριους λόγους που ασχοληθήκαμε με αυτή την εργασία. Αρχικά πραγματοποιούμε μια ανασκόπηση της βιβλιογραφίας και στη συνέχεια διεξήχθη έρευνα μέσω ερωτηματολογίων και παρατίθενται τα αποτελέσματα αυτής.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	1
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	2
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Εισαγωγή.....	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	7
2.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	7
2.2 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ: ΕΝΝΟΙΑ, ΔΙΑΦΟΡΟΙ ΟΡΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	9
2.2.1 Οι τρεις μεγάλες σχολές	11
2.2.2 Χαρακτηριστικά του επιχειρηματία	13
2.3 ΚΙΝΗΤΡΑ	15
2.4 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΙΔΕΑ	16
2.5 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ.....	17
2.6 ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	21
2.6.1 Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας	21
2.6.2 Επιχειρηματικότητα υψηλών κινδύνων.....	24
2.7 ΣΥΝΔΕΣΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	24
2.8 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΗΘΙΚΟΣ ΚΙΝΔΥΝΟΣ	26
2.9 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ	27
2.10 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ.....	28
2.11 Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	29
2.11.1 Ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας: η Ευρώπη χρειάζεται περισσότερους επιχειρηματίες.....	31
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΚΑΙ ΕΙΔΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	33
3.1 ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	33
3.1.1 Η αμιγής επιχειρηματικότητα.....	33
3.1.2 Η μικτή επιχειρηματικότητα	34
3.2 ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	35

3.2.1 Επιχειρηματικότητα καινοτομίας.....	35
3.2.2 Παραδοσιακή και Κοινωνική	36
3.2.3 Δημόσια επιχειρηματικότητα	38
3.2.4 Ενδοεπιχειρηματικότητα και δημιουργία νέας επιχείρησης	38
3.2.5 Τεχνολογική, Γεωγραφική και Κοινωνιολογική.....	40
3.2.6 Πράσινη επιχειρηματικότητα	40
3.2.7 Ακαδημαϊκή επιχειρηματικότητα.....	41
3.3 ΑΛΛΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	42
3.3.1 Γυναικεία επιχειρηματικότητα.....	42
3.3.2 Επιχειρηματικότητα των Νέων	46
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΒΑΘΥΤΕΡΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	50
4.1 ΒΑΣΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	50
4.1.1 Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων.....	50
4.1.2 Καθιερωμένη επιχειρηματικότητα	52
4.1.3 Διακοπή επιχειρηματικής δραστηριότητας.....	52
4.2 ΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ (BUSINESS PLAN)	53
4.3 ΜΟΡΦΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	54
4.3.1 Η έννοια της χρηματοδότησης επιχειρήσεων.....	54
4.3.2 Εσωτερική χρηματοδότηση Επιχειρήσεων	57
4.3.3 Εξωτερική χρηματοδότηση Επιχειρήσεων	57
4.3.4 Ο Τραπεζικός Δανεισμός.....	62
4.3.5 Χρηματοδότηση Επιχειρήσεων και Οικονομική Κρίση	66
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΖΟΥΝ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ...	70
5.1 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ.....	70
5.1.1 Οικονομικοί παράγοντες.....	70
5.1.2 Ψυχολογικοί παράγοντες	71
5.1.3 Κοινωνιολογικοί παράγοντες	71
5.1.4 Περιβαλλοντικοί παράγοντες	71

5.1.5 Δημογραφικοί παράγοντες.....	72
5.1.6 Πολιτισμικοί παράγοντες.....	72
5.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΙΑΦΟΡΩΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ	72
5.2.1 Προσωπικές καταστάσεις	73
5.2.2 Εμπειρία στην αγορά εργασίας.....	81
5.2.3 Χαρακτηριστικά προσωπικότητας	84
5.2.4 Πόροι.....	86
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Μεθοδολογία.....	88
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: Ανάλυση	88
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: Συμπεράσματα.....	107
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	109
Παράρτημα.....	114

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Εισαγωγή

Η παρούσα εργασία έχει ως θέμα την επιχειρηματικότητα. Σύμφωνα με τον ΕΟΠΠΕΠ, οι όροι «επιχείρηση» και «επιχειρηματικότητα» προέρχονται από το ρήμα «επιχειρώ», και έχει την έννοια κάνω κάτι καινούργιο, καινοτομώ, δημιουργώ. Πιο συγκεκριμένα, η τάση των τελευταίων ετών προς το καινοτόμο και η στροφή προς τη νεανική επιχειρηματικότητα είναι δυο από τους κύριους λόγους που ασχοληθήκαμε με αυτή την εργασία. Σκοπός αυτής της εργασίας είναι η διερεύνηση της υπάρχουσας βιβλιογραφίας και η συνεισφορά μας μέσω της έρευνας που πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια της εργασίας.

Η δομή της εργασίας ακολουθεί τα κλασσικά βήματα αφού, αρχικά, πραγματοποιούμε μια ανασκόπηση της βιβλιογραφίας όπου αναλύεται η επιχειρηματικότητα σαν έννοια. Πιο συγκεκριμένα παρατίθεται ο ορισμός της έννοιας, τα κίνητρα που μας οδηγούν σε αυτή και στη συνέχεια εμβαθύνουμε με την επιχειρηματική ιδέα, τις μορφές επιχειρηματικότητας και εμβαθύνουμε ακόμη περισσότερο μέσω των δεικτών επιχειρηματικότητας, την παρουσίαση των μορφών Χρηματοδότησης και των παραγόντων που προσδιορίζουν την επιχειρηματικότητα. Στη συνέχεια διεξήχθη έρευνα μέσω ερωτηματολογίων και αφού αναλύεται η μεθοδολογία πραγματοποιείται ανάλυση των απαντήσεων και παρατίθενται τα αποτελέσματα της έρευνας αυτής.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

2.1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Η έννοια της επιχειρηματικότητας είναι πολυσυζητημένη και αμφιλεγόμενη. Την συναντάμε από την αρχαιότητα σε πλήθος μορφών και σε όλες τις κοινωνίες. Ωστόσο δεν έχει διατυπωθεί ένας ορισμός αποδεκτός από όλους. (Γραφείο Ενθάρρυνσης & Υποστήριξης της Νεανικής Επιχειρηματικότητας, 2008)

Η λέξη επιχειρηματικότητα προέρχεται από το ρήμα «επιχειρώ». Στην ελληνική γλώσσα σημαίνει «δοκιμάζω», «ενεργώ με συγκεκριμένο τρόπο και σκοπό», «προσπαθώ να επιτύχω κάτι». Ο επικρατέστερος διεθνής όρος (Entrepreneurship) μεταφράζεται και ως παρεμβολή. Κατά συνέπεια, θα μπορούσαμε να πούμε ότι η ίδια η έννοια εμπεριέχει

συμπεριφορές και δεξιότητες για την έναρξη μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας και τη προσπάθεια επίτευξης κάποιου στόχου. (Γραφείο Ενθάρρυνσης & Υποστήριξης της Νεανικής Επιχειρηματικότητας, 2008)

Έτσι, ως επιχειρηματικότητα μπορεί να θεωρηθεί η σύλληψη και η εκτέλεση μιας ιδέας, η οποία με την αφιέρωση του απαραίτητου χρόνου, την καταβολή προσπάθειας, με την ανάληψη οικονομικών, ψυχολογικών και κοινωνικών κινδύνων, καθώς και με την κατάλληλη διαχείριση των αντίστοιχων εκροών και εισροών, μπορεί να επιφέρει για το κοινωνικό σύνολο, την αγορά, καθώς και για τον επιχειρηματία, κάποια προστιθέμενη αξία. (Γραφείο Ενθάρρυνσης & Υποστήριξης της Νεανικής Επιχειρηματικότητας, 2008).

Ο όρος, λοιπόν, της επιχειρηματικότητας, υποδηλώνει μια αλληλουχία ενεργειών, όπως για παράδειγμα η δημιουργία, η ίδρυση καθώς και η διαχείριση μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού. (Σουρλατζή, 2012)

Σύμφωνα με τους Cunningham & Lischeron (1991) η επιχειρηματικότητα σε πρώιμο στάδιο μπορεί να θεωρηθεί «ως μια προσπάθεια μετατροπής της πρωτοβουλίας σε αποτέλεσμα και από τη διαδικασία αυτή να προκύψει οικονομικό κέρδος». (Cunningham & Lischeron, 1991)

Σύμφωνα με το Harvard Business School, η επιχειρηματικότητα αποτελεί στην ουσία μια διαδικασία δημιουργίας ή πιο απλά, έγκειται στη σύλληψη μιας ευκαιρίας με απώτερο σκοπό την εκμετάλλευσή της, χωρίς να εξαρτάται από τον έλεγχο ή την κατοχή των μέσων της υλοποίησής της. (Timmons & Spinelli, 2007)

Ένας ακόμη ορισμός της επιχειρηματικότητας είναι αυτός του P. Drucker, ο οποίος δήλωσε ότι «Η επιχειρηματικότητα δεν είναι ούτε επιστήμη αλλά ούτε και τέχνη, αλλά είναι η πρακτική στην οποία η γνώση αποτελεί το μέσον για την επίτευξη του σκοπού της. Είναι ο τρόπος συμπεριφοράς, παρά το χαρακτηριστικό της προσωπικότητας». (Drucker, 2002)

Τέλος, η επιχειρηματικότητα μπορεί να ορισθεί και με βάση την οπτική, οικονομική ή διοικητική, σκοπιά που την ορίζει ο καθένας. (Hébert & Link, 1989)

Έτσι, από οικονομική σκοπιά, ο επιχειρηματίας ορίζεται ως άτομο το οποίο φέρει ευθύνη κινδύνου και παράλληλα αναλαμβάνει αποφάσεις οι οποίες επηρεάζουν την τόσο τον τύπο και την κατανομή, όσο και τη χρήση αγαθών, πόρων και επιχειρήσεων. Παράλληλα, από διοικητική σκοπιά, οι επιχειρηματίες διακρίνονται σε δύο κατηγορίες, πρώτον σε αυτούς οι

οποίοι στοχεύουν στην αναζήτηση των ευκαιριών και δεύτερον, σε αυτούς οι οποίοι διοικούν μια επιχείρηση. (Σουρλατζή, 2012)

2.2 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ: ΕΝΝΟΙΑ, ΔΙΑΦΟΡΟΙ ΟΡΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

Η ετυμολογία της λέξης επιχειρηματίας είναι γαλλική (entreprendre) και μεταφράζεται ως «αναλαμβάνω». Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός πως όσο για την έννοια της επιχειρηματικότητας, τόσο και για την έννοια τους επιχειρηματία δεν υπάρχει παγκόσμιος αποδεκτός ορισμός, αλλά με το πέρασμα των χρόνων έχει δοθεί μεγάλη ποικιλία ορισμών. (Σαλαβού, 2006)

Το 1975, επιχειρηματίας θεωρήθηκε το άτομο το οποίο αναλάμβανε πρωτοβουλίες αλλά και οργάνωνε τους κοινωνικούς και οικονομικούς μηχανισμούς καθώς και το άτομο που αποδεχόταν τον κίνδυνο της αποτυχίας. (Σαλαβού, 2006)

Με βάση το American Heritage Dictionary, ως επιχειρηματίας ορίζεται το άτομο εκείνο το οποίο ιδρύει και διευθύνει μια επιχείρηση αλλά, παράλληλα αναλαμβάνει και τους κινδύνους της επιχείρησης. (Αναγνωστάκη & Μαστορέλης, 2011)

Μια βαθύτερη έννοια του όρου, σύμφωνα με τον Χ. Κανελλόπουλο (1994), μας λέει ότι, επιχειρηματίας είναι το άτομο, που αρχίζει, ουσιαστικά με σημείο αναφοράς την αρχή, την ανάπτυξη της επιχείρησής του, μη έχοντας τίποτα, αλλά πετυχαίνει με σκληρή δουλειά και φαντασία, ενώ παράλληλα αντιλαμβάνεται τις ευκαιρίες που του παρουσιάζονται ή δημιουργεί νέες και διαθέτει την αίσθηση του χρόνου στον οποίο δραστηριοποιείται. (Κανελλόπουλος, 1994)

Πιο πριν, το 1937 μ. Χ., οι Ely και Hess αναφέρουν ότι, «Ο επιχειρηματίας οργανώνει και λειτουργεί μια επιχείρηση για προσωπικό όφελος, καταβάλλει τρέχουσες τιμές για τα υλικά που καταναλώνονται στις επιχειρήσεις, για τη χρήση γης, για τις προσωπικές υπηρεσίες που απασχολεί και για το κεφάλαιο που απαιτεί. Συμβάλλει με την προσωπική του πρωτοβουλία, τις δεξιότητες και την εφευρετικότητά του, στο σχεδιασμό, στην οργάνωση και στη διαχείριση της επιχείρησης. Επίσης αναλαμβάνει το ρίσκο του κέρδους και της απώλειας, η οποία είναι επακόλουθο απρόβλεπτων και ανεξέλεγκτων καταστάσεων. Το καθαρό

υπόλοιπο των ετήσιων εσόδων της επιχείρησης, αφού έχουν πληρωθεί όλες οι δαπάνες, το διατηρεί για τον ίδιο.» (Ely & Hess, 1937, σελ. 488)

Σύμφωνα με τον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ) (2008), οι επιχειρηματίες ορίζονται ως «οι φορείς της αλλαγής και της ανάπτυξης της οικονομίας της αγοράς, είναι εκείνοι που με την δράση τους δημιουργούν, διαχέουν και εφαρμόζουν καινοτόμες ιδέες, δεν επιδιώκουν να αξιοποιήσουν μόνο τις οικονομικές ευκαιρίες, αλλά έλκονται από την ανάληψη κινδύνου και αρέσκονται να βλέπουν την επιβεβαίωση του προαισθήματός τους». (OECD, 2008)

Σύμφωνα με τον Gaddam (2007), ο Adam Smith (1776) στο βιβλίο του «Η Κοινωνία των Εθνών (Wealth of Nations)», περιέγραφε τον επιχειρηματία ως το άτομο που μπορεί να αναλάβει να δημιουργήσει, έναν οργανισμό, με απώτερο εμπορικό σκοπό. (Gaddam, 2007)

Ο Αυστριακός οικονομολόγος J. Schumpeter, ο πρώτος που περιέγραψε τον επιχειρηματία ως μια καινοτόμα προσωπικότητα, κατά την δεκαετία του 1940, όρισε τον επιχειρηματία ως εξής, «Ο ρόλος του επιχειρηματία είναι να αναμορφώσει ή να μετασχηματίσει τους τρόπους και τις μεθόδους παραγωγής, με την εκμετάλλευση μιας εφεύρεσης ή γενικότερα, με την χρήση μιας μη δοκιμασμένης, στην πράξη, τεχνολογικής δυνατότητας, για την παραγωγή ενός προϊόντος ή την παραγωγή ενός παλαιότερου με έναν νέο τρόπο, ανοίγοντας έτσι μια νέα πηγή προμήθειας των υλικών ή ενός νέου σημείου πώλησης των προϊόντων με την αναδιοργάνωση ενός νέου τύπου βιομηχανοποίησης.» (Schumpeter, 1961)

Ο Baumol (1990) σε ένα άρθρο του που θεωρείται πλέον κλασικό καθώς κατηγοριοποιεί τους επιχειρηματίες σε τρεις κατηγορίες, ανέλυσε την αμφιλεγόμενη άποψη που επικρατεί για αυτούς. Ουσιαστικά, ισχυρίζεται ότι τα άτομα με δεδομένες τις επιχειρηματικές τους ικανότητες θα μπορούσαν να γίνουν παραγωγικοί, μη παραγωγικοί ή καταστροφικοί. Αυτό που καθορίζει σε ποια κατηγορία τελικά θα ενταχθούν είναι οι κανόνες του παιχνιδιού και πως αυτοί επιβάλλονται (Storey et al. 2011).

2.2.1 Οι τρεις μεγάλες σχολές

Αναφορικά με την ευρύτερη έννοια του επιχειρηματία, οι θεωρίες που έχουν αναπτυχθεί χωρίζονται σε τρεις μεγάλες κατηγορίες (σχολές σκέψης), ενώ όλες βασίζονται στον R.Cantillon.

Η πρώτη σχολή ,με κύριους πρεσβευτές της τους Thune, Schumpeter και Baumol,είναι η Γερμανική. Η δεύτερη είναι η Νεοκλασική, η οποία εκπροσωπούνταν από τους Marshall, Knight και Schultz και η τρίτη σχολή των Menger, Misses και Kushner είναι η Αυστριακή. Αν και οι τρεις σχολές επικεντρώνουν το ενδιαφέρον τους σε διαφορετικές πτυχές του επιχειρηματία, είναι βασισμένες πάνω στην ίδια θεωρία. (Σουρλατζή, 2012)

Η Γερμανική σχολή συγκεκριμένα, πιστεύει ότι ο επιχειρηματίας επιφέρει αστάθεια και δημιουργική καταστροφή, ενώ αντίθετα η Νεοκλασική θεωρεί ότι ο επιχειρηματίας επιφέρει ισορροπία στις αγορές μέσα από την επιχειρηματική του δραστηριότητα. Τέλος, η Αυστριακή σχολή από την άλλη μεριά, προωθεί τις ικανότητες από τις οποίες διακατέχεται ένας επιχειρηματίας και συγκεκριμένα αυτές που αφορούν την αποδοχή ευκαιριών που μπορούν να οδηγήσουν σε κέρδη, ενώ ταυτόχρονα συνδυάζονται οι διαθέσιμοι πόροι με σκοπό την ικανοποίηση των αναγκών ή τη βελτίωση της αναποτελεσματικότητας της αγοράς. (Σουρλατζή, 2012)

Μία ακόμη διάκριση σχετικά με την έννοια του επιχειρηματία, αναφέρεται στο λειτουργικό και στο συμπεριφοριστικό επίπεδο.

Αρχικά, σε λειτουργικό επίπεδο, ο ορισμός του επιχειρηματία στηρίζεται κατά βάση στις δύο θεωρίες που διατυπώθηκαν από τον R.Cantillon (1755) και Adam Smith (1776) οι οποίοι περιέγραψαν τον επιχειρηματία ως άτομο το οποίο χρησιμοποιούσε σε μεγαλύτερο βαθμό το λειτουργικό του τμήμα και σε μικρότερο την οντότητά του. (Cantillon, 1964 [1755]) (Smith, 1776 [1981])

Σύμφωνα με τον λειτουργικό ορισμό, επιχειρηματίας είναι αυτός που ασκεί τον τελικό έλεγχο στις δραστηριότητες της επιχείρησης και περιλαμβάνει ολόκληρη την ύπαρξη της. Στην ουσία ο επιχειρηματίας, αποτελεί το θεμέλιο για την ύπαρξη και υπόσταση της επιχείρησης, ενώ παράλληλα είναι ο μόνος ο οποίος μπορεί να δώσει τέλος στη λειτουργία της. Καταληκτικά η ευρύτερη έννοια του επιχειρηματία μπορεί να παρουσιαστεί ως: «η ικανότητα και η προθυμία των ατόμων, ατομικά ή ομαδικά ,εντός ή εκτός υφιστάμενων οργανισμών, να διαβλέπουν και να δημιουργούν νέες οικονομικές ευκαιρίες, νέα προϊόντα,

νέες μεθόδους παραγωγής νέα οργανωτικά σχήματα και νέους συνδυασμούς προϊόντων με αγορές και να εισάγουν τις ιδέες τους στη αγορά, αντιμετωπίζοντας καταστάσεις αβεβαιότητας και άλλα εμπόδια λαμβάνοντας αποφάσεις σχετικές με την τοποθεσία, τη μορφή και τη χρήση πόρων και θεσμών». (Wennekers & Thurik, 1999)

Από την άλλη πλευρά, συμπεριφοριστική προσέγγιση στην έννοια του επιχειρηματία υποστηρίζει ότι εκείνα τα άτομα τα οποία αναπτύσσουν επιχειρηματικές δραστηριότητες εμφανίζουν συγκεκριμένα χαρακτηριστικά προσωπικότητας καθώς και συμπεριφορές. Ο βασικός παράγοντας υποκίνησης, σύμφωνα με τη συμπεριφοριστική προσέγγιση του επιχειρηματία, για την ανάπτυξη επιχειρηματικής συμπεριφοράς, είναι η εκδήλωση της επιθυμίας για επιτυχία και επιτεύγματα. Κίνητρο για υπεροχή και επίτευξη στόχων, αποτελεί η ανάγκη για επιτυχία από την οποία διακατέχονται ορισμένοι άνθρωποι σε σχέση με τα προκαθορισμένα πρότυπα. Οι άνθρωποι που διαθέτουν μια τέτοια ανάγκη αφιερώνουν χρόνο με σκοπό να ανακαλύψουν τρόπους για να βελτιώσουν την εργασία τους ή να επιτύχουν καλύτερα αποτελέσματα για αυτούς. Η ανάγκη για επιτυχία συνδέεται άρρηκτα με την πίστη η οποία έγκειται σε μια εσωτερική ανάγκη για έλεγχο. Όσοι άνθρωποι δε διαθέτουν πίστη στην ικανότητα ελέγχου του περιβάλλοντος τους, είναι πιθανό να αναλάβουν χωρίς ιδιαίτερη επιθυμία κινδύνους οι οποίοι αφορούν την έναρξη και λειτουργία της επιχείρησης. (Βασιλειάδης, 2008)

Πρωταρχικό στοιχείο στο χαρακτήρα ενός επιχειρηματία αποτελεί η ανάληψη του ρίσκου από τον ίδιο. Μόλις κάποιος άνθρωπος αποφασίσει να δραστηριοποιηθεί επιχειρηματικά, ρισκάρει όχι μόνο την οικονομική του ευμάρεια και την επαγγελματική του σταδιοδρομία, αλλά και την οικογενειακή και ψυχική του ηρεμία. Το επίπεδο αβεβαιότητας από το οποίο διακρίνονται οι επιχειρηματικές δραστηριότητες, υποδηλώνει πως τα άτομα τα οποία λαμβάνουν μέρος σε τέτοιους είδους δραστηριότητες αναλαμβάνουν και αντιμετωπίζουν ένα ορισμένο επίπεδο κινδύνου. (Kent, 1982)

Προκειμένου να κατανοηθούν καλύτερα τα χαρακτηριστικά εκείνα των ατόμων που θέλουν να γίνουν επιχειρηματίες, θα πρέπει να μελετήσουμε ενδεχομένως και τις αξίες εκείνες που χαρακτηρίζουν αυτά τα άτομα. Ως μια γενικευμένη και οργανωμένη αντίληψη της φύσης μπορεί να ορισθεί ο προσανατολισμός των αξιών. Ο ορισμός αυτός περιλαμβάνει την αντίληψη και κατανόηση της θέσης που το άτομο κατέχει στο κοινωνικό πλαίσιο. Συγκεκριμένα, όσον αφορά τους επιχειρηματίες, ο ορισμός αναφέρεται στην ιδέα ενός ατόμου σχετικά με πράγματα και πρόσωπα. Σύμφωνα με τους Sexton και Smilor (1986, σελ.

131 – 132), σχετικά με τις προσωπικές αξίες που διέπουν τους επιχειρηματίες και αναφέρουν ότι τα άτομα αυτά, με βάση τις απαντήσεις που δόθηκαν, συγκεντρώνουν πολύ υψηλότερα ποσοστά σε σχέση με το γενικό πληθυσμό. Τα ποσοστά αυτά αντιπροσωπεύουν την ανάγκη για επίτευξη στόχων, για ανεξαρτησία καθώς και αποτελεσματικότητα ηγεσίας. Παρ' όλα αυτά, αναφέρεται ότι τα άτομα αυτά συγκέντρωσαν χαμηλότερα ποσοστά, όσον αφορά την ανάγκη υποστήριξης. (Sexton & Smilor, 1986)

Ένα ακόμη στοιχείο που χαρακτηρίζει την επιχειρηματική συμπεριφορά είναι η καινοτομία, η οποία μαζί με την επίλυση προβλημάτων αποτελούν τον πυρήνα ίσως της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Οι επιχειρηματίες, στην προσπάθειά τους να εφαρμόσουν νέες ιδέες και να επιλύσουν τα προβλήματα, αντιμετωπίζουν μια σειρά προκλήσεων. Σύμφωνα με ιστορικές εξελίξεις, διαπιστώνεται ότι η επιχειρηματική δραστηριότητα εμφανίζεται πιο έντονα κατά τη διάρκεια περιόδων με οικονομικές, κοινωνικές, πολιτικές αναταραχές και ανισοροπίες, διότι οι περίοδοι αυτοί δεν θεωρούνται και οι πιο αποτελεσματικές, ενώ τα άτομα που τελικά καταφέρνουν να επιβιώσουν είναι αυτά που έχουν δραστηριοποιηθεί σε διαφορετικά αντικείμενα. (Morrison, 2000)

Καταληκτικά, τα βασικά χαρακτηριστικά του συμπεριφοριστικού επιχειρηματία, που μπορούν να αναφερθούν είναι η ανάγκη για επιτυχία, η επίλυση προβλημάτων, η πίστη στον εσωτερικό έλεγχο, η ανάληψη ρίσκου, τα συστήματα αξιών και η καινοτομία.

2.2.2 Χαρακτηριστικά του επιχειρηματία

Ο επιχειρηματίας, είναι το άτομο το οποίο οργανώνει όλους όσους συμμετέχουν στην παράγωγή προϊόντων ή υπηρεσιών με τον πιο αποτελεσματικό τρόπο προκειμένου να επιτευχθεί το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα. Τα άτομα τα οποία τείνουν προς την επιχειρηματική δραστηριότητα, είναι συχνά άτομα τα οποία θέλουν να επιτύχουν στόχους, επιθυμούν να είναι δημιουργικά, έχουν αυτοέλεγχο, θέλουν να είναι ανεξάρτητα και έχουν την τάση να αναλαμβάνουν κινδύνους. (Πετράκης & Μπουρλετίδης, 2005)

Συμφώνα με τους Carter, Gartner, Shaver και Gatewood (2003), τα βασικά χαρακτηριστικά που υποκινούν και διακρίνουν τους επιχειρηματίες από τους αυτοαπασχολούμενους είναι έξι. Αυτά είναι: (Carter, et al., 2003)

1. Καινοτομία (Innovation) και διαρκής αναζήτηση ευκαιριών.

2. Η ανεξαρτησία (Independence) και η ανάληψη ρίσκου.
3. Η αναγνώριση (Recognition) και ο ρόλος που θέλουν να διαδραματίσουν (π.χ. στο ξεκίνημα και την ανάπτυξη μιας επιχείρησης αλλά και στην κοινωνία τους).
4. Η επιτυχία (Success).
5. Οι ισχυρές σχέσεις και η εμπειρία.
6. Η αυτοπραγμάτωση (Self-Realization), δηλαδή η γνώση του πραγματικού τους εαυτού.

Οι Chen, Green και Crick (1998) έδειξαν ότι εκείνη που προσδιορίζει σημαντικά τη τάση του ατόμου για την ανάληψη επιχειρηματικής πρωτοβουλίας, είναι η προσωπική αίσθηση αποτελεσματικότητας (Chen, et al., 1998).

Παράλληλα, οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες, διαθέτουν την ικανότητα να βλέπουν όσα οι άλλοι δεν μπορούν. Χαρακτηρίζονται από καινοτομία και έχουν την ικανότητα να μεταλλάσσουν όσα βλέπουν σε μηχανισμούς υλοποίησης (επιχειρήσεις) και επιβεβαίωσης του αισθητηρίου τους. (Timmons & Spinelli, 2007)

Συμφώνα με τον McClelland (1961) οι βασικές ικανότητες ενός επιτυχημένου επιχειρηματία είναι: (McClelland, 1961)

- Προνοητικότητα: πρωτοβουλία και θετική σκέψη.
- Προσανατολισμός σε επιτεύγματα: ικανότητα εντοπισμού και αξιοποίησης των ευκαιριών
- Δέσμευση έναντι άλλων

Τέλος, οι Meredith, Nelson και Neck (1982), παραθέτουν και εκείνοι 5 βασικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα για να είναι επιτυχημένος ένας επιχειρηματίας. Αυτά είναι τα εξής: (Meredith, et al., 1982)

1. Αυτοπεποίθηση.
2. Ανάληψη κινδύνων.
3. Ευελιξία.
4. Ανάγκη για επιτεύγματα.
5. Έντονη επιθυμία για ανεξαρτησία.

2.3 ΚΙΝΗΤΡΑ

Οι παράγοντες που επιδρούν στη λήψη της απόφασης ενός ατόμου για να γίνει επιχειρηματίας χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες: (Χριστοδούλου, 2014)

1. Οι ψυχολογικές επιδράσεις που έχει δεχθεί το άτομο .
2. Τα αποτελέσματα από προαγόμενες εμπειρίες.
3. Τα προσωπικά χαρακτηριστικά του.

Οι επιδράσεις αυτές χαρακτηρίζονται ως «κίνητρα» για την ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας. Τα κίνητρα αυτά, με τη σειρά τους, διαχωρίζονται σε δύο τύπους: (Χριστοδούλου, 2014)

- Στα θετικά κίνητρα – (pull motives) ή παράγοντες προσέλκυσης, δηλαδή παράγοντες οι οποίοι ελκύουν το άτομο στην ανάληψη επιχειρηματικής πρωτοβουλίας.
- Στα αρνητικά κίνητρα – (push motives) ή ωστικούς παράγοντες, δηλαδή παράγοντες οι οποίοι ωθούν ή αναγκάζουν τα άτομα να απομακρυνθεί από άλλες επιλογές και να στραφεί στην αυτοαπασχόληση.

Τα βασικότερα θετικά κίνητρα είναι: (Χριστοδούλου, 2014)

1. Η επιδίωξη κέρδους.
2. Η επιδίωξη ανεξαρτησίας.
3. Η επιδίωξη κοινωνικού κύρους.
4. Η επιθυμία για επιτεύγματα.

Ο J.Rotter (1971, σελ. 15) ύστερα από την ανάλυση που έκανε σε ένα ψυχολογικό «στατικό» το οποίο βοηθάει στην ενδυνάμωση των κινήτρων αυτών του ατόμου, απέδωσε τον ορό «εμπιστοσύνη στις προσωπικές ικανότητες (international locus of beliefs)». Η αντίληψη του φιλόδοξου επιχειρηματία για τη δυνατότητα του να καταφέρει, με τις δίκες του ενέργειες και όχι άλλων, την επιτυχία της επιχειρήσεως του είναι ο παράγοντας που επηρεάζει την προσφορά της αποτελεσματικότητας. Όσο περισσότερο το άτομο εμπιστεύεται τον εαυτό του, τόσο αυξάνεται η δυνατότητα του να προχωρήσει σε ενέργειες επιχειρηματικής εμπειρίας. Το αποτέλεσμα αυτών των ασχολιών είναι συγκεκριμένο και ανταγωνιστικό σε

σχέση με αυτό των άλλων ατόμων, παρά την αβεβαιότητα που το χαρακτηρίζουν. (Rotter, 1971)

Από την άλλη πλευρά, τα αρνητικά κίνητρα, μπορεί να αποδειχθούν μερικές φορές πιο ισχυρά από τα θετικά, αν και τείνουν να απομακρύνουν το άτομο από άλλες επιλογές και να το προσανατολίζουν στην ίδρυση δίκης του επιχείρησης.

Τα βασικά αρνητικά κίνητρα είναι: (Χριστοδούλου, 2014)

1. Απόλυση από την εργασία ή ανεργία.
2. Αναγκαστική μετανάστευση.
3. Η μονοτονία στην εργασία του μισθωτού.
4. Το διαζύγιο.
5. Προστριβές με τον προϊστάμενο.

Άλλο ένα κίνητρο το οποίο ωθεί το άτομο σε επαγγελματική καριέρα είναι η αδυναμία να προοδεύσει σε άλλες δραστηριότητες.

Υπάρχουν όμως και άλλοι παράγοντες, που λειτουργούν δυναμικά με τα θετικά ή αρνητικά κίνητρα: (Χριστοδούλου, 2014)

- Η «τύχη» (π.χ. τυχαία γνωριμία)
- Η περιβαλλοντική επίδραση (π.χ. οι σπουδές)

2.4 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΙΔΕΑ

Η επιχειρηματική ιδέα είναι στενά συνδεδεμένη με την επιχειρηματική δράση. Ουσιαστικά, αναφέρεται σε μια συγκεκριμένη επιχείρηση, η οποία έχει την τεχνική και οικονομική δυνατότητα να παράγει ένα αγαθό ή μια υπηρεσία, για την οποία υπάρχει ζήτηση σε ποσότητα και τιμή τέτοια, ώστε να υπάρχει διαφορά συνολικών εσόδων και συνολικού κόστους, ώστε να προκύπτει κέρδος. (Γκαγκάτσιος, 2011)

Σύμφωνα με τον F. Kotler, προϊόν αποτελεί κάθε τι το οποίο μπορεί να προσφερθεί σε μια αγορά για να προσελκύσει το ενδιαφέρον, να αγορασθεί, να χρησιμοποιηθεί για την ικανοποίηση μιας επιθυμίας ή ανάγκης. (Γκαγκάτσιος, 2011)

Η επιχειρηματική ιδέα θεωρείται επιτυχής, εάν έχει καταφέρει σε ένα βαθμό να προσφέρει: (Γκαγκάτσιος, 2011)

1. Κάτι καινούριο, το οποίο δεν προσφέρεται από κάποιον άλλον (π.χ. νέο προϊόν/υπηρεσία, τεχνολογία, χαρακτηριστικά).
2. Κάτι καλύτερο από ότι υπάρχει ήδη στην αγορά (π.χ., απορρυπαντικό που δεν μολύνει τη φύση, δηλαδή βελτιωμένο προϊόν).
3. Νέο ή βελτιωμένο προϊόν με μικρότερη τιμή, με καινοτομία μεθόδου παραγωγής ή αποδοτικότερης οργάνωσης επιχειρήσεως, με αποτέλεσμα να πουληθεί το προϊόν πιο οικονομικά και να αγορασθεί από άτομα που προηγουμένως δεν είχαν την οικονομική δυνατότητα αγοράς.
4. Ένα προϊόν/υπηρεσία σε μια νέα αγορά ή δημιουργία μιας νέας αγοράς για τη προσφορά ενός προϊόντος/υπηρεσίας.

Εκτός από φαντασία στον σχεδιασμό νέων και βελτιωμένων προϊόντων απαιτείται και ενθουσιασμός για την επιχειρηματική ιδέα, καθώς και η δυνατότητα της μετατροπής της σε πραγματικότητα. (Γκαγκάτσιος, 2011)

Τα βήματα για την υλοποίηση μιας επιχειρηματικής ιδέας είναι:

1. Ο επιχειρηματίας να εκτιμά ότι οι καταναλωτές επιθυμούν ένα προϊόν/υπηρεσία που δεν υφίσταται.
2. Να είναι βέβαιος ότι διαθέτει την οικονομική δυνατότητα και τεχνογνωσία να προσφέρει στους καταναλωτές αυτό που ζητάνε και να εξετάζει την επάρκεια των οικονομικών δυνατοτήτων των υποψήφιων καταναλωτών.
3. Να βεβαιώνεται ότι το νέο προϊόν/υπηρεσία θα του επιφέρει κέρδη, κάνοντας σωστό προϋπολογισμό εξόδων και εσόδων και σωστή πρόβλεψη ζήτησης.
4. Να προχωρεί στην υλοποίηση της επιχειρηματικής ιδέας.

2.5 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

Η επιχειρηματικότητα αν και χρησιμοποιείται συχνά στην κοινή γλώσσά και στις αναλύσεις για τις λειτουργίες της επιχείρησης, δεν έχει λάβει ένα κοινά αποδεκτό περιεχόμενο. Ωστόσο, σε γενικές γραμμές έχουν αναπτυχτεί οι εξής θεωρίες: (Καραγιάννης Α. Δ., Επιχειρηματικότητα, Αβεβαιότητα και Ενδεχόμενη Έκπληξη, 1996)

i. Ανάληψη κινδύνων από την αβεβαιότητα

Συμφώνα με αυτή την θεωρία, ο επιχειρηματίας είναι ένα οικονομούν άτομο που αναλαμβάνει κινδύνους οι οποίοι απορρέουν από την αβεβαιότητα. Παράλληλα, η αβεβαιότητα είναι αυτή που χαρακτηρίζει την πραγματική οικονομική ζωή. Οι κίνδυνοι αυτοί που αντιμετωπίζει ο επιχειρηματίας, μπορούν διακριθούν ανάλογα με την φύση τους, σε «δυνάμενους» και «μη δυνάμενους» ώστε να εξασφαλιστεί και η τιμή τους στο κόστος παραγωγής. Οι δεύτεροι κίνδυνοι απορρέουν από την αβεβαιότητα που υπάρχει στην πραγματική οικονομική ζωή. Η οικονομική τους αξία δεν μπορεί να προβλεφθεί και να προσμετρηθεί. Η οικονομική αβεβαιότητα οφείλεται κυρίως στα εξής (Καραγιάννης Α. Δ., Επιχειρηματικότητα, Αβεβαιότητα και Ενδεχόμενη Έκπληξη, 1996):

- Το δυναμικό χαρακτήρα των οικονομικών μεταβλητών
- Την ύπαρξη του στοιχείου του χρόνου στη λήψη οικονομικών αποφάσεων
- Την ατελή γνώση που τα άτομα και ειδικότερα οι επιχειρηματίες διαθέτουν για το παρόν και το μέλλον.

