

ΤΕΙ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

**ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: ΜΠΑΚΑ ΜΑΡΙΑ & ΦΕΥΓΑ ΦΩΤΕΙΝΗ & ΚΑΠΠΟΥ ΜΑΡΙΝΑ-
ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ**

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΒΑΦΕΙΑΔΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ

ΠΑΤΡΑ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2016

Περιεχόμενα

Περίληψη.....	4
---------------	---

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

1.1 Η έννοια της επιχειρηματικότητας.....	5
1.2 Τα είδη της επιχειρηματικότητας.....	10
1.3 Επιχειρηματικότητα και ανάπτυξη.....	12
1.4 Επιχειρηματικότητα, ανάπτυξη και αυτοαπασχόληση στην Ελλάδα.....	15
1.5 Κοινωνική επιχειρηματικότητα.....	18

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

2.1 Οι οργανισμοί αξιολόγησης της επιχειρηματικότητας.....	23
2.2 Χαρακτηριστικά μεγέθη της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα.....	25
2.3 Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα σε σύγκριση με άλλες οικονομίες.....	31
2.4 Το θεσμικό πλαίσιο για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.....	37

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ

3.1 Οι δείκτες του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας (GEM).....	39
3.2 Οι δείκτες επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ευρωπαϊκή Ένωση το 2014.....	43
3.3 Οι δείκτες επιχειρηματικής νοοτροπίας στην Ευρωπαϊκή Ένωση το 2014.....	48
3.4 Η προώθηση της επιχειρηματικότητας στην Ευρωπαϊκή Ένωση.....	50

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

4.1 Πως μπορεί να ενισχυθεί η νεανική επιχειρηματικότητα.....	52
4.2 Προγράμματα εκπαίδευσης για στην επιχειρηματικότητα σε χώρες της ΕΕ.....	55
4.3 Είδη καινοτομίας.....	57
4.4 Η καινοτομία στην Ευρωπαϊκή Ένωση.....	59
4.5 Η καινοτομία στην Ελλάδα ενάντια στην οικονομική κρίση.....	63

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

5.1 Κοινωνικές επιχειρήσεις, τι είναι, ποιος είναι ο σκοπός τους και πως προέκυψε η ανάγκη για τη δημιουργία τους.....	65
5.2 Κοινωνική οικονομία και επιχειρηματικότητα.....	67
5.3 Τα κύρια χαρακτηριστικά των φορέων κοινωνικής οικονομίας.....	68
5.4 Οι βασικότερες μορφές κοινωνικών επιχειρήσεων.....	71
5.5 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα των κοινωνικών επιχειρήσεων.....	75
5.6 Η κοινωνική οικονομία στην Ελλάδα.....	82
5.7 Παραδείγματα κοινωνικών επιχειρήσεων σε Ελλάδα και Ευρώπη.....	85

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

6.1 Μεθοδολογία.....	95
6.2 Δομή ερωτηματολογίου.....	96
6.3 Αποτελέσματα.....	100

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....115

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....118

Περίληψη

Σκοπός της παρούσας εργασία είναι να γίνει μια ανασκόπηση στην επιχειρηματικότητα της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης , να αναλυθούν τα στατιστικά στοιχεία και τέλος να γίνει μια έρευνα μέσω ερωτηματολογίου ώστε να εξετάσουμε εκτενέστερα την επιχειρηματική νοοτροπία στην Ελλάδα. Η βιβλιογραφία που θα χρησιμοποιηθεί είναι από τους αρμόδιους οργανισμούς για την επιχειρηματικότητα , γι' αυτό κι είναι περιορισμένη.

Στο πρώτο κεφάλαιο θα γίνει μια εισαγωγή στην έννοια της επιχειρηματικότητας και των βασικών χαρακτηριστικών της. Στο υποκεφάλαιο 1.2 θα αναλύσουμε τα είδη επιχειρηματικότητας μέσα από διάφορες οπτικές. Θα γίνει μια αναφορά στην επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα και τέλος θα αναφερθούμε στην κοινωνική επιχειρηματικότητα.

Στο δεύτερο κεφάλαιο θα αναλύσουμε την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα εκτενώς. Οι δύο κύριες βιβλιογραφικές πηγές είναι το GEM και ο IOBE. Αρχικά θα αναλυθούν αυτοί οι δυο βασικοί οργανισμοί, κατόπιν θα εξετάσουμε τα στατιστικά στοιχεία ης Ελλάδας μόνα τους και συγκριτικά με άλλες οικονομίες. Τέλος , θα γίνει αναφορά στο θεσμικό πλαίσιο για την επιχειρηματικότητα.

Στο τρίτο κεφάλαιο θα γίνει περίπου ότι και στο δεύτερο αλλά αντί για την Ελλάδα , για την ΕΕ. Αρχικά θα αναλύσουμε τους βασικούς δείκτες επιχειρηματικότητας και επιχειρηματικής νοοτροπίας. Ακολούθως θα γίνουν οι αντίστοιχες αναλύσεις.

Το τέταρτο κεφάλαιο είναι αναφορά κυρίως στην ενίσχυση της επιχειρηματικότητας. Θα αναλύσουμε την έννοια της καινοτομίας, της νεανικής επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα και την ΕΕ , καθώς και το θεσμικό πλαίσιο στο οποίο λαμβάνουν χώρα.

Το πέμπτο κεφάλαιο είναι το μέρος της έρευνας. Αναφέρονται η μεθοδολογία, η δομή και τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου.