Με πρωτοπόρο τον F. Knight (1921), τις πρώτες δεκαετίες του 20ου αιώνα αναπτύχθηκε από ορισμένους ερευνητές ότι η πραγματική και ουσιαστική δράση της επιχειρηματικότητας είναι η ανάληψη των κινδύνων από την αβεβαιότητα. Ο επιχειρηματίας όμως δεν είναι τζογαδόρος. Ο άνθρωπος που παίζει τυχερά παιχνίδια δεν ελέγχει το αποτέλεσμα. Ο επιχειρηματίας, όμως, μπορεί με τις ενέργειες του να επηρεάσει το αποτέλεσμα της επιχειρηματικής του απόφασης. Για τον λόγο αυτό ο επιχειρηματίας προτιμά να αναλάβει μέτριους κινδύνους, οι οποίοι συνδέονται με τις πράξεις του και προσπαθεί να τους περιορίσει. (Σουρλατζή, 2012)

ii. Οργάνωσης της επιχείρησης

Μια από τις πιο παλιές θεωρίες επιχειρηματικότητας, είναι αυτή που αναφέρει ότι ο επιχειρηματίας ασχολείται με τον τρόπο οργάνωσης των παραγωγικών συντελεστών και την αξιοποίηση της οργάνωσης αυτής με άριστο τρόπο. Συμφώνα λοιπόν με τη θεωρία

οργάνωσης της επιχείρησης, ο σκοπός του επιχειρηματία είναι να επιτύχει τέτοια οργάνωση των παραγωγικών συντελεστών που θα επαφή τα μέγιστα οικονομικά οφέλη. Η θεωρία αυτή σχετίζεται με το γεγονός ότι οι οικονομίες με δομημένους τους παραγωγικούς συντελεστές δεν πτωχαίνουν πάντα την μεγιστοποίηση της αποτελεσματικότητας τους. (Καραγιάννης Α. Δ., Τι είναι η Επιχειρηματικότητα, 1992)

Η διάφορα μεταξύ του άριστου βαθμού αποτελεσματικότητας μιας οικονομίας στη θεωρία και αυτού που γίνεται πράξη στην πραγματικότητα, αποτελεί μία «διαφυγούσα αποτελεσματικότητα» η οποία έχει χαρακτηριστεί, από τον Η. Leibenstein (1978) ως «απροσδιόριστη αναποτελεσματικότητα». Η επιχειρηματικότητα λοιπόν μπορεί να δράσει ως παράγοντας που θα μειώσει την απροσδιόριστη αναποτελεσματικότητα μέσω των ακολούθων ενεργειών (Καραγιάννης Α. Δ., Τι είναι η Επιχειρηματικότητα, 1992):

- Με τον καλύτερο συντονισμό των εργασιών που γίνονται σε μια επιχείρηση.
- Με την καλύτερη οργάνωση και διασύνδεση των διαφόρων αγορών (π.χ. με υποκατάστημα).
- Με τον καλύτερο μετασχηματισμό των εισροών σε εκροές.

iii. Λήψη σημαντικών αποφάσεων για τον συντονισμό των παραγωγικών συντελεστών

Ο Casson (1982) υποστηρίζει ότι επιχειρηματίας είναι εκείνο το άτομο που θα πάρει μια απόφαση διαφορετική από όλους τους άλλους, για να εισάγει ένα νέο και πιο αποδοτικό συντονισμό των παραγωγικών συντελεστών. Το κυριότερο σημείο αυτής της θεωρίας έγκειται στον τρόπο με τον οποίο ο επιχειρηματίας θα πάρει μια απόφαση καθώς και στα προσόντα που πρέπει να διαθέτει για να είναι επιτυχημένη η απόφαση αυτή. Η διαδικασία λήψης μιας απόφασης από τον επιχειρηματία παίρνει τα εξής στάδια: (Σουρλατζή, 2012)

- Αναγνώριση των οικονομικών ευκαιριών.
- Επιλογή αυτών των ενεργειών που είναι κατάλληλες για την επιχείρηση ή τις δυνατότητες του επιχειρηματία.
- Εκτίμηση των εμποδίων που έχει να αντιμετωπίσει.
- Ανάπτυξη τρόπων με σκοπό να υπερπηδηθούν αυτά τα εμπόδια.

iv. Καινοτομική δράση

Ένα ισχυρό πνεύμα καινοτομίας, δημιούργησε στους επιχειρηματίες η ανάπτυξη των τεχνών και της επιστήμης καθώς και η συνεχής τεχνολογική πρόοδος. Σύμφωνα με την «θεωρία του καινοτόμου επιχειρηματία» που αναπτύχθηκε το 1911 από τον J.A. Schumpeter, οι επιχειρηματίες προσπαθούν να κάνουν χρήση των διάφορων τεχνολογικών και επιστημονικών ανακαλύψεων για παραγωγικούς και κερδοσκοπικούς σκοπούς. Οι καινοτομίες που εισάγει ο επιχειρηματίας μπορούν να εμφανιστούν με τις παρακάτω μορφές: (Σουρλατζή, 2012)

- Με την εισαγωγή νέου ή καλύτερο σε ποιότητα προϊόν ή υπηρεσίας.
- Με την χρησιμοποίηση μιας νέας ή βελτιωμένης μεθόδου παραγωγής.
- Με τη δημιουργία μιας νέας αγοράς .
- Με την χρησιμοποίηση νέας ή βελτιωμένης οργάνωσης της επιχείρησης.

v. Αξιοποίηση ευκαιριών κέρδους

«Ως άγρυπνη προσπάθεια του ατόμου (επίδοξου επιχειρηματία), να αναγνωρίσει και να αξιοποιήσει κάθε ευκαιρία κέρδους που παρουσιάζεται στην αγορά» ,ορίζει ο I. Kirzner (1973) την επιχειρηματικότητα. Ο επιχειρηματίας θα πρέπει να κατέχει γνώσεις και πληροφορίες για την αγορά που δεν θα διαθέτουν αλλά οικονομούντα άτομα, για να μπορέσει να λειτουργήσει με αυτό τον τρόπο. Η ύπαρξη αυτής της μορφής επιχειρηματικότητας υφίσταται και επιδέχεται δικαιολογία μόνο εάν υπάρχει ατελής πληροφόρηση στον κόσμο των επιχειρήσεων. Δηλαδή δεν υπάρχει πλήρης γνώση και επάρκεια πληροφοριών για οτιδήποτε συμβαίνει στις διάφορες αγορές αγαθών και παραγωγικών συντελεστών. Η αλήθεια είναι πως παρά την όλο και αυξανόμενη χρήση των ειδικών εφημερίδων, της πληροφορικής κλπ., υπάρχει πάντα στην αγορά ένας βαθμός αγνοίας ή ανεπαρκούς πληροφόρησης. (Σουρλατζή, 2012)

vi. Συνθετική θεωρία

Μια θεωρία που συνδυάζει όλες τις παραπάνω θεωρίες. Τονίζει το γεγονός ότι δεν πρέπει να περιμένουμε ότι ο επιχειρηματίας θα έχει έναν και μονοδιάστατο ρόλο. Αντιθέτως, ο ρόλος του μπορεί να χρησιμοποιηθεί με τον έναν τρόπο ή με τον άλλο, κατά την ίδρυση και την πορεία ανάπτυξης της επιχείρησης του. (Καραγιάννης Α. Δ., The Entrepreneurial Function in Economic Literature: A Synoptic Review, 1990)

2.6 ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Η επιχειρηματικότητα είναι δυνατόν να παρουσιαστεί με τις ακόλουθες μορφές:

2.6.1 Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας

Πρώτη μορφή, είναι η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας. Ο επιχειρηματίας συμφώνα με τη μορφή αυτή, αρχίζει μια δραστηριότητα με σκοπό να εκμεταλλευτεί την επιχειρηματική ευκαιρία. Οι επιχειρηματικές μονάδες που υποστηρίζουν αυτή τη μορφή μπορούν να δημιουργήσουν ένα ανταγωνιστικό προϊόν στην αγορά και να φέρουν καινοτόμες ιδέες. (Σαμαρτζή, 2008)

Επιχειρηματική ευκαιρία είναι μια ιδέα που συγκεντρώνει όλα τα χαρακτηριστικά που δημιουργούν ένα οικονομικό αποτέλεσμα. Παρ' όλα αυτά είναι διαφορετικό πράγμα η ιδέα από την επιχειρηματική ευκαιρία. Μια ιδέα δεν αποτελεί επιχειρηματική ευκαιρία. Μια επιχειρηματική ευκαιρία όμως περικλείει μια ιδέα. Δηλαδή, είναι η δυνατότητα ικανοποίησης μιας ανάγκης, που εμφανίζεται στην αγορά, ενός επιχειρηματία. Για την κάλυψη αυτής της ανάγκης της αγοράς, είναι αναγκαίος ένας συνδυασμός πόρων και ικανοτήτων, ανεκμετάλλετων, ώστε να παραχθεί ένα βελτιωμένο προϊόν. (Αλεξίδης, 2014)

Όπως αναφέρει ο Πετράκης (2008), «μια ευκαιρία είναι μια καλή ιδέα με εμπορική αξία. Μια καλή ιδέα και μια σίγουρη αγορά, συνιστούν μια επιχειρηματική ευκαιρία». (Αλεξίδης, 2014) Σύμφωνα, λοιπόν, με τους Shane και Venkataraman (2000), η ύπαρξη επιχειρηματικών ευκαιριών είναι πρωταρχικής σημασίας. (Κακούρης, 2007)

Οι επιχειρηματικές ευκαιρίες μπορούν, είτε να υπάρχουν στην αγορά και να ανακαλύπτονται, είτε να δημιουργούνται εκτός και να εισάγονται στην αγορά. (Κακούρης, 2007)

Συχνά λέγεται ότι, οι επιχειρηματικές ευκαιρίες οφείλονται σε ασυμμετρίες πληροφόρησης ή αλλιώς ασυμμετρίες γνώσης. Αυτό οφείλεται στη νεοκλασική θεωρία των οικονομικών, όπου σύμφωνα με αυτή, οι «τέλειες» αγορές δεν περιέχουν επιχειρηματικές ευκαιρίες. Βρίσκονται σε ισορροπία, η οποία αναφέρεται ως Βαρλασιανή ισορροπία, προσωρινή και μικρής κλίμακας ευκαιρία, εξαιτίας της μη καλής κατανομής πόρων, που εξαντλείται σχεδόν αμέσως, αφού η πληροφορία ρέει ανεμπόδιστα προς όλες τις

κατευθύνσεις. Στην πραγματικότητα όμως, καθώς οι αγορές αποκτούν δυνατότητες για καλύτερη οργάνωση πόρων, συνεπώς υψηλότερες παραγωγικές μορφές, είναι ατελείς. Οι δυνατότητες αυτές, λοιπόν, είναι επιχειρηματικές ευκαιρίες. Έτσι, προκειμένου οι επιχειρηματίες να εντοπίζουν τέτοιες επιχειρηματικές ευκαιρίες, οργανώνονται σε δίκτυα ενημέρωσης και πληροφόρησης. (Κακούρης, 2007)

Οι Bygrave και Hofer (1991) είδαν σαν πρωτοπόρο τον επιχειρηματία και σαν πραγματικό μηχανισμό αξιοποίησης της ευκαιρίας την επιχείρηση, της οποίας η αναγνώριση αποτελεί από τα πιο βασικά γνωρίσματα της επιχειρηματικότητας. Ενώ, οι Shaver και Scott (1991) εμβάθυναν περισσότερο στα ψυχογραφικά χαρακτηριστικά του επιχειρηματία καθώς και στην κλίση και την τάση του να μετασχηματίζει μια ευκαιρία σε επιχείρηση με πρακτικές μεθόδους. (Καππάτου, 2017)

Οι Ardichvili, Cardoso και Ray (2003) τις επιχειρηματικές ευκαιρίες τις έχουν κατατάξει σε τέσσερα είδη όπως φαίνονται στον ακόλουθο πίνακα. Επισημαίνουν ότι κάθε επιχειρηματική ευκαιρία περιλαμβάνει μια ανάγκη στην αγορά και μια λύση (προϊόν για την ανάγκη αυτή). Ανάλογα λοιπόν με το αν η ανάγκη ή η λύση της είναι διαπιστωμένες και σαφείς προκύπτουν τα 4 είδη επιχειρηματικών ευκαιριών του πίνακα 1. (Κακούρης, 2007)

Πίνακας 1: Είδη επιχειρηματικών ευκαιριών σύμφωνα με τους Ardichvili, Cardoso & Ray (2003)

		ΑΝΑΓΚΗ	
		ΑΓΝΩΣΤΗ	ΓΝΩΣΤΗ
Λ Υ Σ Η	ΑΓΝΩΣΤΗ	«ΟΝΕΙΡΑ»	ΕΠΙΛΥΣΗ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ
	ΓΝΩΣΤΗ	ΜΕΤΑΦΟΡΑ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

- Όταν η ανάγκη και η λύση είναι το ίδιο άγνωστες, οι αντίστοιχες ευκαιρίες χαρακτηρίζονται από τους συγγραφείς ως «όνειρα». Η κατηγορία αυτή αφορά κυρίως στην «αφηρημένη» δημιουργικότητα όπως στο παράδειγμα αυτό των καλλιτεχνών. (Κακούρης, 2007)

- Αντίθετα, όταν τόσο η ανάγκη όσο και η λύση είναι γνωστές, έχουν σαφείς τη δημιουργία επιχείρησης. Κλασικό παράδειγμα της περίπτωσης αυτής είναι η δικαιοδοσία (franchising) καταστημάτων (Κακούρης, 2007).

- Όταν η λύση (προϊόν) είναι γνωστή και αναζητείται η ανάγκη στην αγορά η όποια θα καλύψει τότε έχουμε μεταφορά τεχνολογίας. Στην περίπτωση αυτή, έχουμε καινοτομίες οι οποίες παράγονται από την ακαδημαϊκή ερευνά. (Κακούρης, 2007)

- Τέλος όταν η ανάγκη είναι γνωστή και αναζητείται η λύση (το προϊόν) που θα καλύψει έχουμε την επίλυση του προβλήματος. Η περίπτωση αυτή είναι η πιο συνηθισμένη στην αναζήτηση επιχειρηματικών ευκαιριών. (Κακούρης, 2007)

Οι δυο τελευταίες περιπτώσεις χαρακτηρίζονται αντίστοιχα ως ευκαιρία προσφοράς (supply driven) και ευκαιρία ζήτησης (demand driven). (Κακούρης, 2007)

Επιχειρηματικότητα ανάγκης

Δεύτερη μορφή, είναι η επιχειρηματικότητα ανάγκης. Είναι μορφή που δεν συντελεί στην ανάπτυξη της οικονομίας επειδή δεν είναι ανταγωνιστική. Ο Επιχειρηματίας αποφασίζει να ασχοληθεί με κάποια δραστηριότητα για να καλύψει την ανάγκη που παρουσιάζει να

ασχοληθεί με κάτι, για να καλύψει τις ανάγκες επιβίωσης του. Αυτό που αξίζει να σημειωθεί, είναι ότι δεν υπάρχει καμία προοπτική για κανένα άνοιγμα σε διεθνές επίπεδο στο μέλλον. (Σαμαρτζή, 2008)

Όταν ένα άτομο θέλει να λύσει το πρόβλημα της βιοποριστικής του εξασφάλισης, μη μπορώντας να βρει καλύτερη λύση, ακολουθεί την επιχειρηματική δραστηριότητα. Έτσι, η επιχειρηματικότητα ανάγκης, πηγάζει από την έλλειψη ευκαιριών του ατόμου σε ότι αφορά τον βιοπορισμό του. Στην Ελλάδα, δυστυχώς, οι περισσότερες επιχειρήσεις έχουν δημιουργηθεί από επιχειρηματική ανάγκη και η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα έχει να κάνει με την έλλειψη καλύτερων επιλογών και όχι με την εκμετάλλευση ευκαιριών. (Αναγνωστάκη & Μαστορέλης, 2011)

2.6.2 Επιχειρηματικότητα υψηλών κινδύνων

Η τρίτη μορφή, είναι η επιχειρηματικότητα υψηλών δυνατοτήτων κι συνδέεται με τις δραστηριότητες εκείνες όπου δεν εκτείνονται μόνο σε εθνικό επίπεδο, αλλά το προϊόν διατίθεται στην διεθνή αγορά. Οποιαδήποτε χώρα, αφού βοηθάει στην εθνική της εξέλιξη και οδηγεί στην καλύτερευση του επιχειρηματικού της περιβάλλοντος, επιθυμεί και επιδιώκει αυξήσει αυτή τη μορφή της επιχειρηματικότητας. (Σαμαρτζή, 2008)

2.7 ΣΥΝΔΕΣΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Καινοτομία είναι μια πρωτοποριακή και καινούρια ιδέα, η όποια θεωρείται πολύτιμη προκειμένου να υλοποιηθεί κάποια ενεργεία ή μια νέα διαδικασία που αφορά σε έτη την υλοποίηση. Παράλληλα θα μπορούσε να είναι και εφαρμογή καινούριων εφευρέσεων ή ανακαλύψεων για τη πραγματοποίηση του επιθυμητού αποτελέσματος.

Η καινοτομία περικλείεται στην έννοια της επιχειρηματικότητας. Αυτό συμβαίνει γιατί, για να χαρακτηριστεί μια ιδέα ως επιχειρηματική οφείλει να είναι καινοτόμος. Δηλαδή όταν μια ιδέα χαρακτηριστεί επιχειρηματική σημαίνει πως είναι νέα και κάνεις άλλος στο παρελθόν δεν έχει δημιουργήσει κάτι παρόμοιο. Σκοπός της ιδέας είναι το οικονομικό κέρδος και περιλαμβάνει την έννοια της καινοτομίας. (Κυριακάκη, 2016)

Για πολλούς αιώνες η καινοτομία υπήρξε αντικείμενο μεγάλου ενθουσιασμού. Ο David Hussey στο Innovation Challenge γράφει ότι: Η καινοτομία είναι «μια δημιουργική ιδέα που έχει γίνει πράξη. Μπορεί να είναι τόσο απλή όσο μια διαδικαστική αλλαγή σε σύστημα διαμονής, ή τόσο περιπλοκή όσο η είσοδος σε μια εντελώς νέα αγορά». (Storey et al. 2011).

Πολλοί στοχαστές διαίρεσαν την καινοτομία σε 2 μέρη: την επινόηση και την εφαρμογή. Ένας οικονομολόγος, ο Alfred Marshall, έγραψε κάποτε: «η πλήρης σημασία μιας ιδέας που αφήνει εποχή συνήθως δεν γίνεται αντιληπτή από τη γενιά στην όποια γεννιέται... μια νέα ανακάλυψη σπάνια αποδεικνύεται πλήρως αποτελεσματική για πρακτικούς σκοπούς, μέχρις ότου πολλές μικρότερης σημασίας βελτιώσεις και δευτερεύουσες ανακαλύψεις συγκεντρωθούν γύρω της» (Storey et al. 2011).

Στις επιχειρήσεις η καινοτομία είναι μια συνεχής διαδικασία. Ξεκινά από τη σύλληψη μιας ιδέας, περνά στο στάδιο της υλοποίησης και φτάνει στην εμπορία. Αποτελεί μετασχηματισμό μιας νέας ιδέας σε ένα καινούριο είδος που εισάγεται με την επιτυχία στην αγορά. Επιπλέον, η καινοτομία αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της επιχειρηματικότητας και είναι στενά δεμένη με την παραγωγικότητα και την ανάπτυξη. (Κυριακάκη, 2016)

Όταν η καινοτομία γίνει βασική φιλοσοφία της επιχείρησης η καινοτομία οδηγεί σε επιχειρηματική επιτυχία. «Καινοτομική θεωρείται η επιχείρηση που έχει κατανοήσει ότι α) η καινοτομία αποτελεί επιχειρησιακή διαδικασία και δεν είναι ένα τυχαίο γεγονός και β) ότι είναι αναγκαίο το management της καινοτομικής δραστηριότητας». (Γεωργαντά, 2003)

Οι καλοί επιχειρηματίες χαρακτηρίζονται από καινοτόμες ιδέες. Επίσης, συσχετίζουν τις γνώσεις που κατέχουν με πρακτικές εφαρμογές οι οποίες ανταποκρίνονται στις τρέχουσες ανάγκες. (Κυριακάκη, 2016)

Οι ίδιες οι επιχειρήσεις καθώς και οι κυβερνήσεις αναγνωρίζουν ευρέως τη μεγαλύτερη σπουδαιότητα της καινοτομίας για τις επιχειρήσεις και την γενικότερη επιτυχία. Ο James Brian Quinn, καθηγητής management στο κολέγιο Dartmouth και ένας εκ των συγγραφέων ενός κλασσικού εγχειριδίου, του The Strategy Process (Η διαδικασία της στρατηγικής) έγραψε το 1999 στην έκθεση του προϋπολογισμού Βρετανικής Κυβέρνησης (Γνώση και ως Κόκκινη Βίβλος) ότι:

«η καινοτομία, η ερευνά και η ανάπτυξη, έχουν μεγάλη σημασία για την τεχνολογική πρόοδο, που αποτελεί παράγοντα-κλειδί για τη μακροπρόθεσμη ανάπτυξη. Η διαδικασία της καινοτομίας αφορά όλες τις πλευρές απόδοσης μιας εταιρείας, από την ερευνά, την ανάπτυξη και τις νέες διεργασίες και τα προϊόντα μέχρι τη δημιουργία μιας κουλτούρας διαρκούς εκπαίδευσης και βελτίωσης. Η αποτυχία κατανοεί της διαδικασίας αυτής αποτελούσε μεγάλη αδυναμία για τις παραδοσιακές αναλύσεις περί ανάπτυξης» (Storey et al. 2011).

Η σύνδεση ανάμεσα στην έννοια της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας έγινε πιο σαφής με το υπόδειγμα των 5 κύριων πηγών δημιουργικής καταστροφής του Schumpeter (creative destruction): (Deakins & Freel, 2007)

1. Η εισαγωγή ενός νέου αγαθού (ή βελτίωση της ποιότητας ενός αγαθού που ήδη υπάρχει).
2. Η εισαγωγή μιας νέου μεθόδου παράγωγης (καινοτομία στις διαδικασίες).
3. Άνοιγμα μιας νέας αγοράς (ιδίως μιας εξαγωγικής αγοράς σε νέα εδάφη).
4. Η κατάκτηση μιας νέας πηγής προσφοράς πρώτων υλών ή ημικατεργασμένων αγαθών.
5. Η δημιουργία ενός νέου είδους βιομηχανικής οργάνωσης (μια οργανωτική καινοτομία).

2.8 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΗΘΙΚΟΣ ΚΙΝΔΥΝΟΣ

Οι Raully (1974) και Arrow (1973) υποστήριξαν ότι ο ηθικός κίνδυνος προκαλεί αποτυχία στην αποδοτικότητα του Pareto και έτσι μπορεί να οδηγήσει την αγορά σε αποτυχία.

Ο ηθικός κίνδυνος είναι σημαντικός σε περιπτώσεις όπου σε μια συναλλαγή το ένα μέρος επιτελεί μια πράξη η οποία δεν έχει τηρηθεί όμως από το άλλο μέρος. Αυτή η δράση έχει ως αποτέλεσμα να επηρεάσει τις αποδόσεις και των δυο μερών όπως όταν για παράδειγμα ένας πελάτης προσλαμβάνει έναν δικηγόρο, ή όταν ο πωλητής το σπιτιού προσλαμβάνει έναν αντιπρόσωπο πωλήσεων. (Καππάτου, 2017)

2.9 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Μια επιχείρηση για να έχει μακρά διάρκεια ζωής – βιωσιμότητα πρέπει να είναι ανταγωνιστική. Ο υγιής ανταγωνισμός λειτουργεί υπέρ του επιχειρηματία. Όταν μια επιχείρηση επιτυγχάνει κέρδη πιο υψηλά από το μέσο ορό των άλλων επιχειρήσεων που παράγουν το ίδιο ή παρόμοιο προϊόν, τότε θεωρείται ότι παρουσιάζει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. (Καππάτου, 2017)

Ο αποτελεσματικός ανταγωνισμός μειώνει τις τιμές, διευρύνει τις επιλογές των καταναλωτών, βελτιώνει την ποιότητα ενώ παράλληλα δημιουργεί τις προϋποθέσεις για την ανάπτυξη της τεχνολογικής καινοτομίας. (Καππάτου, 2017)

Προϋπόθεση για να είναι μια επιχείρηση ανταγωνιστική, είναι να προσφέρει την καλύτερη σχέση τιμής και ποιότητας αγαθών ή υπηρεσιών σε σχέση με τους ανταγωνιστές της. Κριτής της καλύτερης προσφοράς τιμής –ποιότητας όμως είναι ο καταναλωτής, όποτε οι επιχειρήσεις για να γίνουν πιο ανταγωνιστικές θα πρέπει να σκέπτονται σαν καταναλωτές. Με τον τρόπο αυτό αναγνωρίζουν τα πλεονεκτήματά τους σε σχέση με τους ανταγωνιστές τους και φροντίζουν την βελτίωσή τους. (Καππάτου, 2017)

Για να είναι πιο ανταγωνιστική μια επιχείρηση πριν από την έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας, ο επιχειρηματίας θα πρέπει να γνωρίζει: (Καππάτου, 2017)

- Την άποψη των καταναλωτών των ανταγωνιστικών επιχειρήσεων.
- Την οικονομική δυνατότητα των ανταγωνιστικών επιχειρήσεων που υπάρχουν στον κλάδο όπου ο επιχειρηματίας σκοπεύει να δραστηριοποιηθεί.
- Το μερίδιο αγοράς των ανταγωνιστών του.
- Τη δυνατότητα εφαρμογής καινοτομιών από τους ανταγωνιστές.

Ο επιχειρηματίας γνωρίζοντας όλα αυτά μπορεί να προσαρμοστεί γρηγορότερα στις κινήσεις των ανταγωνιστών του στο μέλλον καθώς και να πάρει πιο σωστές αποφάσεις για το παρόν. (Καππάτου, 2017)

2.10 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Πρωτεύοντα ρολό διαδραματίζει, στην διαμόρφωση της τάσης για επιχειρηματικότητα των ατόμων, το οικογενειακό περιβάλλον με τη στάση του. Εάν ο τρόπος με τον οποίο το παιδί έχει διαπαιδαγωγηθεί έχει να κάνει με την ανάπτυξη της επιθυμίας του για επιτεύγματα, τότε θα παρακινηθεί να στραφεί στην επιχειρηματική καριέρα με την προϋπόθεση ότι η κοινωνία αποδίδει υψηλό κύρος στην καριέρα αυτή. (Shapiro, 1984, σελ. 26 – 27)

Συμφώνα με τον McClelland , ως ορθό τρόπο ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας στα άτομα νεαρής ηλικίας, θεωρεί την συμπεριφορά των γονέων η οποία όχι μόνο δεν είναι υπερπροστατευτική, αλλά μεταδίδει στα παιδιά την προδιάθεση να θέτουν όλο και πιο υψηλούς στόχους και να προσπαθούν να επιτυγχάνουν. (Shapiro, 1984, σελ. 26 – 27)

Σημαντικό ρολό στη διαμόρφωση επιχειρηματικών κινήτρων και χαρακτηριστικών στο άτομο παίζει το επάγγελμα των γονέων και τόσο η συμπεριφορά τους ως προς το παιδί διότι, έχει παρατηρηθεί πολλές φορές ότι τα παιδιά ακολουθούν το επάγγελμα των γονέων τους. Με τη θετική ή αρνητική επίδραση στην τάση του ατόμου ως προς την επιχειρηματικότητα έχει να κάνει και η οικογενειακή κατάσταση που χαρακτηρίζεται από άνετες οικογενειακές δυνατότητες. Το άτομο έχει την ευκαιρία να σπουδάσει ευκολότερα και να ασχοληθεί με άλλη καριέρα πέρα από αυτή του επιχειρηματία. Παράλληλα, αν τελικά το άτομο ακολουθήσει την καριέρα του επιχειρηματία έχει τα κατάλληλα κεφάλαια για το ξεκίνημα του. Αντίθετα, η κακή οικονομική κατάσταση της οικογένειας στερεί τα αναγκαία, για το ξεκίνημα, κεφάλαια του επιχειρηματία και αυτό θα αποτελέσει ανασταλτικό παράγοντα , ίσως και απαγορευτικό για την πραγματοποίηση της ίδρυσης δίκης του επιχείρησης. (Καραγιάννης, 1999, σελ. 75)

Τέλος, ο τρόπος και η έκταση με την οποία το επάγγελμα των γονέων επιδρά στην καριέρα όπου το παιδί θα ακολουθήσει εξαρτάται και από άλλες παραμέτρους, οικονομικής, κοινωνικής και πολιτισμικής (δηλαδή ήθη και έθιμα) φύσης. Εάν οι γονείς μιας χώρας, για παράδειγμα, προσπαθούν περισσότερο για τα παιδιά τους να δημιουργήσουν καλύτερες οικονομικές συνθήκες και να τους μεταλαμπαδεύσουν γνώσεις και εμπειρίες από την δική τους επαγγελματική σταδιοδρομία, τότε η επίδραση τους στα παιδιά τόσο στις επαγγελματικές τους επιλογές, όσο και ειδικότερα στην επιχειρηματικότητα θα είναι εντονότερα θετική ή αρνητική. (Σουρλατζή, 2012)

2.11 Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Στη σύγχρονη εποχή, όπου το ανταγωνιστικό περιβάλλον των επιχειρήσεων μεταβάλλεται συνεχώς, η πληροφόρηση αποτελεί ένα εργαλείο μεγάλης σημασίας που παρέχει σωστή οργάνωση, μια καλή διοίκηση και βοηθάει την ανάπτυξη της επιχείρησης. Λόγω της ποιότητας της αμεσότητας, λοιπόν, κάθε επιχείρηση πρέπει να έχει το κατάλληλο πληροφοριακό υλικό. Στις μέρες όπου η τεχνολογία έχει αναπτυχτεί με αλματώδεις ρυθμούς, οι πληροφορίες είναι απαραίτητες για το μέλλον της επιχείρησης. Επίσης, το πληροφοριακό υλικό θεωρείται σημαντικός συντελεστής για τις καλύτερες συνθήκες κάθε επιχείρησης. (Λιούκας, 2010)

Μέσα από οργανωμένα συστήματα ολικής ποιότητας, πλήθος επιστημόνων καθόρισαν, τα τελευταία χρόνια, την επιτυχία της επιχείρησης. Με την είσοδο της τεχνολογίας αυτά τα συστήματα εξελιχτήκαν. Όπως και σε άλλες χώρες, έτσι και στην Ελλάδα, οι επιχειρηματίες γνωρίζουν τι σημαίνει η σωστή πληροφόρηση και πως αυτή μπορεί να συντελέσει στη δική τους επιχείρηση. Η ανάπτυξη μικρομεσαίων επιχειρήσεων έχει προκύψει από την ανάπτυξη της πληροφόρησης. Χαρακτηρίζονται από ευελιξία και η προσαρμογή τους στη νέα τεχνολογία είναι εύκολη. Ο σκοπός της πληροφόρησης είναι η υποστήριξη πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων σε θέματα που σχετίζονται με την καινοτομία καθώς και της εξέλιξης της τεχνολογίας και όλων των ευκαιριών που έχουν να κάνουν με το περιβάλλον της επιχείρησης. (Χριστάκης & Χροναίος, 2017)

Εξαιτίας της οικονομικής κρίσης, το επιχειρηματικό περιβάλλον διαφοροποιείται στις μέρες μας. Επίσης, οι προτιμήσεις του καταναλωτικού κοινού διαρκώς μεταβάλλονται διότι περιορίζονται οι αγορές τους εξαιτίας της έλλειψης χρηματικών πόρων και έτσι αναζητούν οικονομικότερα προϊόντα. Μάλιστα, τα προϊόντα θα πρέπει να είναι ποιοτικά για να καλύψουν τις ανάγκες των καταναλωτών. Τα προϊόντα που προσφέρουν οι επιχειρήσεις θα πρέπει να συνδυάζουν την ποιότητα με το λογικό κόστος. (Λιούκας, 2010)

Ιδιαίτερο πρόβλημα, στο ξεκίνημα μιας επιχείρησης, αποτελούν τα εμπόδια που δημιουργούνται και δεν αφήνουν να αναπτυχθεί η επιχειρηματική δραστηριότητα. Τα βασικότερα από αυτά είναι: πρώτον, το μη ικανοποιητικό θεσμικό πλαίσιο για την ίδρυση και

τη χρηματοδότηση της επιχείρησης και δεύτερον, η φορολογική επιβάρυνση. (Χριστάκης & Χροναίος, 2017)

Οι Έλληνες πολίτες πρέπει από μικρή ηλικία να αναπτύξουν επιχειρηματικό πνεύμα και να προσαρμόζονται με την επιχειρηματικότητα. Ίσως με την ένταξη ειδικού μαθήματος στα σχολεία για την επιχειρηματικότητα και με τη καθοδήγηση από το Υπουργείο Παιδείας, θα μπορούσαν οι νέοι να προετοιμαστούν για την επιχειρηματική τους δραστηριότητα. (Χριστάκης & Χροναίος, 2017)

Επιπλέον, είναι λογικό ότι πάντα θα υπάρχει ενδεχόμενο αποτυχίας της επιχειρηματικότητας. Πρέπει να υπάρχει ο κατάλληλος σχεδιασμός για να ελαττωθεί ο φόβος καθώς και η σωστή εκπαίδευση και πληροφόρηση για να μπορέσει να γίνει συνδυασμός της επιχειρηματικότητας και της οικονομικής ανάπτυξης. Δηλαδή για να γίνει αυτό θα πρέπει να υπάρξει βελτίωση του εκπαιδευτικού συστήματος και να διαμορφωθεί μια οικονομική πολιτική η όποια θα ευνοεί την επιχειρηματικότητα με: (Λιούκας, 2010)

- Τη δημιουργία ανταγωνιστικού κλίματος που θα συμβάλλει στην εξέλιξη του επιχειρηματικού πνεύματος
- Τη μείωση των εμποδίων κατά την είσοδο των νέο επιχειρηματιών σε διάφορους κλάδους της οικονομίας
- Τη μείωση εμποδίων κατά την είσοδο νέων επιχειρηματιών σε διάφορους κλάδους της οικονομίας.

Αν και η επιχειρηματικότητα, τα τελευταία έτη έχει γίνει σύνθημα παγκόσμιας οικονομίας, στην Ελλάδα ακόμα γίνονται προσπάθειες για την απομυθοποίηση της. Η δημιουργία κερδοφόρων επιχειρήσεων θ μπορούσε να δημιουργήσει δίκτυα καινοτομίας και γνώσης, να βοηθήσει στην ανάπτυξη της βιώσιμης επιχειρηματικότητας και να συντελέσει σε μια υγιή ανταγωνιστικότητα της χώρας. Στη χώρα μας όμως, μέχρι και τις αρχές του 21ου αιώνα η επιχειρηματικότητα δεν ήταν αποδεκτή από τους Έλληνες και μάλιστα οι περισσότεροι θεωρούσαν ότι η επιχειρηματικότητα είναι δράση που αναπτύσσουν οι ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις και μάλιστα οι μεγάλες. (Καραγιάννης & Μπακούρος, 2010)

Αξίζει να σημειωθεί πως από τον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ) η Ελλάδα έχει χαρακτηριστεί εχθρική προς τη επιχειρηματικότητα. Οι ρυθμοί ανάπτυξης της οικονομίας που απαιτούνται δεν είναι δυνατό να υποστηριχτούν από παρόμοιες επιχειρηματικές ιδέες. (Χριστάκης & Χροναίος, 2017)

Είναι γεγονός πως αυτό που χαρακτηρίζει την ελληνική επιχειρηματικότητα , είναι η δημιουργία πολύ μικρού μεγέθους επιχειρήσεων που αποτελούν το 96% του συνόλου των επιχειρηματικών μονάδων. Η ανάπτυξη και η βελτίωση τους βρίσκει εσωτερικές – εξωτερικές δυσκολίες στην αγορά. (Καραγιάννης & Μπακούρος, 2010)

Από τα πιο σοβαρά προβλήματα της ανάπτυξης της ελληνικής επιχειρηματικότητας είναι το ρυθμιστικό πλαίσιο σχετικά με τις διαδικασίες που πρέπει να γίνουν κατά την ίδρυση νέων επιχειρήσεων , η διοικητική γραφειοκρατία, το ασταθές φορολογικό σύστημα, οι δυσκολίες δανεισμού και γενικότερα το αρνητικό επιχειρηματικό κλίμα. Τα τελευταία χρόνια της οικονομικής κρίσης τα νέα επιχειρηματικά εγχειρίδια εμφανίζουν υψηλό βαθμό καινοτομίας. Παρόλα αυτά έχουν μικρό βαθμό ανταγωνιστικότητας. (Καραγιάννης & Μπακούρος, 2010)

2.11.1 Ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας: η Ευρώπη χρειάζεται περισσότερους επιχειρηματίες

Η πολιτική της ΕΕ επικεντρώνεται στην ενθάρρυνση των επιχειρηματιών. Αν και μέχρι στιγμής μόνο το 10 % των ευρωπαίων πολιτών είναι επιχειρηματίες, το 45 % θα ήθελαν να έχουν τη δική τους επιχείρηση. Η Επιτροπή ανέλαβε μια σειρά πρωτοβουλιών για να αξιοποιήσει αυτό το τεράστιο δυναμικό απασχόλησης και ανάπτυξης. (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2014)

Συνεργατικοί σχηματισμοί και δίκτυα επιχειρήσεων:

Οι συνεργατικοί σχηματισμοί είναι ομάδες εξειδικευμένων επιχειρήσεων και άλλων υποστηρικτικών φορέων μιας συγκεκριμένης περιοχής που συνεργάζονται στενά όπως οργανώσεις, περιφερειακές πρωτοβουλίες και άλλα δίκτυα επιχειρήσεων. Οι συνεργατικοί σχηματισμοί διαδραματίζουν καταλυτικό ρόλο στην ανάπτυξη νέων βιομηχανιών. Η ΕΕ έχει αναλάβει διάφορες δραστηριότητες για την αναβάθμιση των προτύπων και του ανοικτού χαρακτήρα των συνεργατικών σχηματισμών, κυρίως μέσω της ευρωπαϊκής πλατφόρμας συνεργασίας συνεργατικών σχηματισμών, της ευρωπαϊκής πρωτοβουλίας αριστείας των συνεργατικών σχηματισμών και του Ευρωπαϊκού Κέντρου Καινοτομίας Υπηρεσιών. (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2014)

Εκπαίδευση σε θέματα επιχειρηματικότητας:

Στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες η εκπαίδευση σε θέματα επιχειρηματικότητας προωθείται συνεχώς. Ως ένα επιπλέον κίνητρο, η Επιτροπή έχει δρομολογήσει την ευρωπαϊκή εβδομάδα ΜΜΕ, μια εκστρατεία για την προώθηση της επιχειρηματικότητας σε ολόκληρη την Ευρώπη και την ενημέρωση των επιχειρηματιών σχετικά με τη διαθέσιμη στήριξη. Μία άλλη συγκεκριμένη πρωτοβουλία είναι το «Erasmus για νέους επιχειρηματίες», ένα πρόγραμμα ανταλλαγών που παρέχει στους επιχειρηματίες τη δυνατότητα να μάθουν από την εμπειρία ιδιοκτητών μικρών επιχειρήσεων σε άλλες χώρες της ΕΕ. (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2014)

Περισσότερες γυναίκες επιχειρηματίες:

Η Ευρώπη διαθέτει γενικά λίγους επιχειρηματίες, και ακόμη πιο λίγες γυναίκες επιχειρηματίες. Το 2012 μόνο το 30 % των επιχειρηματιών στην Ευρώπη ήταν γυναίκες. Για να ενθαρρύνει την αύξηση της επιχειρηματικότητας των γυναικών, η Επιτροπή δημιούργησε το Ευρωπαϊκό Δίκτυο Πρεσβειρών Γυναικείας Επιχειρηματικότητας. Τα 270 μέλη αυτής της ομάδας αυτής χρησιμεύσουν ως πρότυπα έμπνευσης για άλλες γυναίκες που έχουν την επιθυμία να γίνουν επιχειρηματίες. (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2014)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΚΑΙ ΕΙΔΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Η επιχειρηματικότητα μπορεί να διακριθεί σε διάφορα είδη ανάλογα με το σκοπό της και τον τρόπο που στοχεύει να αντλήσει αξία από την αγορά (επιχειρηματικό μοντέλο). Στην ενότητα αυτή θα αναφερθούμε σύντομα στην επιχειρηματικότητα καινοτομίας, στην κοινωνική επιχειρηματικότητα, στη δημόσια επιχειρηματικότητα και στην ενδοεπιχειρηματικότητα ως βασικές, σύγχρονες μορφές του επιχειρείν. (Γκαγκάτσιος, 2011)

3.1 ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Τα είδη της επιχειρηματικότητας είναι:

α) η αμιγής και β) η μικτή επιχειρηματικότητα.

3.1.1 Η αμιγής επιχειρηματικότητα

Οι βασικές λειτουργίες της επιχειρηματικότητας οι οποίες αναφέρθηκαν έως τώρα, περικλείονται στην αμιγή επιχειρηματικότητα, δηλαδή στην επιχειρηματικότητα που εξασκείται χωρίς ο επιχειρηματίας να διαθέτει άλλα παραγωγικά μέσα (πχ. μηχανήματα), αλλά μόνο από την προσωπική του συμβολή. Βασικό ρόλο διαδραματίζει η προσωπικότητα του επιχειρηματία, με όλα τα χαρακτηριστικά της, τα οποία εκφράζονται με τη σύλληψη για αξιοποίηση μιας νέας παραγωγικής ιδέας. (Γκαγκάτσιος, 2011)

Η αμιγής επιχειρηματικότητα, στην ουσία, περιλαμβάνει δραστηριότητες οι οποίες δεν επιτελούνται εξίσου αποτελεσματικά από τον επιχειρηματία και από μισθωτούς υπαλλήλους ή άλλους φορείς (π.χ. δημόσιες υπηρεσίες). (Γκαγκάτσιος, 2011)

Ωστόσο η αμιγής επιχειρηματικότητα είναι λίγο σπάνια στην πραγματική οικονομική ζωή. Όταν ο επιχειρηματίας αναλαμβάνει δράση, τις περισσότερες φορές, είναι υποχρεωμένος για διάφορους λόγους, να αναλάβει δραστηριότητες οι οποίες θα μπορούσαν να αναληφθούν από άλλα άτομα χωρίς όμως να μειωθεί το αποτέλεσμα της επιχειρηματικότητάς του. Έτσι στην πράξη ο ρόλος του επιχειρηματία εκπληρώνεται με μία

από τις μορφές της μικτής επιχειρηματικότητας οι οποίες παρουσιάζονται παρακάτω. (Γκαγκάτσιος, 2011)

3.1.2 Η μικτή επιχειρηματικότητα

Μικτή επιχειρηματικότητα ασκείται όταν ο επιχειρηματίας δραστηριοποιείται αναλαμβάνοντας και ρόλους οι οποίοι εύκολα μπορούν να υλοποιηθούν από άλλα άτομα ή φορείς της οικονομίας (διοικητικά στελέχη, τραπεζικό σύστημα κ.λπ.). Η μικτή επιχειρηματικότητα διακρίνεται σε επιχειρηματικότητα εργαζομένων και σε επιχειρηματικότητα κεφαλαιούχων. (Γκαγκάτσιος, 2011)

Η μικτή επιχειρηματικότητα εργαζομένων περιλαμβάνει δραστηριότητες οι οποίες, εκτός από τον επιχειρηματία θα μπορούσαν να αναληφθούν και από άλλα άτομα (πχ. ανώτερα διευθυντικά στελέχη ή μισθωτούς υπαλλήλους) χωρίς να μειωθεί η αποτελεσματικότητα της επιχείρησης. Η συγκεκριμένη μορφή της επιχειρηματικότητας εφαρμόζεται σήμερα κυρίως σε περιπτώσεις ίδρυσης μίας επιχείρησης από τον επιχειρηματία. Σε περασμένες περιόδους (αλλά και σήμερα στις μη αναπτυγμένες χώρες) ο επιχειρηματίας συνήθως αναλάμβανε μια σειρά τέτοιων εργασιών εξαιτίας της έλλειψης ειδικευμένου εργατικού δυναμικού. Η μικτή επιχειρηματικότητα εργαζομένων τείνει σήμερα, στις ανεπτυγμένες οικονομίες, να εκλείψει διότι: (Γκαγκάτσιος, 2011)

- § Ο επιχειρηματίας είναι δύσκολο να γνωρίζει στον ίδιο βαθμό πληθώρα ειδικών θεμάτων (λογιστικά, τεχνικά ζητήματα κ.α.).
- § Το εκπαιδευτικό σύστημα παρέχει αυτές τις γνώσεις σε άτομα πρόθυμα να εργασθούν. Άρα αυτό που απαιτείται είναι η σωστή επιλογή προσωπικού.
- § Είναι πιο αποδοτικό να αφιερώνει το χρόνο του στην ανακάλυψη μιας νέας ευκαιρίας

για κέρδος.