Τέλος, το έκτο κεφάλαιο είναι τα συμπεράσματα και προτάσεις για μελλοντική έρευνα και ακολουθεί η βιβλιογραφία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Εισαγωγή κεφαλαίου

Στο κεφάλαιο αυτό θα εξετάσουμε την έννοια της επιχειρηματικότητας , τα είδη της επιχειρηματικότητας καθώς και την επίδραση της στην οικονομία και την κοινωνία. Μέσα από έναν αριθμό δεδομένων θα προσπαθήσουμε να εξάγουμε ασφαλή συμπεράσματα για το πώς επηρεάζει την οικονομική ανάπτυξη και το εισόδημα. Θα εξετάσουμε επίσης πως επιδρά η επιχειρηματικότητα στην οικονομική κατάσταση των πλουσίων και των φτωχών εντός των ορίων μιας χώρας. Στο τρίτο υποκεφάλαιο θα δούμε την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα μέσω κάποιων απλών δεικτών και θα τη συνδυάσουμε με την επίδραση της οικονομικής κρίσης. Τέλος, θα γίνει αναφορά στην έννοια της κοινωνικής επιχειρηματικότητας.

1.1 Η έννοια της επιχειρηματικότητας

Η έννοια της επιχειρηματικότητας

Στην καθημερινότητα η επιχειρηματικότητα έχει ταυτιστεί με την δημιουργία νέων επιχειρήσεων. Δεν είναι μόνο αυτό όμως. Στο μυαλό κάθε ανθρώπου έχει ταυτιστεί με την οικονομική ανάπτυξη σε μια κοινωνία. Αυτή η τάση αυτομάτως τη συσχετίζει με τη δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης καθώς και με τη αύξηση του εθνικού πλούτου. Σαν έννοια λοιπόν στην καθημερινότητα η επιχειρηματικότητα είναι μια θετική τάση της κοινωνίας και της οικονομίας που αποτελεί μέρος της συνάρτησης της οικονομικής ευμάρειας σε μια κοινωνία. Ωστόσο , δεν υπάρχει ακριβής ορισμός της επιχειρηματικότητας. Παρακάτω θα δούμε ότι πολλοί οικονομολόγοι ακόμα και ιστορικοί αναλυτές έχουν προσπαθήσει να την προσδιορίσουν. Αυτό συμβαίνει γιατί η επιχειρηματικότητα είναι διαφορετική από περιοχή σε περιοχή και σε διαφορετικό ιστορικό χρόνο. Ακόμα και στο σήμερα υπάρχει τελείως διαφορετικό περιεχόμενο στην επιχειρηματικότητα στις ΗΠΑ , στην Αφρική ή για παράδειγμα στην Κίνα.

Ίσως το χαρακτηριστικό που προσδιορίζει την επιχειρηματικότητα σε κάθε της έκφανση είναι το ρίσκο που πρέπει να πάρει ο επιχειρηματίας ώστε να έχει κάποιο

κέρδος. Γενικά υπάρχουν κάποια βασικά χαρακτηριστικά που μπορούμε να αναγνωρίσουμε σε κάθε είδος επιχειρηματικότητας.

- Ο επιχειρηματίας έχει τον έλεγχο της οργάνωσης για την παραγωγή αγαθών ή υπηρεσιών
- Η επιχειρηματικότητα συχνά σημαίνει και εισαγωγή κάποιας καινοτομίας. Υπάρχει ιδιαίτερη σχέση μεταξύ των δυο που θα συζητηθεί εκτενώς παρακάτω
- Η επιχειρηματικότητα εμπεριέχει κάποιο ρίσκο
- Ο επιχειρηματίας πρέπει να αξιοποιεί την ευκαιρία όταν την βλέπει. Πρέπει επίσης να αναγνωρίζει τη ζήτηση που έχει η αγορά για ένα προϊόν ή μια υπηρεσία , ή να δημιουργεί ζήτηση

Ο επιχειρηματίας επίσης πρέπει να διαχειρίζεται σωστά τους πόρους του και το ανθρώπινο δυναμικό της επιχείρησής του. Η οργάνωση μιας άρτια στελεχωμένης επιχείρησης είναι μια δύσκολη διαδικασία, πόσο μάλλον όταν η επιχείρηση πρέπει να λειτουργεί κάτω από συγκεκριμένο προϋπολογισμό. Ο επιχειρηματίας καλείται να βρει τη μέθοδο με το μικρότερο κόστος λειτουργίας της επιχείρησης ενώ ταυτόχρονα να μεγιστοποιεί το κέρδος. Πρέπει όμως και να βρει και τα άτομα με τις κατάλληλες γνώσεις και δεξιότητες που θα στελεχώσουν της επιχείρησης. Αυτές τις κρίσιμες αποφάσεις που σε μεγάλο βαθμό καθορίζουν την επιτυχία ή όχι , καλείται να τις πάρει ο επιχειρηματίας (Gutterman, 2012) .

Η ζήτηση στην αγορά δεν είναι τίποτα παραπάνω από κάλυψη των αναγκών και των επιθυμιών των καταναλωτών. Μπορεί οι ανάγκες να είναι συγκεκριμένες αλλά οι ανθρώπινες επιθυμίες είναι απεριόριστες. Ο επιχειρηματίας καλείται να βρίσκει συνεχώς νέους τρόπους κάλυψης των αναγκών και των επιθυμιών ή ακόμα και δημιουργίας νέων επιθυμιών. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω της παραγωγής κάποιας καινοτομίας. Η καινοτομία στην αγορά σημαίνει :

- Δημιουργία κάποιου νέου προϊόντος
- Βελτίωση κάποιου παλαιού προϊόντος
- Δημιουργία μιας νέας αγοράς
- Να χρησιμοποιείται μια νέα μέθοδος παραγωγής κάποιου προϊόντος
- Τέλος, κάποια βελτιωμένη μορφή οργάνωσης μιας επιχείρησης

Όπως ήδη είπαμε η επιχειρηματικότητα έχει βασικό χαρακτηριστικό το ρίσκο ως προς κάποιο μελλοντικό όφελος. Αλλά η διαχείριση αυτού του κινδύνου είναι που καθιστά μια επένδυση επιτυχημένη ή όχι. Ο επιχειρηματίας καλείται να διαχωρίζει και να επιλέγει τα ρίσκα, να πειραματίζεται και να κρίνει την ισορροπία ρίσκου-κέρδους σωστά. Ένα ρίσκο μπορεί να προκύψει από αλλαγή των οικονομικών μεταβλητών ή των κοινωνικών μεταβλητών ή τη φύση της ίδιας της επένδυσης. Ο επιχειρηματίας καλείται να έχει σωστή πληροφόρηση και κρίση προς ανάληψη ενός τέτοιου ρίσκου.

Επίσης πολύ σημαντικό στοιχείο της επιχειρηματικότητας είναι ο επιχειρηματίας να αναγνωρίζει το σωστό χρόνο που θα πάρει το ρίσκο. Ο σωστός χρόνος δράσης είναι αυτό που θα αποκαλούμε ευκαιρία. Ο επιχειρηματίας θα πρέπει να αξιοποιεί τις ευκαιρίες κέρδους που εμφανίζονται λόγω ατέλειας της αγοράς ή ακόμα και να τις δημιουργεί. Οι ευκαιρίες συνήθως είναι μικρής χρονικής διάρκειας ή όταν είναι μεγάλης διάρκειας σε παρατεταμένο χρόνο εμφανίζεται ανταγωνισμός. Ως κάλυψη μιας ευκαιρίας ο επιχειρηματίας δημιουργεί ένα νέο προϊόν ή μια υπηρεσία. Το ίδιο προϊόν σε περίοδο ευκαιρίας ή θα έχει μεγαλύτερη ζήτηση ή υψηλότερη τιμή.

Η έννοια της επιχειρηματικότητας καθιερώθηκε για πρώτη φορά το 1700, και το νόημα της έχει εξελιχθεί αρκετά από τότε. Πολλοί πιστεύουν απλά ότι ισοδυναμεί με την έναρξη μιας επιχείρησης. Οι περισσότεροι οικονομολόγοι πιστεύουν ότι είναι κάτι περισσότερο από αυτό. Για ορισμένους οικονομολόγους, ο επιχειρηματίας είναι εκείνος που είναι πρόθυμος να αναλάβει τον κίνδυνο μιας νέας επιχείρησης εάν υπάρχει σημαντική ευκαιρία για κέρδος. Άλλοι τονίζουν το ρόλο του επιχειρηματία

ως ένα καινοτόμο άτομο που εμπορεύεται την καινοτομία του. Ακόμα άλλοι οικονομολόγοι λένε ότι οι επιχειρηματίες είναι αυτοί που έχουν τη δυνατότητα να αναπτύσσουν νέα προϊόντα ή υπηρεσίες που δεν παρέχονται ενώ υπάρχει ζήτηση από την αγορά. Στον 20ο αιώνα, ο οικονομολόγος Joseph Schumpeter (1883-1950) ερευνήσε το πώς η τάση του επιχειρηματία για καινοτομία και βελτίωση δημιουργεί κοινωνικές και οικονομικές αλλαγές. Ο Schumpeter είδε την επιχειρηματικότητα ως μια δύναμη δημιουργικής καταστροφής. Ο επιχειρηματίας αναπτύσσει νέες μεθόδους κερδοφορίας καθιστώντας ξεπερασμένες τις παλιές μεθόδους. Έτσι πρακτικώς γίνεται αλλαγή στον τρόπο επένδυσης και κερδοφορίας. Άλλοι οικονομολόγοι περιγράφουν τον επιχειρηματία ως κάποιος που πραγματικά ψάχνει για αλλαγή, ανταποκρίνεται σε αυτή, και εκμεταλλεύεται την αλλαγή ως ευκαιρία. Μια γρήγορη ματιά στις αλλαγές που έγιναν στις επικοινωνίες μας δείχνει ακριβώς αυτό : από τις γραφομηχανές περάσαμε σε προσωπικούς υπολογιστές και μετά στο διαδίκτυο, και ο επιχειρηματίας ήταν αυτός που λειτουργούσε ως καταλύτης για την εξέλιξη αυτή.

Οι περισσότεροι οικονομολόγοι σήμερα συμφωνούν ότι η επιχειρηματικότητα είναι ένα απαραίτητο συστατικό για την τόνωση της οικονομικής ανάπτυξης και των ευκαιριών απασχόλησης σε όλες τις κοινωνίες. Στον αναπτυσσόμενο κόσμο, η επιτυχείς μικρές επιχειρήσεις είναι οι κινητήριοι δύναμη δημιουργίας θέσεων απασχόλησης, αύξησης του εισοδήματος και μείωσης της φτώχειας. Ως εκ τούτου, η κυβερνητική στήριξη για την επιχειρηματικότητα είναι μια κρίσιμη στρατηγική για την οικονομική ανάπτυξη. Οι κυβερνήσεις μπορούν να παρέχουν κίνητρα που θα ενθαρρύνουν τους επιχειρηματίες να διακινδυνεύσουν την προσπάθεια νέων επιχειρήσεων . Μεταξύ αυτών είναι οι νόμοι για την επιβολή των δικαιωμάτων ιδιοκτησίας και η ενθάρρυνση ενός ανταγωνιστικού συστήματος αγοράς. Σημαντικό στοιχείο για να εξετάσουμε πότε αναπτύσσεται η επιχειρηματικότητα είναι και η διαφορετική κουλτούρα κάθε κοινωνίας. Τα διαφορετικά επίπεδα της επιχειρηματικότητας μπορεί να προέρχονται από τις πολιτιστικές διαφορές που κάνουν την επιχειρηματικότητα περισσότερο ή λιγότερο κοινωνικά αποδεκτή. Μια αυστηρά ιεραρχική κοινότητα ή μια κοινωνία με θρησκευτικές κάστες , όπου δίνονται μικρές δυνατότητες στο λαό να διεκδικήσει ένα καλύτερο εισόδημα μπορεί να αποθαρρύνει την επιχειρηματικότητα. Μια κουλτούρα ή πολιτική που δέχεται ως ύψιστη αρετή το να είναι κάποιος αυτοδημιούργητος είναι πιο πιθανό να ενθαρρύνει την επιχειρηματικότητα.