Μικτή επιχειρηματικότητα κεφαλαιούχων ασκεί το άτομο που προχωρά στην αξιοποίηση της επιχειρηματικής ιδέας του και παρέχει κεφάλαια για την ίδρυση της επιχείρησης του ή στη νεοϊδρυθείσα επιχείρησή του. Αυτή η μορφή επιχειρηματικότητας τείνει σήμερα να περιορισθεί διότι: (Γκαγκάτσιος, 2011)

- § Αυξάνονται οι δυνατότητες άντλησης κεφαλαίων από το χρηματοπιστωτικό σύστημα και τα διάφορα σχήματα επιχειρηματικής συνεργασίας.

§ Η διάκριση ρόλων και προτιμήσεων μεταξύ κεφαλαιούχων και επιχειρηματιών - επενδυτών έχει γίνει πιο φανερή.

3.2 ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

3.2.1 Επιχειρηματικότητα καινοτομίας

Η συγκεκριμένη μορφή αυτή δίνει έμφαση στην καινοτομία ώστε να διαφοροποιηθεί από την επιχειρηματικότητα ανάγκης και την αυτοαπασχόληση. Η παράμετρος που διαχωρίζει τις δύο αυτές μορφές αφορά στο κόστος ευκαιρίας. Ως κόστος ευκαιρίας εννοούμε την εναλλακτική αξιοποίηση κεφαλαίου (ή εργασιακού χρόνου) όταν αυτό δεν τοποθετηθεί σε συγκεκριμένη επιχειρηματική ευκαιρία. Για παράδειγμα, ένας εν δυνάμει επιχειρηματίας ανακαλύπτει επιχειρηματική ευκαιρία για την οποία χρειάζεται να επενδύσει το ποσό των 10.000 Ευρώ. Εάν ο επιχειρηματίας αυτός δεν αξιοποιήσει την ευκαιρία θα τοποθετήσει τα 10.000 Ευρώ στην τράπεζα με επιτόκιο 3%. Έτσι, το κόστος της ευκαιρίας που ανακάλυψε είναι για αυτόν $3\% \times 10.000 \text{ Ευρώ} = 300 \text{ Ευρώ}$ το έτος. Ας υποθέσουμε ότι ένας άλλος εν δυνάμει επιχειρηματίας ανακαλύπτει την ίδια ευκαιρία την οποία αν δεν αξιοποιήσει θα αξιοποιήσει το κεφάλαιό του σε ασφαλή επένδυση επιτοκίου 5%. Για τον δεύτερο το κόστος της ευκαιρίας είναι 500 Ευρώ το έτος. Συνεπώς, το κόστος μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας ποικίλλει από άτομο σε άτομο ανάλογα με τις εναλλακτικές δραστηριότητες και προοπτικές που έχει ο καθένας. (Κακούρης, 2007)

Έτσι σε περιόδους οικονομικής ύφεσης και υψηλής ανεργίας, ή σε σχετικά ασθενείς οικονομικά χώρες, οι πολίτες ανακαλύπτουν επιχειρηματικές «ευκαιρίες» χαμηλής ανταπόδοσης τις οποίες αξιοποιούν κυρίως επειδή το κόστος των ευκαιριών αυτών είναι ελάχιστο. Ένας άνεργος, για παράδειγμα, θα επιδιώξει να ανοίξει ένα μικρό καφενείο για τον βιοπορισμό του. Επίσης, το Περού (Shane, 2008) παρουσιάζει τον υψηλότερο επιχειρηματικό δείκτη λόγω της υψηλής ανάγκης επιχειρηματικότητας του πληθυσμού του. Από την άλλη πλευρά, η επιχειρηματικότητα καινοτομίας εστιάζει σε επιχειρηματικές ευκαιρίες υψηλής οικονομικής προσδοκίας και αξιοποιεί γνώσεις, επιχειρηματικό σχεδιασμό και τάσεις της αγοράς. Για το λόγο αυτό χαρακτηρίζεται πολλές φορές και ως επιχειρηματικότητα έντασης γνώσης. (Κακούρης, 2007)

Η διάκριση, λοιπόν, της επιχειρηματικότητας σε σχέση με την καινοτομία, οδηγεί αρκετούς να θεωρούν μόνο την επιχειρηματικότητα καινοτομίας ως «καθαρή μορφή» επιχειρηματικότητας. Έτσι, οι μετρήσεις, και μόνο, των επιχειρήσεων που ιδρύονται ή κλείνουν κάθε χρόνο δεν αποτελούν σαφή δείκτη για το είδος και τις δραστηριότητες των επιχειρήσεων μιας χώρας. Τελευταία το GEM (Global Entrepreneurship Monitor), το οποίο αποτυπώνει την επιχειρηματικότητα σε διεθνές επίπεδο και ετήσια βάση, περιλαμβάνει δείκτες για την καινοτομία των επιχειρήσεων διαχωρίζοντας τις οικονομίες οι οποίες βασίζονται στην καινοτομία από τις υπόλοιπες. (Κακούρης, 2007)

3.2.2 Παραδοσιακή και Κοινωνική

Σύμφωνα με τους Clamp και Alhamis (2010) , επιχειρηματικότητα μπορεί να διακριθεί σε δύο είδη α) την παραδοσιακή επιχειρηματικότητα των επιχειρήσεων και β)την κοινωνική επιχειρηματικότητα. (Clamp & Alhamis, 2010)

Στο πρώτο είδος ο επιχειρηματίας είναι αυτός ο οποίος θα αναλύσει τους κινδύνους που μπορεί να υπάρξουν και παράλληλα θα εισπράξει και το όφελος. Στο δεύτερο είδος επιχειρηματικότητας, μέσα από τη δημιουργία του ατόμου, γίνεται ένας συνδυασμός του τρόπου σκέψης των επιχειρήσεων και της φιλοσοφίας με την ικανοποίηση των κοινωνικών αναγκών. (Καππάτου, 2017)

Οι επιτυχημένοι κοινωνικοί επιχειρηματίες αντιλαμβάνονται την αξία της αποτελεσματικής χρήσης όλων των διαθέσιμων πόρων της επιχείρησης για την ικανοποίηση των προσδοκιών των επενδυτών, ταυτόχρονα όμως εξισορροπώντας τις προσδοκίες του κοινωνικού συνόλου, μια βελτίωση της ποιότητας της ζωής του και με σχετική σταθερότητα τη δημιουργία θέσεων εργασίας. (Αλεξίδης, 2014)

Εκτός από τα δύο είδη που αναφέρθηκαν, μπορεί να προστεθεί ένα τρίτο είδος, το οποίο ονομάζεται συνεργατική επιχειρηματικότητα (cooperative). (Καππάτου, 2017)

Στην κοινωνική επιχειρηματικότητα η έννοια της «αξίας», που χρησιμοποιεί ο Timmons (υποενότητα 1.1), δεν είναι μόνο οικονομική αλλά και κοινωνική. Άρα, στόχος του κοινωνικού επιχειρηματία είναι να αντιμετωπίσει κάποια κοινωνική ανάγκη με τη δραστηριότητα του. Αυτή λοιπόν η κοινωνική ανάγκη, ή το κοινωνικό πρόβλημα, είναι που

καθορίζει την αποστολή της επιχείρησης ενώ το κίνητρο του κοινωνικού επιχειρηματία είναι η οριστική ικανοποίησή της. Συνήθως, ο κοινωνικός επιχειρηματίας χρησιμοποιεί τα κέρδη από τις πωλήσεις των προϊόντων του, χορηγίες, δωρεές, όπως και συνεργασίες με φορείς ή άλλες μη-κερδοσκοπικές επιχειρήσεις. (Κακούρης, 2007)

Ο Dees (1998) προτείνει έναν ορισμό ο οποίος περιγράφει το «τι κάνουν» οι κοινωνικοί επιχειρηματίες. Πιο συγκεκριμένα: «οι κοινωνικοί επιχειρηματίες παίζουν το ρόλο του παράγοντα αλλαγής στον κοινωνικό τομέα:

- αναλαμβάνοντας αποστολή να δημιουργήσουν και να διατηρήσουν κοινωνική (και όχι μόνο ατομική) αξία,
- αναγνωρίζοντας και ακολουθώντας ακούραστα νέες ευκαιρίες για να εξυπηρετήσουν την αποστολή τους,
- εμπλεκόμενοι σε συνεχή διαδικασία καινοτομίας, προσαρμογής και μάθησης,
- λειτουργώντας θαρραλέα χωρίς να περιορίζονται από τους πόρους τους οποίους ελέγχουν, και
- δείχνοντας υψηλή αίσθηση απολογισμού για τα αποτελέσματα που παρήχθησαν και για τις κοινωνικές ομάδες που υποστηρίχθηκαν» (Dees, 1998)

Επιπλέον, ο Dees παρατηρεί ότι το μεγαλύτερο «πρόβλημα» για την κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι η αποτίμηση της κοινωνικής αξίας. Δηλαδή, αν και η αγορά των προϊόντων θεωρείται αρκετά ώριμη και έτοιμη ώστε να αποτιμήσει την αξία μιας επιχείρησης, με σκοπό αυτή να αυξήσει ή να μειώσει το μερίδιό της με το χρόνο, για τις κοινωνικές επιχειρήσεις αυτό είναι δυσκολότερο. Ο κοινωνικός επιχειρηματίας οφείλει να λογοδοτεί έναντι των χρηματοδοτήσεων που λαμβάνει και η μόνη παράμετρος που μπορεί να θεωρηθεί ενδεικτική για την πορεία της επιχείρησης είναι ο αριθμός και το ύψος των χορηγιών που λαμβάνει με το χρόνο. (Κακούρης, 2007)

Τέλος, παρατηρείται ότι η κοινωνική επιχείρηση νοείται ως «πράσινη» επιχείρηση. Αν και, η επιχειρηματικότητα που στοχεύει στην προστασία του περιβάλλοντος είναι κοινωνική, παρ' όλα αυτά, η δραστηριότητα των κοινωνικών επιχειρήσεων δεν έγκειται μόνο σε αυτό. Η ευρύτερη έννοια της κοινωνικής επιχείρησης, εμπεριέχει κάθε μορφής κοινωνικό πρόβλημα το οποίο μπορεί να αντιμετωπιστεί από επιχειρήσεις, εφόσον η αντιμετώπιση αυτή παράγει κοινωνική αξία. Τέλος, η κοινωνική επιχειρηματικότητα δεν θα πρέπει να συγχέεται

με την εταιρική κοινωνική ευθύνη η οποία είναι διαφορετική έννοια και αφορά στις μεγάλες εταιρείες. (Κακούρης, 2007)

3.2.3 Δημόσια επιχειρηματικότητα

Η έννοια της δημόσιας επιχειρηματικότητας αφορά κυρίως δημόσιους οργανισμούς και εισήχθη από τον Drucker (1985). Σύμφωνα με τον Drucker, «οι δημόσιοι φορείς πρέπει να λειτουργούν επιχειρηματικά όπως οι εταιρείες, ίσως και περισσότερο» (Drucker, Innovation and Entrepreneurship. Practice and Principles, 1985). Ο Drucker παρατηρεί ότι οι δημόσιοι φορείς επωφελούνται από σκοπούς ηθικής φύσεως τους οποίους δύσκολα ικανοποιούν, με την πάροδο του χρόνου, λόγω των αυξανόμενων εξελίξεων. Μόνο οι οργανισμοί που είναι σε θέση να καινοτομήσουν θα μπορούν να εξυπηρετούν καλύτερα την αποστολή τους. Η συγκεκριμένη διαδικασία είναι ανάλογη με αυτή των επιχειρήσεων και συχνά αναφέρεται ο όρος «ψευδό-αγορά» για τις ανάγκες τις οποίες καλύπτουν οι δημόσιοι οργανισμοί. Παρ' όλα αυτά, η δημόσια επιχειρηματικότητα παραμένει στα σπάργανα αφού δεν έχει καθοριστεί πλήρως το περιεχόμενό της. (Κακούρης, 2007)

Ο Drucker, ως γνήσιος υποστηρικτής της Σουμπτεριανής καινοτομίας, προτείνει την καινοτομία ως μόνη λύση ακόμα και για τους παραδοσιακούς οργανισμούς παρά το όποιο ρίσκο ή κίνδυνο συνεπάγεται η υιοθέτησή της. Στις μέχρι σήμερα αναζητήσεις γύρω από την έννοια αυτή συναντάμε συσχετίσεις ούτε με την κοινωνική επιχειρηματικότητα, αλλά ούτε και με την ενδοεπιχειρηματικότητα. (Κακούρης, 2007)

3.2.4 Ενδοεπιχειρηματικότητα και δημιουργία νέας επιχείρησης

Σύμφωνα με τον Π. Πετράκη (2004) υπάρχουν 2 είδη επιχειρηματικότητας. Το πρώτο είδος, περιγράφει την επιχειρηματικότητα η οποία απορρέει από μια ήδη υπάρχουσα κατάσταση και ονομάζεται «ενδοεπιχειρηματικότητα». Ενώ, το δεύτερο είδος περιγράφει τη δημιουργία και ανάπτυξη μιας νέας επιχείρησης από ένα μεμονωμένο άτομο το οποίο ονομάζεται επιχειρηματίας και είναι αυτός που δημιουργεί καινούρια αξία. (Πετράκης, Επιχειρηματικότητα, 2004)

Η ενδοεπιχειρηματικότητα (ή επιχειρηματικό μάνατζμεντ) αναφέρεται σε μεγάλες εταιρείες και οργανισμούς οι οποίοι ακολουθούν επιχειρηματικές ευκαιρίες. Οι Stevenson και

Jarillo (1990) επισημαίνουν ότι η ενδοεπιχειρηματικότητα επεκτείνει το επιχειρήν από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στις μεγάλες, καλύπτοντας όλο το φάσμα των εταιρειών. Ως μορφή οργάνωσης και διοίκησης επιχειρήσεων είναι πολύ νέα και απαντάται μόνο σε μερικές, συνήθως καινοτόμες, εταιρείες (π.χ. 3M, Apple, Intel κ.ά.). Οι Stevenson και Jarillo (1990) επισημαίνουν ότι η επιχειρηματική ευκαιρία ενοποιεί την επιχειρηματικότητα των μεμονωμένων ατόμων και των επιχειρήσεων, θεωρώντας τις δεύτερες ως οντότητες (οργανισμούς) στις οποίες δίνεται η επιλογή να δραστηριοποιηθούν παρόμοια με τους συνήθεις επιχειρηματίες (αναφέρεται ο όρος «επιχειρηματική εταιρεία»). Η ανάπτυξη εταιρικών συνεργατικών δικτύων καινοτομίας, ανοιχτών καινοτομιών ή άλλων κοινών προσπαθειών είναι σύγχρονα φαινόμενα που θα καταδείξουν τις δυνατότητες της νέας αυτής οργάνωσης των επιχειρήσεων. (Κακούρης, 2007)

Μια πιο αναλυτική περιγραφή της ενδοεπιχειρηματικότητας ως διαδικασίας η οποία διαφοροποιείται από την κεντρική ιδέα μιας μεγάλης εταιρείας, δίνουν οι Antončič και Hisrich (2003). Ως ενδοεπιχειρηματικότητα, οι συγγραφείς περιλαμβάνουν τουλάχιστον οκτώ διαδικασίες στο εσωτερικό μεγάλων εταιρειών: (Κακούρης, 2007)

- τη δημιουργία νέων αυτόνομων ενδοεταιρικών μονάδων,
- τη δημιουργία νέων προϊόντων,
- την καινοτομία σε προϊόντα και υπηρεσίες,
- την καινοτομία σε διαδικασίες παραγωγής,
- την ανανέωση της εταιρείας,
- την ανάληψη ρίσκου από τους εργαζόμενους,
- την πρόνοια και την προεργασία για πρωτοβουλίες της εταιρείας και
- το επιχειρηματικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών.

Καταληκτικά, η επιχειρηματική οργάνωση καθώς και διοίκηση μιας εταιρείας στοχεύει στην επιχειρηματική δραστηριοποίηση των εργαζομένων της. Σε μια δηλαδή εκ της βάσης (bottom-up) διαδικασία ανακάλυψης και αξιοποίησης επιχειρηματικών ευκαιριών. Η διοίκηση της επιχείρησης (top-management) παραλαμβάνει, αξιολογεί και αποφασίζει ποιες από τις επιχειρηματικές προτάσεις των εργαζομένων θα γίνουν δεκτές ενώ, παράλληλα προστατεύονται οι τις επενδύσεις των μετόχων της εταιρείας. (Κακούρης, 2007)

3.2.5 Τεχνολογική, Γεωγραφική και Κοινωνιολογική

Από την άλλη μεριά ο Throw υποστηρίζει ότι τα διακριτά είδη της επιχειρηματικότητας είναι:

Α) Η Τεχνολογική επιχειρηματικότητα η οποία σχετίζεται με την εισαγωγή νέων τεχνολογιών στις αγορές με τη μορφή νέων προϊόντων ή νέων διαδικασιών για την παραγωγή των παλαιότερων προϊόντων. Αντιπροσωπευτικό παράδειγμα είναι οι δορυφορικές τηλεοράσεις. (Καππάτου, 2017)

Β) Η Γεωγραφική επιχειρηματικότητα η οποία αναφέρεται στην μετακίνηση από τον έναν τόπο στον άλλο, τεχνολογικών επιτευγμάτων, με βασική αναφορά στην μετακίνηση από αναπτυγμένες περιοχές σε υποανάπτυκτες. Για παράδειγμα, η μετακίνηση εταιρειών κατασκευής laptop υπολογιστών από την περιοχή Ταιβάν στην Κίνα. (Καππάτου, 2017)

Γ) Τέλος, η Κοινωνιολογική επιχειρηματικότητα η οποία έχει σχέση με την εξερεύνηση νέων τρόπων για προώθηση και προβολή των παλαιών προϊόντων. Χαρακτηριστικό παράδειγμα, η πολιτική που ακολούθησε η εταιρία καφέδων Starbucks Coffee Company, η οποία έπεισε τους καταναλωτές να αγοράσουν μεγαλύτερη ποσότητα καφέ από ότι μέχρι εκείνη τη στιγμή δαπανούσαν, στηριζόμενη σε έναν τελείως διαφορετικό τρόπο προώθησης και των marketing προϊόντων της. (συγκεκριμένα ενώ έδιναν 50 cents για ένα ποτήρι καφέ τους έπεισε να δίνουν 2,5\$). (Καππάτου, 2017)

3.2.6 Πράσινη επιχειρηματικότητα

Παράλληλα, ο Isaak (1998) αναφέρει ως είδος την πράσινη επιχειρηματικότητα η οποία επικεντρώνεται στην προστασία του περιβάλλοντος (green entrepreneurship). Στηρίζεται στην αειφόρο ανάπτυξη και συμπορεύεται με το οικολογικό κίνημα της παρούσας εποχής. Αξιοσημείωτο είναι ότι στη σημερινή εποχή γίνεται αρκετή συζήτηση για να «υιοθετήσουν» οι επιχειρήσεις «πράσινη» συνείδηση και να σεβαστούν το περιβάλλον. (green management). (Καππάτου, 2017)

Την αρνητική σύνδεση ανάμεσα στο κόστος προστασίας του περιβάλλοντος και την οικονομική ανάπτυξη έχει σπάσει, η ανάγκη για προστασία του περιβάλλοντος ώστε η ανάπτυξη του σήμερα να μη γίνεται σε βάρος του αύριο. Το ενδιαφέρον της αγοράς είναι

στραμμένο στην ανάπτυξη πράσινης οικονομίας προάγοντας την πράσινη επιχειρηματικότητα. Σε διάφορες προσεγγίσεις ως προς την έννοια του επιχειρηματία ο Isaaκ αναφέρει ότι σε οι καταστάσεις αλλαγής «οι επιχειρηματίες βλέπουν ευκαιρίες εκεί που οι άλλοι βλέπουν προβλήματα». (Καππάτου, 2017)

Μέσα από επενδύσεις που πραγματοποιούνται στην έρευνα και ανάπτυξη (R&D) πράσινων τεχνολογιών και πρακτικών, ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις επιδιώκουν να συμβάλλουν στην προστασία του περιβάλλοντος καθώς και την κλιματική αλλαγή. (Καππάτου, 2017)

Πράσινοι επιχειρηματίες μπορούν να γίνουν οποιεσδήποτε επιχειρήσεις και οργανισμοί και όχι μόνο ιδιώτες και επιχειρήσεις. Για παράδειγμα, μπορούν να είναι οργανισμοί τοπικής αυτοδιοίκησης, σχολεία, πανεπιστήμια και πολλά άλλα. Οι δραστηριότητες των πράσινων επιχειρήσεων καλύπτουν όλα τα είδη εργασιών που απαιτούνται για την παραγωγή ενός προϊόντος. Η διαφορά στην ουσία είναι στις ενέργειες που χρησιμοποιούν για να καταλήξουν πχ στην παραγωγή προϊόντος. Οι ενέργειες αυτές είναι με μεθόδους πιο φιλικές προς το περιβάλλον. (Καππάτου, 2017)

Οι «πράσινες στέγες» είναι ένα παράδειγμα πράσινης επιχειρηματικότητας. Η ιδέα αυτή βασίζεται στη φύτευση των ταρατσών μέσα σε πόλεις όπου το φυσικό περιβάλλον έχει εξαλειφθεί και το αποτέλεσμα της ιδέας είναι να λειτουργούν οι ταρατσες ως φυσικά φίλτρα και ως πνεύμονες πράσινου. Τα οφέλη από μία τέτοια πρακτική δεν είναι ατομικά μόνο αλλά και συνολικά. Τέλος, παρατηρείται πως η πράσινη αυτή λογική μόνο αλλά και συνολικά. Τέλος, παρατηρείται πως η πράσινη αυτή λογική μπορεί να δημιουργήσει νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες. (European Commission, 2003)

3.2.7 Ακαδημαϊκή επιχειρηματικότητα

Μια άλλη μορφή επιχειρηματικότητας είναι η ακαδημαϊκή, η οποία συνδέεται επίσης με την καινοτομία. (Louis et al.1989, O'Shea et al 2004, Shane 2004 στο Καππάτου, 2017). Σύμφωνα με τους Barth και Schlegelmilch (2012) ο όρος ακαδημαϊκή επιχειρηματικότητα διατυπώνει ότι ο ακαδημαϊκός επιχειρηματίας δρα εμπορικά (π.χ. δημιουργώντας κέρδη από πατέντες δημοσιεύοντας ερευνητικά άρθρα κ.τ.λ.). Η ακαδημαϊκή επιχειρηματικότητα βρίσκεται ανάμεσα στη ακαδημαϊκή παραγωγή γνώσης και στη ζήτηση αυτής. Επομένως τα ακαδημαϊκά ιδρύματα δημιουργούν μικρές «δορυφορικές» εταιρίες καινοτομίας (spin-offs)

που είναι υπεύθυνες για την μεταφορά της τεχνολογίας από την ακαδημαϊκή κοινότητα στη βιομηχανία. (Καππάτου, 2017)

Το κύριο αντικείμενο μιας ακαδημαϊκής επιχειρηματικότητας spin-off ή start up είναι η καθιέρωση της ανάγκης σύνδεσης μεταξύ του ακαδημαϊκού κόσμου και του κόσμου ιδιωτικών επιχειρήσεων. Έτσι, με τον τρόπο αυτό να ικανοποιήσει την ήδη υπάρχουσα ζήτηση της κοινωνίας για νέα προϊόντα , ιδέες και υπηρεσίες. (Καππάτου, 2017)

Οι Barth και Schlegelmilch αναφέρουν ότι τα spin offs ή start ups είναι η απάντηση των πανεπιστημιακών σχετικά με τις αλλαγές που επιφέρει η επιστήμη και η έρευνα τα τελευταία 30-40 χρόνια. Πολλά πανεπιστήμια επίσης υποστηρίζουν την έναρξη μικρών εταιρειών από τους φοιτητές και τους απόφοιτους μέσω των λεγόμενων «θερμοκοιτίδων» επιχειρηματικότητας τις οποίες διαθέτουν. Οι επιχειρήσεις αυτές ανεξαρτητοποιούνται από την “θερμοκοιτίδα” του πανεπιστημίου και αυτονομούνται, όταν αποκτήσουν μερίδιο στην αγορά ώστε να είναι σε θέση να ανταπεξέλθουν απέναντι στον ανταγωνισμό. (Hackett & Dilts, 2004 στο Καππάτου, 2017)

Ο Drucker (1985) αναφέρει πως ένας από τους σημαντικότερους φορείς καινοτομίας είναι το πανεπιστήμιο. Επιπλέον υποστηρίζει ότι η καινοτομία με την έρευνα και τις εφευρέσεις είναι στενά συνδεδεμένη από όπου άλλωστε προέρχονται και τα spin-offs. (Καππάτου, 2017)

Τέλος, εδώ θα μπορούσε να αναφερθεί ο όρος «πανεπιστημιακή» επιχειρηματικότητα ο οποίος είναι ταυτόσημος με την ακαδημαϊκή επιχειρηματικότητα σύμφωνα με τους Vorley και Nelles . (Καππάτου, 2017)

3.3 ΑΛΛΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

3.3.1 Γυναικεία επιχειρηματικότητα

Τα τελευταία χρόνια έχει αναπτυχθεί ο ρόλος των γυναικείων επιχειρηματιών , κάτι που αποτελεί σημαντικό τρόπο για την ανάπτυξη της εθνικής οικονομίας. Η γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι η ανάγκη του σωστού συνδυασμού του ευέλικτου χρόνου και χώρου σε σχέση με τις οικογενειακές υποχρεώσεις. Αυτοί είναι και οι λόγοι που

εξηγούν τη συχνότερη «επιχειρηματικότητα ανάγκης» στις γυναίκες συγκριτικά με τους άνδρες. (Αναγνωστάκη & Μαστορέλης, 2011)

Η ανεργία και οι οικονομικοί λόγοι αποτελούν κύρια κίνητρα. Οι γυναίκες στην Ελλάδα από τη δεκαετία του 70', παρόλα τα κίνητρα, επιλέγουν συστηματικότερα την επιχειρηματική καριέρα ως εναλλακτική απασχόληση. (Αναγνωστάκη & Μαστορέλης, 2011)

Οι περισσότερες από τις γυναίκες επιχειρηματίες, στρέφονται σε επιχειρήσεις του τριτογενούς τομέα, με κυρίαρχη την παροχή υπηρεσιών και το λιανικό εμπόριο. (Αναγνωστάκη & Μαστορέλης, 2011)

Ο ρόλος των γυναικών έχει αναδειχθεί ιδιαίτερα και στον αγροτικό τομέα, μέσω της συνεταιριστικής οργάνωσης όπως είναι ο αγροτουρισμός, η κατασκευή και η εμπορία προϊόντων πολιτιστικής κληρονομιάς κ.α. Οι γυναίκες επιχειρηματίες τα τελευταία χρόνια εισέρχονται σε νέους δυναμικούς κλάδους κυρίως παροχής υπηρεσιών όπως τα ταξιδιωτικά γραφεία διαφήμισης, την κτηματαγορά. (Αναγνωστάκη & Μαστορέλης, 2011)

Με σκοπό την ενθάρρυνση και τη δημιουργία γυναικείας επιχειρηματικότητας, έχουν εκπονηθεί πολλά επενδυτικά προγράμματα από την Ευρωπαϊκή Ένωση και την Ελληνική κυβέρνηση καθώς η ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας αποτελεί πολιτικό στόχο κάθε κυβέρνησης που θέλουν να γίνουν οι γυναίκες ενεργές σε κοινωνικό, οικονομικό και πολιτικό τομέα. Με αυτό τον τρόπο, επιδιώκουν να μπορέσουν να αντιμετωπίσουν το πρόβλημα της ανεργίας που αφορά το σύνολο των γυναικών, οι οποίες αντιμετωπίζουν και τις ανάλογες δυσκολίες ως προς την ένταξη τους στην αγορά. (Σουρλατζή, 2012)

«Η διάσταση του φύλου οφείλει να διαπερνά με τρόπο ενεργό και από όλες τις πολιτικές που αφορούν στην απασχόληση και την επιχειρηματικότητα όχι επειδή είναι κοινοτική και εθνική επιταγή αλλά επειδή πράγματι οι γυναίκες φέρουν το μεγαλύτερο βάρος στην κατανομή της ανεργίας και αντιμετωπίζουν μεγαλύτερα προβλήματα «ένταξης» στην αγορά εργασίας». (European Commission, 2002)

Ο κοινωνικός ρόλος των δύο φύλων καθώς και οι περιορισμοί που εμφανίζονται σε διάφορους τομείς της ανθρώπινης δραστηριότητας, δημιουργούν καθοριστικούς παράγοντες και εμπόδια για την ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Στερεότυπα της μορφής «ανδρικά» και «γυναικεία» επαγγέλματα, δημιουργούν τα περισσότερα εμπόδια καθώς και το ασυμβίβαστο που υπάρχει κατά τη δημιουργία μιας επιχείρησης και στη συμμετοχή στις

οικογενειακές υποχρεώσεις της καθημερινότητας. Αυτά είναι τα στερεότυπα που λειτουργούν σε βάρος των γυναικών και δημιουργούν ένα πλαίσιο αποθάρρυνσης για την ανάπτυξη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών. (Σουρλατζή, 2012)

Κάνοντας εκτενέστερη επεξεργασία όλων αυτών , βλέπουμε πόσο η γυναικεία επιχειρηματικότητα επηρεάζεται από διάφορους εξωγενείς και ενδογενείς παράγοντες , οι όποιοι διαμορφώνουν νέες σφθήκες σε κάθε εποχή. Οι παράγοντες αυτοί είναι: (Σουρλατζή, 2012)

1. Οικογενειακές υποχρεώσεις που επηρεάζουν τις δυνατότητες που υπάρχουν για : δικτύωση, κατάρτιση, συνεχή έρευνα και άλλες δραστηριότητες μπορούν να οδηγήσουν στην βελτίωση και ανάπτυξη της επιχείρησης.
2. Η έλλειψη προτύπων ρόλων στην επιχείρηση από την επιχειρηματική νοοτροπία και αποτελεσματικότητα μέχρι κάποιο βαθμό ανατροφοδοτείται το φαινόμενο της αυτοαπασχόλησης που προκύπτουν από τα παραδοσιακά επιχειρηματικά πρότυπα.
3. Ο χαμηλός βαθμός αυτοπεποίθησης των γυναικών, είναι ο καθοριστικός παράγοντας ενθάρρυνσης της επιχειρηματικότητας. Η επιχειρηματικότητα συνδέεται άμεσα με την αυτοπεποίθηση διότι η απόφαση για δημιουργία και διοίκηση μιας εταιρίας συνδέεται με την αβεβαιότητα σχετικά με την επιτυχία ή αποτυχία του εγχειρήματος.
4. Λόγω οικογενειακών υποχρεώσεων που αναγκάζουν τις γυναίκες να εργαστούν σε κλάδους με πιο χαμηλό εισόδημα σε συνδυασμό με το ότι αποφεύγουν να καταφύγουν σε υψηλές δανειακές υποχρεώσεις, οι γυναίκες δυσκολεύονται να συγκεντρώσουν οικονομικό κεφάλαιο.
5. Η έλλειψη γνωστικού αντικειμένου, το οποίο δεν αφορά το μορφωτικό επίπεδο αλλά τη μη εξοικείωση με νέες μεθόδους διοίκησης και παράγωγης , αποτελεί εμπόδιο ανάπτυξης.

Για να μπορέσει μια επιχείρηση να χαρακτηριστεί «γυναικεία» ο Οργανισμός για την Οικονομική Συνεργασία και Ανάπτυξη (ΟΑΣΑ) ορίζει κάποιες προϋποθέσεις: (OECD, 2005)

1. Να υπάρχει στο κεφάλαιο της επιχείρησης η συμμετοχή γυναίκας με τουλάχιστον 51% σε ποσοστό.
2. Οι στρατηγικές αποφάσεις που αφορούν την ανάπτυξη και τη βιωσιμότητα της επιχείρησης να λαμβάνεται από την ίδια την ιδιοκτήτρια.

Χωρίς αυτές τις δύο προϋποθέσεις ο ΟΑΣΑ δεν θα μπορούσε να κάνει πραγματική καταγραφή των επιχειρήσεων με γυναικείο χαρακτήρα διότι είναι μεγάλος ο αριθμός των επιχειρήσεων αυτών όπου οι συνέταιροι είναι διαφορετικού φύλου ή οι εταιρείες είναι οικογενειακές , με την μητέρα να φαίνεται ως βασικός μέτοχος για φορολογικούς λόγους ενώ οι άνδρες είναι αυτοί που λαμβάνουν στρατηγικές αποφάσεις και ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα. (Σουρλατζή, 2012)

Συμφώνα με την έκθεση του I.O.B.E (2014) το ποσοστό των γυναικών που βρίσκονταν στην αρχική φάση της επιχειρηματικής δραστηριότητας από το 2012 στο σύνολο του γυναικείου πληθυσμού ,ηλικίας 18-64, αποτελεί το 4,3% ενώ το αντίστοιχο ποσοστό των ανδρών σε ίδιες ηλικίες ανέρχεται στο 8,6%. Είναι προφανές λοιπόν πως η γυναικεία επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων υστερεί σημαντικά της ανδρικής.

Μερικοί φορείς και υπηρεσίες που υποστηρίζουν την γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι: (Αναγνωστάκη & Μαστορέλης, 2011)

- Σύνδεσμος επιχειρηματιών Γυναικών Ελλάδας
Ένας οργανισμός μη κυβερνητικός και μη κερδοσκοπικός για τις γυναίκες που ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα.
- Business.gr
Το πρώτο ελληνικό ηλεκτρονικό περιοδικό που αφορά την γυναικεία επιχειρηματικότητα και έχει ως στόχο την άμεση ενημέρωση και σωστή πληροφόρηση σε όλους τους ενδιαφερόμενους επαγγελματίες, στελέχη και γυναικών επιχειρηματιών.
- Η πύλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την γυναικεία επιχειρηματικότητα
Στόχος της η παροχή κατάλληλων διαδικτυακών συνδέσεων με προγράμματα , οργανώσεις και αντιπροσωπευτικές εκδηλώσεις γυναικών που αφορούν την προώθηση κι την στήριξη του γυναικείου επιχειρηματικού πνεύματος.
- Κέντρο ερευνών για θέματα ισότητας και προώθησης γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα
Κοινωνική μελέτη σε θέματα που αφορούν την ισότητα των φύλων, παροχή πληροφόρησης την κοινωνική ένταξη και επιχειρηματικότητα καθώς και υποστήριξη των γυναικών για την προώθηση στην αγορά εργασίας.

3.3.2 Επιχειρηματικότητα των Νέων

Στη σημερινή εποχή, όλο και περισσότεροι νέοι οδηγούνται στην δημιουργία δίκης τους επιχείρησης εξαιτίας των δυσκολιών, της οικονομικής κρίσης αλλά και του μεγάλου ποσοστού ανεργίας. Τόσο στην Ευρωπαϊκή Ένωση, κατά κύριο λόγο, όσο και στην Ελλάδα υπάρχουν προγράμματα και φορείς που ενισχύουν την νεανική επιχειρηματικότητα.

Για την ίδρυση μιας επιχείρησης και την επιτυχή λειτουργία της, εκτός από το οικονομικό κεφάλαιο που απαιτείται, σημαντικό ρολό παίζουν και κάποιοι παράγοντες που σχετίζονται με τους ανθρώπους, οι οποίοι είναι: (Ιωάννου, 2001, σελ. 78 – 79)

- Τα τυπικά προσόντα του νέου, για να μπορέσει να ασχοληθεί με το αντικείμενο των σπουδών του, με την εργασιακή του εμπειρία ή και την κατάρτιση που ήδη έχει.
- Το κίνητρο της δημιουργίας. Ο νέος υποψήφιος θα πρέπει να έχει πραγματική θέληση για όσα σχεδιάζει και να έχει πιστή στις δυνατότητες του ώστε να μπορεί να αντιμετωπίσει όποια δυσκολία του παρουσιαστεί.
- Δεξιότητες και προσωπικά χαρακτηριστικά. Θα πρέπει να διαθέτει το στοιχείο της αυτοβελτίωσης ώστε να μπορεί να βελτιώνεται και να μαθαίνει και να βοηθά την επιχείρηση του να προιδεάσει παραλές τις αδυναμίες του. Τέλος, για κάθε νέο επιχειρηματία που ενδιαφέρεται για την επιχείρηση του σημαντικοί παράγοντες είναι η δημιουργικότητα, η καινοτομία, η ικανότητα συνεργασίας και παρακίνησης ώστε να δημιουργήσει σωστές συνεργασίες και ευχάριστο περιβάλλον εργασίας.

Ένα πρόβλημα που απομακρύνει τους νέους από τη δημιουργία επιχείρησης είναι οι προκαταλήψεις της εποχής μας και κάποιοι ανασταλτικοί παράγοντες. Οι αντίληψεις αυτές είναι: (Immink & O' Kane, 2004)

1. Οι περισσότεροι νέοι έχουν την αντίληψη πως για να γίνουν επιτυχημένοι επιχειρηματίες θα πρέπει να έχουν ένα τολμηρό και καινοτόμο επιχειρηματικό σχέδιο. Λαμβάνοντας μια ερευνά που έγινε στις ΗΠΑ, μέσα στις 500 ταχύτερα αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις, βρίσκονται επιχειρηματίες που ασκούσαν παρόμοιες δραστηριότητα με πολλούς άλλους επιχειρηματίες, με καλύτερες βέβαια διαδικασίες αλλά δεν ασκούσαν καινοτόμα δραστηριότητα.
2. Η έλλειψη ενός καλού επιχειρηματικού σχεδίου κατά τη έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας αποτελεί εμπόδιο. Ένα επιχειρηματικό σχέδιο κρίνεται σε βάθος

χρόνου αν είναι καλό ή όχι. Η έναρξη μιας επιχείρησης απαιτεί αυτοσχεδιασμό και τόλμη. Για αυτόν λοιπόν το λόγο, στο στάδιο αυτό θα πρέπει να γίνει στρατηγικός σχεδιασμός.

3. Πέρα από τη γνώση και από τις δεξιότητες που παίζουν σημαντικό ρολό στην επιχειρηματικότητα, η εμπειρία είναι εξίσου σημαντική στο επαγγελματικό αντικείμενο. Όσο ο άνθρωπος παραμένει σε επίπεδο υπαλληλικής σχέσης με το «επιχειρείν», ολοένα και πιο δύσκολο γίνεται η απόπειρα για μελλοντική απόκτηση δίκης του επιχείρησης.
4. Ο κυριότερος φόβος των νέων είναι ότι δεν ρισκάρουν σε μεγάλο βαθμό. Ο ρόλος όμως του επιχειρηματία δεν είναι να ρισκάρει σε μεγάλο βαθμό που να κινδυνεύει να ανατρέψει την προσωπική του ζωή, αλλά μέσα από το πλαίσιο των επαγγελματικών κανόνων που λειτουργεί, προσπαθεί να μεταφέρει το ρίσκο στους γύρω του, δηλαδή στους πελάτες, στους εργαζόμενους, στους προμηθευτές και τους χρηματοδότες.

Για την ενίσχυση λοιπόν της νεανικής επιχειρηματικότητας υπάρχουν κάποιες υπηρεσίες που απευθύνονται σε αυτούς: (Αναγνωστάκη & Μαστορέλης, 2011)

- Θυρίδες Νεανικής Επιχειρηματικότητας
Ένα δίκτυο με συμβουλευτικές υπηρεσίες και υποστήριξης για τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων.
- Παρατηρητήριο επιχειρηματικότητας
Πληροφορίες σχετικά με την έναρξη και την ενίσχυση μιας επιχείρησης.
- Portal Γενικής Γραμματείας Νέας Γενιάς
Ηλεκτρονική συνεργασία δικτύου Κέντρο Πληροφοριών Νέων (Κ.Π.Ν) και ενημέρωση των ενδιαφερόμενων και κυρίως των νέων για τον δεσμό Κ.Π.Ν.