Ο επιτυχημένος επιχειρηματίας

Δεν υπάρχει συγκεκριμένο προφίλ για τον επιτυχημένο επιχειρηματία. Οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες μπορεί να έχουν διάφορες ηλικίες, επίπεδα εισοδήματος, φύλο και φυλή. Διαφέρουν ως προς την εκπαίδευση και την εμπειρία. Αλλά η έρευνα δείχνει ότι οι πιο επιτυχημένοι επιχειρηματίες μοιράζονται ορισμένα προσωπικά χαρακτηριστικά, μεταξύ των οποίων: εξυπνάδα, αφοσίωση, αποφασιστικότητα, ευελιξία, ικανότητα για ηγεσία, πάθος και αυτοπεποίθηση αλλά κυρίως δημιουργικότητα. Η δημιουργικότητα είναι η κινητήριος δύναμη που οδηγεί την ανάπτυξη νέων προϊόντων ή υπηρεσιών ή τρόπους για να λειτουργεί κάποιος μια επιχείρηση. Είναι η ώθηση για την καινοτομία και τη συνεχή βελτίωση (Γκαγκάτσιος, 2008).

Η ιστορική ανάλυση της επιχειρηματικότητας

Από το 1980, η επιχειρηματικότητα έχει αναδειχθεί ως ένα θέμα αυξανόμενου ενδιαφέροντος μεταξύ των μελετητών της οικονομίας αλλά και στους κοινωνικούς επιστήμονες. Επίσης έχει αυξηθεί και η ακαδημαϊκή βιβλιογραφία επί του θέματος, ιδιαίτερα σε σχολές διοίκησης επιχειρήσεων. Αυτό το επιστημονικό ενδιαφέρον έχει προέλθει από μια σειρά πρόσφατων εξελίξεων στις ανεπτυγμένες χώρες: τη ζωτικότητα των επιχειρήσεων σε φάση εκκίνησης σε βιομηχανίες υψηλής τεχνολογίας, την επέκταση της χρηματοδότησης επιχειρηματικών κεφαλαίων, καθώς και τις επιτυχίες των συσπειρώσεων μικρότερων εταιριών. Όλοι λοιπόν οι επιστήμονες και οι επενδυτές που ενδιαφέρονται για την επιχειρηματικότητα έτειναν να εστιάζουν την προσοχή τους στη μελέτη της δημιουργίας νέων επιχειρήσεων, η οποία παρέχει μια εύκολα οριοθετημένη βάση για ποσοτική εμπειρική εργασία. Οι μελέτες αυτές χρησιμοποιούν συνήθως μεγάλα σύνολα δεδομένων επιχειρήσεων και απαιτούν αυστηρή μεθοδολογία, αλλά δίνουν λίγη αναλυτική προσοχή στο γεωγραφικό ή χρονικό πλαίσιο για την επιχειρηματική συμπεριφορά. Σε αντίθεση, η ιστορική έρευνα για την επιχειρηματικότητα ξεκίνησε πολύ νωρίτερα, και έχει τις ρίζες της σε διαφορετικά κίνητρα και θεωρητικές ανησυχίες. Η ιστορική μελέτη της επιχειρηματικότητας ασχολείται με την κατανόηση της διαδικασίας των

διαρθρωτικών αλλαγών στην κοινωνία και την ανάπτυξη των οικονομιών. Οι ιστορικοί που ασχολούνται με την επιχειρηματικότητα έχουν επικεντρωθεί στην κατανόηση των υποκειμενικών συνθηκών και τις αιτίες του μετασχηματισμού των επιχειρήσεων, των βιομηχανιών και των οικονομιών. Στην ιστορική ανάλυση συνήθως χρησιμοποιείται ένας διαφορετικός ορισμός της επιχειρηματικότητας. Η επιχειρηματικότητα εδώ χρησιμοποιείται ως η καινοτόμος δραστηριότητα που υπάρχει σε μια κοινωνία μια συγκεκριμένη εποχή καθώς και η επίδρασή της στην οικονομία (Jones & Wadhvani , 2006).

1.2 Τα είδη της επιχειρηματικότητας

Η επιχειρηματικότητα μπορεί να κατηγοριοποιηθεί με διαφορετικούς τρόπους. Κατά την κατηγοριοποίηση που εξετάζει τη σχέση του επιχειρηματία με τα παραγωγικά μέσα υπάρχουν δύο κατηγορίες. Η αμιγής επιχειρηματικότητα και η μικτή επιχειρηματικότητα.

- Η αμιγής επιχειρηματικότητα είναι αυτή όπου ο επιχειρηματίας δεν έχει παραγωγικά μέσα αλλά μόνο την άσκηση μιας ιδέας. Στις περισσότερες περιπτώσεις η αμιγής επιχειρηματικότητα δε περιλαμβάνει μηχανήματα και μισθωτούς υπαλλήλους παρά μόνο τον ίδιο τον επιχειρηματία και την παραγωγική ιδέα που προσβέυει. Παρ' όλα αυτά στην πραγματική οικονομία αυτή η επιχειρηματικότητα ασκείται σπάνια , ή τουλάχιστον κατά ένα μέρος γιατί ο επιχειρηματίας αναθέτει σε διάφορα άτομα την εκπλήρωση κάποιας εργασίας.

- Η μικτή επιχειρηματικότητα ασκείται όταν ο επιχειρηματίας συμμετέχει ως εργάτης ή κεφαλαιούχος στην δραστηριότητα παραγωγής κέρδους. Η μικτή επιχειρηματικότητα χωρίζεται στα δύο αυτά μέρη: την επιχειρηματικότητα εργαζομένων και την επιχειρηματικότητα κεφαλαιούχων. Όταν δεν υπάρχει το εξειδικευμένο εργατικό δυναμικό πολλές φορές ο επιχειρηματίας αναγκάζεται να αναλάβει ένα πόστο της επιχείρησης. Η κατάσταση που ο επιχειρηματίας αναλαμβάνει για διάφορους λόγους μια θέση εργασίας εντός της επιχείρησης την ονομάζουμε μικτή επιχειρηματικότητα εργαζομένων. Όταν ο επιχειρηματίας

συμμετέχει μόνο με την παροχή κεφαλαίων στην επιχείρηση του , έχουμε την περίπτωση μικτής επιχειρηματικότητας κεφαλαιούχων.

Ωστόσο υπάρχουν πολλές μορφές κατηγοριοποίησης της επιχειρηματικότητας. Ο Πετράκης (2004) χωρίζει την επιχειρηματικότητα με βάση την ύπαρξη επιχείρησης ή όχι. Αν υπάρχει ήδη μια επιχείρηση και μέσω αυτής γίνονται επενδύσεις τότε έχουμε την περίπτωση της ενδοεπιχειρηματικότητας , ενώ στη δεύτερη περίπτωση έχουμε δημιουργία μιας νέας επιχείρησης από ένα άτομο που καλείται επιχειρηματίας και δημιουργεί καινούργια αξία. Ακολούθως δημιουργήθηκε και η έννοια του ενδοεπιχειρηματία.

Ερευνητές του ΟΟΣΑ θεωρούν ότι υπάρχουν τρία είδη επιχειρηματικότητας : τεχνολογική , γεωγραφική και κοινωνιολογική επιχειρηματικότητα. Η τεχνολογική επιχειρηματικότητα αναφέρεται στη βελτίωση τεχνολογικά των προϊόντων ή των μέσων παραγωγής των προϊόντων. Για παράδειγμα τα νέα iphone ή οι τηλεοράσεις με ψηφιακό σήμα είναι είδη προϊόντων που παράγονται υπό την τεχνολογική επιχειρηματικότητα . Η γεωγραφική επιχειρηματικότητα αναφέρεται στη μεταφορά μιας τεχνογνωσίας , ενός προϊόντος ή ολόκληρης επιχείρησης σε ένα άλλο μέρος. Για παράδειγμα μια εταιρία μεταφοράς εξωτικών φρούτων στην Ευρώπη ή Τα McDonald's που εξαπλώνονται σε όλο τον κόσμο. Τέλος υπάρχει και η κοινωνιολογική επιχειρηματικότητα όπου αναφέρεται περισσότερο στον τρόπο πώλησης και προώθησης ενός ήδη υπάρχοντος προϊόντος με καινοτόμα μέσα. Με αυτό το είδος επιχειρηματικότητας ασχολείται ένα μεγάλο μέρος του marketing.

Η τελευταία κατηγοριοποίηση της επιχειρηματικότητας και ίσως αυτή που θα ασχοληθούμε περισσότερο σε αυτή την εργασία είναι αυτή των Clamp και Alhamis (2010). Κατά τη θεωρία αυτή υπάρχουν δυο κύρια είδη επιχειρηματικότητας: η παραδοσιακή και η κοινωνική επιχειρηματικότητα . Στην παραδοσιακή επιχειρηματικότητα σκοπός του επιχειρηματία είναι να λάβει το οικονομικό όφελος αναλαμβάνοντας φυσικά το ρίσκο της επένδυσης. Στην κοινωνική επιχειρηματικότητα ο επιχειρηματίας συνδυάζει την παραγωγή κέρδους με τη δημιουργία καλύτερων συνθηκών ζωής για την υπόλοιπη κοινωνία. Χρησιμοποιεί πόρους που παρέχονται στην κοινωνία που φιλοξενεί την επιχείρηση και δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας. Ένα τρίτο αλλά όχι τόσο διαδεδομένο είδος

επιχειρηματικότητα είναι η συνεργατική επιχειρηματικότητα (Erik Stam & André van Stel, 2009).

1.3 Επιχειρηματικότητα και ανάπτυξη

Η επιχειρηματικότητα θεωρείται εδώ και καιρό ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες οικονομικής ανάπτυξης μιας χώρας. Ωστόσο εμπειρικές μελέτες μας δείχνουν ότι δεν έχει παντού την ίδια επίδραση, η οποία μάλιστα δεν είναι και απαραίτητα θετική. Αυτό συμβαίνει γιατί υπάρχει μεγάλη ανομοιογένεια στα είδη επιχειρηματικότητας, όσο και στα οικονομικά πλαίσια στα οποία λαμβάνει χώρα. Μέχρι τώρα στις μελέτες φαινόταν μια ασυμφωνία στην μακροοικονομική και στη μικροοικονομική ανάλυση, κατάσταση η οποία απαγόρευε να βγούνε ασφαλή συμπεράσματα. Πολλά ερωτήματα παραμένουν επίκαιρα για την επιχειρηματικότητα μέχρι και σήμερα. Για παράδειγμα «Τι είδους επιχειρηματικότητα πρέπει να ασκείται για μέγιστη οικονομική ανάπτυξη;» ή «ποια η διαφορά επιχειρηματικότητας μεταξύ των εισοδημάτων εντός μιας χώρας;». Επίσης σημαντικό είναι να τονίσουμε ότι η ανάλυση συνήθως πρέπει να γίνεται στο επίπεδο του κράτους γιατί μόνο μέσω κρατικών μετρήσεων έχουμε ικανοποιητικό αριθμό δεδομένων προς ανάλυση. Αυτό δεν σημαίνει ότι δεν υπάρχουν μεγάλες αποκλίσεις εντός των κρατών, στον τρόπο που επιδρά η επιχειρηματικότητα πάνω τους. Φυσικά, η επιχειρηματικότητα μεταξύ διαφορετικών κρατών είναι σαφώς διαφορετική. Φανταστείτε τις διαφορές στην οικονομία από την επιχειρηματικότητα σε χώρες της ΕΕ ή τις ΗΠΑ με φτωχές χώρες της Αφρικής ή της Λατινικής Αμερικής.