3.3.2.1 Erasmus for young Entrepreneurs - Ανταλλαγές για Νέους Επιχειρηματίες

Ένα πρόγραμμα διασυνοριακών ανταλλαγών για όσους έχουν ξεκινήσει πρόσφατα μια επιχειρηματική δραστηριότητα ή σκοπεύουν να ξεκινήσουν σύντομα. (Erasmus Νέοι Επιχειρηματίες – Γραφείο Υποστήριξης, 2009 - 2018)

Το πρόγραμμα αυτό, που χρηματοδοτείται εν μέρει από την ΕΕ, δίνει τη δυνατότητα συμμετοχής και διαμονής για ένα διάστημα σε άλλη χώρα της ΕΕ με σκοπό την εργασία και την απόκτηση εμπειρίας δίπλα σε έναν έμπειρο επιχειρηματία ο οποίος διευθύνει μικρές επιχειρήσεις σε κάποια από τις χώρες που συμμετέχουν στο πρόγραμμα.. Πρόκειται για

πρόγραμμα ανταλλαγών και όχι για αμειβόμενη απασχόληση. (Erasmus Νέοι Επιχειρηματίες – Γραφείο Υποστήριξης, 2009 - 2018)

Για την συμμετοχή στο πρόγραμμα απαραίτητη προϋπόθεση είναι η εκδήλωση του ενδιαφέροντος και η σαφή πρόθεση για έναρξη μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας. Για το λόγο αυτό, οι ενδιαφερόμενοι θα πρέπει να παρουσιάσουν μια σοβαρή επιχειρηματική ιδέα, που θα συνοδεύεται από ένα ρεαλιστικό επιχειρηματικό σχέδιο. Επίσης θα πρέπει να είναι σε θέση να συμπληρώσουν τη χρηματοδότηση που παρέχει το πρόγραμμα με δικούς τους πόρους, ώστε να καλύψουν τα έξοδα της διαμονής τους στο εξωτερικό. (Erasmus Νέοι Επιχειρηματίες – Γραφείο Υποστήριξης, 2009 - 2018)

Για την υποβολή της αίτησης δεν υπάρχει περιορισμός ακόμη και αν υπάρχει ήδη επιχειρηματική δραστηριότητα, με τον όρο όμως πως δεν θα έχουν περάσει 3 χρόνια κατά τη στιγμή της υποβολής της αίτησης. Επιπλέον, ο ενδιαφερόμενος θα πρέπει να είναι άνω των 18 ετών καθώς και να είναι μόνιμος κάτοικος της ΕΕ ή της χώρας που είναι μέρος της συμφωνίας COSME τις τελευταίες 180 ημέρες. (Erasmus Νέοι Επιχειρηματίες – Γραφείο Υποστήριξης, 2009 - 2018)

Διάρκεια του προγράμματος

Η διάρκεια του προγράμματος είναι από 1 έως 6 μήνες. Υπάρχει η δυνατότητα ο ενδιαφερόμενος να μοιράσει το διάστημα διαμονής του σε διάφορες περιόδους, υπό τον όρο ότι θα ολοκληρώσει το πρόγραμμα εντός 12 μηνών από την έναρξή του. (Erasmus Νέοι Επιχειρηματίες – Γραφείο Υποστήριξης, 2009 - 2018)

Χρηματοδοτική βοήθεια από την ΕΕ

Μπορεί ο ενδιαφερόμενος να υποβάλει αίτηση για χρηματοδοτική βοήθεια προκειμένου να καλύψει τα έξοδα ταξιδιού και τα ημερήσια έξοδα διαβίωσης κατά τη διάρκεια της συμμετοχής στο πρόγραμμα. Το ποσό που θα λάβει ωστόσο ποικίλλει από χώρα σε χώρα. (Erasmus Νέοι Επιχειρηματίες – Γραφείο Υποστήριξης, 2009 - 2018)

Πώς να γίνει κάποιος επιχειρηματίας υποδοχής

Αν ο ενδιαφερόμενος λοιπόν είναι επιτυχημένος και έμπειρος επιχειρηματίας ή ιδιοκτήτης μιας μικρής επιχείρησης, ενδέχεται να πληροί τις προϋποθέσεις για την υποδοχή ενός νέου επιχειρηματία. Μπορεί να επωφεληθεί από τη συμμετοχή του στο πρόγραμμα με

ποικίλους τρόπους, όπως για παράδειγμα: (Erasmus Νέοι Επιχειρηματίες – Γραφείο Υποστήριξης, 2009 - 2018)

- Η συνεργασία με δραστήριους νέους επιχειρηματίες μπορεί να προσφέρει στην επιχείρησή του καινοτόμες ιδέες, νέες δεξιότητες και γνώσεις.
- Ενδεχομένως να έχει τη δυνατότητα να ενημερωθεί σχετικά με τις ξένες αγορές, κάτι που θα τον βοηθούσε να διευρύνει τους επιχειρηματικούς του ορίζοντες και να αναπτύξει διασυνοριακές δραστηριότητες.
- Μπορεί να έχει την ευκαιρία να βελτιώσει τις γλωσσικές του γνώσεις.

Παρόλα αυτά, η ελληνική κοινωνία δεν έχει αντιληφθεί δυστυχώς τη σημασία αξιοποίησης της δυναμικότητας των νέων της χώρας μας. Για αυτό το λόγο και δεν υπάρχει ένας επίσημος και ενιαίος φορέας πληροφόρησης για αυτά τα προγράμματα και τις υπηρεσίες και επιπλέον οι ιστοσελίδες παρουσιάζουν τα με περίπλοκη μορφή. (Erasmus Νέοι Επιχειρηματίες – Γραφείο Υποστήριξης, 2009 - 2018)

Έτσι, ο νέος επιχειρηματίας στην Ελλάδα θα πρέπει να αναζητήσει βοήθεια μόνος του ενώ θα πρέπει να είναι τρομερά αποφασισμένος για την επιχειρηματική του ιδέα ώστε να πείσει και τρίτα άτομα να τον χρηματοδοτήσουν. Σε αντίθεση, στο εξωτερικό κάποια πανεπιστήμια παρέχουν ποικίλα μέσα για την υποστήριξη της σταδιοδρομίας των αποφοίτων με προγράμματα επιχειρηματικότητας. (Erasmus Νέοι Επιχειρηματίες – Γραφείο Υποστήριξης, 2009 - 2018)

4.1 ΒΑΣΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

4.1.1 Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων

Η «επιχειρηματικότητα αρχικών – σταδίων», δηλαδή ο δείκτης Total Early-Stage Entrepreneurial activity (TEA), αποτελεί το βασικό δείκτη επιχειρηματικότητας ο οποίος αναλύεται στο πλαίσιο της έρευνας του GEM και υπολογίζεται σε εθνικό επίπεδο από το ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών, που βρισκόταν στο στάδιο εκκίνησης ενός νέου επιχειρηματικού εγχειρήματος κατά τη στιγμή διεξαγωγής της έρευνας. Τα συγκεκριμένα άτομα με βάση το εννοιολογικό πλαίσιο του GEM, είναι δυνατό να διακριθούν σε δύο επιμέρους κατηγορίες: (Τσακανίκας, Γιωτόπουλος, Σταυράκη, & Βαλαβανιώτη, 2017)

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

β) στους «νέους» επιχειρηματίες, δηλαδή άτομα τα οποία η επιχειρηματική τους δραστηριοποίηση έχει ξεκινήσει πρόσφατα για τουλάχιστον 3 μήνες, αλλά δεν έχει υπερβεί σε διάρκεια τους 42 μήνες.

Με βάση το γεγονός ότι οι χώρες που συμμετέχουν στο GEM είναι αρκετά ετερογενείς, για να έχει ουσιαστικό περιεχόμενο η συγκριτική ανάλυση μεταξύ τους, έχει γίνει μία ταξινόμηση σε τρεις ομάδες, σύμφωνα με τα χαρακτηριστικά τους και την ομαδοποίηση του World Economic Forum και της έκθεσης Global Competitiveness Report. Πιο ειδικά, η πρώτη κατηγορία, δηλαδή η Ομάδα Α, περιλαμβάνει χώρες οι οποίες διαθέτουν χαμηλό κατά κεφαλήν εισόδημα και το προϊόν τους προέρχεται κυρίως από την αξιοποίηση πρωτογενών συντελεστών παραγωγής. Η Ομάδα Α, δηλαδή, αντιπροσωπεύει χώρες οι οποίες χαρακτηρίζονται ως χώρες χαμηλού κόστους. Παράλληλα, η δεύτερη κατηγορία, δηλαδή η Ομάδα Β, αφορά χώρες μεσαίου εισοδήματος και η ανάπτυξη των οποίων βασίζεται στη βελτίωση της αποτελεσματικότητας της οικονομίας τους. Τέλος, η τρίτη κατηγορία, δηλαδή η Ομάδα Γ, εμπεριέχει αναπτυγμένες χώρες, ή αλλιώς χώρες υψηλού εισοδήματος δηλαδή, χώρες που βασίζουν την ανάπτυξή τους στη συνεχή προώθηση της καινοτομίας προϊόντος και

διεργασιών. Η Ελλάδα ανήκει σε αυτήν την ομάδα Γ, γεγονός το οποίο σημαίνει ότι είναι δόκιμο να συγκρίνεται κυρίως με αυτές τις χώρες. (Τσακανίκας, Γιωτόπουλος, Σταυράκη, & Βαλαβανιώτη, 2017)

Όπως συμβαίνει με συστηματικό τρόπο όλα τα χρόνια, οι χώρες οι οποίες ανήκουν στις ομάδες Α και Β, που είναι κατά κανόνα χώρες χαμηλότερου βιοτικού επιπέδου, εμφανίζουν και για το έτος 2016 υψηλότερα ποσοστά επιχειρηματικής δραστηριοποίησης έναντι των χωρών οι οποίες ανήκουν στην ομάδα Γ. Το συγκεκριμένο αποτέλεσμα οφείλεται κυρίως στο γεγονός ότι σε αυτές τις χώρες η αναζήτηση εργασίας είναι μία δύσκολη υπόθεση, και ως εκ τούτου, τα άτομα ωθούνται στην επιχειρηματικότητα, η οποία συνήθως αφορά την αυτοαπασχόληση και την μικροεπιχειρηματικότητα, κυρίως για καθαρά βιοποριστικούς λόγους. Καταληκτικά, στην «επιχειρηματικότητα ανάγκης», η οποία αναφέρεται ισχυρή στις λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες, ωθούνται άτομα λόγω έλλειψης μεγάλων επιχειρήσεων και δυσκολιών εύρεσης εξαρτημένης εργασίας, σε συνδυασμό με τον διευρυνόμενο εργατικό δυναμικό. (Τσακανίκας, Γιωτόπουλος, Σταυράκη, & Βαλαβανιώτη, 2017)

Στην Ελλάδα το ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών το οποίο εντάσσεται το 2016 σε αρχικά στάδια επιχειρηματικής δραστηριότητας υποχωρεί σημαντικά στο 5,7% (380 χιλιάδες άτομα) από 6,7% (450 χιλιάδες άτομα) το 2015. Πρόκειται σαφώς για μία από τις χαμηλότερες διαχρονικά επιδόσεις της Ελλάδας, ενώ παράλληλα είναι χαμηλότερη και από το μέσο όρο των χωρών της Ομάδας Γ (2016: 9,1%). (Τσακανίκας, Γιωτόπουλος, Σταυράκη, & Βαλαβανιώτη, 2017)

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι από το 2014, όταν ο σχετικός δείκτης άγγιζε οριακά το 8%, καταγράφεται μια συνεχής μείωση του σχετικού δείκτη, κάτι το οποίο συνδέεται άρρηκτα με την ενίσχυση της αστάθειας στην Ελλάδα. Από το 2014 έως το 2016, οι πολιτικοοικονομικές εξελίξεις είχαν δημιουργήσει ένα νέο οικονομικό και επιχειρηματικό περιβάλλον, τόσο στο εσωτερικό της χώρας, όσο και σε σχέση με τους εταίρους και πιστωτές, προς τους οποίους και απευθυνθήκαμε για να χρηματοδοτική υποστήριξη. Την ίδια στιγμή, από το καλοκαίρι του 2015 και μετά είχαμε την επιβολή κεφαλαιακών περιορισμών, η οποία αποτελούσε τη μοναδική εξέλιξη για τη σύγχρονη οικονομική ιστορία της χώρας. Η υποχώρηση του 2016 θα πρέπει να συνδεθεί όμως και με τις φορολογικές επιβαρύνσεις οι οποίες εντάθηκαν και πίεσαν τη νέα μικρή επιχειρηματικότητα και την έναρξη αυτοαπασχόλησης. Συνεπώς, αυτή η υποχώρηση του σχετικού δείκτη, πιθανότατα θα πρέπει

να θεωρηθεί λογική στο συγκεκριμένο πλαίσιο που μετρήθηκε. Σε κάθε περίπτωση η επίδοση αυτή φέρνει την Ελλάδα όχι μόνο κάτω από τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας, αλλά και χαμηλότερα από το διαχρονικό μέσο του δείκτη (2003-2016: 6,9%). Καταληκτικά, η εξέλιξη του δείκτη αυτού τα τελευταία χρόνια φαίνεται να εμφανίζει αρκετές διακυμάνσεις με το δείκτη του 2016 να κινείται κάτω από τα όρια του μακροχρόνιου μέσου όρου του. (Τσακανίκας, Γιωτόπουλος, Σταυράκη, & Βαλαβανιώτη, 2017)

4.1.2 Καθιερωμένη επιχειρηματικότητα

Η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα αναφέρεται στην ηλικιακή ομάδα 18-64 ετών της οποίας τα άτομα δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά για τουλάχιστον για 3,5 χρόνια στη χώρα. Ο δείκτης αυτός στην ουσία αποτυπώνει μια εικόνα για το επόμενο στάδιο της επιχειρηματικής ενεργοποίησης, καθώς εν τέλει και τη συνολική επιχειρηματικότητα μιας χώρας. Η Ελλάδα βρίσκεται και το 2016 στην 1η θέση των χωρών καινοτομίας, και γενικότερα στις πρώτες θέσεις παγκοσμίως, καθώς ο σχετικός δείκτης αυξήθηκε στο 14,1% από 13,1% το 2015, με μέσο όρος χωρών του σχετικού δείκτη καινοτομίας για το 2016, το 6,8% το 2016. Οι υψηλές επιδόσεις της χώρας στον δείκτη καθιερωμένης επιχειρηματικότητας ήταν άλλωστε άλλη μία έκφανση της ισχυρής αυτοαπασχόλησης και μικροεπιχειρηματικότητας, δραστηριότητες οι οποίες κυριαρχούν στη δομή του ελληνικού παραγωγικού συστήματος. Ως αποτέλεσμα της υψηλής καθιερωμένης επιχειρηματικότητας είναι το γεγονός ότι η Ελλάδα κατέχει την τρίτη υψηλότερη επίδοση και στη συνολική επιχειρηματικότητα μεταξύ των χωρών καινοτομίας, με βάση το άθροισμα των επιχειρηματιών των αρχικών σταδίων αλλά και των καθιερωμένων επιχειρηματιών. Συνεπώς, διαπιστώνεται ότι περίπου το 20% του πληθυσμού της ηλικιακής ομάδας 18-64 ετών, δηλαδή περίπου 1,33 εκατ. άτομα – όπως και το 2015 - έχει κάποια σχέση με την επιχειρηματικότητα, είτε στα αρχικά, είτε σε επόμενα στάδια ανάπτυξης. (Τσακανίκας, Γιωτόπουλος, Σταυράκη, & Βαλαβανιώτη, 2017)

4.1.3 Διακοπή επιχειρηματικής δραστηριότητας

Στο πλαίσιο της έρευνας του GEM καταγράφεται επίσης και το ποσοστό του πληθυσμού που περιλαμβάνει την ηλικιακή ομάδα 18-64 ετών, της οποίας τα άτομα αναφέρουν ότι διέκοψαν ή ανέστειλαν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα, με το δείκτη το 2016 να ανέρχεται στο 3,8% του πληθυσμού, δηλαδή περίπου 260 χιλιάδες άτομα,

ποσοστό υψηλότερο από το αντίστοιχο ποσοστό το 2015 το οποίο ήταν 3,0%, αλλά ταυτόχρονα το ίδιο ποσοστό χαρακτηρίζεται από μεγάλη απόσταση σε σχέση με το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας. Στην ουσία, πρόκειται για δείκτη στον οποίο συνήθως η Ελλάδα εμφανίζει υψηλές τιμές, λόγω του υψηλού επιπέδου επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων: σε χώρες όπου ξεκινούν πολλά νέα εγχειρήματα, είναι λογικό να καταγράφονται αντίστοιχα και πολλές αποτυχίες. Καταληκτικά, ο σχεδιασμός των πολιτικών για την τόνωση της επιχειρηματικότητας δεν αρκεί να εστιάζει μόνο στην ποσοτική ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, αφού οι υψηλές επιδόσεις σε νεοφυείς επιχειρήσεις δεν εξασφαλίζουν απαραίτητα και βιώσιμη επιχειρηματικότητα. Από την άλλη πλευρά, είναι δυνατό να δημιουργούνται λιγότερες επιχειρήσεις σε μια οικονομία, αλλά με ποιοτικότερα χαρακτηριστικά και μεγαλύτερο πολλαπλασιαστικό αποτέλεσμα στην οικονομία. (Τσακανίκας, Γιωτόπουλος, Σταυράκη, & Βαλαβανιώτη, 2017)

Επί πρόσθετα, μόνο το 0,3% του πληθυσμού δηλώνει πως έχει απλώς αποχωρήσει από το εταιρικό σχήμα, ενώ παράλληλα η επιχείρηση συνεχίζει να λειτουργεί, όταν το αντίστοιχο ποσοστό των χωρών καινοτομίας διαμορφώνεται στο 1%. Ως εκ τούτου, στην Ελλάδα μάλλον είναι σπάνιο το φαινόμενο να εγκαταλείπει κάποιος το εγχείρημα το οποίο ξεκίνησε, σε συνεργασία με κάποιον άλλον. (Τσακανίκας, Γιωτόπουλος, Σταυράκη, & Βαλαβανιώτη, 2017)

Ο βασικότερος λόγος διακοπής ή αναστολής λειτουργίας μιας επιχείρησης για το έτος 2016 αποτελεί κυρίως η έλλειψη κερδοφορίας σε ποσοστό 70%, ενώ από τους λοιπούς παράγοντες ξεχωρίζουν η συνταξιοδότηση (13%), οι προσωπικοί λόγοι (11%) καθώς και τα προβλήματα χρηματοδότησης (4,4%). Στην ουσία, τα αποτελέσματα δεν φαίνεται να παρουσιάζουν ιδιαίτερη διαφορά με τα αντίστοιχα του 2015, αφού η απουσία βιώσιμου μοντέλου ανάπτυξης, κυρίως και λιγότερο τα προβλήματα χρηματοδότησης, παραμένει βασικό πρόβλημα στην επιχειρηματική δραστηριότητα. (Τσακανίκας, Γιωτόπουλος, Σταυράκη, & Βαλαβανιώτη, 2017)

4.2 ΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ (BUSINESS PLAN)

Το επιχειρηματικό σχέδιο είναι το εγχειρίδιο που, ιδιαίτερα στα αρχικά στάδια του σχηματισμού και έναρξης της λειτουργίας μιας επιχείρησης, βοηθάει τους επιχειρηματίες.

Μαζί με το καλό επιχειρηματικό σχέδιο μεταβάλλεται κι η επιχείρηση. Για αυτό το λόγο λοιπόν πρέπει να ανανεώνεται σε ετήσια βάση.

Για την έναρξη μιας επιχείρησης είναι απαραίτητη η σύνταξη επιχειρηματικού σχεδίου το οποίο, όπως αναφέραμε, είναι βασικό εργαλείο για κάθε επιχειρηματική δραστηριότητα καθώς και για κάθε φάση της εξέλιξής της. Η σύνταξη γίνεται πολύ πριν ληφθούν οι δεσμευτικές αποφάσεις για την έναρξη. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό διότι:

- Περιγράφει το όραμα, τους στόχους και τη στρατηγική της επιχείρησης.
- Εντοπίζει το μέγεθος της απαιτούμενης χρηματοδότησης καθώς και της πιθανής εξωτερικής επένδυσης.
- Διευκολύνει τους επενδυτές και τους χρηματοδότες να εκτιμήσουν το μέγεθος της επιχείρησης.
- Βελτιώνει την διοικητική ικανότητα του επικεφαλής της επιχείρησης. (startup.gr)

4.3 ΜΟΡΦΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

4.3.1 Η έννοια της χρηματοδότησης επιχειρήσεων

Κάθε επιχείρηση ανεξάρτητα από το μέγεθος και την δραστηριότητα της έχει τρεις βασικούς σκοπούς: την παραγωγή, την διάθεση και την χρηματοοικονομική της λειτουργία. Επιπλέον, «τόσο η παραγωγή όσο και η διάθεση προσδιορίζουν ροές κεφαλαίων. Η παραγωγή συνεπάγεται χρηματικές εκροές ενώ η διάθεση συνεπάγεται χρηματικές εισροές. Για να επιτύχουμε το μεγαλύτερο δυνατό οικονομικό αποτέλεσμα, θα πρέπει οι εισροές να είναι μεγαλύτερες από τις εκροές». (Πάνας, 2009) Πολλές φορές, όμως, παρατηρείται το αντίθετο γεγονός το οποίο σημαίνει ότι η επιχείρηση θα πρέπει να στραφεί σε εσωτερικές ή εξωτερικές πηγές χρηματοδότησης προκειμένου να καλύψει τις οικονομικές της ανάγκες. Ο κλάδος ο οποίος ασχολείται με την εύρεση εξωτερικών ή και εσωτερικών πηγών χρηματοδότησης καλείται χρηματοδοτική λειτουργία ή χρηματοδότηση των επιχειρήσεων. (Βατός, 2017)

Στην ουσία, η χρηματοδότηση των επιχειρήσεων «είναι ο κλάδος που ασχολείται με την λήψη χρηματοοικονομικών αποφάσεων που αφορούν, αφενός τον προσδιορισμό του ύψους των αναγκαίων κεφαλαίων και τις πηγές από τις οποίες αυτά θα αντληθούν για την χρηματοδότηση των παγίων και κυκλοφορούντων στοιχείων της επιχείρησης, αφετέρου τις επιδράσεις των χρηματοοικονομικών-διοικητικών αποφάσεων στο σύνολο των

περιουσιακών στοιχείων της οικονομικής μονάδας». (Θάνος, Κίοχος, & Παπανικολάου, 2002)

Το χρήμα και το κεφάλαιο αποτελούν τους βασικότερους παράγοντες για κάθε είδους οικονομική δραστηριότητα στην ζωή μιας επιχείρησης και για να λειτουργεί σωστά πρέπει να διαθέτει την απαιτούμενη ρευστότητα ενώ, σε αντίθετη περίπτωση, χρηματοδοτείται με διάφορους τρόπους που θα αναλυθούν παρακάτω. Παράλληλα, εκτός από την εύρεση πηγών χρήματος και κεφαλαίων η χρηματοδότηση ασχολείται επίσης και με την πολιτική κερδών (και ιδιαίτερα την μερισματική πολιτική) της επιχείρησης, τις δραστηριότητες εξαγορών και συγχωνεύσεων, τα αίτια της επιχειρηματικής αποτυχίας, τις αποφάσεις για αναδιοργάνωση και την πτώχευση της επιχείρησης (Θάνος, Κίοχος, & Παπανικολάου, 2002). Οι βασικότεροι λόγοι και κίνητρα προκειμένου να επιζητήσει μια επιχείρηση μέσω χρηματοδότησης είναι:

- **Αναγκαστική χρηματοδότηση.** Στην περίπτωση που μια επιχείρηση δε διαθέτει χρήματα ή κεφάλαιο δεν έχει τη δυνατότητα να λειτουργήσει αφού δεν μπορεί να αγοράσει τις πρώτες ύλες προκειμένου να παράγει προϊόν και να πληρώσει τους εργαζόμενους της, συνεπώς αναγκαστικά θα πρέπει να βρει χρήματα από κάποια άλλη πηγή. (Πάνας, 2009)
- **Αντιμετώπιση απρόσμενων καταστάσεων.** Στο συγκεκριμένο παράγοντα, η επιχείρηση λειτουργεί προληπτικά σε περίπτωση κάποιου έκτακτου μη προβλεπόμενου γεγονότος και έχει τη δυνατότητα να χρηματοδοτηθεί είτε εσωτερικά (κεφαλαιοποίηση πραγματοποιηθέντων κερδών, αύξηση αρχικού κεφαλαίου) είτε εξωτερικά (δάνεια από τράπεζα, εμπορικές πιστώσεις). (Βατός, 2017)
- **Επενδύσεις.** Ίσως είναι ο πιο ουσιαστικός λόγος για να χρηματοδοτηθεί οποιαδήποτε επιχείρηση αφού αποτελεί και ένα μέσο για να αυξήσει τα κέρδη της. (Βατός, 2017) Οι επενδυτικές αποφάσεις τις οποίες λαμβάνει η επιχείρηση αναφορικά με την τοποθέτηση των κεφαλαίων της μπορεί να είναι τακτικής ή στρατηγικής μορφής. (Θάνος, Κίοχος, & Παπανικολάου, 2002) Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι οι επενδυτικές αποφάσεις οι οποίες έχουν ως απώτερο σκοπό την προσδοκώμενη ωφέλεια αποτελούν μια πολύπλοκη διαδικασία οικονομικού προγραμματισμού με στόχο το καλύτερο δυνατό και ωφέλιμο αποτέλεσμα. (Βατός, 2017)

Η ορθή χρηματοδότηση μιας νεοσύστατης επιχείρησης αποτελεί ίσως την πιο βασική παράμετρο προκειμένου να λειτουργήσει με επιτυχία, για το λόγο αυτό η απόφαση που λαμβάνεται από τα διοικητικά στελέχη είναι μια βαρυσήμαντη απόφαση αφού μπορεί να

καθορίσει είτε με θετικό είτε με αρνητικό τρόπο την πορεία της επιχείρησης. Η διαδικασία της χρηματοδότησης είναι αρκετά περίπλοκη και διέπεται από διαφορετικούς περιορισμούς ανάλογα με την πηγή χρηματοδότησης. Στη συγκεκριμένη απόφαση καταλυτικό ρόλο παίζει η μεγάλη ανάπτυξη της τεχνολογίας, το περιβάλλον (οικονομικό, πολιτικό) που δραστηριοποιείται η επιχείρηση καθώς και μία πληθώρα χρηματοοικονομικών εργαλείων και λύσεων. (Βατός, 2017)

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι μέχρι το 1950 η χρηματοδότηση των επιχειρήσεων πραγματοποιούνταν σχεδόν αποκλειστικά από τα τραπεζικά ιδρύματα. Μετέπειτα αναπτύχθηκαν νέοι φορείς χρηματοδότησης γεγονός που αποτελεί σημαντικό χαρακτηριστικό της χρηματοδότησης των επιχειρήσεων αφού δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στις σχέσεις που αναπτύσσουν οι επιχειρήσεις με τους διάφορους χρηματοπιστωτικούς φορείς (όπως είναι οι τράπεζες, οι μέτοχοι κ.α.) στους οποίους θα στραφούν για να δανειστούν τα απαραίτητα χρήματα. (Βατός, 2017)

Με την πάροδο του χρόνου, την παγκοσμιοποίηση της αγοράς και την συνεχή ανάπτυξη και εξέλιξη σε όλους τους τομείς των επιχειρήσεων, οι επιλογές δανεισμού/χρηματοδότησης έχουν αυξηθεί και έχουν τη δυνατότητα να ικανοποιήσουν και να ενισχύσουν την κάθε επιχείρηση ανάλογα με τις ανάγκες της, το μέγεθος της, τις επενδύσεις που θέτει ως στόχους, την νομική της μορφή και το περιβάλλον (οικονομικό, πολιτικό, θεσμικό) που δραστηριοποιείται. Οι δύο βασικές κατηγορίες χρηματοδότησης, οι οποίες έχουν τις υποκατηγορίες τους είναι η εσωτερική χρηματοδότηση και η εξωτερική χρηματοδότηση. (Βατός, 2017)

Αξίζει να αναφερθεί ότι η έννοια της χρηματοδότησης των επιχειρήσεων είναι ίδια με αυτήν της δανειοδότησης των επιχειρήσεων αφού ο φορέας που θα χρηματοδοτήσει / δανειοδοτήσει την επιχείρηση, αναμένει μελλοντικά την αποπληρωμή του ποσού, που δάνεισε στην επιχείρηση, μαζί με κάποιο επιπλέον ποσό ως κέρδος/όφελος για τον δανειστή. Το ποσό αυτό καθορίζεται από το επιτόκιο δανεισμού, το οποίο λαμβάνουν σοβαρά υπόψη οι επικεφαλής των επιχειρήσεων στην στρατηγική χρηματοδότησης την οποία ακολουθούν, καθώς όσο μικρότερο είναι τόσο πιο συμφέρον θα είναι για την επιχείρηση αφού το ποσό αποπληρωμής θα είναι μικρότερο. (Βατός, 2017)

4.3.2 Εσωτερική χρηματοδότηση Επιχειρήσεων

Η έννοια της εσωτερικής χρηματοδότησης ή αλλιώς αυτοχρηματοδότησης συνδέεται με την πάγια περιουσία της επιχείρησης, τους επενδυτές/μετόχους/ιδιοκτήτες της και τα κεφάλαια της. Οι εσωτερικοί τρόποι χρηματοδότησης είναι:

- Επανεπένδυση και εσωτερική χρησιμοποίηση του κέρδους που αποκτά η επιχείρηση από τις μετοχές της. (Βατός, 2017)
- Αύξηση μετοχικού κεφαλαίου της επιχείρησης με έκδοση νέων μετοχών. (Βατός, 2017)
- Χρηματικές Ροές από Θετική Εξέλιξη Βραχυπροθέσμων Απαιτήσεων και Υποχρεώσεων. (Μπακούρος, 2015)
- Δανειακή ενίσχυση της επιχείρησης από τους επιχειρηματίες. (Θάνος, Κίοχος, & Παπανικολάου, 2002)
- Εκποίηση Περιουσιακών Στοιχείων (μη απαραίτητα). (Μπακούρος, 2015)
- Πώληση χρεογράφων. (Βατός, 2017)
- Αποθεματικά Κεφάλαια (αδιανέμητα κέρδη). (Μπακούρος, 2015)

4.3.3 Εξωτερική χρηματοδότηση Επιχειρήσεων

Οι σύγχρονες επιχειρήσεις για να μπορέσουν να φθάσουν στον επιθυμητό στόχο τους και να λειτουργήσουν ομαλά χωρίς προβλήματα, είτε κατά την ίδρυση τους είτε καθ' όλη την διάρκεια λειτουργία τους, δεν είναι δυνατό να βασιστούν μόνο στην εσωτερική χρηματοδότηση με αποτέλεσμα να στρέφονται και σε εξωτερικές ή αλλιώς ξένες πηγές χρηματοδότησης. (Βατός, 2017) Ως εξωτερική χρηματοδότηση, νοείται «το κεφάλαιο που προέρχεται από πηγές εκτός επιχείρησης και αναφέρεται σε κεφαλαιακές εισροές από κάθε μορφής δανεισμό» (Θάνος, Κίοχος, & Παπανικολάου, 2002) το κεφάλαιο αυτό, προστίθεται στο ίδιο κεφάλαιο της επιχείρησης συμβάλλοντας στην ανάπτυξη της δραστηριότητας και της αποδοτικότητας του συνολικού επιχειρηματικού κεφαλαίου. Η εξωτερική χρηματοδότηση, μέσα από την ευρεία αποδοχή και την αυξανόμενη εξέλιξη και ανάπτυξη της, έχει τη δυνατότητα να αναλυθεί στους παραδοσιακούς τρόπους χρηματοδότησης και στις εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης. (Βατός, 2017)

Οι παραδοσιακοί τρόποι χρηματοδότησης, μπορούν με την σειρά τους να κατηγοριοποιηθούν, σε βραχυπρόθεσμες, μεσοπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες μορφές χρηματοδότησης. Ως βραχυπρόθεσμες μορφές χρηματοδότησης θεωρούνται οι τραπεζικές πιστώσεις και οι εμπορικές πιστώσεις. (Βατός, 2017)

Οι τραπεζικές πιστώσεις, προέρχονται αποκλειστικά από τα τραπεζικά ιδρύματα και αφορούν κυρίως τη διάθεση ενός χρηματικού ποσού με το οποίο ο επιχειρηματίας που εκπροσωπεί την επιχείρηση μπορεί να εκδώσει επιταγές ή να τα χρησιμοποιήσει (σαν ρευστό) υπό συγκεκριμένες προϋποθέσεις. Από την άλλη πλευρά, οι εμπορικές πιστώσεις αποτελούν τη μεγαλύτερη κατηγορία βραχυπρόθεσμων πιστώσεων. και περιλαμβάνουν το κεφάλαιο από εμπορικές πιστώσεις που παρέχεται στον αγοραστή από πωλήσεις με πίστωση. Τα εμπορεύματα αυτά ο αγοραστής έχει τη δυνατότητα να τα πουλήσει ή να τα αξιοποιήσει με οποιονδήποτε πιθανό τρόπο επιθυμεί και στη συνέχεια να εκπληρώσει τις υποχρεώσεις του στο χρόνο που έχει συμφωνηθεί. (Θάνος, Κίοχος, & Παπανικολάου, 2002)

Η μεσοπρόθεσμη χρηματοδότηση/δανεισμός αναφέρεται κυρίως σε επενδύσεις οι οποίες πραγματοποιούνται σε κυκλοφορούντα περιουσιακά στοιχεία όπως είναι για παράδειγμα οι μεσοπρόθεσμες πιστώσεις προς πελάτες, ενώ χρησιμοποιείται κυρίως για την αντιμετώπιση οφειλών οι οποίες δεν μπορούν να εξυπηρετηθούν με κάποια από τις μορφές χρηματοδότησης του βραχυπρόθεσμου δανεισμού. Στη συγκεκριμένη κατηγορία χρηματοδότησης ανήκουν τα ενυπόθηκα δάνεια και τα δάνεια με ενέχυρο εμπορεύματα ή χρεόγραφα. (Βατός, 2017)

Τέλος, οι μακροπρόθεσμες μορφές δανεισμού, είναι και οι πιο διαδεδομένες από τις παραδοσιακές εξωτερικές πηγές χρηματοδότησης και αναφέρονται στην έκδοση εταιρικών ομολόγων (ή ομολογιακά δάνεια) και μετοχών καθώς και στον τραπεζικό δανεισμό. (Βατός, 2017)

Τα ομολογιακά δάνεια, μπορούν εκδοθούν μόνο από ανώνυμες εταιρίες και αποτελούν δάνεια τα οποία είναι διαιρεμένα σε ομολογίες με προκαθορισμένο τόκο και περίοδο αποπληρωμής με τη διαδικασία αυτή να πραγματοποιείται από ειδικές τράπεζες ή χρηματιστήρια. Αντίστοιχη διαδικασία είναι και η χρηματοδότηση με την έκδοση νέων μετοχών οι οποίες πωλούνται με συγκεκριμένη τιμή (όχι μικρότερης της ονομαστικής τους) και η αγοραπωλησία τους μπορεί να γίνει στα χρηματιστήρια. (Βατός, 2017)

Παράλληλα, ο δανεισμός, προέρχεται από τραπεζικά ιδρύματα και διάφορους άλλους χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς και αναφέρεται σε δάνεια επιχειρήσεων που δίνονται με υποθήκες ως εγγυήσεις. Ο τραπεζικός δανεισμός είναι ο μακροβιότερος αλλά και πιο διαδεδομένος τρόπος εξωτερικής χρηματοδότησης επιχειρήσεων και ως εκ τούτου θα αναλυθεί περαιτέρω. (Βατός, 2017)

Οι εναλλακτικοί τρόποι χρηματοδότησης, αποτελούν νέες μορφές χρηματοδότησης και έχουν δημιουργηθεί προκειμένου να καλύψουν τις σύγχρονες απαιτήσεις των επιχειρήσεων. Οι πιο διαδεδομένοι εναλλακτικοί τρόποι χρηματοδότησης είναι το leasing, το forfaiting και το factoring. Άλλες εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης αλλά όχι τόσο διαδεδομένες είναι το venture capital, οι Ιδιώτες Επενδυτές (Business Angels) και οι Θερμοκοιτίδες Επιχειρήσεων (Business Incubators). (Βατός, 2017)

Το venture capital αποτελεί μια σχετικά νέα μορφή χρηματοδότησης υψηλής απόδοσης αλλά και υψηλού κινδύνου με συμμετοχή στα ίδια κεφάλαια νέων ή ταχέως αναπτυσσόμενων μη εισηγμένων επιχειρήσεων και πραγματοποιείται κατά την ίδρυση, την ανάπτυξη ή την εξαγορά μιας εταιρείας όταν ο επενδυτής αποκτά τμήμα του μετοχικού κεφαλαίου της εταιρείας ως αντάλλαγμα για την παροχή χρηματοδότησης. (Βατός, 2017)

Οι Ιδιώτες Επενδυτές, είναι εύποροι ιδιώτες, δηλαδή συνήθως ήδη ισχυροί επιχειρηματίες, οι οποίοι επιθυμούν να επενδύσουν μέρος των πλεοναζόντων κεφαλαίων τους σε νέες επιχειρήσεις. (Βατός, 2017)

Οι Θερμοκοιτίδες Επιχειρήσεων αναφέρονται στην χρηματοδότηση νέων επιχειρηματιών και την ενθάρρυνση τους να ξεκινήσουν τη δικιά τους επιχείρηση η οποία θα βασίζεται στην καινοτομία. Οι θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων, παρέχουν υποστηρικτικές υπηρεσίες όπως είναι η χρηματοδότηση, οι χώροι καθώς και ο εξοπλισμός και σε αντάλλαγμα, ο incubator λαμβάνει ένα ποσοστό του μετοχικού κεφαλαίου της εταιρείας. (Βατός, 2017)

Επιπλέον, μια επιχείρηση που είναι ή νεοσύστατη ή δεν επιθυμεί να στραφεί σε τράπεζες υπό τον φόβο των δυσμενών εξελίξεων και τις δυσκολίες πρόσβασης στον τραπεζικό δανεισμό, έχει τη δυνατότητα να λάβει χρηματοδότηση από διάφορα κρατικά και ευρωπαϊκά προγράμματα τα οποία τα τελευταία χρόνια, ειδικά στην Ελλάδα, γνωρίζουν ιδιαίτερη ανάπτυξη και αποδοχή από τις επιχειρήσεις. (Βατός, 2017)

Τέτοιο πρόγραμμα χρηματοδότησης αποτελεί το Seed Capital ή Κεφάλαιο Σποράς το οποίο δίνει μικρή χρηματοδότηση (15 έως 50 χιλ ευρώ) κατά την έναρξη της επιχείρησης και απευθύνεται κυρίως σε ειδικές κατηγορίες πληθυσμού, όπως είναι οι νέοι ή οι άνεργοι, ενώ στοχεύει στην κάλυψη των λειτουργικών εξόδων της εταιρείας κατά το πρώτο έτος λειτουργίας της, ώστε να υπάρξει χρόνος για την επιχειρηματική ανάπτυξη της ιδέας. Ενδεικτικά, υπάρχουν δράσεις τόσο του Δημοσίου (Πρόγραμμα NEE του ΟΑΕΔ) όσο και του ιδιωτικού τομέα (The Open Fund), για διάφορους τομείς της οικονομίας (παραδοσιακά προϊόντα, πληροφορική, κ.α.). (Βατός, 2017)

Το πιο διαδεδομένο πρόγραμμα χρηματοδότησης είναι το ΕΣΠΑ, το οποίο παρέχει στην Ελλάδα τα κονδύλια της Ευρωπαϊκής Ένωσης τα οποία προορίζονται για εξομάλυνση των ανισοτήτων μεταξύ των περιφερειών της ΕΕ. Στα πλαίσια του συγκεκριμένου προγράμματος, η κάθε κυβέρνηση διαμοιράζει χρηματοδοτήσεις στοχευμένες στην Εμπορία, τη Μεταποίηση ή την Πρωτογενή παραγωγή (αλιεία, γεωργία κλπ.). Η χρηματοδότηση είναι ένα ποσοστό της επένδυσης ή φοροαπαλλαγές, συνήθως κατά 40-60%, και έχει ως προαπαιτούμενο τα εξοφλημένα παραστατικά των δαπανών που εξετάζονται με επιτόπιους ελέγχους. Το μεγάλο πλεονέκτημα του ΕΣΠΑ είναι κυρίως η διαθεσιμότητα του, παρ' όλα αυτά εφόσον η χρηματοδότηση έπεται των δαπανών, δε φαίνεται ιδιαίτερα χρήσιμο για τις νεοσύστατες επιχειρήσεις. Καταληκτικά το πρόγραμμα ΕΣΠΑ, αποτελεί μια ιδιαίτερα ελκυστική επιλογή για να συνδυαστεί με έναν ή περισσότερους από τους λοιπούς τρόπους χρηματοδότησης (τράπεζα, venture capital κ.α.). (Βατός, 2017)

Έναν ακόμη ενδιαφέρων τρόπο χρηματοδότησης, αν και όχι ιδιαίτερα διαδεδομένο, αποτελεί η χρηματοδότηση από την Ελληνική Ομογένεια η οποία έχει δημιουργήσει νέες δράσεις, όπως είναι για παράδειγμα το Hellenic Award και αφορά άτοκο δάνειο έως 500 χιλ ευρώ, με αποπληρωμή εντός της πενταετίας. Από την άλλη πλευρά, το Ορίζοντας 2020 αποτελεί το μεγαλύτερο πρόγραμμα χρηματοδότησης για νέες και καινοτόμες ιδέες στην ΕΕ. Στην ουσία, χρηματοδοτεί με σχεδόν 80 δισεκατομμύρια ευρώ σε ιδιωτικές και δημόσιες επενδύσεις. Ως αποτέλεσμα, προάγεται η βιομηχανική, επιστημονική και κοινωνική ανάπτυξη του περιβάλλοντος ολόκληρης της Ευρώπης. (Βατός, 2017)

Τέλος μια κερδοφόρα και αρκετά διαδεδομένη μορφή χρηματοδότησης είναι το franchise. Οι συμφωνίες δικαιοχρησίας, όπως μεταφέρεται ο όρος στα Ελληνικά, αναφέρονται στην προώθηση και πώληση προϊόντων ή/και υπηρεσιών, με την παραχώρηση άδειας εκμετάλλευσης εμπορικών σημάτων και τεχνογνωσίας, καθώς και την παροχή

εμπορικής ή/και τεχνικής συνδρομής (υποστήριξη) στον Δικαιοδόχο κατά τη διάρκεια της σύμβασης συνεργασίας. Οι συγκεκριμένες συμφωνίες έχουν τις βάσεις τους κυρίως στη στενή και συνεχή συνεργασία μεταξύ των δύο μερών, δικαιοπάροχου και δικαιοδόχου, ενώ παράλληλα επιτρέπουν στον πρώτο να δημιουργήσει ένα ομοιόμορφο δίκτυο για τη διανομή των προϊόντων του (με συγκριτικά περιορισμένες επενδύσεις). Στην Ελλάδα το franchise βρίσκει εφαρμογή κυρίως στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, ενώ έχει σημειωθεί δυναμικότερη διαρθρωτική αλλαγή στο λιανεμπόριο και τις υπηρεσίες, αλλά παρ' όλα αυτά επεκτείνεται με υψηλούς ρυθμούς με απώτερο στόχο τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Τέλος, ένα μεγάλο ποσοστό των συστημάτων δικαιόχρησης είναι ελληνικής προέλευσης και ιδιοκτησίας. (Κωνσταντινίδης, 2009)

4.3.3.1 Στήριξη ΜΜΕ από την Ευρωπαϊκή Ένωση

Οι ΜΜΕ, συμβάλλουν στην οικονομική ανάπτυξη, την καινοτομία, την απασχόληση και την κοινωνική ένταξη στην ΕΕ, αφού αντιπροσωπεύουν το 98% των επιχειρήσεων και το 67% των θέσεων εργασίας. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή λοιπόν, για αυτό το λόγο, προωθεί την επιχειρηματικότητα και βελτιώνει το επιχειρηματικό περιβάλλον για τις ΜΜΕ. (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2014)

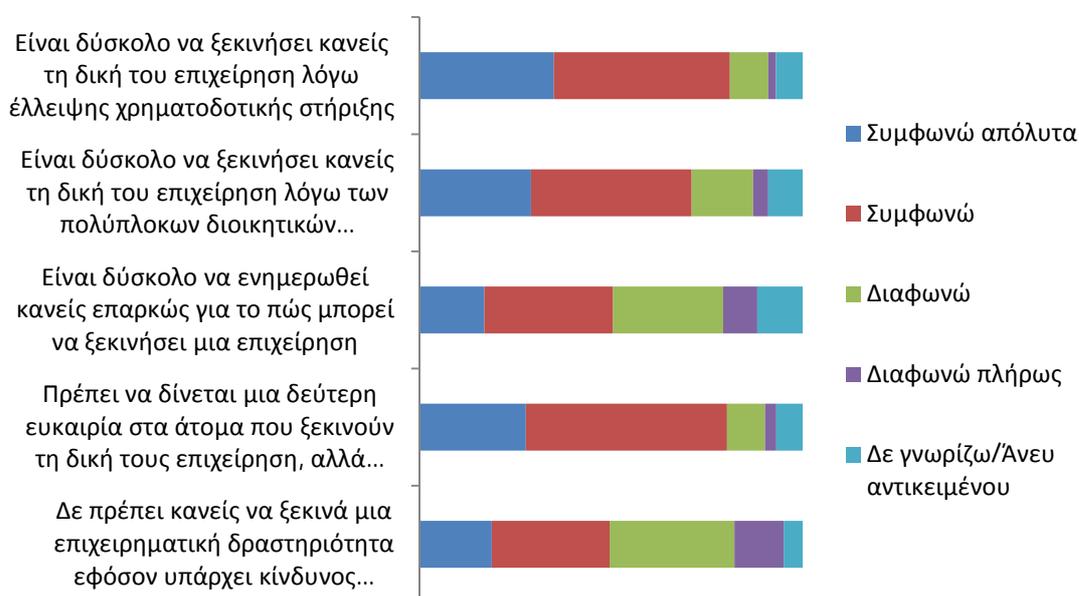
4.3.3.2 Διευκόλυνση πρόσβασης των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση

Σημαντική προτεραιότητα επίσης αποτελεί η διευκόλυνση της πρόσβασης των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση. Η Ευρώπη παρέχει ένα ισορροπημένο σύστημα χρηματοδοτήσεων στις ΜΜΕ μέσω των διαρθρωτικών ταμείων, των προγραμμάτων έρευνας και καινοτομίας και των μικρό χρηματοδοτήσεων Progress, καθώς και των δανείων αυτών που χορηγεί η Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων. (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2014)

Μέχρι και τα μέσα του έτους 2012, περισσότερες από 175.000 μικρομεσαίες επιχειρήσεις χρηματοδοτήθηκαν από το πρόγραμμα-πλαίσιο για την ανταγωνιστικότητα και την καινοτομία (ΠΑΚ). Ενώ, κατά το προηγούμενο διάστημα 2008-2011, η Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων χορήγησε δάνεια ύψους 40 δισ. ευρώ περίπου, από τα οποία επωφελήθηκαν περισσότερες από 210.000 ΜΜΕ. Από το 2014 και έπειτα οι ΜΜΕ λαμβάνουν περαιτέρω στήριξη στο πλαίσιο του προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων και των μικρομεσαίων επιχειρήσεων» (COSME). (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2014)

4.3.3 Εμπόδια για την ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας στην ΕΕ

Στο πλαίσιο μιας δημοσκόπησης που πραγματοποιήθηκε σε πλήθος 27 χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης δόθηκαν απαντήσεις που απέδωσαν ως αποτέλεσμα ότι τα δυο μεγαλύτερα εμπόδια για τη σύσταση επιχειρήσεων στην Ευρώπη είναι η έλλειψη χρηματοδότησης καθώς και οι πολύπλοκες διοικητικές διαδικασίες. (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2014)



Πηγή: Έκτακτο Ευρωβαρόμετρο 283.