Πριν μιλήσουμε για την επίδραση της επιχειρηματικότητας σε μια οικονομία πρέπει να ορίσουμε την έννοια της ανάπτυξης. Η ανάπτυξη είναι μια ευρεία έννοια που συνεπάγεται την αύξηση των ανθρώπινων ικανοτήτων. Μία από τις κύριες προκλήσεις για τη βελτίωση της οικονομικής ανάπτυξης είναι η ταυτόχρονη αύξηση των προτύπων διαβίωσης για τα άτομα και την ανάπτυξη της οικονομίας στο σύνολό της. Αν και η οικονομική ανάπτυξη είναι από μόνη της είναι ένας στόχος, σημαντικότερη είναι η επίδραση της στη δημιουργία πολιτικής. Παραδοσιακά η οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας θεωρείται ως μια λειτουργία του κεφαλαίου και της εργασίας, σε συνδυασμό με τις τεχνολογικές γνώσεις που διαθέτει η κοινωνία. Η

ανάπτυξη θεωρητικά σταματάει με κρίσεις ή πολέμους , γεγονότα που θεωρούνται ως μη προβλέψιμα. Άρα θεωρούμε την οικονομική ανάπτυξη ως μια συνάρτηση κεφαλαίων που επενδύονται, παραγωγικής εργασίας και τεχνολογικών γνώσεων. Υπάρχουν όμως καινούργια μοντέλα περιγραφής της ανάπτυξης όπου εισάγουν και άλλους παράγοντες , όπως η καινοτομία και η επιχειρηματικότητα . Θα μπορούσαμε να πούμε ότι η συνεχής επένδυση πάνω σε ανθρώπινο δυναμικό δεν θα μπορούσε να συνεχίσει να αναπτύσσεται χωρίς καινοτομίες. Υπάρχουν όμως και σημαντικές ασυμφωνίες στις μελέτες. Πολλοί θεωρούν την επιχειρηματικότητα τον σημαντικότερο παράγοντα ανάπτυξης και πολλοί υποδεέστερο. Η επιχειρηματικότητα όμως έχει μια ιδιαίτερη σχέση με την καινοτομία: είναι ο τρόπος να παραχθεί πλούτος με νέους τρόπους. Σταδιακά ένα μεγάλο μέρος από τα κέρδη από την επιχειρηματικότητα μοιράζονται σε όλο και μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού. Ποια είναι όμως η σχέση επιχειρηματικότητας και καινοτομίας; Στην πραγματικότητα μιλάμε για μια αμφίπλευρη σχέση. Η καινοτομία πολλές φορές παράγεται από την ανάγκη για νέους τρόπους παραγωγής κέρδους και η επιχειρηματικότητα ανατροφοδοτεί με τα κέρδη την παραγωγή νέων καινοτομιών.

Πολλοί συγγραφείς υποστηρίζουν ότι η επιχειρηματικότητα δεν συνεπάγεται αυτομάτως και ανάπτυξη. Για να υπάρξει ανάπτυξη από την επιχειρηματικότητα θα πρέπει να υπάρχουν και οι θεσμοί που οδηγούν προς αυτή την κατεύθυνση. Θα πρέπει να υπάρχει ένα ισχυρό θεσμικό πλαίσιο. Ακόμα και για την ύπαρξη της ίδιας της επιχειρηματικότητας θα πρέπει να υπάρχουν θεσμοί που θα την προστατεύουν. Ένας βασικός επίσημος θεσμός για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας είναι τα δικαιώματα ιδιοκτησίας. Τα ανασφαλή δικαιώματα ιδιοκτησίας αποτελούν ένα σημαντικό εμπόδιο για τις επενδύσεις από επιχειρηματίες σε χώρες με ασταθή πολιτική κατάσταση, ίσως ακόμη περισσότερο και από τους περιορισμούς που θέτει η αγορά. Για παράδειγμα στην Κίνα μέχρι πριν δύο δεκαετίες ήταν παράνομο να λειτουργούν επιχειρήσεις με περισσότερους από επτά υπαλλήλους . Σε πολλές μη ανεπτυγμένες χώρες ο σημαντικότερος παράγοντας που δεν υπάρχει ανάπτυξη είναι ότι χρειάζονται σημαντικές διαρθρωτικές αλλαγές στους θεσμούς του κράτους. Άρα θα μπορούσαμε να πούμε ότι ο σημαντικότερος παράγοντας οικονομικής ανάπτυξης είναι η ύπαρξη κατάλληλων θεσμών , και ακολουθούν τα κεφάλαια, η παραγωγική εργασία και η επιχειρηματικότητα. Πολλές φορές όταν σε μη ανεπτυγμένες χώρες

γίνεται η σωστή αναθεώρηση των θεσμών έχουμε τεράστια ανάπτυξη. Για παράδειγμα η Ινδία έχει μια τρομερά αναπτυσσόμενη αγορά σε υπηρεσίες λογισμικού, η Ταϊβάν σε μπλούζες και η Κολομβία σε άνθη. Το πρόβλημα βέβαια σε αυτές τις περιπτώσεις είναι ότι τα οικονομικά οφέλη δεν μοιράζονται στην κοινωνία με δίκαιο τρόπο αλλά οικειοποιούνται από τους μεγαλοϊδιοκτήτες. Η επιχειρηματικότητα σε χώρες της Αφρικής σε μεγάλο βαθμό δεν δημιούργησε κοινωνικά οφέλη αλλά γύρισε τα εργασιακά δικαιώματα πολλά χρόνια πίσω. Εδώ λοιπόν πρέπει να πούμε ότι η επιχειρηματικότητα θα πρέπει να προέρχεται από ένα μεγάλο εύρος κεφαλαιούχων αλλά και από τα χαμηλότερα οικονομικά στρώματα της κοινωνίας ώστε να προωθεί την κοινωνική ευημερία. Σε προηγμένες καπιταλιστικά οικονομίες η καινοτομία μπορεί να παραχθεί από μεγάλες εταιρίες με τεράστια κεφάλαια αλλά επίσης και από μικρούς ανεξάρτητους επενδυτές. Στις αναπτυσσόμενες οικονομίες φαίνεται ότι υπάρχει έλλειψη μέσης επιχειρηματικότητας, γεγονός που μας δείχνει ότι ίσως είναι βασικός παράγοντας για την οικονομική ανάπτυξή τους (Σουρλαντζή, 2012).