4.3.4 Ο Τραπεζικός Δανεισμός

Η χορήγηση δανείων αποτελεί την κύρια δραστηριότητα των τραπεζών και όπως προαναφέρθηκε, ο πιο διαδεδομένος τρόπος χρηματοδότησης. Στην ουσία, «οι τράπεζες υποστηρίζουν τις κοινότητες και τα κράτη παρέχοντας πίστωση, ώστε να χρηματοδοτηθεί η ανάπτυξη νέων επιχειρήσεων, να στηριχθούν οι υπάρχουσες δραστηριότητες και να δημιουργηθούν θέσεις εργασίας για να μπορέσουν να αυξηθούν τα εισοδήματα και να ανέβει το βιοτικό επίπεδο». (Θωμαδάκης & Ξανθάκης, 2001)

Οι τράπεζες προσφέρουν δύο κυρίως κατηγορίες δανεισμού, τα δάνεια κεφαλαίου κίνησης και τα μακροπρόθεσμα δάνεια. Η επιχείρηση ανάλογα με τις ανάγκες, το μέγεθος καθώς και το αντικείμενο εργασιών της, επιλέγει την ανάλογη κατηγορία δανεισμού. Άλλοι σημαντικοί παράγοντες οι οποίοι οδηγούν στην επιλογή δανείου είναι το επιτόκιο δανεισμού, η προσφερόμενη περίοδος χάριτος, το ύψος της δόσης, η διάρκεια αποπληρωμής και η φορολογική αντιμετώπιση. (Βατός, 2017)

Από την άλλη πλευρά, οι τράπεζες, προκειμένου να χρηματοδοτήσουν μια επιχείρηση, έχουν στο εργατικό τους δυναμικό μια ομάδα εξειδικευμένων υπαλλήλων οι οποίοι αφού έρθουν σε επαφή με τον πιθανό πελάτη διαπραγματεύονται, αναλύουν, αξιολογούν και εγκρίνουν ή απορρίπτουν την πρόταση χρηματοδότησης. Για να γίνουν όλα αυτά χρησιμοποιούν κάποιες τεχνικές αξιολόγησης όπως: (Βατός, 2017)

- § Ανάλυση οικονομικών καταστάσεων του δανειολήπτη (φορολογική ενημερότητα κ.α.).
- § Ανάλυση με την χρήση χρηματοοικονομικών δεικτών.
- § Ανάλυση των πραγματικών καταστάσεων των ταμειακών εισροών και εκροών που υποβάλλονται στην τράπεζα.
- § Την επαγγελματική σχέση που έχουν δανειολήπτης και δανειζόμενος.

Καταληκτικά, ο δανεισμός από τις τράπεζες περιέχεται στην επικινδυνότητα που υπάρχει και οποία προέρχεται από διάφορους εξωτερικούς παράγοντες όπως είναι για παράδειγμα η πολιτική και οικονομική κατάσταση μιας χώρας, αλλά και εσωτερικούς παράγοντες όπως είναι για παράδειγμα διάφορα διοικητικά λάθη και παράνομες χειραγωγήσεις ή συμφωνίες. (Βατός, 2017)

4.3.4.1 Δάνεια κεφαλαίου κίνησης και μακροπρόθεσμος δανεισμός

Τα δάνεια κεφαλαίου κίνησης (working capital loans) αποτελούν ολοκληρωμένα πακέτα βραχυπρόθεσμων χρηματοδοτήσεων, με διάρκεια ενός έτους ή σε κάποιες περιπτώσεις έως τρία έτη, τα οποία παρέχονται στις επιχειρήσεις και αποσκοπούν στη βελτίωση της ρευστότητας και του κεφαλαίου κίνησης. Επιπλέον, πρωταρχικοί στόχοι των δανείων κεφαλαίου κίνησης είναι η χρηματοδότηση για την αγορά πρώτων υλών και τη δημιουργία αποθεμάτων των επιχειρήσεων σε έτοιμα προϊόντα, η πληρωμή των

μισθοδοτικών αναγκών και των φόρων και τέλος, η κάλυψη άλλων προσωρινών δαπανών. (Θωμαδάκης & Ξανθάκης, 2001) Τα συγκεκριμένα δάνεια χορηγούνται, συνήθως, με τη μορφή πιστωτικού ορίου και τοκοχρεωλυτικού δανείου, ενώ απευθύνονται κυρίως σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις. (Βατός, 2017)

Τα δάνεια κεφαλαίου κίνησης περιλαμβάνουν ανοιχτά ή ανακυκλούμενα δάνεια, αλληλόχρεους λογαριασμούς και κεφάλαια κίνησης τακτής λήξης. Πιο αναλυτικά, τα ανοιχτά δάνεια χορηγούνται με πιστωτικό όριο από το οποίο έχουν τη δυνατότητα να δανείζονται οι επιχειρήσεις χωρίς να το υπερβαίνουν και χωρίς ο δανειζόμενος να είναι υποχρεωμένος να χρησιμοποιήσει όλο το ποσό σε μια συγκεκριμένη στιγμή. Η εξόφληση του συγκεκριμένου τύπου δανείου μπορεί να πραγματοποιείται τμηματικά ενώ παράλληλα δίνει τη δυνατότητα στην επιχείρηση να συνεχίζει το δανεισμό της. Το όριο της χρηματοδότησης των ανοιχτών δανείων βασίζεται κυρίως στον τζίρο της επιχείρησης και πολλές φορές μπορεί να επιδοτείται έως και το 100% αυτού. Το ανοιχτό δάνειο είναι κοινή πρακτική για την καταβολή μισθοδοσίας από τις επιχειρήσεις οι οποίες λειτουργούν εποχιακά και πρέπει να καλύψουν τις ανάγκες τους. (Βατός, 2017)

Από την άλλη πλευρά, ο αλληλόχρεος λογαριασμός αποτελεί μια λογιστική κατάσταση των συναλλαγών μεταξύ δύο προσώπων εκ των οποίων τουλάχιστον ένας είναι έμπορος (με την νομική σημασία του όρου). Παράλληλα, τα δύο συμβαλλόμενα μέρη συμφωνούν να συναλλάσσονται τηρώντας έναν ή περισσότερους λογαριασμούς στους οποίους καταγράφονται οι μεταξύ τους απαιτήσεις. Στο ίδιο μοτίβο, με τους αλληλόχρεους λογαριασμούς, είναι και τα κεφάλαια κίνησης τακτής λήξης τα οποία αποτελούν ένα ευέλικτο προϊόν το οποίο προσφέρει τη δυνατότητα στην επιχείρηση να καταβάλλει τόκους εξαμηνιαίως και να αποπληρώνει το κεφάλαιο τμηματικά σε προσυμφωνημένες χρονικές στιγμές που εξυπηρετούν την επιχείρηση. (Βατός, 2017)

Επιπλέον, τα μακροπρόθεσμα έχουν μακρά διάρκεια, δηλαδή διάρκεια αποπληρωμής μεγαλύτερη των 3 ετών και αφορούν τα δάνεια εγκατάστασης και τα δάνεια παγίου εξοπλισμού. Πιο ειδικά, έχουν ως κύριο στόχο να ικανοποιούν τη μόνιμη ανάγκη χρηματοδότησης των επιχειρηματιών και παρέχουν τη δυνατότητα στον επιχειρηματία να χρηματοδοτήσει την αγορά περιουσιακών στοιχείων μεγάλης διάρκειας, όπως για παράδειγμα κτίρια και οικόπεδα, μηχανήματα και ηλεκτρονικοί υπολογιστές, επέκταση εγκαταστάσεων, κ.λπ. Τα μακροπρόθεσμα δάνεια επιτρέπουν στον επιχειρηματία να αναπτύσσεται και να εξελίσσεται με ταχείς ρυθμούς, να χρηματοδοτεί μόνιμη αύξηση των αποθεμάτων, καθώς και

των πελατών οι οποίοι αγοράζουν με πίστωση, ενώ τα συγκεκριμένα δάνεια εξοφλούνται από τα κέρδη της επιχείρησης. (Βατός, 2017)

Παράλληλα, τα δάνεια εγκατάστασης ή αλλιώς επαγγελματικής στέγης αναφέρονται στην ανέγερση, την αποπεράτωση και την ανακαίνιση κτιριακών εγκαταστάσεων. Το ποσοστό χρηματοδότησης έχει τη δυνατότητα να φτάσει έως και το 100% της αξίας του ακινήτου ή των εργασιών ανέγερσης και ανακαίνισης, ενώ η διάρκειά των δανείων κυμαίνεται από 3 ως 30 έτη, με τα επιτόκια να διαμορφώνονται ανάλογα με την τράπεζα και τον πελάτη. (Βατός, 2017)

Τέλος, τα δάνεια παγίου εξοπλισμού αποτελούν δάνεια τα οποία χορηγούνται με σκοπό την αγορά παγίου εξοπλισμού και έχουν διάρκεια αποπληρωμής συνήθως τα 15 χρόνια. (Βατός, 2017) Η χρηματοδότηση έχει τη δυνατότητα να καλύψει ολόκληρη την επένδυση της αγοράς του παγίου εξοπλισμού, ενώ η εκταμίευση είναι δυνατό να πραγματοποιείται είτε εφ' άπαξ, είτε σταδιακά ανάλογα με την εξέλιξη των αγορών. (Τακόπουλος, 2007) Οι κύριοι δανειζόμενοι σε αυτή την κατηγορία είναι συνήθως μικρομεσαίες επιχειρήσεις που έχουν στόχο να επεκταθούν. (Βατός, 2017)

Εκτός από τη διάρκεια δανεισμού, η οποία αποτελεί την ουσιαστική διαφορά μεταξύ των κεφαλαίων κίνησης και του μακροπρόθεσμου δανεισμού, σημαντικό ρόλο παίζει και το επιτόκιο που στα μακροπρόθεσμα δάνεια, στις περισσότερες περιπτώσεις, είναι μικρότερο από το αντίστοιχο των δανείων κεφαλαίων κίνησης, γεγονός που καθορίζει τη διάρκεια αποπληρωμής του δανείου. (Βατός, 2017)

4.3.4.2 Πλεονεκτήματα-Μειονεκτήματα Τραπεζικού Δανεισμού

Όπως είναι φυσικό ο τραπεζικός δανεισμός χαρακτηρίζεται τόσο από πλεονεκτήματα όσο και από μειονεκτήματά.

Τα πλεονεκτήματα του τραπεζικού δανεισμού είναι τα εξής: (Παπαδόπουλος, 2012)

- Μέσο άντλησης κεφαλαίων.
- Χαμηλό επιτόκιο δανεισμού επειδή το ρίσκο από το δάνειο είναι μικρότερο από την πώληση και την επαναμίσθωση των παγίων στοιχείων.

- Ευελιξία αποπληρωμής και δυνατότητα επαναδιαπραγμάτευσης των όρων ανάλογα με τις ανάγκες της επιχείρησης.
- Η εταιρεία που δέχεται τη χρηματοδότηση μέσω τραπεζικού δανείου διατηρεί την κυριότητα όλων των παγίων στοιχείων της.
- Η τράπεζα δεν επεμβαίνει στην επένδυση που επιθυμεί να κάνει ο δανειζόμενος.

Αντίστοιχα τα μειονεκτήματα του είναι: (Bharath, Dahiya, Saunders, & Srinivasan, 2007)

- Η εξασφάλιση της αποπληρωμής του δανείου αναγκάζει τους δανειζόμενους να υποθηκεύσουν, να προσημειώνουν και να εκχωρούν περιουσιακά στοιχεία.
- Γραφειοκρατία και καθόλου ευελιξία στην έγκριση της χρηματοδότησης.
- Το κυμαινόμενο επιτόκιο του τραπεζικού δανεισμού αφού περιέχει ρίσκο για τον οφειλέτη.
- Η ανυπαρξία φορολογικών ελαφρύνσεων.
- Το γεγονός ότι η τράπεζα δεν έχει άμεση οικονομική ανάμειξη με την επένδυση, έτσι ο επιχειρηματίας στερείται την παροχή συμβουλών που θα είχε σε άλλη περίπτωση.
- Πιθανή η αδυναμία αποπληρωμής του δανείου.

4.3.5 Χρηματοδότηση Επιχειρήσεων και Οικονομική Κρίση

Η παγκόσμια χρηματοπιστωτική κρίση είχε ως απόρροια σοβαρή επιβράδυνση της παγκόσμιας οικονομικής ανάπτυξης. Επιπλέον, η επιβράδυνση αυτή είχε ως αποτέλεσμα, με τη σειρά της, τη μείωση της ζήτησης των αγαθών, των υπηρεσιών και των βιομηχανικών προϊόντων. Στην ουσία, οι επιχειρήσεις υπόκεινται σε μία σειρά πιέσεων προκειμένου να καταφέρουν να προσαρμοστούν σε αυτές τις συνθήκες. Παρ' όλα αυτά, δεν είναι λίγες οι φορές, που οι επιχειρήσεις αναγκάζονται να μειώσουν το κόστος, να επανεξετάσουν την εταιρική τους στρατηγική, τις επενδύσεις καθώς και να προχωρήσουν σε αναδιάρθρωση των δραστηριοτήτων τους. (Ulrich, Rogovsky, & Lamotte, 2009)

Όμως, μία οικονομική κρίση, συνήθως, εμφανίζεται έχουν προηγηθεί κάποιες ενδείξεις, συνεπώς, οι επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα χρόνου να προετοιμαστούν, όσο είναι εφικτό, προκειμένου να αντιμετωπίσουν τα πιθανά προβλήματα που έπονται. Παρ' όλα

αυτά, στην Ελλάδα αυτή η παραδοχή δεν μπορεί να ισχύσει απόλυτα, διότι η μορφολογία των επιχειρήσεων δεν έδινε αυτή την δυνατότητα αφού. Πιο αναλυτικά, με βάση στοιχεία τα οποία αφορούν το έτος 2016, οι ατομικές επιχειρήσεις ανέρχονταν στις 124.615, ενώ το 89,25% του συνόλου αυτών απασχολούσε έως 10 υπαλλήλους, γεγονός που σημαίνει ότι αυτές οι επιχειρήσεις εντάσσονται πολύ στις μικρές και ως εκ τούτου, στο σύνολο των επιχειρήσεων, δεν υπάρχουν δομές και εξειδικευμένα στελέχη για την πρόληψη πιθανών επερχόμενων κινδύνων. (Βατός, 2017)

Μεσαία επιχείρηση καλείται αυτή η οποία έχει στο εργατικό της δυναμικό λιγότερους από 250 εργαζομένους και ο κύκλος εργασιών της δεν υπερβαίνει τα 50 εκατ. ευρώ ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού της επιχείρησης δεν υπερβαίνει τα 43 εκατ. ευρώ. (Βατός, 2017)

Μικρή επιχείρηση είναι αυτή η οποία το εργατικό της δυναμικό είναι μικρότερο των 50 υπαλλήλων και ο κύκλος εργασιών της ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού της επιχείρησης δεν υπερβαίνει τα 10 εκατ. ευρώ. (Βατός, 2017)

Πολύ μικρή επιχείρηση καλείται αυτή η οποία έχει στο εργατικό της δυναμικό λιγότερους από 10 εργαζομένους και οποίας ο κύκλος εργασιών της επιχείρησης ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού της δεν υπερβαίνει τα 2 εκατ. ευρώ. (Βατός, 2017)

Εντούτοις, κάθε επιχείρηση, ανεξάρτητα με το μέγεθος και τον κλάδο δραστηριότητας της, κλήθηκε να αντιμετωπίσει μία ανάγκη υιοθετώντας μία σειρά λήψης μέτρων με σκοπό να έχει τη δυνατότητα να ανταπεξέλθει σε μία πληθώρα παραγόντων, δηλαδή στη μείωση της ζήτησης και των πωλήσεων των προϊόντων της, την αδυναμία είσπραξης των απαιτήσεων της, την εύρεση πηγών δανεισμού/χρηματοδότησης αλλά και την αδυναμία αποπληρωμής των ήδη υπαρχόντων επιχειρηματικών δανείων που μπορεί να έχει. Πιο συγκεκριμένα, η ζήτηση και η αποπληρωμή των επιχειρηματικών δανείων, αποτελούν τα πιο βασικά προβλήματα της οικονομίας μας, διότι επηρεάζουν, αρνητικά τα χαρτοφυλάκια των τραπεζών καθώς και τα στεγαστικά και καταναλωτικά δάνεια. (Βατός, 2017)

Αναλυτικότερα, τα ζητήματα χρηματοδότησης, αποτελούν βασικό πρόβλημα κυρίως στον ιδιωτικό τομέα, διότι στην ουσία, ο ιδιωτικός τομέας, λειτουργεί εκτός της ενιαίας αγοράς για χρηματοοικονομικές υπηρεσίες για περισσότερο από μισή δεκαετία, ενώ ταυτόχρονα οι ίδιες επιχειρήσεις καλούνται να πληρώσουν το τίμημα της τήρησης των δημοσιονομικών κανόνων. (Βατός, 2017). Για παράδειγμα, το Μάρτιο του 2017 η μείωση της

χρηματοδότησης του ιδιωτικού τομέα μειώθηκε στο -1,3%, ενώ τον Απρίλιο του ίδιου έτους οριζότανε στο -1,6%. (Μασουράκης, Μητσόπουλος, & Πριντσιπιάς, 2017) Πιο συγκεκριμένα, με βάση στοιχεία από την Τράπεζας της Ελλάδος για το έτος 2017, ο ετήσιος ρυθμός μεταβολής της χρηματοδότησης των μη χρηματοπιστωτικών επιχειρήσεων διαμορφώθηκε στο -0,2% από -0,4% με την μηνιαία καθαρή ροή της χρηματοδότησης να είναι θετική κατά 471 εκατ. ευρώ. (Βατός, 2017)

Ένα ακόμη μείζον ζήτημα το οποίο συνδέει τις ελληνικές τράπεζες και τις επιχειρήσεις αποτελούν τα Μη Εξυπηρετούμενα Δάνεια. Το δανειακό χαρτοφυλάκιο των Μη Εξυπηρετούμενων Δάνειων, των τραπεζών, περιλαμβάνει δύο υποκατηγορίες, τα Μη Εξυπηρετούμενα Δάνεια (ΜΕΔ) και τα Μη Εξυπηρετούμενα Ανοίγματα / εκθέσεις (ΜΕΑ). Τα πρώτα, αναφέρονται σε δάνεια τα οποία βρίσκονται σε καθυστέρηση άνω των 90 ημερών ή βρίσκονται σε δικαστικές ενέργειες. Ενώ, τα δεύτερα, με βάση ορισμούς της Ευρωπαϊκής Αρχής Τραπεζών αναφέρονται σε δάνεια τα οποία υπόκεινται σε καθυστέρηση άνω των 90 ημερών καθώς και σε και δάνεια τα οποία χαρακτηρίζονται από αβέβαιη είσπραξης και χωρίς τη ρευστοποίηση εξασφάλισης, ενώ δεν εξαρτώνται από τις ημέρες καθυστέρησης. (Βατός, 2017)

Όσον αφορά τα Μη Εξυπηρετούμενα Ανοίγματα, στα τέλη του Μαρτίου του 2017, σύμφωνα με το άρθρο «Έκθεση για τους επιχειρησιακούς στόχους Μη Εξυπηρετούμενων Ανοιγμάτων» της Τράπεζας της Ελλάδος, ο δείκτης ΜΕΑ άγγιζε το 45,0% για το επιχειρηματικό χαρτοφυλάκιο των τραπεζικών ιδρυμάτων. Πιο ειδικά, σχετικά με το επιχειρηματικό χαρτοφυλάκιο σημειώθηκε ιδιαίτερα χαμηλή ποιότητα στο αντίστοιχο χαρτοφυλάκιο των ελεύθερων επαγγελματιών και πολύ μικρών επιχειρήσεων (δείκτης ΜΕΑ: 68,3%), καθώς και στο χαρτοφυλάκιο των Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων (ΜΜΕ - δείκτης ΜΕΑ: 60,7%). Από την άλλη πλευρά, ευνοϊκότερη ήταν η κατάσταση για το χαρτοφυλάκιο των μεγάλων επιχειρήσεων (δείκτης ΜΕΑ: 25,9%) και των ναυτιλιακών δανείων (δείκτης ΜΕΑ: 35,4%). (Βατός, 2017)

Επιπλέον, έχει δρομολογηθεί ο καθορισμός των σχετικών ποσοτικών στόχων, προκειμένου να καθοδηγηθούν οι προσπάθειες και τα εγχειρήματα των εγχώριων πιστωτικών ιδρυμάτων, ενώ είναι άξιο αναφοράς ότι στη δράση αυτή συνέβαλε σημαντικά και η Τράπεζας της Ελλάδος. Παράλληλα, έχουν υιοθετηθεί νομοθετήματα τα οποία αφορούν την επιτάχυνση της αναγκαστικής εκτέλεσης, τα οποία σε ευρύτερο πλαίσιο αναφέρονται στις διαδικασίες δικαστηρίων, τη ρύθμιση των οφειλών υπερχρεωμένων νοικοκυριών, την

απλοποίηση της εξυγίανσης και της ειδικής εκκαθάρισης των επιχειρήσεων, αλλά κυρίως αναφέρονται στη δημιουργία δευτερογενούς αγοράς δανείων που θα έχουν τη δυνατότητα να συμμετέχουν εταιρίες διαχείρισης και μεταβίβασης δανειακών απαιτήσεων. Επιπρόσθετα, η αύξηση της οικονομικής δραστηριότητας έχει ως λογικές απόρροιες την επιβράδυνση δημιουργίας νέων μη εξυπηρετούμενων δανείων, καθώς και τη συμβολή της στην ενημέρωση δανείων τα οποία βρίσκονται προς το παρόν σε καθυστέρηση. Συνεπώς, όσο παρατηρείται βελτίωση στην επίλυση του ζητήματος των μη εξυπηρετούμενων ανοιγμάτων, τόσο το περιθώριο μεταξύ δανειακών επιτοκίων και κόστους άντλησης χρηματοδότησης εκ μέρους των τραπεζών θα συμπιεστεί με αποτέλεσμα το κόστος δανεισμού για τις επιχειρήσεις και τα νοικοκυριά να μειωθεί. Την ίδια στιγμή, δύναται να αυξηθεί η διαθεσιμότητα τραπεζικού δανεισμού για τους υγιείς δανειολήπτες, εφόσον προηγηθεί αποδέσμευση των ρευστών διαθέσιμων καθώς και των εποπτικών κεφαλαίων που προς το παρόν, αντικρίζουν στους τραπεζικούς ισολογισμούς τα προβληματικά στοιχεία ενεργητικού. (Βατός, 2017)

Τέλος, χρήζει ιδιαίτερης σημασίας η αντιμετώπιση του προβλήματος των Καθυστερημένων Δανείων, εφόσον με βάση το άρθρο «Νομισματική Πολιτική 2015-2016» της Τράπεζας της Ελλάδος, διότι αρχικά, θα μειώσει τις ανάγκες και τις απαιτήσεις των δανειοληπτών οι οποίοι θα συνεργαστούν, και επιπλέον θα επιτραπεί στις τράπεζες να απελευθερώσουν κεφάλαια, που θα έχουν τη δυνατότητα να απευθυνθούν στις πιο δυναμικές και εξωστρεφείς επιχειρήσεις, με αποτέλεσμα να συμβάλλουν στη συνολική αναδιάρθρωση της οικονομίας. (Βατός, 2017)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΖΟΥΝ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

5.1 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ

Όπως έχουμε προαναφέρει, η επιχειρηματικότητα αποτελεί ένα κλάδο πολύπλευρο που επηρεάζεται από πολλά φαινόμενα και διαφορετικά. Αυτά τα φαινόμενα είναι πολιτιστικά, κοινωνικά, περιβαλλοντικά, δημογραφικά, ψυχολογικά και οικονομικά. Έτσι λοιπόν, αντικείμενο μελέτης και ανάλυσης στο πέρασμα των χρόνων από πολλούς ερευνητές είναι να προσδιοριστούν οι παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα και οι λόγοι που οδηγούν στην επιχειρηματική επιτυχία και ευτυχία.

Μέσα από όλες τις αναλύσεις, το συμπέρασμα που προκύπτει κατονομάζει 6 παράγοντες οι οποίοι οδηγούν στην άσκηση επιτυχημένης επιχειρηματικότητας. Οι παράγοντες αυτοί είναι: (Gaddam, 2007)

1. Οικονομικοί παράγοντες – Economic factors
2. Ψυχολογικοί παράγοντες – Psychological factors
3. Κοινωνιολογικοί παράγοντες – Social factors
4. Περιβαλλοντικοί παράγοντες – Environmental factors
5. Δημογραφικοί παράγοντες – Demographic factors
6. Πολιτισμικοί παράγοντες – Cultural factors

5.1.1 Οικονομικοί παράγοντες

Οι οικονομικοί παράγοντες έχουν καθοριστική σημασία για την αποτελεσματική άσκηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας, διότι η επιχειρηματικότητα των ατόμων βασίζεται στην οικονομική θεωρία της προσφοράς και της ζήτησης των αγαθών. (Καππάτου, 2017)

Με βάση τον Schumpeter, η επιχειρηματικότητα και η οικονομική θεωρία συνδέονται μεταξύ τους πολύ στενά, μιας και οι οικονομικοί παράγοντες επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα διότι υφίστανται καθόλα τη διάρκεια της ζωής της επιχείρησης. Οι οικονομικές μεταβλητές που επιδρούν καταλυτικά στην επιχειρηματικότητα, είναι ειδικότερα οι πολιτικές και κυρίως οι νομισματικές πολιτικές των κρατών, οι παρεμβάσεις των

κυβερνήσεων, η φορολογία, οι εμπορικές πολιτικές και το κατά κεφαλήν εισόδημα. (Καππάτου, 2017)

5.1.2 Ψυχολογικοί παράγοντες

Σχετικά με του ψυχολογικούς παράγοντες αναφέρονται στα προσωπικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα του ατόμου, το οποίο ασκεί επιχειρηματικότητα, το άτομο αυτό λέγεται επιχειρηματίας. Τα χαρακτηριστικά αυτά επηρεάζουν την εκδήλωση του ατόμου για την επιχειρηματικότητα. (Καππάτου, 2017)

5.1.3 Κοινωνιολογικοί παράγοντες

Σύμφωνα με τον Weber (1948), είναι οι παράγοντες που αναφέρονται στις συνισταμένες που επηρεάζουν τον τρόπο ζωής των ανθρώπων. Οι άνθρωποι και οι προτιμήσεις τους διακρίνονται από μια σχέση αλληλεξάρτησης που επηρεάζει την επιχειρηματική δραστηριότητα. Για παράδειγμα, οι καταναλωτικές συνθήκες των ατόμων, τα πρότυπα ψυχαγωγίας και διασκέδασης , ο τρόπος που εργάζονται ή η πόλη εργασίας των ατόμων κλπ. (Καππάτου, 2017)

5.1.4 Περιβαλλοντικοί παράγοντες

Συμφώνα με τον Singh. S (1990), οι περιβαλλοντικοί παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα, γίνονται αντιληπτοί σε όλα τα επίπεδα και διακρίνονται σε ενδογενείς και εξωγενείς. (Καππάτου, 2017)

Η διαθεσιμότητα των πόρων της επιχείρησης αποτυπώνεται από το περιβάλλον, ο αριθμός εισόδου νέων επιχειρήσεων σε έναν κλάδο επηρεάζεται από τον αριθμό των υπάρχουσών επιχειρήσεων στον κλάδο αυτό κλπ. (Καππάτου, 2017)

Έτσι, το περιβάλλον είναι αυτό που διαμορφώνει και ορίζει τον αριθμό των επιχειρήσεων που θα εισελθόν στον κλάδο , το μετασχηματισμό των επιχειρήσεων ή ακόμη και τη λήξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας. (Καππάτου, 2017)

5.1.5 Δημογραφικοί παράγοντες

Σχετικά με τους δημογραφικούς παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα, σύμφωνα με τον Gaddam (2007) ως δημογραφία ορίζεται η μελέτη των τάσεων του πληθυσμού των ανθρώπων σε σχέση με μεταβλητές όπως το μέγεθος του πληθυσμού, η ηλικία των ατόμων, η διάρθρωση του πληθυσμού, η γεωγραφική κατανομή, η εθνικότητα, η εκπαίδευση κτλ. Σχετικά λοιπόν με τη επιχειρηματικότητα οι σημαντικές από τις παραπάνω μεταβλητές θεωρούνται ότι είναι η ηλικία, η εμπειρία και το μορφωτικό επίπεδο των ανθρώπων. (Καππάτου, 2017)

5.1.6 Πολιτισμικοί παράγοντες

Ο Huisman, D.(1985) αναφέρει ότι η επιχειρηματικότητα αφορά κατά κύριο λόγο την κουλτούρα (δηλαδή την νοοτροπία ή την παιδεία). Το μορφωτικό επίπεδο των ατόμων εκφράζεται μέσα από την κουλτούρα τους. Ως κουλτούρα ορίζεται ένα σύνολο κοινών αξιών, πεποιθήσεων και αναμενόμενων συμπεριφορών καθώς και κοινές φιλοσοφίες, στάσεις και κανόνες που συνδέουν μεταξύ τους τα άτομα μιας κοινότητας. (Καππάτου, 2017)

Η μεγαλύτερη βαρύτητα δίνεται στην οργανώσιμη κουλτούρα και την επιρροή που ασκεί αυτή στην επιχειρηματικότητα. Ωστόσο, σύμφωνα με τον Weber, οι κοινές αξίες, οι πεποιθήσεις και οι συμπεριφορές των ατόμων και των οργανισμών είναι αυτές που επηρεάζουν σημαντικά την επιχειρηματικότητα. Υψηλή ποσοστά επιχειρηματικότητας εμφανίζουν όσες κουλτούρες αξιολογούν θετικά την τάση για επιτυχία. (Καππάτου, 2017)

5.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΙΑΦΟΡΩΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ

Σε αυτή την ενότητα θα δούμε διάφορα κριτήρια-παράγοντες που χρησιμοποιούν οι ερευνητές με σκοπό απαντήσουν σε ερωτήματα όπως ποιος ξεκινά την δημιουργία των επιχειρήσεων και κατά πόσο γίνεται μια τέτοια έναρξη, τα οποία στοιχεία προέρχονται μέσα από εκτενείς εμπειρικές μελέτες τις οποίες υποβλήθηκαν ιδιοκτήτες νέων επιχειρήσεων και αυτοαπασχολούμενοι. (Storey, Greene, Χασσίδ, & Φαφαλιού, 2011)

Σε αυτή τη προσέγγιση λοιπόν επισημάναμε 2 περιορισμούς. Ο πρώτος είναι ότι η αυτοαπασχόληση αποτελεί ανεπαρκή δείκτη της ιδιοκτησίας των επιχειρήσεων. Ο δεύτερος

περιορισμός οφείλεται στο γεγονός ότι και οι πιο εκτενείς εμπειρικές μελέτες μπορεί να μην είναι αντιπροσωπευτικές ή να μεροληπτούν. Έτσι, παρά τους περιορισμούς, τα πορίσματα αυτών των ερευνών αποτελούν μια καλή αφετηρία, εξαιτίας της σημασίας που δίνουμε στα ερωτήματα εάν, κατά ποσό και ποιος. (Storey, Greene, Χασσίδ, & Φαφαλιού, 2011)

Θα εξετάσουμε μια σειρά από παράγοντες οι όποιοι επηρεάζουν την απόφαση του ατόμου να γίνει ιδιοκτήτης επιχείρησης. Σύμφωνα, με την θεωρία των επιλογών(αν ένα άτομο επιλέξει να γίνει αυτοαπασχολούμενος ή μισθωτός), οι παράγοντες αυτοί ομαδοποιούνται από τις ακόλουθες γενικές κατηγορίες : προσωπικές καταστάσεις, εμπειρία στην αγορά εργασίας, χαρακτηριστικά της προσωπικότητας και πόροι. (Storey, Greene, Χασσίδ, & Φαφαλιού, 2011)

5.2.1 Προσωπικές καταστάσεις

5.2.1.1 Φύλο

Σε όλες τις χώρες, οι γυναίκες έχουν λιγότερες πιθανότητες από ότι οι άντρες να γίνουν αυτοαπασχολούμενες. Τα ερωτήματα που προκύπτουν είναι κυρίως για ποιο λόγο συμβαίνει αυτό κι ποια είναι τα χαρακτηριστικά εκείνων των γυναικών που τελικά γίνονται αυτοαπασχολούμενες. Οι απαντήσεις που προτείνονται συνήθως στο ερώτημα γιατί οι γυναίκες έχουν μικρότερες πιθανότητες από τους άντρες είναι τρεις. (Storey, et al., 2011)

Η πρώτη ερμηνεία, συγκεντρώνει στην υποκειμενική ή αντικειμενική απουσία των ικανοτήτων που είναι απαραίτητες για την δημιουργία μιας επιχείρησης. Σε ό,τι αφορά αυτή την ερμηνεία, αν υποθέσουμε πως πραγματικά οι γυναίκες στερούνται των «αντικειμενικών» ικανοτήτων που απαιτούνται για τη δημιουργία μιας επιχείρησης, τότε θα έπρεπε να είχαμε ως αποτέλεσμα εμφανείς διαφορές στο ψυχολογικό προφίλ των ανδρών και των γυναικών. Ωστόσο, τα στοιχεία που διαθέτουμε δεν αποδεικνύουν ότι σχετίζονται άμεσα τα «αντικειμενικά» ψυχολογικά χαρακτηριστικά (πχ ανάγκη για επιτυχία, ανάληψη ρίσκου) με την έναρξη των επιχειρήσεων. Έτσι, η σχέση των «αντικειμενικών» χαρακτηριστικών με την συμπεριφορά των ανδρών και γυναικών επίδοξων επιχειρηματιών παραμένει αμφίβολη.

Την ύπαρξη «υποκειμενικών» διαφορών επισημαίνουν, οι Langowitz και Minniti (2007), ανάμεσα σε άντρες και γυναίκες επίδοξων επιχειρηματιών. Πραγματοποίησαν μια έρευνα σε 17 χώρες βάση της οποίας φάνηκε πως όταν οι γυναίκες γνωρίζουν ότι διαθέτουν τις απαραίτητες γνώσεις και ικανότητες τότε έχουν πολλές πιθανότητες να γίνουν νέες

επιχειρηματίες. Εάν όμως, «φοβούνται την αποτυχία», έχουν λιγότερες πιθανότητες να αξιοποιήσουν κατάλληλα τις ευκαιρίες για τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων.

Έτσι, οδηγούμαστε στη δεύτερη ερμηνεία η οποία δίνει βάρος στις διακρίσεις που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες στην αγορά εργασίας, εξαιτίας των νοοτροπιών που κυριαρχούν ή της περιορισμένης πρόσβασης στην απασχόληση. Οι Marlow και Ratton (2005) ισχυρίζονται ότι οι «κανόνες του παιχνιδιού» έχουν διαμορφωθεί βάσει αντρικών προτύπων και για αυτό το λόγο οι γυναίκες αντιμετωπίζουν διακρίσεις στον χώρο της εργασίας τους. Ένα μέτρο αυτού του φαινομένου ονομάζεται «χάσμα πληρωμών». Περιέργως, είναι πιθανό χάρη στην ενθάρρυνση από αυτή την κατάσταση οι γυναίκες να επιλέγουν την υποαπασχόληση έναντι της μισθωτής εργασίας, χάρη στις μεγαλύτερες δυνατότητες κερδοσκοπίας σε αυτή την κατάσταση.