Οι δείκτες επιχειρηματικότητας

Η επιχειρηματικότητα σε μια κοινωνία μπορεί να προσδιοριστεί από δυο βασικούς δείκτες. Το ποσοστό αυτοαπασχόλησης και τη δημιουργία νέων εταιριών. Ενώ στις προηγμένες χώρες η αυτοαπασχόληση υπάρχει κυρίως για την παραγωγή μεγαλύτερου κέρδους στις αναπτυσσόμενες χώρες υπάρχει κυρίως από ανάγκη ή από έλλειψη θέσεων μισθωτής εργασίας. Οι περισσότεροι επιχειρηματίες σε αυτές τις οικονομίες δεν θα ξεκινήσουν μια επιχείρηση επειδή επιθυμούν την ανεξαρτησία τους ή γιατί θέλουν να αυξήσουν το εισόδημά τους σε σύγκριση με την ιδιότητα του υπαλλήλου, τα οποία είναι τα κυρίαρχα κίνητρα στις πλούσιες χώρες. Αυτό αντικατοπτρίζεται στη διαπίστωση ότι στις φτωχές χώρες οι αυτοαπασχολούμενοι είναι λιγότερο ευχαριστημένοι από τους εργαζόμενους, ενώ το αντίθετο συμβαίνει στις χώρες υψηλού εισοδήματος.

1.4 Επιχειρηματικότητα, ανάπτυξη και αυτοαπασχόληση στην Ελλάδα

Στο συγκεκριμένο υποκεφάλαιο θα εξετάσουμε τα επίπεδα της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα την τελευταία δεκαετία. Η περίπτωση της Ελλάδας παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον λόγω των περίπλοκων κοινωνικών και οικονομικών μεταβολών. Για να δούμε ποια είναι η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα θα κοιτάξουμε τους βασικούς ποιοτικούς δείκτες επιχειρηματικότητας δηλαδή , τον αριθμό νέων επιχειρήσεων ανά έτος και το ποσοστό αυτοαπασχόλησης σε σύγκριση με το συνολικό ποσοστό απασχόλησης. Ταυτόχρονα θα δούμε και την ανάπτυξη που υπήρξε τα ίδια έτη μέσω των δύο πιο χαρακτηριστικών μεγεθών ανάπτυξης: του ΑΕΠ και της μεταβολής τοις εκατό του ΑΕΠ ανά έτος.

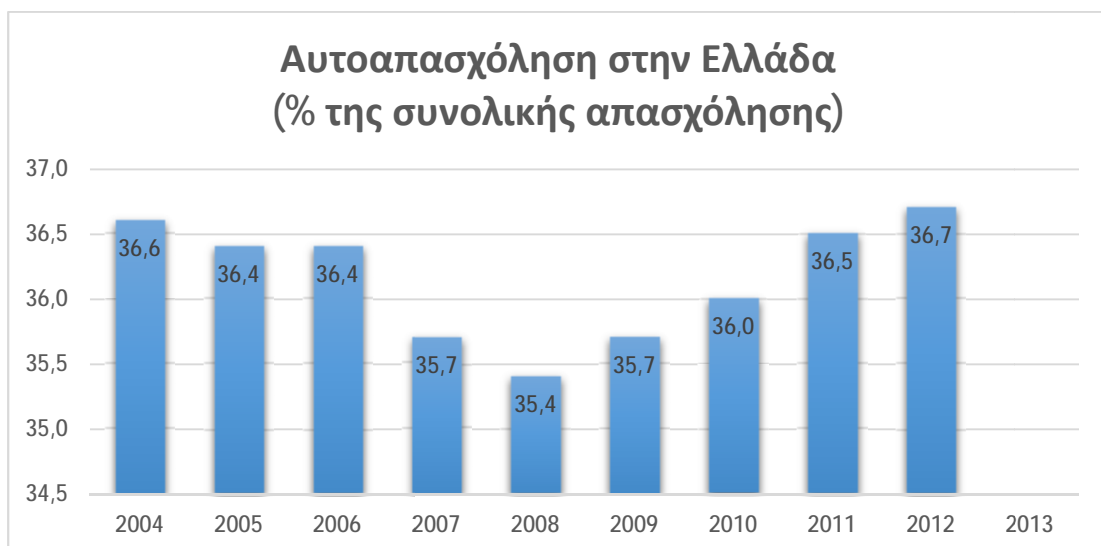
Έτος	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Αριθμός νέων επιχειρήσεων	5513	5159	7585	8403	6429	6332	5761			
Αυτοαπασχόληση (% της συνολικής απασχόλησης)	36,6	36,4	36,4	35,7	35,4	35,7	36,0	36,5	36,7	
Ρυθμός μεταβολής του ΑΕΠ (ετησίως %)	4,95	0,89	5,81	3,54	-0,44	-4,39	-5,44	-8,86	-6,57	-3,31
ΑΕΠ (σε δις δολάρια)	239	247	273	318	354	329	299	288	249	242

Πίνακας 1.1 . Στο συγκεκριμένο πίνακα βλέπουμε τη μεταβολή τεσσάρων μεγεθών κατά τα έτη 2003 έως 2013. Τα μεγέθη αυτά είναι ο αριθμός νέων επιχειρήσεων , το ποσοστό αυτοαπασχόλησης , το ποσοστό αυτοαπασχόλησης σε σύγκριση με το συνολικό ποσοστό απασχόλησης , το ΑΕΠ και τη μεταβολή τοις εκατό του ΑΕΠ ανά έτος.