Επίσης, ως ιδιοκτήτρια της επιχείρησης, η αυτοαπασχολούμενη γυναίκα γίνεται «αφεντικό του εαυτού της» και έτσι μειώνονται οι διακρίσεις. Συμπεραίνουμε όμως πως οι γυναίκες αντιμετωπίζουν διακρίσεις και στη μισθωτή εργασία, ίσως σε μεγαλύτερο βαθμό, και στην υποαπασχόληση (Coatte και Tennyson, 1992). Για παράδειγμα, τέτοιες διακρίσεις γίνονται αντιληπτές και μέσω των δυσκολιών που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες στην εξασφάλιση χρηματοδότησης (Marlow και Ratton 2005, Fraser 2005). Αυτό ίσως να οφείλεται και σε δυσκολίες συγκρότησης των κατάλληλων δικτύων ή στην απόκτηση πρόσβασης σε πληροφορίες (Morris κ.ά. 2006).

Η τρίτη εξήγηση έχει να κάνει με τις οικογενειακές ευθύνες των γυναικών, οι οποίες είναι αυξημένες και που ίσως από μια άποψη αποτελούν κίνητρο για υποαπασχόληση καθώς αυτή η κατάσταση προσφέρει μεγαλύτερη ευελιξία για διαχείριση επαγγελματικών και οικογενειακών θεμάτων από ότι η μισθωτή. Για παράδειγμα, στη Μεγάλη Βρετανία το 30% περίπου των γυναικών δεν είναι μισθωτές. Οι μισές από αυτές εργάζονται με μειωμένο ωράριο. Η Wellington (2006) διαπιστώνει ότι η αυτοαπασχόληση των γυναικών είναι συχνότερη σε όσες έχουν μικρά παιδιά, σε όσες έχουν σοβαρές οικογενειακές υποχρεώσεις και σε γυναίκες υψηλού μορφωτικού επίπεδου. Μια εναλλακτική άποψη υποστηρίζει ότι είναι πιο δύσκολο οι γυναίκες να διατηρήσουν τις δεξιότητές τους λόγω των οικογενειακών τους υποχρεώσεων. Επομένως, αν η αυτοαπασχόληση απαιτεί πιο πολλές δεξιότητες από την μισθωτή εργασία και αν είναι έτσι, κάποιες γυναίκες μπορεί να θεωρήσουν ότι η αυτοαπασχόληση συμφέρει περισσότερο.

Ακόμη ένας παράγοντας είναι ότι η προσφορά «φιλικής προς την οικογένεια» εργασίας, είναι πιθανό να μειώσει το γόητρο της αυτοαπασχόλησης. Ίσως αυτό να εξηγεί γιατί τα ποσοστά της γυναικείας αυτοαπασχόλησης είναι χαμηλότερα από αυτά των ανδρών. Ίσως όμως να μη φταίει η έλλειψη κλίσης, ούτε οι διακρίσεις αλλά το γεγονός ότι ο δημόσιος φορέας των κρατών προσφέρει εργασία η οποία είναι «φιλική προς την οικογένεια» και πολύ πιο επιθυμητή από την αβέβαιη αυτοαπασχόληση. (Storey, Greene, Χασσίδ, & Φαφαλιού, 2011)

5.2.1.2 Ηλικία

Έρευνες που διεξάχθηκαν από πολλούς ερευνητές για την απασχόληση, δείχνουν πως η επίδραση της ηλικίας στις πιθανότητες για να ξεκινήσει κάποιος μια επιχείρηση είναι σημαντικός παράγοντας και υπάρχουν αρκετά σαφή στοιχεία. (Storey, Greene, Χασσίδ, & Φαφαλιού, 2011)

Άτομα μέσης ηλικίας (30-50 χρονών) έχουν πιο πολλές πιθανότητες να δημιουργήσουν μια επιχείρηση από εκείνους που είναι νεότεροι ή μεγαλύτεροι. Το άτομο βλέπει την αυτοαπασχόληση ως επιλογή η οποία συνεπάγεται με διαφορετικά κόστη και οφέλη για ομάδα κάθε ηλικίας.

Για τους νέους, δηλαδή κάτω των 30, επειδή τους λείπει η εμπειρία, η αξιοπιστία ή η πρόσβαση στο κεφάλαιο, τα οφέλη από την ιδιοκτησία μπορεί να είναι περιορισμένα. Είναι πιθανό να κερδίζουν πιο λίγα και ως μισθωτοί από τους μεσήλικες ή μεγαλύτερους εργαζόμενους, γεγονός που ίσως τους έκανε να δουν πιο ευνοϊκά την αυτοαπασχόληση. Πιθανό να είναι πρόθυμοι να δουλεύουν πολλές ώρες για λίγα χρήματα αν στηρίζονται οικονομικά από τους γονείς τους.

Αντίθετα, οι εργαζόμενοι μεγαλύτερης ηλικίας, άνω των 50ετών δηλαδή, πλεονεκτούν ως προς την εμπειρία και αξιοπιστία. Ίσως έχουν πρόσβαση σε δικές τους πηγές χρηματοδότησης και να θεωρούνται αξιόπιστοι δανειστές απέναντι στις τράπεζες. Στην περίπτωση όμως που εργάζονται ως μισθωτοί, ίσως να μην έχουν την ίδια ενέργεια και επιμονή των νεότερων τους. Είναι πιθανό παρόλα αυτά, να κερδίζουν υψηλότερα εισοδήματα τα οποία δύσκολα θα τους πρόσφερε μια νεοσύστατη επιχείρηση. Με τη λογική αυτή λοιπόν, οι μεσήλικες μπορούν και συνδυάζουν την εμπειρία καθώς και την πρόσβαση στη χρηματοδότηση, γεγονός που τους ευνοεί περισσότερο για την έναρξη μιας επιχείρησης.

Μετά την ηλικία των 50-55 ετών, στοιχεία ερευνών δείχνουν κάποια επιδείνωση στις επαγγελματικές προοπτικές εξαιτίας του εισοδήματος πολλών εργαζομένων το οποίο εμφανίζει κάμψη ή στασιμότητα . Η απογοήτευση από την εργασία, μεγάλα αποθέματα ενέργειας καθώς, και η πρόσβαση στην χρηματοδότηση, η οποία έχει βελτιωθεί, οδηγεί στην αύξηση της αυτοαπασχόλησης μεταξύ πιο ηλικιωμένων ατόμων. (Storey, Greene, Χασσίδ, & Φαφαλιού, 2011)

5.2.1.3 Εμπειρία αυτοαπασχολούμενου γονέα

Τρεις είναι οι λόγοι οι οποίοι αυξάνουν τις πιθανότητες ενός παιδιού να γίνει αυτοαπασχολούμενο, όταν οι γονείς είναι και εκείνοι αυτοαπασχολούμενοι.

Πρώτον, η απόκτηση της οικογενειακής επιχείρησης εν μέσω κληρονομιάς. Δεύτερον, τα παιδιά των αυτοαπασχολούμενων γονέων είναι σε θέση να έχουν καλύτερη άποψη για την επιχειρηματική επιλογή από τα άτομα αυτά που οι γονείς τους δεν ήταν ιδιοκτήτες επιχείρησης, ακόμη και να υπάρχει μεταβίβαση της οικογενειακής επιχείρησης. Αυτό σημαίνει πως σε σύγκριση με άτομα που δεν έχουν παρόμοιο ιστορικό, θα έχουν προσωπική άποψη για το πώς να διαχειριστούν μια επιχείρηση, καθώς και να κρίνουν εάν τελικά έχουν τις απαραίτητες ικανότητες. Τρίτον, τα παιδιά αυτά των επιχειρηματιών ,ίσως έχουν συγγενείς που μπορούν να τα χρηματοδοτήσουν ή και να τους δώσουν συμβουλές, κάνοντας την μετάβαση στην ιδιοκτησία της επιχείρησης πιο εύκολη.. Αυτά τα στοιχεία αυξάνουν τις πιθανότητες να στραφεί κάποιος την αυτοαπασχόληση.

Οι εμπειρίες που έχει ο αυτοαπασχολούμενος γονέας παίζουν σημαντικό ρόλο. Αν είναι αρνητικές, μπορούν να αποθαρρύνουν το παιδί να ακολουθήσει την ίδια πορεία. Επίσης, τα παιδιά γονέων που ως ιδιοκτήτες πλούτισαν, καμία φορά δεν έχουν το απαραίτητο κίνητρο. Ενδείξεις υπάρχουν πως το άτομο έχει μεγαλύτερες πιθανότητες να ξεκινήσει μια δική του επιχείρηση ή να γίνει αυτοαπασχολούμενος, εάν οι γονείς του είναι ιδιοκτήτες μιας επιχείρησης. (Storey, Greene, Χασσίδ, & Φαφαλιού, 2011)

5.2.1.4 Οικογενειακή κατάσταση

Συμφώνα με τη θεωρία των επίλογων, οι παντρεμένοι έχουν περισσότερες πιθανότητες να γίνουν αυτοαπασχολούμενοι από τους ανύπαντρους. Υπάρχουν δυο πιθανές αίτιες για αυτό:

Όσον αφορά την περίπτωση των αντρών, πρώτο επιχείρημα αποτελεί το γεγονός ότι η αυτοαπασχόληση μπορεί να λειτουργήσει ως αύξηση των κερδών τους επιλέγοντας να δουλεύουν περισσότερες ώρες. Οι Rees και Shah(1994) έδειξαν ότι ένας παντρεμένος δουλεύει 8ωρες περισσότερο από έναν ανύπαντρο. Βασισόμενο σε αυτό, το άτομο επιλέγει περισσότερο την αυτοαπασχόληση, μια κατάσταση που το εισόδημα σχετίζεται πιο άμεσα με τις ώρες εργασίας από ότι με τη μισθωτή εργασία όπου ο μισθός είναι σταθερός .

Το δεύτερο επιχείρημα είναι ότι η αποτελεσματικότητα πολλών μικρών επιχειρήσεων στηρίζεται στην απλήρωτη εργασία του «προσωπικού» τους. Πολλές είναι οι επιχειρήσεις που εξαρτώνται από τη βοήθεια που προσφέρουν τα μέλη της οικογενείας τους. Οι Baines και Wheelock(1998) αναφέρουν ότι πολύ σημαντική πηγή εργασίας, πληρωμένης και απλήρωτης είναι οι σύζυγοι των ιδιοκτών επιχειρήσεων και χωρίς την εργασία αυτή , η επιβίωση δεν θα ήταν σίγουρη. Επομένως, θεωρείται συμφέρουσα η δημιουργία μιας επιχείρησης, κάτω από τέτοιες περιπτώσεις.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον φαίνεται να παρουσιάζουν τα πορίσματα του Clain (2000) καθώς εξετάζουν το γένος σε σχέση με την οικογενειακή κατάσταση του ατόμου. Διαπιστώνει ότι: «... από μόνη της η ιδιότητα του παντρεμένου αυξάνει τις πιθανότητες κάποιου άντρα να αυτοαπασχολείται. Για τις παντρεμένες γυναίκες η επίδραση του γάμου λειτουργεί περισσότερο σε συνάρτηση με το εισόδημα του συζύγου: όσο υψηλότερο είναι το εισόδημα, τόσο μεγαλύτερες είναι οι πιθανότητες αυτοαπασχόλησης».(σελ507)

5.2.1.5 Παιδιά

Καθώς το εισόδημα από την αυτοαπασχόληση είναι λιγότερο ασφαλές, ένα άτομο που έχει παιδιά έχει λιγότερες πιθανότητες να γίνει αυτοαπασχολούμενος. Η αυτοαπασχόληση ως μια μορφή αβέβαιη για το εισόδημα, μπορεί να αποτελέσει δύσκολη επιλογή όταν υπάρχουν σοβαρές ευθύνες. Από την άλλη, όταν τα παιδιά μεγαλώσουν αρκετά για να μπορούν συνεισφέρουν στην επιχείρηση, είναι πιθανό να βελτιώσουν την βιωσιμότητα της και να κάνουν πιο εφικτή την είσοδο της στη νέα αγορά. Το γεγονός αυτό οφείλεται στην εύκολη αποδοχή για βραχυπρόθεσμο ή μακροπρόθεσμο «πάγωμα» των μισθών τους μέχρι η επιχείρηση καταφέρει να αναπτυχθεί. Είναι ένα είδος «Ιδίου κεφαλαίου που προέρχεται από το μόχθο τους».

Η αυτοαπασχόληση οδηγεί σε επιπλέον ώρες εργασίας δηλαδή μεγαλύτερο εισόδημα σε σχέση με τον σταθερό μισθό που έχει ένας μισθωτός. Συνεπώς, οι γονείς έχουν τη δυνατότητα να κερδίζουν περισσότερα χρήματα για τα παιδιά τους. Στοιχεία ερευνών δείχνουν ότι οι αυτοαπασχολούμενοι είναι πιο πιθανό να έχουν παιδιά παρά να είναι άτεκνοι. Η λέξη «παιδιά» κρύβει σημαντικές διαφοροποιήσεις. Πιο λεπτομερείς έρευνες έδειξαν ότι η επιλογή της αυτοαπασχόλησης είναι θέμα περιστάσεων. (Storey, Greene, Χασσίδ, & Φαφαλιού, 2011)

Συμφώνα με τους Rees και Shah (1994) ο δεύτερος πιο καθοριστικός παράγοντας για το πόσες ώρες δουλεύει κάποιος ως αυτοαπασχολούμενος είναι ο αριθμός των παιδιών του. Η οικογενειακή κατάσταση που θεωρείται ο πρώτος καθοριστικός παράγοντας. Το ωράριο μειώνεται μετά τον ερχομό του πρώτου παιδιού αλλά αυξάνεται με τον ερχομό του δεύτερου παιδιού. Ο Bruce (1999) τονίζει ότι υπάρχουν δυο βασικοί παράγοντες που επηρεάζουν την ώθηση των γυναικών στην αυτοαπασχόληση. Η μετάβαση είναι σαφώς πιο εύκολη όταν η σύζυγος αυτοαπασχολείται ήδη και πιο δύσκολη όταν η γυναίκα έχει παιδιά ηλικίας κάτω των 18ετών.

5.2.1.6 Εκπαίδευση

Οι πιθανότητες ενός ατόμου να στραφεί στην αυτοαπασχόληση επηρεάζονται θετικά ή αρνητικά από το μορφωτικό του επίπεδο. Η εκπαίδευση δίνει τα σωστά εφόδια για τη δημιουργία μιας επιχείρησης και της διοίκησης της, γεγονός θετικής επιρροής. Επίσης πολύ πιθανό, άτομα με πολύ εξειδικευμένη τεχνολογική εκπαίδευση, να μπορούν να ιδρύσουν κάποιους συγκεκριμένους τύπους επιχείρησης πχ αυτές που χρησιμοποιούν ή αναπτύσσουν νέες τεχνολογίες.

Κέντρο πολλών θεωριών, είναι η έννοια ότι τα άτομα καλούνται να αποφασίσουν αν η ίδρυση μιας επιχείρησης είναι η καλύτερη επιλογή που έχουν. Επομένως, ακόμη και αν αποδείξουμε ότι τα άτομα που έχουν «υψηλό» μορφωτικό επίπεδο μπορούν να γίνουν πιο καλοί επιχειρηματίες από όσους δεν έχουν αντίστοιχη εκπαίδευση, δεν είναι απαραίτητο ότι αυτά τελικά τα άτομα δημιουργούν δική τους επιχείρηση και αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι ένα άτομο υψηλού εκπαιδευτικού επιπέδου ακόμη και σαν υπάλληλος μπορεί να κερδίζει πιο μεγάλα εισοδήματα από τα άτομα που δεν διαθέτουν την αντίστοιχη εκπαίδευση. (Storey, Greene, Χασσίδ, & Φαφαλιού, 2011)

Η εκπαίδευση έχει και άλλες συνέπειες οι οποίες γίνονται αντιληπτές πιο δύσκολα. Το ίδιο το εκπαιδευτικό σύστημα, για παράδειγμα, ίσως να ενθαρρύνει ή να αποθαρρύνει επιδόξους επιχειρηματίες. Η ενθάρρυνση μπορεί να έχει μορφή ενεργούς προώθησης ανάμεσα σε φοιτητές, της σύστασης των επιχειρήσεων για επιλογή βιωσιμότητας. Οι εκπαιδευτικοί θεσμοί, από την άλλη, ίσως να παίρνουν με άμεσο ή έμμεσο τρόπο το μήνυμα ότι οι θέσεις εργασίας σε μεγάλες επιχειρήσεις ή δημόσιο φορέα, είναι ασφαλείς και προσφέρουν μεγαλύτερο κύρος και απαιτούν περισσότερα προσόντα.

Την πλησιέστερη ανάλυση της σχέσης αυτής, επιχείρησαν οι Sluis et. al (2005) σε έρευνα τους, οι όποιοι έδειξαν ότι το μορφωτικό επίπεδο ενός ατόμου δεν σχετίζεται με τις πιθανότητες του να δημιουργήσει μια επιχείρηση. Μικρή απόκλιση από αυτό τον κανόνα αποτελεί η περίπτωση των ατόμων που έχουν διδακτορικό, ίσως επειδή έχουν πιο πολλές πιθανότητες να γίνουν ιδιοκτήτες επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας.

Η εκπαίδευση ενισχύει το «οπλοστάσιο» των προσόντων που συνδυάζει ένα άτομο, αυξάνει τα αναμενόμενα έσοδα του και στις δυο «καταστάσεις». Το μόνο που τελικά ίσως δεν είναι ξεκάθαρο είναι το πώς κάνει τα άτομα να μεταπηδούν από τη μια κατάσταση στην άλλη.

5.2.1.7 Εθνότητα

Σχετικά με τον ορισμό της εθνοτικής επιχειρηματικότητας προβλέπονται κάποιες δυσκολίες.

Οι Chaganti και Greene (2002) διακρίνουν τρία είδη «εθνοτικής» επιχειρηματικότητας:

- i. Οι επιχειρήσεις που ιδρύθηκαν πρόσφατα από μετανάστες.
- ii. Ένα αναγνωρίσιμο σύνολο εθνοτικών επιχειρήσεων που δημιουργήθηκε για να εξυπηρετεί μια εθνοτική αγορά(πχ ένας εθνοτικός θύλακας), απασχολώντας εθνοτικά αφεντικά και εργαζόμενους.
- iii. Επιχειρήσεις που φτιάχτηκαν για την παροχή ενωτικών προϊόντων, οι οποίες όμως δεν ανήκουν αναγκαστικά σε άτομα ενωτικών μειονοτήτων.

Ο Le (1999) αναφέρει έπειτα από μελέτη πορισμάτων διεθνών ερευνών ότι τα ποσοστά δημιουργίας νέων επιχειρήσεων, διαφέρουν πιο πολύ μεταξύ επιμέρους ενωτικών

ομάδων παρά μεταξύ λευκών και υπολοίπων εθνοτικών ομάδων. Διαπίστωσε ότι τα άτομα που ανήκουν σε διαφορετικές εθνοτικές ομάδες, έχουν ποικίλες πιθανότητες να γίνουν αυτοαπασχολούμενοι.

Οι ερευνητές που εξετάζουν τις επιμέρους εθνοτικές ομάδες συνήθως προτείνουν 2 ερμηνείες για τα διαφορετικά ποσοστά απασχόλησης. Η πρώτη ερμηνεία συνδέεται με την κουλτούρα κάθε ομάδας και η δεύτερη με τις διακρίσεις. Οι πολιτιστικές διαφορές θεωρούνται και αυτές το ίδιο υπεύθυνες για την ύπαρξη εθνοτικών πόρων, πρόσβαση στους οποίους έχουν οι ενεργοί ιδιοκτήτες επιχειρήσεων και οι επίδοξοι. Σε αυτούς τους πόρους υπάρχει ένα πλέγμα συγγενικών δεσμών μεγάλου βάθους και εύρους, που παρέχει φθηνούς αλλά εργατικούς υπάλληλους. Οι εθνοτικοί πόροι περιλαμβάνουν και τη χρηματοδότηση ως δυνατότητα και μπορεί να είναι πιο φθηνή και πιο καλά δομημένη (πχ μακροπρόθεσμη) από τη χρηματοδότηση που προσφέρουν άλλες πηγές κεφαλαίου και δάνειων. Οι εθνοτικοί πόροι, πολλές φορές αφορούν πιο γενικές μορφές πόρων στους οποίους πρόσβαση έχει η κοινωνία. Μια πολυάριθμη κοινότητα μπορεί να προσφέρει πελατεία στις επιχειρήσεις ατόμων ίδιας κοινότητας και εργατικά χεριά. Το γεγονός ότι ορισμένες πολυάριθμες εθνοτικές κοινότητες έχουν πιο μεγάλες πιθανότητες στο να ιδρύσουν μια επιχείρηση μπορεί να εξηγηθεί από την πολιτιστική προσπάθεια των ομάδων αυτών στην επιχειρηματικότητα, αλλά και στην πρόσβαση που έχουν στους ενωτικούς πόρους που βοηθούν στη δημιουργία επιχείρησης. (Storey, Greene, Χασσίδ, & Φαφαλιού, 2011)

Η δεύτερη εξήγηση έχει να κάνει με τις διακρίσεις και με το πώς αντιδρά, δηλαδή με ποιο τρόπο, κάθε εθνοτική ομάδα σε υποτιθέμενες ή πραγματικές διακρίσεις. Ο Hammersterdt (2006) , ανατρέχοντας σε δεδομένα ερευνών δείχνει ότι οι ευρωπαίοι μετανάστες στρέφονται στην αυτοαπασχόληση γιατί δέχονται διακρίσεις στον τομέα της μισθωτής εργασίας. Ένα ακόμη σύμπτωμα αυτής της κατάστασης είναι η δυσκολία που αντιμετωπίζουν οι εθνοτικοί επιχειρηματίες στη λήψη δάνειων από τις τράπεζες (Ram κ.ά. 2003)

Οι Ram και Jones (2008) υποστηρίζουν ότι πρέπει να δώσουμε μεγαλύτερη προσοχή στους τρόπους που αλληλεπιδρούν οι πολιτιστικοί παράγοντες με τα εμπόδια διακρίσεων και τις επιχειρηματικές ευκαιρίες δίνοντας για την κάθε εθνοτικά ομάδα, διαφορετικά ποσοστά αυτοαπασχόλησης. Είναι πιθανό, οι επιχειρηματικές ευκαιρίες να διαμορφώνονται για παράδειγμα, κάτω από κοινωνικές πιέσεις.

Συνοψίζοντας, παρατηρούνται διαφορές στις πιθανότητες που έχουν τα άτομα διαφορετικών εθνοτικών ομάδων να γίνουν επιχειρηματίες. Οι θεωρητικοί, με βάση τις διάφορες έρευνές τους, το αποδίδουν στις διαφορετικές οικονομικές συνθήκες που χαρακτηρίζουν κάθε ομάδα. Συχνά, αυτοί οι παράγοντες μπορούν να «σπρώξουν» τα άτομα προς την αυτοαπασχόληση. Ωστόσο, ίσως υπάρχουν και άλλες πολιτιστικές αίτιες που «έλκονται» τα άτομα από την αυτοαπασχόληση.

5.2.2 Εμπειρία στην αγορά εργασίας

Οι οικονομολόγοι θεωρούν πως μετά την προσωπική κατάσταση του ατόμου, η δεύτερη βασική επιρροή η οποία καθορίζει αν το άτομο θα γίνει αυτοαπασχολούμενο είναι η εμπειρία στην αγορά εργασίας, η οποία περιλαμβάνει: προϋπηρεσία σε μικρή ή μεγάλη επιχείρηση, ιδιοκτησία επιχείρησης στο παρελθόν ή εμπειρία ανεργίας.

Η εμπειρία στην αγορά εργασίας, επηρεάζει την επιλογή του ατόμου να γίνει επιχειρηματίας με 2 τρόπους. Πρώτον, ίσως βοηθάει το άτομο να κρίνει πιο ικανά αν έχει τα απαραίτητα προσόντα ώστε να γίνει ιδιοκτήτης επιχείρησης ή υπάλληλος. Αυτό έχει μεγάλη σημασία, διότι σε σύγκριση με την υπαλληλική εργασία, η ιδιοκτησία επιχείρησης είναι πολύ ριψοκίνδυνη. Δεύτερον, το άτομο χάρη στην κατάλληλη εμπειρία, μπορεί να προσαρμόζεται πιο εύκολα και αυτό συνεπάγεται με συντόμευση της περιόδου εκμάθησης. Επίσης, η εμπειρία στην αγορά εργασίας σχετίζεται άμεσα με το επιχειρηματικό ταλέντο.

Συμφώνα με τη θεωρία των επίλογων δηλαδή ανάμεσα σε μισθωτή εργασία ή αυτοαπασχόληση, θα περίμενε κανείς ότι όσοι έχουν μεγαλύτερο επιχειρηματικό ταλέντο, θα έχουν και περισσότερες πιθανότητες να γίνουν αυτοαπασχολούμενοι και ότι η εμπειρία που θα έχουν στην αγορά εργασίας θα είχε θετική ή αρνητική επίπτωση στις δεξιότητές τους. (Storey, Greene, Χασσίδ, & Φαφαλιού, 2011)

5.2.2.1 Προϋπηρεσία σε διοικητικές θέσεις

Η προηγούμενη διοικητική εμπειρία, συνήθως προσφέρει μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση στα άτομα σχετικά με τις δεξιότητές τους να δημιουργήσουν μια επιχείρηση, όταν όλοι οι παράγοντες είναι ίδιοι. Όπως συμβαίνει και στην περίπτωση της εκπαίδευσης, ένα άτομο που έχει προϋπηρεσία σε διοικητικές θέσεις μάλλον θα κερδίζει περισσότερα συγκριτικά με άλλο άτομο που του λείπει η πείρα ακόμη και ως υπάλληλος. Ο Le (1999) δείχνει ότι οι

περιπτώσεις είναι αμφιλεγόμενες με αυτές τις αντικρουόμενες επιρροές, και είναι πιθανό να συνδέονται με θέματα πρόσβασης χρηματοδότησης. Εξαιτίας αυτής της αντίφασης, το επίκεντρο της συζήτησης μετακινήθηκε από την έκταση της εμπειρίας στο «τύπο» εμπειρίας που καθορίζουν την επιλογή της νέας επιχείρησης.

Ο Lazear (2005) υποθέτει ότι υπάρχουν διαφορές ανάμεσα σε: εκείνους που έχουν «γενικό» επαγγελματικό θεμέλιο δηλαδή τους λεγόμενους «πολυτεχνίτες» και τους «εξειδικευμένους» όπου το επαγγελματικό τους υπόβαθρο είναι πιο συγκεκριμένο. Βάσει ενός δείγματος μεταπτυχιακών φοιτητών διοίκησης επιχειρήσεων στις ΗΠΑ, ο Lazear συμπέρανε ότι τα άτομα που είχαν μεγαλύτερες πιθανότητες να γίνουν αυτοαπασχολούμενοι ήταν αυτά που εν τέλει έχουν πιο γενικές εμπειρίες και ρόλους.

5.2.2.2 Προϋπηρεσία σε μικρή ή μεγάλη επιχείρηση

Από τα πορίσματα του Lazear (2005) συμπεραίνουμε πως όποιος έχει εργαστεί σε μικρή επιχείρηση είναι πιο πιθανό να έχει αναλάβει πολλά διαφορετικά είδη καθηκόντων σε σχέση με κάποιον που έχει εργαστεί σε μεγάλη επιχείρηση. Αν τα καθήκοντα αυτά τον ικανοποίησαν, ίσως αποφασίσει να μεταφέρει τις γνώσεις και τις δεξιότητες του στην δική του επιχείρηση. Έτσι, είναι πιθανότερο να ξεκινήσει δική του επιχείρηση. Οι Johnson και Cathcart (1979) διαπίστωσαν ότι έχει μικρότερες πιθανότητες να στραφεί στην αυτοαπασχόληση, ένα άτομο που πιο παλιά είχε εργαστεί σε μεγάλη επιχείρηση. Ο Lazear λοιπόν δεν ήταν ο πρώτος που κατέληξε σε αυτό το συμπέρασμα.

Οι Hyytinen και Matiranta(2008) σε μια πρόσφατη έρευνα, χρησιμοποιώντας στοιχεία από τη Φιλανδία επιβεβαίωσαν και αυτοί το ίδιο συμπέρασμα. Άτομα που είχαν εργαστεί σε μικρές επιχειρήσεις με 0-19 άτομα, είχαν μεγαλύτερες πιθανότητες να γίνουν αυτοαπασχολούμενοι σε σχέση με εκείνους που εργαστήκαν σε μεγάλη εταιρεία με 50+ υπάλληλους.

5.2.2.3 Ιδιοκτησία επιχείρησης στο παρελθόν ή προϋπηρεσία αυτοαπασχόλησης

Οι Westhead κ.α. (2005) παίρνοντας στοιχεία από έρευνα στη Μ. Βρετανία, δείχνουν ότι ένας στους πέντε ιδιοκτήτες επιχείρησης στο παρελθόν ήταν ιδιοκτήτης άλλης επιχείρησης και λίγες παραπάνω από το 1/5 των επιχειρήσεων ανήκουν σε άτομα που είναι

ιδιοκτήτες περισσότερων από μια επιχείρηση. Σύμφωνα με τους Greene κ.α.(2008) το 30% των ενεργών ιδιοκτών επιχείρησης στο παρελθόν ήταν ιδιοκτήτες και άλλης επιχείρησης.

Από τις παραπάνω λοιπόν θεωρίες προκύπτει το ερώτημα αν κάποιο άτομο που στο παρελθόν ήταν ιδιοκτήτης επιχείρησης είναι περισσότερο πιθανό να ξανά προσπαθήσει σε σχέση με κάποιον που δεν έχει προηγούμενη εμπειρία, είναι αρχάριος. Σαφή απάντηση όμως δεν έχουμε. Υπάρχουν 2 λόγοι όπου ο παλιός ιδιοκτήτης επιχείρησης έχει λιγότερες δυνατότητες να ξανά προσπαθήσει. Ο πρώτος λόγος είναι πως αν απέτυχε στο παρελθόν, αυτή η εμπειρία μπορεί να του στοίχησε οικονομικά και ψυχολογικά και δεν θέλει να ξανά προσπαθήσει. Αυτό το βίωμα ίσως του έδωσε την ευκαιρία να αξιολογήσει το επιχειρηματικό του ταλέντο και να κατέληξε στο συμπέρασμα πως δεν είναι κατάλληλος για νέες εμπειρίες στην αυτοαπασχόληση. Ο δεύτερος λόγος είναι ότι η «αποτυχία» μπορεί να συνεπάγεται με σοβαρές οικονομικές ποινές για τους ιδιοκτήτες και αυτό να τους αποτρέπει από το να ξανά προσπαθήσουν. (Storey, Greene, Χασσίδ, & Φαφαλιού, 2011)

Για δυο πολύ διαφορετικούς λόγους από την άλλη μεριά , ένας παλιός ιδιοκτήτης επιχείρησης είναι πολύ πιο πρόθυμος να ξεκινήσει μια επιχείρηση από κάποιον που τώρα έχει εμφανιστεί. Πρώτον, μπορεί να έχει «πάρει το μάθημα του» δηλαδή να πιστεύει ότι η προηγούμενη εμπειρία του έδωσε μαθήματα και υποδείξεις που θα τον βοηθήσουν στη μελλοντική του επιτυχία. Δεύτερον, αν υποθέσουμε ότι ο ανθρώπινος χαρακτήρας δεν αλλάζει ιδιαίτερα με τα χρόνια και ότι η ιδιοκτησία μιας επιχείρησης έλκει άτομα με συγκεκριμένο τύπο χαρακτήρα, τότε είναι πολύ πιθανό τα άτομα αυτά ανεξάρτητα από το αν είχαν αποτύχει στο παρελθόν να συνεχίσουν να θέλουν να είναι ιδιοκτήτες επιχείρησης.

5.2.2.4 Εμπειρία ανεργίας

Σε αυτό το σημείο θεωρούμε, ότι για λόγους ευκολίας το άτομο καλείται να επιλέξει ανάμεσα στην αυτοαπασχόληση και στην υπαλληλική εργασία. Αυτή η υπόθεση όμως δεν καλύπτει όλες τις καταστάσεις που ενδεχομένως καλείται να αντιμετωπίσει ένας ενήλικας. Μια άλλη σημαντική κατηγορία είναι αυτή των ανέργων.

Η φύση της επιλογής αυτής δεν αλλάζει. Το άτομο που βρίσκεται σε κατάσταση ανεργίας καλείται να επιλέξει ανάμεσα στο αβέβαιο εισόδημα της αυτοαπασχόλησης και στο βέβαιο εισόδημα από το κράτος, αν υπάρχει. Αυτή η επιλογή καθορίζεται από διάφορους παράγοντες. Ένας από αυτούς είναι οι κρατικές παροχές και το μέγεθός τους για τους

ανέργους. Όταν όλοι οι άλλοι παράγοντες είναι ίσοι και τα επιδόματα που παρέχει το κράτος είναι πιο μεγάλα, τα άτομα που θα επιλέξουν να μεταβούν από την ανεργία στην αυτοαπασχόληση θα είναι λιγότερα σε σύγκριση με μια οικονομία που θα έχει πιο μικρά επιδόματα ανεργίας.

Ο δεύτερος παράγοντας είναι η γεωγραφική κατανομή της ανεργίας. Αυτό σημαίνει ότι σε μια περιοχή που υπάρχουν πολλοί άνεργοι, κάποιος που είναι και εκείνος άνεργος έχει λιγότερες πιθανότητες να ξεκινήσει εκεί μια επιχείρηση. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι υπάρχει ύφεση στη τοπική ζήτηση. Οι περισσότερες επιχειρήσεις ξεκινούν τουλάχιστον στα πρώτα τους στάδια, να πουλάνε στις τοπικές αγορές, η ύφεση της τοπικής ζήτησης καθιστά λιγότερο επιθυμητή την προοπτική δημιουργίας μιας νέας επιχείρησης σε σχέση με μια πιο εύπορη περιοχή.

Ένας τρίτος παράγοντας και καθοριστικός για την επιλογή των ανέργων να «ωθούνται» στην αυτοαπασχόληση, είναι ότι πιστεύουν πως δεν μπορούν να βρουν εργασία ως υπάλληλοι. Το άτομο έχει λιγότερες πιθανότητες να προτιμήσει την αυτοαπασχόληση, στην περίπτωση που η αυτοαπασχόληση οφείλεται στην έλλειψη κινήτρων ή και επαγγελματικών δεξιοτήτων, καθώς δεν προσφέρει αυτή τόσες ευκαιρίες για αποφυγή ευθυνών. Το αυτοαπασχολούμενο άτομο αν όντως δεν έχει τις επαγγελματικές δεξιότητες είναι πιθανό να έχει πολύ περιορισμένη πρόσβαση σε πηγές κεφαλαίου. Το συμπέρασμα λοιπόν είναι ότι η ανεργία μπορεί να έχει πολλές αντιφατικές συνέπειες. (Storey, Greene, Χασσίδ, & Φαφαλιού, 2011)

Σε γενικές γραμμές τα διαθέσιμα στοιχεία δείχνουν ότι οι άνεργοι έχουν περισσότερες πιθανότητες να ξεκινήσουν μια επιχείρηση σε σχέση με τους εργαζόμενους. Τέλος, η θεωρία των επίλογων δεν μας αφήνει περιθώρια βέβαιης πρόβλεψης για το αν κάποιος άνεργος έχει περισσότερες πιθανότητες να γίνει αυτοαπασχολούμενος από κάποιον, ίδιο κατά τα άλλα, άτομο που εργάζεται ως μισθωτός.

5.2.3 Χαρακτηριστικά προσωπικότητας

Συμφώνα με τους οικονομολόγους, το πιο βασικό χαρακτηριστικό της προσωπικότητας του αυτοαπασχολούμενου είναι η αισιοδοξία. Οι αυτοαπασχολούμενοι σε σχέση με τον υπόλοιπο πληθυσμό φαίνονται να είναι πιο αισιόδοξοι κάτι που ισχύει ακόμη

και όταν τα γεγονότα ξεφεύγουν και δεν τα έχουν υπό τον έλεγχο τους. (Storey, Greene, Χασσίδ, & Φαφαλιού, 2011)

Μια άλλη σημαντική συνεισφορά των οικονομολόγων είναι η έρευνα των Blanchflower και Oswald (1998) ,οι όποιοι διαπίστωσαν ότι όσοι εμφανίζουν στην παιδική τους ηλικία υψηλά επίπεδα άγχους, έχουν λιγότερες πιθανότητες να γίνουν αυτοαπασχολούμενοι όταν ενηλικιωθούν. Ο Taylor (2004) εντοπίζει κάποιες διαφορές στις προσωπικότητες των ατόμων που επιλέγουν την αυτοαπασχόληση, σε σύγκριση με εκείνους που δίνουν λιγότερη έμφαση στην επαγγελματική ασφάλεια, να έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες να γίνουν αυτοαπασχολούμενοι.

Οι Branchflower και Oswald (1998) βρήκαν επίσης ότι οι αυτοαπασχολούμενοι έχουν περισσότερες πιθανότητες να δηλώσουν χαρούμενοι από την εργασία τους παρά οι μισθωτοί. Οφείλουμε παρόλα αυτά , να είμαστε επιφυλακτικοί σε τέτοιου είδους συσχετίσεις καθώς υπάρχει το ενδεχόμενο η αυτοαπασχόληση να προτιμάται από πιο ευδιάθετα άτομα και τελικά η χαρούμενη διάθεση να μην προκαλείται από την αυτοαπασχόληση.

Τέλος, σε μια ερευνά ο Fairlie(2002) εντοπίζει μια ενδιαφέρουσα σχέση ανάμεσα σε ορισμένα χαρακτηριστικά της παιδικής προσωπικότητας και την ενήλικη αυτοαπασχόληση. Τα στατιστικά στοιχεία που χρησιμοποιεί είναι από την Εθνική Μακροχρόνια Μελέτη Νεαρών ατόμων στην περιοχή των ΗΠΑ. Η χρονολογία της δημοσκόπησης αυτής είναι το 1980 και τα άτομα που ρωτήθηκαν ήταν ηλικίας 15 και 23 ετών. Το περιεχόμενο των ερωτήσεων είχε να κάνει με την εμπλοκή των ατόμων σε «παράνομες δραστηριότητες» με πιο συνηθισμένη δραστηριότητα τη διακίνηση ναρκωτικών κατά τη διάρκεια του προηγούμενου έτους.

Αυτό που εξετάζει στην πορεία ο Fairlie είναι κατά πόσο η εμπορία διακίνησης ναρκωτικών στα χρόνια της εφηβείας μπορεί να επηρεάζει την αυτοαπασχόληση των ατόμων αυτών 16χρονια αργότερα. Έλαβε υπόψη παράγοντες όπως η φυλή, η εσωτερική μετανάστευση, η οικονομική κατάσταση, πιθανές καθείρξεις και τα χρόνια φοίτησης. Αυτό που βρήκε ήταν ότι όσοι δήλωσαν πως το 1980 είχαν εμπλακεί σε εμπορία διακίνησης ναρκωτικών , παρουσίασαν 11 με 21% περισσότερες πιθανότητες μετά από 16 χρόνια να είναι αυτοαπασχολούμενοι σε σχέση με εκείνους που δεν είχαν παρόμοια εμπειρία.

Από αυτή την έρευνα λοιπόν μπορούμε να διεξάγουμε τα εξής συμπεράσματα :

1. Τα χαρακτηριστικά εκείνα της προσωπικότητας που ευνοούν την ανάληψη ρίσκου στην εφηβική ηλικία διατηρούνται για πολλά χρόνια ακόμα.
2. Οι προτιμήσεις αυτές μπορούν να μεταφέρονται από τη μια μορφή επιχειρηματικότητας στην άλλη.

Αυτό επιβεβαιώνει την άποψη του Baumol (1990) ότι «οι επιχειρηματίες υπάρχουν σε όλες τις κοινωνίες». Οι «κανόνες του παιχνιδιού» τελικά πρέπει να είναι τέτοιοι σε κάθε κοινωνία ώστε τα ατομικά οφέλη να είναι μεγαλύτερα για τους παραγωγικούς επιχειρηματίες από ότι θα είναι για τους μη παραγωγικούς ή τους καταστροφικούς.

Με την αυτοαπασχόληση, εν τέλει σχετίζονται ορισμένα χαρακτηριστικά προσωπικότητας όπως είναι η αισιοδοξία και η ανάληψη ρίσκου. Είναι σαφές παρόλα αυτά ότι αυτές είναι μόνο μερικές από τις πιθανές επιρροές και αλληλεπιδρούν με παράγοντες όπως είναι η ηλικία, η εκπαίδευση και το οικονομική κατάσταση του ατόμου.

5.2.4 Πόροι

Το σημαντικότερο περιουσιακό στοιχείο των περισσότερων ατόμων είναι το σπίτι τους. Για τη λήψη δάνειου από χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς, αυτό μπορεί να χρησιμεύει ως εγγύηση και με αυτό τον τρόπο διευκολύνεται η πρόσβαση σε κεφάλαια εκκίνησης. Υπάρχει θετική συσχέτιση της αυτοαπασχόλησης με την ιδιότητα κατοικία και την πρόσβαση σε χρηματικά κεφάλαια.

Το ίδιο ισχύει για όλους όσους έχουν πρόσβαση σε άλλες πηγές χρηματοδότησης πέραν από την κατοικία. Έρευνες δείχνουν ότι ο πλούτος, ο οποίος διευκολύνει την πρόσβαση σε χρηματοδότηση, έχει ως αποτέλεσμα τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων. Τα άτομα όπου είχαν απροσδόκητα κέρδη πχ λαχείο ή κληρονομία, έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες στην αυτοαπασχόληση.

Τη βασικότερη απόκλιση από το παραπάνω εύρημα, αποτελεί η ερευνά των Hurst και Lusardi (2004) οι όποιοι χρησιμοποιώντας στοιχεία από τις ΗΠΑ, διαπίστωσαν ότι η σχέση μεταξύ αρχικής οικονομικής κατάστασης της οικογενειακής εστίας και της τάσης για την έναρξη μιας νέας επιχείρησης είναι σε μεγάλο βαθμό μη γραμμική καθώς περισσότερες πιθανότητες εμφανίζουν μόνο όσοι είναι πολύ πλούσιοι. Αυτό σημαίνει οι περισσότεροι άνθρωποι έχουν μικρότερες πιθανότητες να ξεκινήσουν μια επιχείρηση επειδή ήταν

ευκατάστατοι ή επειδή στην πορεία πλούτισαν , εκτός βέβαια και αν έγιναν εξαιρετικά πλούσιοι. Οι Hurst και Lusardi, υποστηρίζοντας ότι τα κέρδη κάποιες φορές είναι αναμενόμενα και δεν ήρθαν «ουρανοκατέβητα», απορρίπτουν τα στοιχεία που έχουν να κάνουν με κληρονομίες και λαχεία.

Τα στοιχεία αυτά δείχνουν στο σύνολο τους ότι η έλλειψη πρόσβασης σε πηγές χρηματοδότησης μπορεί να λειτουργήσει με απαγορευτικό τρόπο σε ότι αφορά την πρωτοβουλία ενός ατόμου για τη δημιουργία νέας επιχείρησης. Αν πρόβλημα πρόσβασης χρηματοδότησης αντιμετωπίζουν όλοι οι επίδοξοι επιχειρηματίες ή μόνο κάποιοι από αυτούς, δεν είναι προφανές. Αυτό που μπορούμε να τονίσουμε είναι η καθοριστική σημασία των πληροφοριών που διαθέτει ο φορέας της χρηματοδότησης σχετικά με την επιχείρηση καθώς και με την οικονομική κατάσταση του ατόμου. Αν οι πληροφορίες λοιπόν είναι ολοκληρωμένες, τότε είναι πιθανό να προχωρήσουν στην χρηματοδότηση βάσει της εμπειριστατωμένης κρίσης που έχουν σχηματίσει για την εξέλιξη της επιχείρησης. Αντίθετα, αν οι πληροφορίες είναι ελλείψεις, η ατομική περιουσία του επιχειρηματία θα αποτελέσει βασικό κριτήριο , καθώς αν η επιχείρηση αποτύχει, σε αυτή θα καταφύγουν οι χρηματοδότες. (Storey, Greene, Χασσίδ, & Φαφαλιού, 2011)

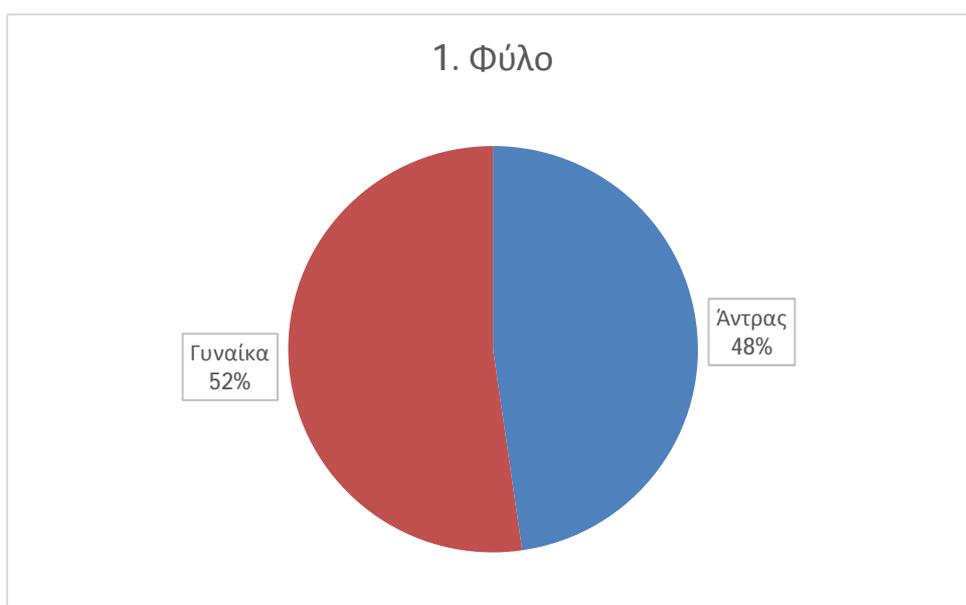
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Μεθοδολογία

Πέρα από την έρευνα μέσω της ήδη υπάρχουσας βιβλιογραφίας και αρθρογραφίας, διεξήχθη έρευνα μέσω ερωτηματολογίου σε δείγμα 132 ατόμων. Τα ερωτηματολόγια δημιουργήθηκαν με τη βοήθεια του εργαλείου του Google Forms και διαμοιράστηκαν ηλεκτρονικά την περίοδο Ιουλίου – Αυγούστου 2018. Η έρευνα απευθύνθηκε κυρίως σε φοιτητές και σε άτομα μεγαλύτερης ηλικίας που θα ήθελαν να ασχοληθούν με τον επιχειρηματικό κλάδο. Προωθήθηκε για συμπλήρωση μέσω των προσωπικών μας σελίδων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης καθώς και στις σελίδες του TEI. Πραγματοποιήθηκε περιγραφική στατιστική ανάλυση η οποία έγινε με τη χρήση του Microsoft Excel 2013.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: Ανάλυση

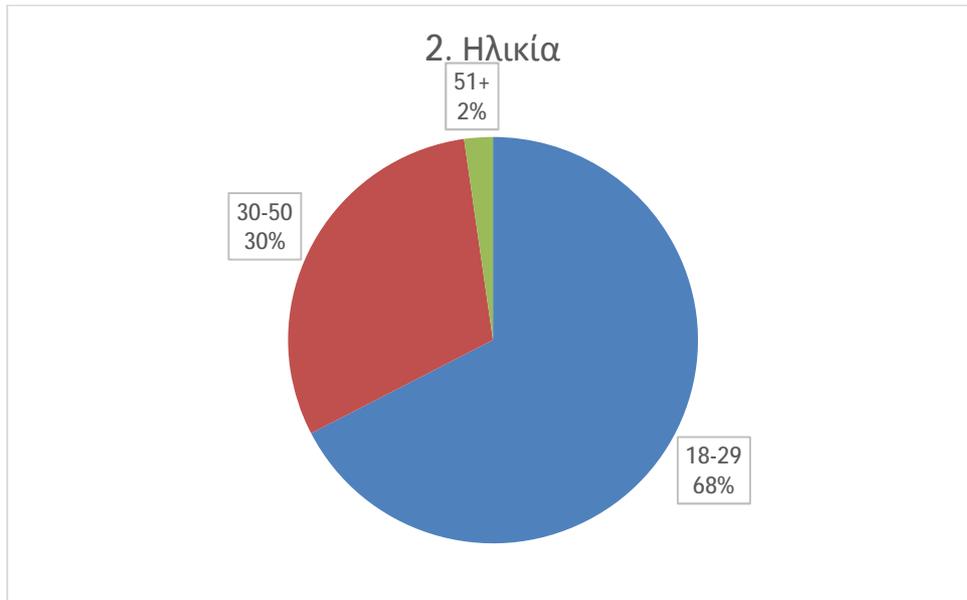
Ξεκινάμε πραγματοποιώντας στατιστική ανάλυση των απαντήσεων στις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου. Όπως φαίνεται στο γράφημα 1 το δείγμα είναι ισοκατανεμημένο. Το 52% είναι Γυναίκες, δηλαδή 69 άτομα, και το 48% άνδρες, δηλαδή 63 άτομα.

Γράφημα 1



Όσον αφορά την ηλικία, το 68% ανήκει στην ηλικιακή ομάδα του 18 έως 29 ετών πράγμα το οποίο δείχνει ότι το δείγμα μας αντιπροσωπεύει πολύ καλά τους νέους. Ωστόσο υπήρξαν και 3 άτομα που είναι μεγαλύτερα από 51 χρονών.

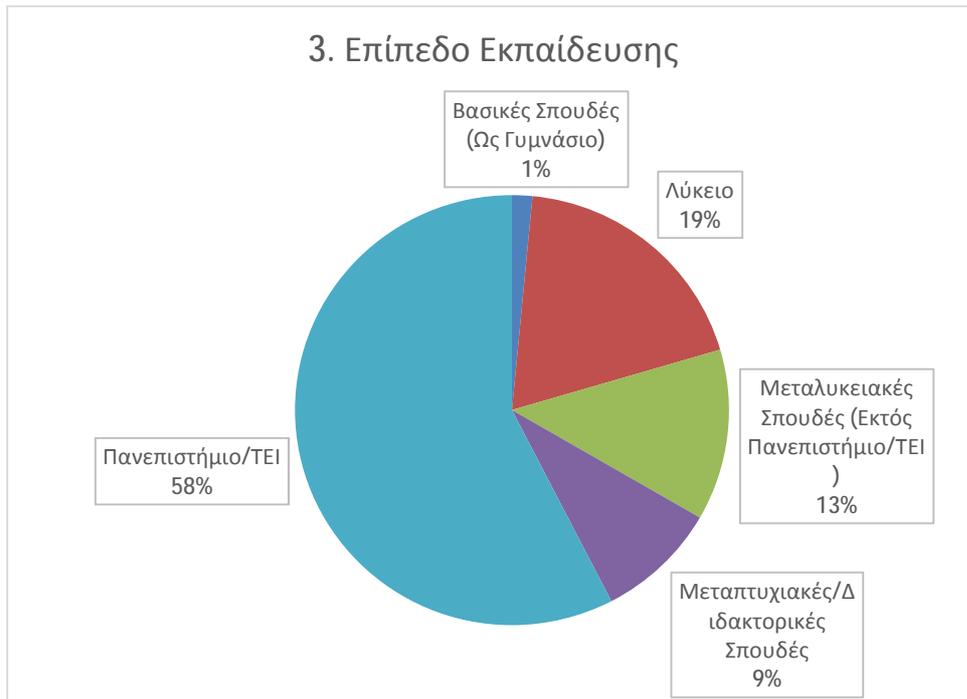
Γράφημα 2



Πέρα από νέο σε ηλικία, το δείγμα μας είναι και αρκετά καλά εκπαιδευμένο καθώς το 58% είναι απόφοιτοι ΑΕΙ ενώ μάλιστα το 9 % βρίσκονται μορφωτικά σε μεταπτυχιακό ή διδακτορικό επίπεδο.

Ωστόσο, θα ήταν παράλειψη να μην αναφερθεί ότι υπάρχει το 1% που έχει μόνο την βασική εκπαίδευση (Γυμνάσιο) και το 19% έχει απλά ολοκληρώσει την δευτεροβάθμια εκπαίδευση.

Γράφημα 3



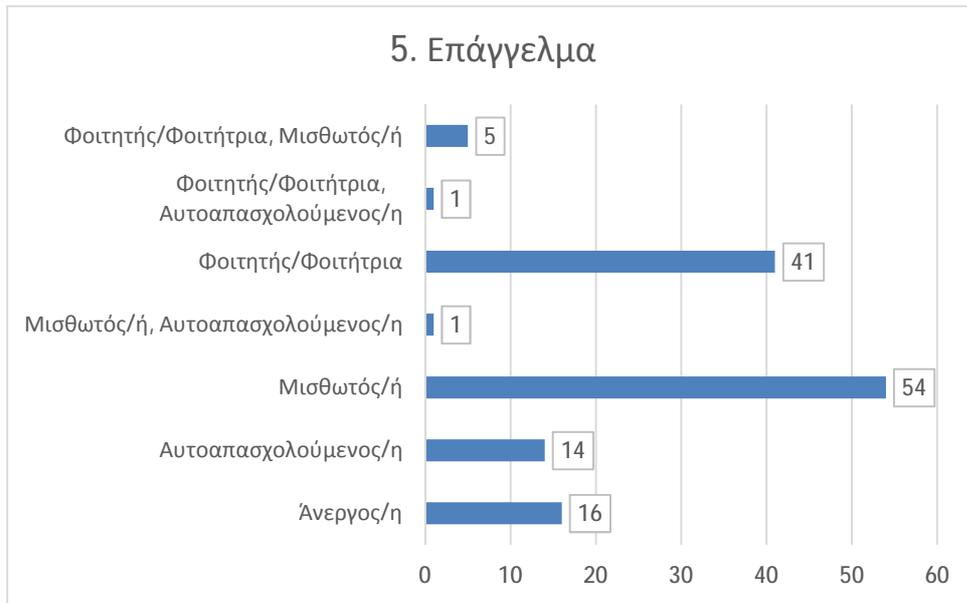
Στο γράφημα 4 που αντιπροσωπεύει την οικογενειακή κατάσταση πάνω από τα 2/3 του δείγματός μας είναι άγαμοι.

Γράφημα 4



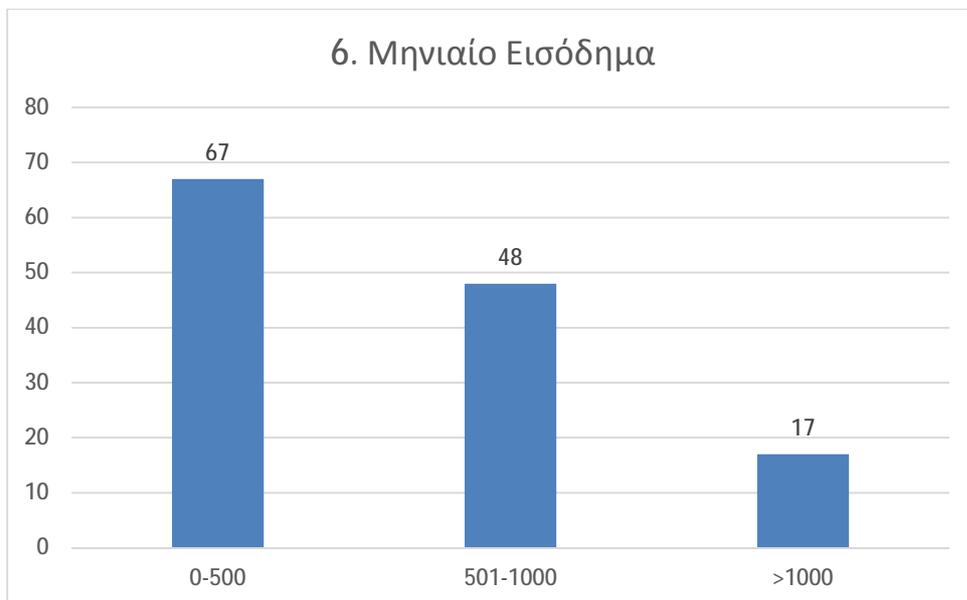
Όσον αφορά την επαγγελματική κατάσταση του δείγματος το 41% είναι μισθωτοί, ενώ 41 άτομα δήλωσαν απλά φοιτητές και 16 άτομα άνεργα. Το 10,6% ή 14 άτομα δήλωσαν αυτοαπασχολούμενοι.

Γράφημα 5



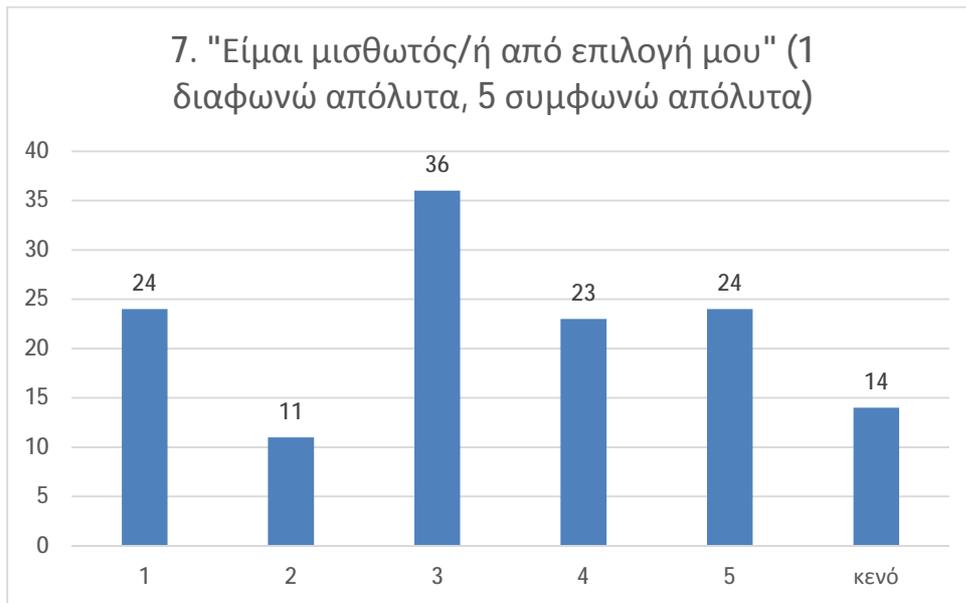
Στο γράφημα 6 παρουσιάζεται το μηνιαίο εισόδημα των ερωτώμενων. Το 50,75% του δείγματος μας έχει εισόδημα έως 500 € μηνιαίως ενώ 17 άτομα έχουν εισόδημα άνω των 1000 €/μήνα.

Γράφημα 6



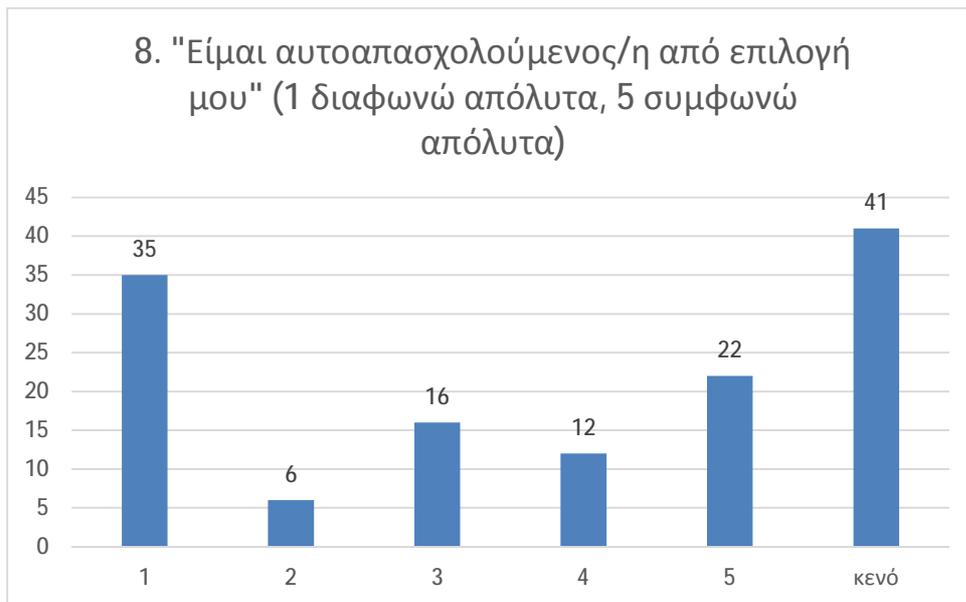
Στο 7ο γράφημα παρουσιάζονται οι απαντήσεις του δείγματός μας από την 7η ερώτηση «Είμαι μισθωτός/ή από επιλογή μου». Η επικρατέστερη απάντηση είναι η επιλογή 3 με 36 απαντήσεις που σημαίνει ότι το 27% κρατά ουδέτερη στάση ως προς αυτό. Εντυπωσιακό είναι το γεγονός ότι 24 άτομα δήλωσαν ότι συμφωνούν απόλυτα και άλλα τόσα ότι διαφωνούν απόλυτα με την άποψη αυτή. Υπήρξαν και 14 άτομα που έμειναν αμέτοχα μη δίνοντας καμία απάντηση.

Γράφημα 7



Στο 8ο γράφημα που παρουσιάζονται οι απαντήσεις της 8ης ερώτησης «Είμαι αυτοαπασχολούμενος/ή από επιλογή μου» παρατηρούμε 41 κενές απαντήσεις. Σύμφωνα με το γράφημα 5, μόλις 16 άτομα είχαν δηλώσει αυτοαπασχολούμενοι. Εδώ το 26,5% διαφωνεί απόλυτα ενώ μόλις 22 άτομα συμφωνούν απόλυτα. Και εδώ το γεγονός ότι ενώ 16 άτομα είναι αυτοαπασχολούμενοι αλλά 22 δήλωσαν απόλυτη συμφωνία αποτελεί παράδοξο.

Γράφημα 8



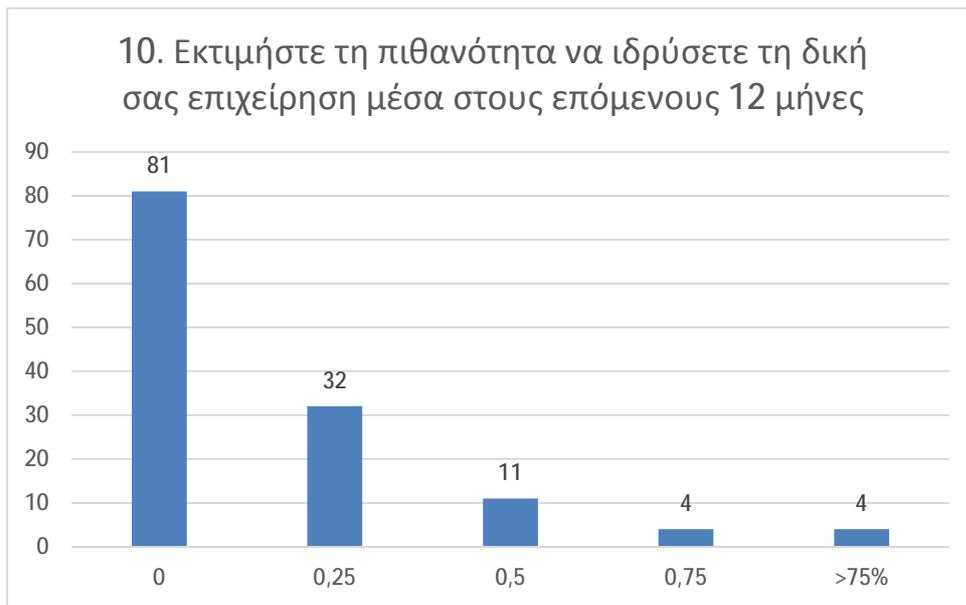
Στο γράφημα 9 παρουσιάζονται οι απαντήσεις στην ερώτηση αν έχετε ποτέ σκεφτεί να ιδρύσετε τη δική σας επιχείρηση, το 30,3% έδωσε την απάντηση 3- αρκετά ενώ 19 και 18 άτομα απάντησαν «πολύ» και «πάρα πολύ αντίστοιχα.

Γράφημα 9



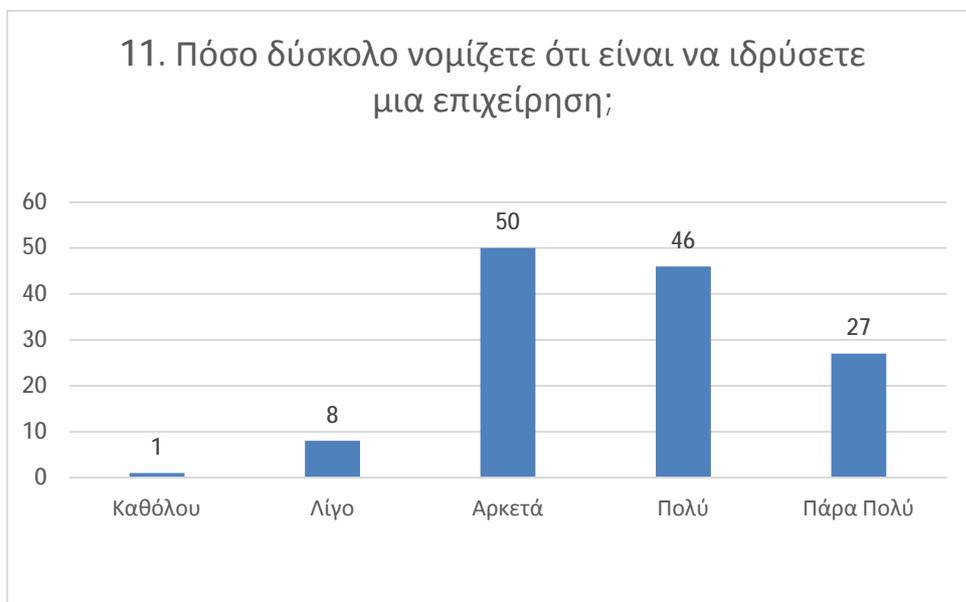
Στο γράφημα 10 απεικονίζεται η εκτίμηση που κάνει το δείγμα ως προς την ίδρυση επιχείρησης στους επόμενους 12 μήνες. Το 61,36% δηλώνει μηδενική πιθανότητα ενώ το 6%, δηλαδή 8 άτομα, δηλώνει πιθανότητα από 75% και πάνω.

Γράφημα 10



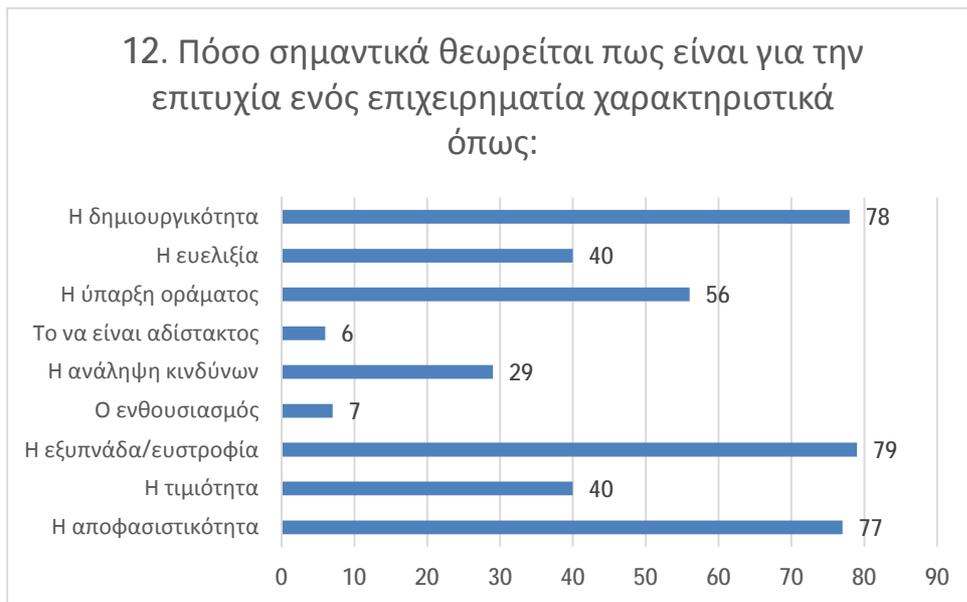
Στο γράφημα 11 φαίνεται να συμβαδίζουν οι απαντήσεις με την προηγούμενη ερώτηση αφού μόνο 9 άτομα δηλώνουν καθόλου ή λίγο δύσκολη την ίδρυση μιας επιχείρησης. Το 20,45% νομίζει ότι είναι πάρα πολύ δύσκολο να ιδρύσει κανείς επιχείρηση.

Γράφημα 11



Τα πιο σημαντικά χαρακτηριστικά για να πετύχει ένας επιχειρηματίας είναι η εξυπνάδα/ ευστροφία, που συγκέντρωσε 79 απαντήσεις, η δημιουργικότητα με 78 απαντήσεις και αποφασιστικότητα με 77 απαντήσεις. Στις τελευταίες θέσεις είναι το να είναι αδέστακτος και να είναι ενθουσιώδης με 6 και 7 απαντήσεις αντίστοιχα.

Γράφημα 12



Όπως φαίνεται στο γράφημα 13, 76 άτομα θα αποφάσιζαν να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά για να εφαρμόσουν τις ιδέες τους, 58 άτομα για υψηλό εισόδημα και 57 άτομα για σταθερό εισόδημα. Όσο αναφορά την αντίληψη περί σταθερού εισοδήματος διατηρούμε ορισμένες επιφυλάξεις. Το 38,63%, δηλαδή 51 άτομα θα το έκαναν για να αξιοποιήσουν τα προσόντα τους ενώ το 12,12% απάντησαν για έλεγχο, απόλαυση και απόδειξη αξίας.

Γράφημα 13



Στο γράφημα 14 φαίνεται ότι 100 άτομα, δηλαδή πάνω από το 75% θα δίσταζαν λόγω έλλειψης κεφαλαίων, ενώ 75 άτομα θα το απέφευγαν λόγω ασταθούς οικονομικού περιβάλλοντος ενώ το 42,42% διστάζουν λόγω γραφειοκρατίας. Ωστόσο υπάρχει και το 13,63 % που δεν θα το έκανε λόγω φόρτου εργασίας.

Γράφημα 14



Το 68% θα ήθελε υποστήριξη για τη χρηματοδότηση , το 14% θα ήθελε υποστήριξη στο σχεδιασμό ενώ το 1% θα ήθελε βοήθεια στην εύρεση καλών συνεργατών με κοινό όραμα και υπομονή (γράφημα 15).

Γράφημα 15



Η ερώτηση 16 χωρίζεται σε υποερωτήματα. Στο αν είναι εύκολο να ιδρύσετε μια επιχείρηση όπως φαίνεται από το γράφημα 16 τα αποτελέσματα είναι λίγο διαφορετικά από την ερώτηση 11 που αφορούσε αν είναι δύσκολο να ιδρύσουν επιχείρηση. Σχεδόν οι διπλάσιοι τώρα, συγκεκριμένα 17 άτομα έναντι των 9, πιστεύουν ότι είναι εύκολο. Επίσης 39 άτομα δηλώνουν ουδέτερη στάση έναντι των 50 ατόμων πριν.

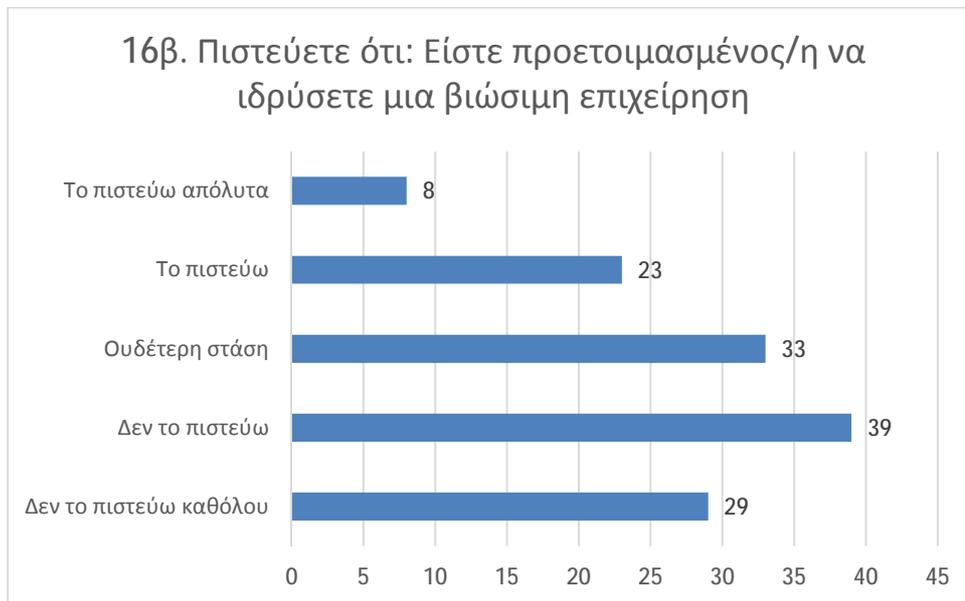
Γράφημα 16



Στο επόμενο γράφημα οι ερωτώμενοι απάντησαν στο αν πιστεύουν ότι είναι προετοιμασμένοι να ιδρύσουν μια βιώσιμη επιχείρηση. Το δείγμα μας φαίνεται να έχει αυτογνωσία καθώς το 51,5%, 68 άτομα, δεν πιστεύουν ότι είναι προετοιμασμένοι για να

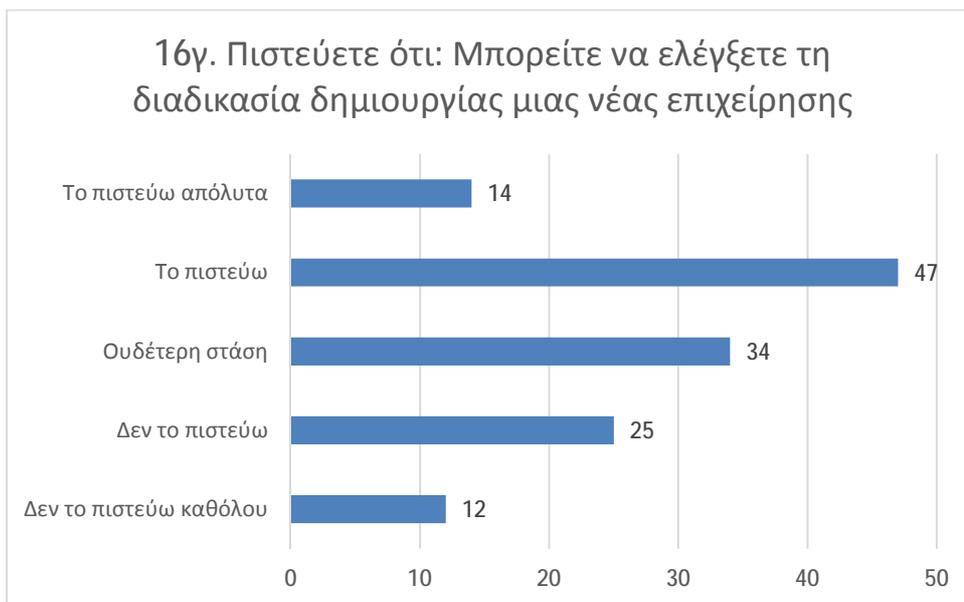
ιδρύσουν μια βιώσιμη επιχείρηση. Ωστόσο 8 άτομα το πιστεύουν απόλυτα και το 17,42% το πιστεύει (Γράφημα 17).

Γράφημα 17



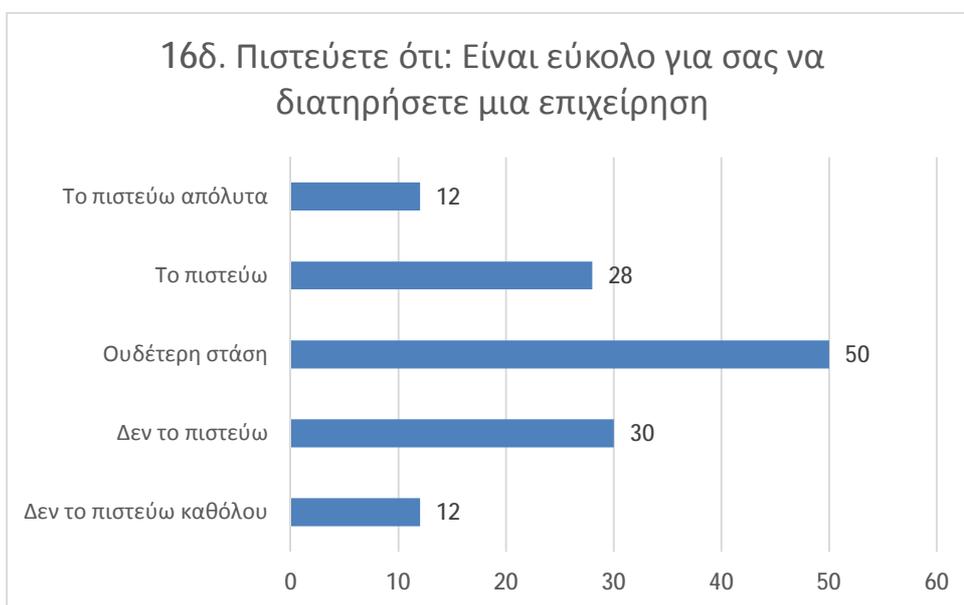
Περίπου το μισό δείγμα πιστεύει ότι μπορεί να ελέγξει τη διαδικασία δημιουργίας μιας επιχείρησης ενώ 34 άτομα, το $\frac{1}{4}$ του δείγματος, κρατάει μια ουδέτερη στάση (γράφημα 18).

Γράφημα 18



Στο γράφημα 19 παρουσιάζεται ότι 50 άτομα, 37,87% του δείγματος, κρατά ουδέτερη στάση ενώ 40 άτομα πιστεύουν ότι μπορούν εύκολα να διατηρήσουν μια επιχείρηση. Αντίστροφα 12 άτομα είναι απόλυτοι ότι δεν είναι εύκολο.

Γράφημα 19



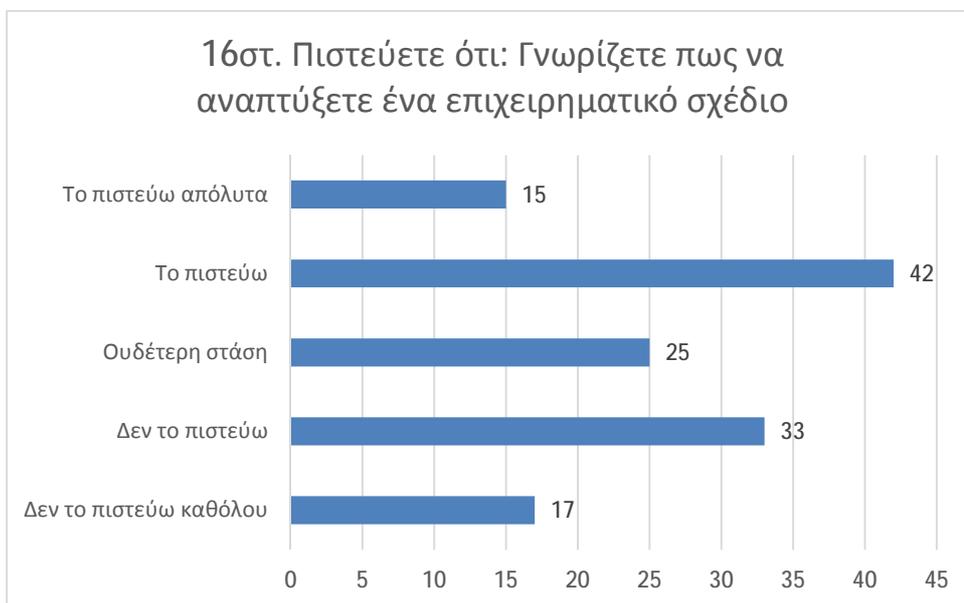
Στο γράφημα 20 φαίνεται ότι 51 άτομα πιστεύουν ότι θα είχαν μεγάλη πιθανότητα επιτυχίας ενώ 50 άτομα κράτησαν ουδέτερη στάση.

Γράφημα 20



Στο αν γνωρίζουν πώς να αναπτύξουν ένα επιχειρηματικό σχέδιο 17 άτομα δηλώνουν πλήρη άγνοια ενώ 15 άτομα πιστεύουν απόλυτα ότι γνωρίζουν. Το 31,8% δηλώνει ότι το πιστεύει ενώ 25 άτομα κρατά ουδέτερη στάση (Γράφημα 21).

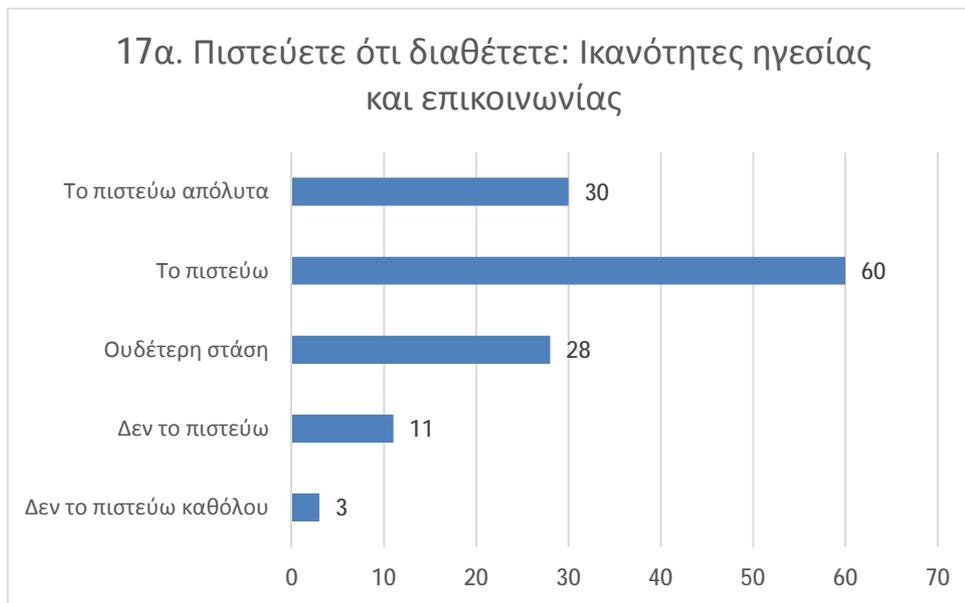
Γράφημα 21



Η 17η ερώτηση αφορά το τι πιστεύουν σε σχέση με δικά τους χαρακτηριστικά. Για παράδειγμα στο γράφημα 22 φαίνονται οι απαντήσεις του δείγματος στο αν πιστεύουν ότι διαθέτουν ικανότητες ηγεσίας και επικοινωνίας. Το 68,8% πιστεύει ότι διαθέτει ικανότητες

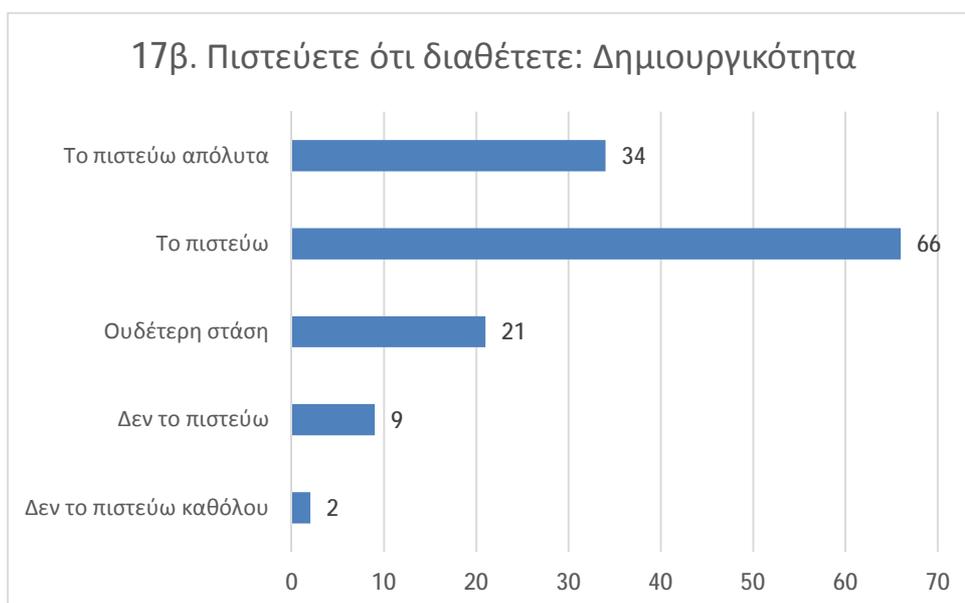
ηγεσίας και επικοινωνίας με το 1/3 εξ αυτών να είναι απόλυτοι. Επίσης, 28 άτομα κράτησαν ουδέτερη στάση ενώ 3 άτομα απάντησαν ότι δεν πιστεύουν ότι διαθέτουν αυτές τις ικανότητες.

Γράφημα 22



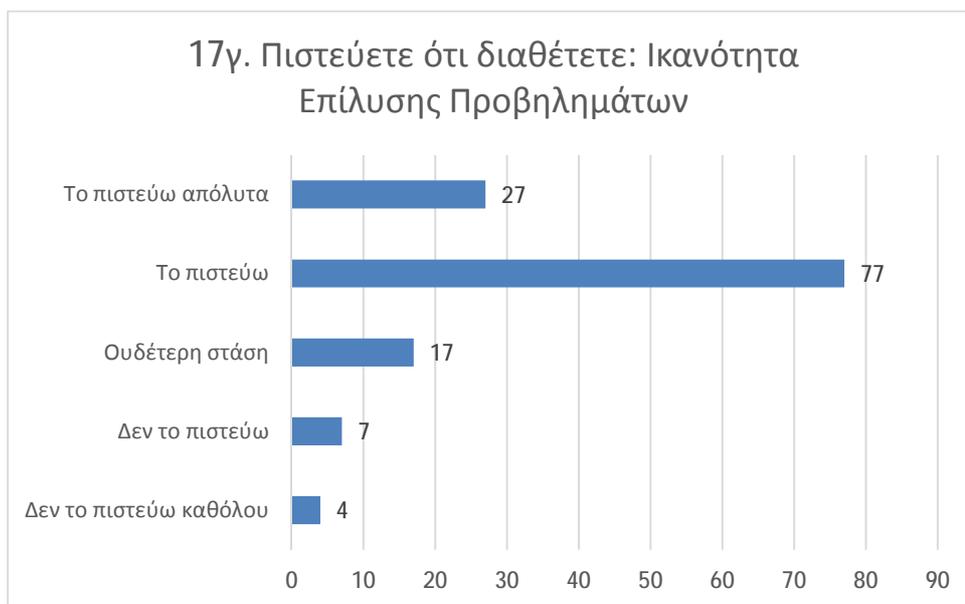
Στο γράφημα 23 παρουσιάζεται ότι 100 άτομα πιστεύουν ότι είναι δημιουργικοί ενώ 21 άτομα κρατάνε ουδέτερη στάση.

Γράφημα 23



Στο γράφημα 24 εξετάζεται η ύπαρξη ικανότητας επίλυσης προβλημάτων μια πιο σπάνια και ίσως πιο σημαντική ικανότητα. Τα 104 από τα 132 άτομα του δείγματος πιστεύουν ότι την έχουν και 17 άτομα κρατούν ουδέτερη στάση.

Γράφημα 24



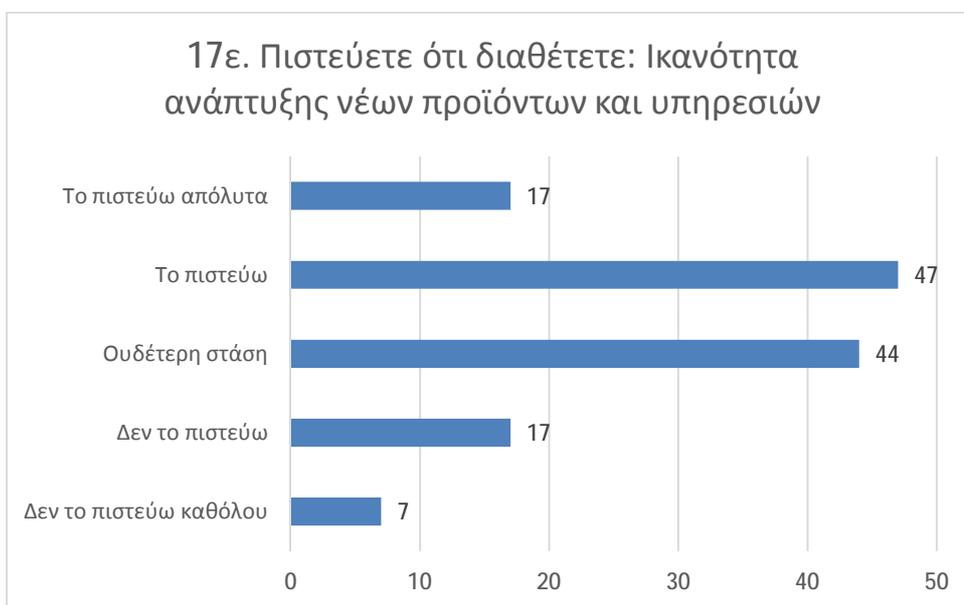
Από την επόμενη ερώτηση φαίνεται ότι 67 άτομα πιστεύουν ότι διαθέτουν ικανότητες συνεργασίας με άλλα άτομα και φορείς ενώ 32 άτομα το πιστεύουν απόλυτα. Η ουδέτερη στάση σε αυτή την ερώτηση υιοθετείτε από 19 άτομα του δείγματός μας (Γράφημα 25).

Γράφημα 25



Όσον αφορά την ικανότητα ανάπτυξης νέων προϊόντων και υπηρεσιών στο Γράφημα 26 παρουσιάζεται η αντίληψη του δείγματός μας. Πιο συγκεκριμένα, το 12,88% πιστεύουν απόλυτα ότι διαθέτουν αυτή την ικανότητα, ενώ το 35,6% απλά το πιστεύουν. Οι 44 από τους 132 του δείγματος κρατούν ουδέτερη στάση ενώ 7 άτομα παραδέχονται ότι δεν το πιστεύουν καθόλου.

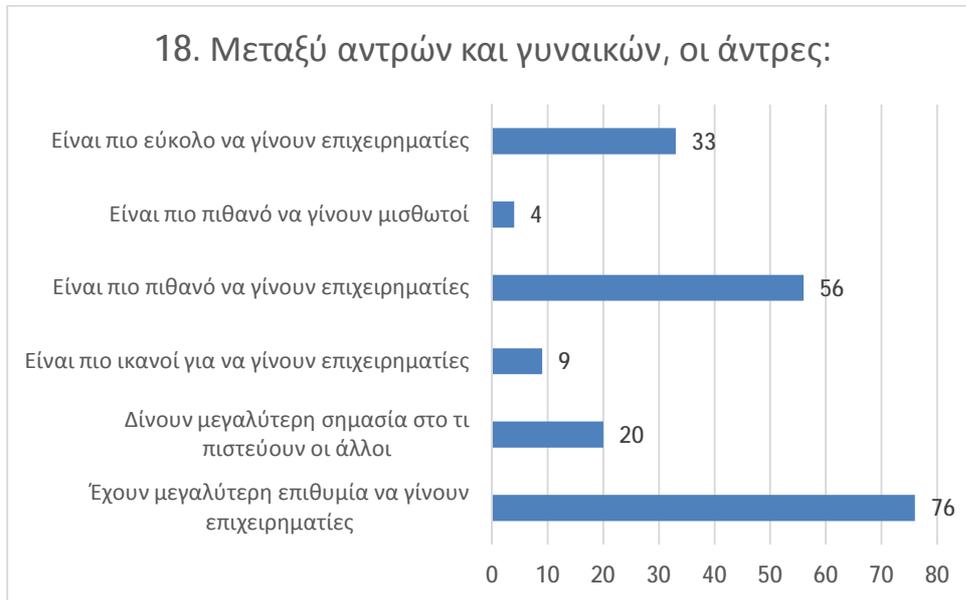
Γράφημα 26



Τέλος, στην 18η ερώτηση του ερωτηματολογίου όπως αυτή παρουσιάζεται στο γράφημα 27, οι 76 από τους 132 του δείγματός μας απαντάει ότι οι άνδρες έχουν μεγαλύτερη επιθυμία να γίνουν επιχειρηματίες, ενώ 56 άτομα δηλώνουν ότι οι άνδρες είναι πιο πιθανό να

γίνουν και 33 ότι είναι μάλλον πιο εύκολο να γίνουν επιχειρηματίες. Αν δούμε τα αποτελέσματα αντίστροφα οι γυναίκες είναι πιο πιθανό να γίνουν μισθωτοί.

Γράφημα 27



Στη συνέχεια επιχειρήσαμε τη δημιουργία ενός υποδείγματος. Ωστόσο, λόγω των απαντήσεων δεν μας ήταν εύκολη η προσέγγισή του καθώς οι τάξεις δεν μπορούν να θεωρηθούν η μια πολλαπλάσια της άλλης. Παρόλα αυτά αξιοποιήσαμε δυο μεταβλητές όπου οι τάξεις ήταν εύλογα ίσες κατανομημένες και εξετάσαμε τη συσχέτιση ανάμεσα στη δυσκολία δημιουργίας επιχείρησης και στο βαθμό στον οποίο είναι μισθωτοί κατ' επιλογή τους.

Η υπόθεσή μας H_0 είναι: δεν υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των δυο.

Από τα αποτελέσματα αποδεικνύεται ότι όντως δεν υπάρχει αξιόλογη γραμμική συσχέτιση ανάμεσα στις δυο μεταβλητές. Χαρακτηριστικά, το προσαρμοσμένο R^2 είναι μικρότερο του 0,1%. Ο σταθερός όρος είναι στατιστικά σημαντικός και κοντά στο μέσο (3,18) ενώ η κλίση είναι στατιστικά ασήμαντη και άρα μπορεί να θεωρηθεί ως ίση με το 0. Συνεπώς, δεν μπορεί να γίνει αποτελεσματική πρόβλεψη της μιας μεταβλητής με βάση την άλλη και άρα το υπόδειγμα είναι μη ενδεδειγμένο.

ΈΞΟΔΟΣ
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΟΣ

Στατιστικά παλινδρόμησης	
Πολλαπλό R	0,017628534
R Τετράγωνο	0,000310765
Προσαρμοσμένο R Τετράγωνο	-0,008382185
Τυπικό σφάλμα	1,386508204
Μέγεθος δείγματος	117

ΑΝΑΛΥΣΗ
ΔΙΑΚΥΜΑΝΣΗΣ

	βαθμοί	SS	MS	F	σημαντ
	ελευθερία				ικότητα
	ζ				F
Παλινδρόμηση	1	0,06878	0,069	0,0357	0,8504
Υπόλοιπο	115	221,077	1,922		
Σύνολο	116	221,145			

	Συντελεσ	Τυπικό	t	τιμή-P	Κατώτ	Υψηλότ	Κατώτερ	Υψηλότερ
					ερο	ερο		ο 95,0%
	τές	σφάλμα			95%	95%		
Τεταγμένη επί την αρχή	3,185968	0,54676	5,827	5,2435 4E-08	2,103	4,26899	2,10294	4,268997
Μεταβλητή X 1	-0,02754	0,14564	-0,189	0,8504	-0,316	0,26095	-0,31602	0,260948

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: Συμπεράσματα

Η παρούσα εργασία τόνισε την σημαντικότητα της επιχειρηματικότητας μέσω της βιβλιογραφίας που υπάρχει έως τώρα και παρατέθηκαν τα κίνητρα που μας οδηγούν σε αυτή. Πιο συγκεκριμένα, στα πιο δημοφιλή κίνητρα ανήκουν οι Οικονομικοί παράγοντες, οι Ψυχολογικοί, οι Κοινωνιολογικοί, οι Περιβαλλοντικοί παράγοντες, οι Δημογραφικοί και οι Πολιτισμικοί παράγοντες. Επίσης, πέραν αυτών σημαντικοί είναι και άλλα κριτήρια-παράγοντες που χρησιμοποιούνται στη βιβλιογραφία για να ερευνηθούν κατά ποσό και ποιος ξεκινά την δημιουργία των επιχειρήσεων, τα όποια στοιχειά προέρχονται μέσα από εκτενείς εμπειρικές μελέτες τις οποίες υποβλήθηκαν ιδιοκτήτες νέων επιχειρήσεων και αυτοαπασχολούμενους (Storey, et al., 2011). Τέτοια είναι τα προσωπικά χαρακτηριστικά-καταστάσεις (πχ φύλο, ηλικία, οικογενειακή κατάσταση κλπ), η εμπειρία στην αγορά εργασίας (τομέας, ιδιότητα) και φυσικά η δυνατότητα εύρεσης κεφαλαίων και χρηματοδότησης.

Στη συνέχεια της έρευνας μας επιλέξαμε να εμβαθύνουμε στη κατάσταση που επικρατεί στη χώρα μας και δόθηκε προτεραιότητα στους παράγοντες που προσδιορίζουν της επιχειρηματικότητα όπως αυτοί που προαναφέρθηκαν. Μέσω του ερωτηματολογίου που δημιουργήθηκε και της έρευνας που διεξήχθη σε δείγμα 132 ατόμων κυρίως νεαρής ηλικίας διαπιστώθηκε ότι δεν υπάρχει εμφανής τάση του δείγματος να αυτοαπασχοληθεί ενώ είναι γενικά παραδεκτή η δυσκολία αυτού του εγχειρήματος. Επίσης είναι διχασμένο δείγμα στο αν θα μπορούσε να διατηρήσει μια επιχείρηση κάτι που δείχνει την αβεβαιότητα ως προς την ικανότητα της ηγεσίας και της επιτυχημένης πορείας.

Ωστόσο, λίγοι είναι αυτοί που θεωρούν ότι δεν είναι ικανοί ως προς την ηγεσία που αποτελεί άλλο ένα παράδοξο καθώς μεγάλο μέρος του δείγματος δήλωσε ότι του αρέσει που είναι μισθωτός και ότι είναι επιλογή του. Από την έρευνα φάνηκε επίσης ότι, από τους κύριους λόγους που διστάζει κανείς είναι η έλλειψη κεφαλαίων και χρηματοδότησης. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι παραδόξως πολλοί θα σκέφτονταν την αυτοαπασχόληση με σκοπό το «σίγουρο» και μεγαλύτερο εισόδημα. Ωστόσο εμείς δηλώνουμε ότι διαφωνούμε με την άποψη αυτή διότι ναι μεν είναι πιθανό και λογικό να είναι μεγαλύτερο το εισόδημα αλλά δεν είναι σε καμία περίπτωση απόλυτο ότι θα είναι σίγουρο.

Καταληκτικά, πιστεύουμε ότι η συγκεκριμένη έρευνα θα ήταν καλό να επαναληφθεί στο μέλλον με καλύτερη δειγματοληψία, σε μεγαλύτερο δείγμα τόσο σε αριθμό όσο και

ηλικιακά για καλύτερη ερμηνευτικότητα των αποτελεσμάτων και πιθανότερη την έκδοση αποτελεσμάτων και συμπερασμάτων.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Baines, S. και Wheelock, J. (1998), Working for Each Other: Gender, the Household and Micro Business Survival and Growth , *International Small Business Journal*, 17(1), 16-35.
- Baumol, W. J. (1990), Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive , *Journal of Political Economy*, 98(5) , 893-921.
- Bharath, S., Dahiya, S., Saunders, A., & Srinivasan, A. (2007). So what do I get? The bank's view of lending relationships. *Journal of Financial Economics* , 85 (2), σσ. 368 - 419.
- Blanchflower, D. G., και Oswald, A. J. (1998), What Makes an Entrepreneur? , *Journal of Labor Economics*, 16(1) , 26-60.
- Bruce, D. (1999), Do Husbands Matter?: Married Women Entering Self-employment , *Small Business Economics*, 13(4) , 317-29.
- Cantillon, R. (1964 [1755]). *Essai sur la Nature du Commerce en General (Essay on the Nature of Trade in General)* (Edited with an English Translation by Henry Higgs εκδ.). New York: A.M. Kelley.
- Carter, N. M., Gartner, W. B., Shaver, K. G., & Gatewood, E. J. (2003). The career reasons of nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing* , 18 (1), pp. 13 - 39.
- Chaganti, R. και Greene, P. G. (2002), Who are Ethnic Entrepreneurs?: A Study of Entrepreneurs - Ethnic Involvement and Business Characteristics , *Journal of Small Business Management* , 40(2), 126-43.
- Chen, C. C., Green, G. P., & Crick, A. (1998). Does Entrepreneurship Self-efficacy distinguish Entrepreneurs from Managers? *Journal of Business Venturing* , 13, pp. 295 - 316.
- Clain, S. H. (2000), Gender Differences in Full-time Self-employment , *Journal of Economics and Business*, 52(6), 499-513.
- Clamp, C., & Alhamis, I. (2010). Social Entrepreneurship in the Mondragon Cooperative Corporation and the Challenges Replication. *The Journal of Entrepreneurship* , 19 (10), σσ. 168 - 169.
- Coate, S. και Tennyson, S. (1992), Labor-Market Discrimination, Imperfect Information and Self-employment , *Oxford Economic Papers, New Series*, 44(2), 272-88
- Cunningham, B. J., & Lischeron, J. (1991). Defining Entrepreneurship. *Journal of Small Business Management* , 29 (1), σσ. 45 - 61.
- Deakins, D., & Freel, M. (2007). *Επιχειρηματικότητα*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Dees, G. (1998). *The Meaning of Social Entrepreneurship*. Kansas City, MO and Palo Alto, CA: Kauffman Foundation and Stanford University.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship. Practice and Principles*. New York: Harper & Row.

- Drucker, P. F. (2002, August). The Discipline of Innovation. *Harvard Business Review on the Innovative Enterprise* .
- Ely, R. T., & Hess, R. H. (1937). *Outlines of economics* (6th Edition εκδ.). New York: MacMillan Publications.
- Erasmus Νέοι Επιχειρηματίες – Γραφείο Υποστήριξης. (2009 - 2018). *Το ευρωπαϊκό πρόγραμμα ανταλλαγής για επιχειρηματίες*. Ανάκτηση 2018, από <https://www.erasmus-entrepreneurs.eu>
- European Commission. (2003). *Green Paper, Entrepreneurship in Europe*. Brussels: European Commission.
- European Commission. (2002). *The life of women and men in Europe - A statistical portrait, data 1980 - 2002*. Luxemburg: Office of publications of European Commission.
- Fairlie, R. W. (2002), Drug-dealing and Legitimate Self-employment , *Journal of Labor Economics*, 20(3), 538-67.
- Gaddam, S. (2007). A Conceptual Analysis of factors Influencing Entrepreneurship Behavior and Actions. *ICFAI Journal of Management Research* , 6 (11), σσ. 46 - 63.
- Greene, F. J., Mole, K. M. και Storey, D. J. (2008), Three Decades of Enterprise Culture: Entrepreneurship, Economic Regeneration and Public Policy, Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Hammarstedt, M. (2006), The Predicted Earnings Differential and Immigrant Self-employment in Sweden, *Applied Economics*, 38(6), 619-30.
- Hébert, R. F., & Link, A. N. (1989, March). In search of the meaning of entrepreneurship. *Small Business Economics* , 1 (1), σσ. 39 - 49.
- Hurst, E. και Lusardi, A. (2004), Liquidity Constraints, Household Wealth and Entrepreneurship , *Journal of Political Economy*, 112(2), 1-21.
- Hyytinen, A. και Maliranta, M. (2008), When Do Employees Leave Their Job for Entrepreneurship? , *Scandinavian Journal of Economics*, 110(1), 1-21.
- Immink, R., & O' Kane, B. (2004). *Ξεκινώντας τη Δική σου Επιχείρηση*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Σφακιανάκη.
- Johnson, P. S. και Cathcart, D. G. (1979), The Founders of New Manufacturing Firms: A Note on the Size of their "Incubator" Plants , *Journal of Industrial Economics*, 28(2), 219-24.
- Kent, C. A. (1982). *Encyclopedia of Entrepreneurship*. (D. L. Sexton, & K. H. Vesper, Επιμ.) Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Langowitz, N. και Minniti, M. (2007), The Entrepreneurial Propensity of Women , *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 341-64.
- Lazear, E. P. (2005) Entrepreneurship , *Journal of Labor Economics*, 23(4), 649-80.

- Le, A. T. (1999), Empirical Studies of Self-employment , *Journal of Economic Surveys*, 13, 381-416.
- Marlow, S. και Patton, D. (2005), All Credit to Men: Entrepreneurship, Finance and Gender , *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 29(6), 717-35.
- McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*. Princeton, New Jersey: D. Van Nostrand.
- Meredith, G. G., Nelson, R. E., & Neck, P. A. (1982). *The Practice of Entrepreneurship*. Geneva: International Labour Office.
- Morris, M. H., Miyasaki, N. N., Watters, C. E. και Coombes, S. M. (2006), The Dilemma of Growth: Understanding Venture Size Choices of Women Entrepreneurs , *Journal of Small Business Management*, 44(2), 221-44.
- Morrison, A. (2000). Entrepreneurship: what triggers it? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* , 6 (2), σσ. 59 - 71.
- OECD. (2008). *Organisation for Economic Co-operation and Development*. Ανάκτηση 2018, από <http://www.oecd.org/index.htm>
- OECD. (2005). Women's Entrepreneurship: Issues and Policies. *Background report prepared for OECD Conference on SMEs*. Istanbul: OECD.
- Ram, M. και Jones, T. (2008), Ethnic-minority Businesses in the UK: A Review of Research and Policy Developments , *Environment and Planning C-Government and Policy*, 26(2), 352-74.
- Ram, M., Smallbone, D., Deakins, D. και Jones, T. (2003), Banking on "Break-Out": Finance and the Development of Ethnic Minority Businesses , *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 29(4), 663-81.
- Rees, H. και Shah, A. (1986), An Empirical Analysis of Self-employment in the UK , *Journal of Applied Econometrics*, 1, 95-108.
- Rotter, J. (1971). *External Control and Internal Control*. New Jersey: Prentice Hall.
- Schumpeter, J. A. (1961). *he theory of economic development : an inquiry into profits, capital, credit, interest and the business cycle*. (T. b. Opie, Μεταφρ.) New York: Oxford University Press.
- Sexton, D. R., & Smilor, R. W. (1986). *Art and Science of Entrepreneurship*. Cambridge, Massachusetts: Ballinger Publishing Company.
- Shapero, A. (1984). *The Entrepreneurial Event*. Toronto: Lexington Books.
- Smith, A. (1776 [1981]). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. (R. H. Campbell, & S. Skinner, Επιμ.) Indianapolis: Liberty Fund.
- Storey, D. J., Greene, F. J., Χασιίδ, Ι., & Φαφαλιού, Ε. (2011). *Επιχειρηματικότητα για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

- Taylor, M. P. (2004), *Self-employment in Britain: When, Who and Why* , εργασία που παρουσιάστηκε στο Οικονομικό Συμβούλιο της Σουηδίας, Μάρτιος.
- Timmons, J. A., & Spinelli, S. (2007). *New venture creation: entrepreneurship for the 21st century* (7th Edition εκδ.). Boston: McGraw - Hill.
- Ulrich, S., Rogovsky, N., & Lamotte, D. (2009). *Promoting Responsible and Sustainable Enterprise-Level Practices at Times of Crisis: A Guide for Policy-Makers and Social Partners*. Geneva: International Labour Organization.
- Wennekers, S., & Thurik, R. (1999, August). Linking Entrepreneurship and Economic Growth. *Small Business Economics* , 13 (1), pp. 27 - 56.
- Wellington, A. J. (2006), *Self-employment: The New Solution for Balancing family and Career?* , *Labor Economics*, 13(3), 357-86.
- Westhead, P., Ucbasaran, D., Wright, M. και Binks, M. (2005), *Novice, Serial and Portfolio Entrepreneur Behaviour and Contributions* , *Small Business Economics*, 25(2), 109-32.
- Αλεξίδης, Φ. (2014). *Νεανική Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία στην Ελλάδα*. Θεσσαλονίκη: Πανεπιστήμιο Μακεδονίας.
- Αναγνωστάκη, Χ., & Μαστορέλης, Ι. (2011). *Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία. Μελέτη περιπτώσεων ελληνικών επιχειρήσεων*. Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Πατρών, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων. Πάτρα: Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Πατρών.
- Βασιλειάδης, Α. (2008). *Επιχειρηματικότητα - Αρχικές προσεγγίσεις*. Λάρισα: Ινστιτούτο Ανάπτυξης Επιχειρηματικότητας.
- Βατός, Γ. (2017). *Χρηματοδότηση Επιχειρήσεων εν μέσω Οικονομικής Κρίσης. Τραπεζικός Δανεισμός & Εναλλακτικές Μορφές Χρηματοδότησης: Συμπληρωματικές ή Υποκατάστατες*. Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Τμήμα Οικονομικής Επιστήμης. Πειραιάς: Πανεπιστήμιο Πειραιώς.
- Γεωργαντά, Ζ. (2003). *Επιχειρηματικότητα και καινοτομίες, Το management της επιχειρηματικής καινοτομίας*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Ανικούλα.
- Γκαγκάτσιος, Ι. (2011). *Καινοτομία - Επιχειρηματικότητα - Επιχειρήσεις*. Αθήνα: ΥΠ.Ε.Π.Θ.
- Γραφείο Ενθάρρυνσης & Υποστήριξης της Νεανικής Επιχειρηματικότητας. (2008). *Εγχειρίδιο Επιχειρηματικότητας για υποψήφιους και νέους επιχειρηματίες*. Εθνικό & Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών. Αθήνα: Εθνικό & Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή. (2014). *Η Ευρωπαϊκή Ένωση με απλά λόγια: Επιχειρήσεις*. Λουξεμβούργο: Υπηρεσία Εκδόσεων της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- Θάνος, Γ., Κίochos, Π., & Παπανικολάου, Γ. (2002). *Χρηματοδότηση των Επιχειρήσεων*. Αθήνα: Σύγχρονη Εκδοτική ΕΠΕ.
- Θωμαδάκης, Σ., & Ξανθάκης, Μ. (2001). *Αγορές Χρήματος και Κεφαλαίου* (2η Έκδοση εκδ.). Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη.
- Ιωάννου, Κ. (2001). *Ο Οδηγός του Νέου Επιχειρηματία*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπασωτηρίου.

- Κακούρης, Α. (2007). *Καινοτομία – Επιχειρηματικότητα – Διοίκηση Επιχειρήσεων*. Αθήνα: Υ.Π.Ε.Π.Θ.
- Κανελλόπουλος, Χ. Κ. (1994). *Διοίκηση μικρομεσαίων επιχειρήσεων και επιχειρηματικότητα* (Έκδοση Β' Βελτιωμένη εκδ.). Αθήνα: Ιδιωτική Έκδοση.
- Καππάτου, Χ. Γ. (2017). *Χρηματοδότηση της Επιχειρηματικότητας σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και οι παράγοντες που την επηρεάζουν. Οικονομική Ανάλυση για τα έτη 1972 - 2011*. Πειραιάς: Πανεπιστήμιο Πειραιά.
- Καραγιάννης, Α. Δ. (1990). The Entrepreneurial Function in Economic Literature: A Synoptic Review. *Rivista Internazionale di Scienze Economiche e Commerciali* , 37 (2), σσ. 245 - 268.
- Καραγιάννης, Α. Δ. (1999). *Επιχειρηματικότητα και Οικονομία: Μελέτες*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.
- Καραγιάννης, Α. Δ. (1996). Επιχειρηματικότητα, Αβεβαιότητα και Ενδεχόμενη Έκπληξη. *Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Επιστημονική Επετηρίδα* , 12 (1).
- Καραγιάννης, Α. Δ. (1992). Τι είναι η Επιχειρηματικότητα. *Βήματα στην Ανάπτυξη* (2), σσ. 46 - 47.
- Καραγιάννης, Η., & Μπακούρος, Ι. (2010). *Καινοτομία και επιχειρηματικότητα, Θεωρία - πράξη*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Σοφία.
- Κυριακάκη, Κ. (2016). *Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα. Επιχειρήσεις που αντιστάθηκαν στην Οικονομική Κρίση*. Ηράκλειο: Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης.
- Κωνσταντινίδης, Α. (2009). *Το Franchising στην Ελληνική Πραγματικότητα*. Ανάκτηση από <http://soeasyfranchise.gr>
- Λιούκας, Σ. (2010, Δεκέμβριος). *Οι Ελληνικές επιχειρήσεις μετά την κρίση: Προοπτικές και στρατηγικές για διεθνή ανταγωνιστικότητα*. Ανάκτηση 2018, από https://www.bankofgreece.gr/BoGDocuments/20-5_lioukas.pdf
- Μασουράκης, Μ., Μητσόπουλος, Μ., & Πριντσιπιάς, Θ. (2017, 05 04). Πλεονάσματα 3,5% έως το 2022: Το κάρο μπροστά από το άλογο. *ΣΕΒ* (94), σσ. 1 - 10.
- Μπακούρος, Ι. (2015). *Τεχνολογία, Καινοτομία, Οικονομική Επιστήμη και Επιχειρηματικότητα*. Ανάκτηση 2018, από <https://eclass.uowm.gr/modules/document/file.php/ICTE117/ΔΙΑΛΕΞΕΙΣ/Ισολογισμός%20Επιχειρήσεων.pdf>
- Πάνας, Σ. (2009). *Οι τρόποι χρηματοδότησης της Εταιρίας. Μελέτες Περίπτωσης σύμφωνα με την νομική μορφή και την σύσταση αυτής*. Θεσσαλονίκη: Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης.
- Παπαδόπουλος, Κ. (2012). *Εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης επιχειρήσεων*. Πειραιάς: Πανεπιστήμιο Πειραιά.
- Πετράκης, Π. (2004). *Επιχειρηματικότητα*. Αθήνα: Εκδόσεις Πανεπιστημίου Αθηνών.

Πετράκης, Π., & Μπουρλετίδης, Κ. (2005). Η Διδακτική της Επιχειρηματικότητας. *Μέντορας*, σσ. 118 - 130.

Σαλαβού, Ε. Ε. (2006). *Δρόμοι εξέλιξης στο "επιχειρείν"*. (Χ. Κ. Τσούκας, Επιμ.) Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.

Σαμαρτζή, Α. (2008). *Νέες προκλήσεις για την ανάπτυξη διεθνούς επιχειρηματικότητας και στρατηγική ανταπόκριση των ελληνικών επιχειρήσεων*. Πάτρα: Πανεπιστήμιο Πατρών.

Σουρλατζή, Α. (2012). *Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία - Οικογενειακές Επιχειρήσεις*. Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων. Πειραιάς: Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων.

Τακόπουλος, Α. (2007). *Μορφές χρηματοδότησης μικρομεσαίων επιχειρήσεων*. Ανάκτηση 2018, από Specisoft: http://www.ergen.gr/files/arthro_hrimatodotisis_MME.pdf

Τσακανίκας, Α., Γιωτόπουλος, Ι., Σταυράκη, Σ., & Βαλαβανιώτη, Ε. (2017). *Ετήσια Έκθεση Επιχειρηματικότητας 2016-2017: Σε κάμψη η νέα επιχειρηματικότητα*. Αθήνα: Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών - ΙΟΒΕ.

Χριστάκης, Ε., & Χροναίος, Ν. (2017). *Πώς η κρίση έχει επηρεάσει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα. Τεκμηριώστε τρόπους για τη βελτίωση αυτής*. Πάτρα: Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Δυτικής Ελλάδας.

Χριστοδούλου, Β. (2014). *Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα στις Επιχειρήσεις*. Αθήνα: Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Πειραιά.

Παράρτημα

Ερωτηματολόγιο Επιχειρηματικότητας

Πρόκειται για έρευνα που γίνεται στα πλαίσια πτυχιακής εργασίας στο Τεχνολογικό Ίδρυμα Δυτικής Ελλάδας με θέμα "Επιχειρηματικότητα και παράγοντες που την προσδιορίζουν". Για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου χρειάζονται λιγότερα από δέκα λεπτά. Όλα τα στοιχεία θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά και μόνο για τους σκοπούς της πτυχιακής και θα παραμείνουν απόλυτα εμπιστευτικά, σύμφωνα με τους κανόνες GDPR.

* Απαιτείται

1. Φύλο *

- Άντρας
- Γυναίκα

2. Ηλικία *

- 18-29

- 30-50
- 51+

3. Επίπεδο Εκπαίδευσης *

- Βασικές Σπουδές (Ως Γυμνάσιο)
- Λύκειο
- Μεταλυκειακές Σπουδές (Εκτός Πανεπιστήμιο/ΤΕΙ)
- Πανεπιστήμιο/ΤΕΙ
- Μεταπτυχιακές/Διδακτορικές Σπουδές

4. Οικογενειακή Κατάσταση *

- Άγαμος/η
- Έγγαμος/η
- Επάγγελμα *
- Άνεργος/η
- Φοιτητής/Φοιτήτρια
- Μισθωτός/ή
- Αυτοαπασχολούμενος/η

6. Μηνιαίο Εισόδημα *

- 0-500
- 501-1000
- >1000

7. "Είμαι μισθωτός/ή από επιλογή μου" (1 διαφωνώ απόλυτα, 5 συμφωνώ απόλυτα)

8. "Είμαι αυτοαπασχολούμενος/η από επιλογή μου" (1 διαφωνώ απόλυτα, 5 συμφωνώ απόλυτα)

9. Έχετε ποτέ σκεφθεί να ιδρύσετε τη δική σας επιχείρηση; *

- Καθόλου
- Λίγο
- Αρκετά
- Πολύ
- Πάρα Πολύ

10. Εκτιμήστε τη πιθανότητα να ιδρύσετε τη δική σας επιχείρηση μέσα στους επόμενους 12 μήνες *

- 0%
- 25%
- 50%
- 75%
- Μεγαλύτερη του 75%

11. Πόσο δύσκολο νομίζετε ότι είναι να ιδρύσετε μια επιχείρηση; *

- Καθόλου

- Λίγο
- Αρκετά
- Πολύ
- Πάρα Πολύ

12. Πόσο σημαντικά θεωρείται πως είναι για την επιτυχία ενός επιχειρηματία χαρακτηριστικά όπως: (μπορούν να επιλεγούν μέχρι και τρία χαρακτηριστικά ταυτόχρονα) *

- Η αποφασιστικότητα
- Η τιμιότητα
- Η εξυπνάδα/ευστροφία
- Ο ενθουσιασμός
- Η ανάληψη κινδύνων
- Το να είναι αδίστακτος
- Η υπαρξη οράματος
- Η ευελιξία
- Η δημιουργικότητα

13. Θα αποφασίζατε να δραστηριοποιηθείτε επιχειρηματικά για: (μπορούν να επιλεγούν μέχρι και τρία χαρακτηριστικά ταυτόχρονα) *

- Υψηλό Εισόδημα
- Σταθερό Εισόδημα
- Κοινωνική Καταξίωση
- Απόδειξη Αξίας
- Έλεγχος
- Απόλαυση
- Εφαρμογή Ιδεών
- Ευελιξία και ρύθμιση ωρών και συνθηκών εργασίας
- Αξιοποίηση Προσόντων

14. Θα διστάζατε να δραστηριοποιηθείτε επιχειρηματικά λόγω: (μπορούν να επιλεγούν μέχρι και τρία χαρακτηριστικά ταυτόχρονα) *

- Έλλειψης Κεφαλαίων
- Φόρτου Εργασίας
- Κοινωνικού Στιγματισμού σε περίπτωση αποτυχίας
- Μη Επιθυμίας Ανάληψης Ρίσκου
- Φόβου Οικονομικής Αποτυχίας
- Έλλειψης Απαιτούμενων Ικανοτήτων
- Ανταγωνισμού
- Γραφειοκρατίας
- Ασταθούς Οικονομικού Περιβάλλοντος

15. Για τη δημιουργία της δικής σας επιχείρησης θα θέλατε υποστήριξη κυρίως: *

- Στο σχεδιασμό
- Στη λειτουργία

- Στην εξεύρεση χρηματοδότησης
- Στην εξεύρεση κατάλληλου προσωπικού
- Άλλο:

16. Πιστεύετε ότι: *

Δεν το πιστεύω καθόλου Δεν το πιστεύω Ουδέτερη στάση Το πιστεύω Το πιστεύω
απόλυτα

- Είναι εύκολο για σας να ιδρύσετε μια επιχείρηση
- Είστε προετοιμασμένος/η να ιδρύσετε μια βιώσιμη επιχείρηση
- Μπορείτε να ελέγξετε τη διαδικασία δημιουργίας μιας νέας επιχείρησης
- Γνωρίζετε πως να αναπτύξετε ένα επιχειρηματικό σχέδιο
- Θα είχατε μεγάλη πιθανότητα επιτυχίας
- Είναι εύκολο για σας να διατηρήσετε μια επιχείρηση
- Είναι εύκολο για σας να ιδρύσετε μια επιχείρηση
- Είστε προετοιμασμένος/η να ιδρύσετε μια βιώσιμη επιχείρηση
- Μπορείτε να ελέγξετε τη διαδικασία δημιουργίας μιας νέας επιχείρησης
- Γνωρίζετε πως να αναπτύξετε ένα επιχειρηματικό σχέδιο
- Θα είχατε μεγάλη πιθανότητα επιτυχίας
- Είναι εύκολο για σας να διατηρήσετε μια επιχείρηση

17. Πιστεύετε ότι διαθέτετε: *

Δεν το πιστεύω καθόλου Δεν το πιστεύω Ουδέτερη στάση Το πιστεύω Το πιστεύω
απόλυτα

- Δημιουργικότητα
- Ικανότητα Επίλυσης Προβλημάτων
- Ικανότητες ηγεσίας και επικοινωνίας
- Ικανότητα ανάπτυξης νέων προϊόντων και υπηρεσιών
- Ικανότητες συνεργασίας/δικτύωσης με άλλα άτομα και φορείς
- Δημιουργικότητα
- Ικανότητα Επίλυσης Προβλημάτων
- Ικανότητες ηγεσίας και επικοινωνίας
- Ικανότητα ανάπτυξης νέων προϊόντων και υπηρεσιών
- Ικανότητες συνεργασίας/δικτύωσης με άλλα άτομα και φορείς

18. Μεταξύ αντρών και γυναικών, οι άντρες *

- Έχουν μεγαλύτερη επιθυμία να γίνουν επιχειρηματίες
- Δίνουν μεγαλύτερη σημασία στο τι πιστεύουν οι άλλοι
- Είναι πιο ικανοί για να γίνουν επιχειρηματίες
- Είναι πιο πιθανό να γίνουν επιχειρηματίες
- Είναι πιο πιθανό να γίνουν μισθωτοί
- Είναι πιο εύκολο να γίνουν επιχειρηματίες