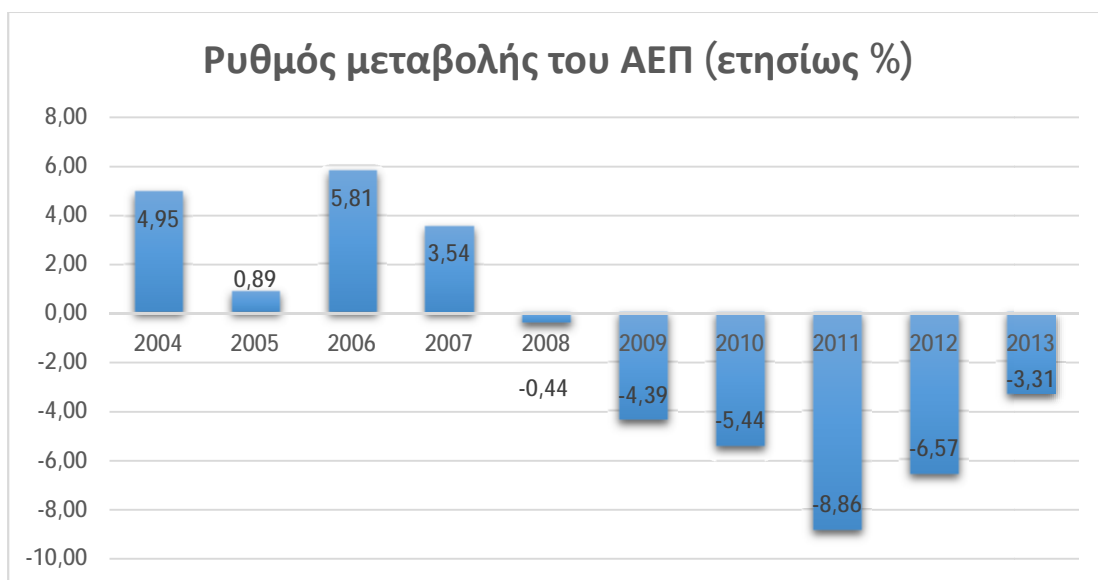
Σχήμα 1.1 Ο αριθμός νέων επιχειρήσεων στην Ελλάδα κατά τα έτη 2003 έως 2013. Τα δεδομένα της Παγκόσμιας Τράπεζας δεν εμπεριέχουν τιμές από το 2011 και μετά.

Ενώ μέχρι το 2007 υπήρχε ανοδική τάση, είναι εμφανές ότι μετά το 2008 δηλαδή κατά την έναρξη της οικονομικής κρίσης ο αριθμός νέων επιχειρήσεων στην Ελλάδα άρχισε να πέφτει απότομα. Ταυτόχρονα στην Ελλάδα μετά το 2008 μπορεί εύκολα να βρει κάποιος στοιχεία που επιβεβαιώνουν ότι πολλές επιχειρήσεις έκλεισαν. Τα στοιχεία αυτά αποτελούν σοβαρές ενδείξεις για πτώση της επιχειρηματικότητας από το 2008 και μετά.



Σχήμα 1.2 Το ποσοστό αυτοαπασχόλησης σε σύγκριση με το συνολικό ποσοστό απασχόλησης στην Ελλάδα κατά τα έτη 2003 έως 2013. Τα δεδομένα της Παγκόσμιας Τράπεζας δεν εμπεριέχουν τιμή για το 2013.

Η αυτοαπασχόληση από μόνη της είναι ένας σημαντικός δείκτης επιχειρηματικότητας χωρίς όμως να σημαίνει ότι υψηλή αυτοαπασχόληση σημαίνει και απαραίτητα υψηλή επιχειρηματικότητα. Όπως είδαμε πολλές χώρες της Αφρικής έχουν υψηλά ποσοστά αυτοαπασχόλησης χωρίς επιχειρηματικότητα αλλά ως έλλειψη μισθωτής εργασίας. Στο συγκεκριμένο γράφημα βλέπουμε μια αναμενόμενη τάση. Μετά το 2008 υπάρχει εμφανής αύξηση της αυτοαπασχόλησης. Αυτή η τάση μπορεί να έχει πολλές και διαφορετικές εξηγήσεις. Αφού δεν συνδυάζεται από δημιουργία νέων επιχειρήσεων πιθανώς να σημαίνει μείωση του ποσοστού ατόμων που δούλευαν ως εργάτες.



Σχήμα 1.3 Ο ρυθμός μεταβολής του ΑΕΠ στην Ελλάδα κατά τα έτη 2003 έως 2013 .

Ίσως ο πιο χαρακτηριστικός δείκτης ανάπτυξης είναι ο ρυθμός μεταβολής του ΑΕΠ ανά έτος τοις εκατό. Στο γράφημα είναι σαφές ότι μετά το 2008 υπάρχει σημαντική πτωτική τάση του ΑΕΠ , ιδιαίτερα το 2011. Μετά το 2011 η ύφεση συνεχίζεται αλλά με μικρότερο ρυθμό (The World Bank: Data).

1.5 Κοινωνική επιχειρηματικότητα

Είναι αρκετά δύσκολο να οριστεί η κοινωνική επιχειρηματικότητα. Ο όρος είναι σχετικά νέος και η ακαδημαϊκή κοινότητα πρόσφατα άρχισε να τον ενσωματώνει. Ενώ ένα άτομο ως κοινωνικός επιχειρηματίας μπορεί να διευκρινιστεί σχετικά εύκολα, είναι αρκετά δύσκολο να ορίσουμε ποια είδη επιχειρηματικότητα εμπίπτουν στο φάσμα της κοινωνικής πράξης. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι μια έννοια που χρειάζεται έναν κοινώς αποδεκτό ορισμό και όχι να έχει τη χρήση του σήμερα που την καθιστά ασαφή. Άρα λοιπόν θα πρέπει πρώτα να προσδιοριστούν τα όρια της κοινωνικά προσανατολισμένης δραστηριότητας και να συνδεθούν με την επιχειρηματικότητα.

Οι περισσότεροι οικονομολόγοι και πανεπιστημιακοί υποστηρίζουν την ιδέα ότι η επιχειρηματικότητα γίνεται ένας όλο και πιο κρίσιμος παράγοντας για την ανάπτυξη και την ευημερία των κοινωνιών. Είτε οι επιχειρηματικές δραστηριότητες ασκούνται με γνώμονα την οικονομική αποτελεσματικότητα, ή με γνώμονα την καινοτομία, τα τελικά αποτελέσματα συνεχίζουν να εμφανίζουν χαμηλότερα ποσοστά ανεργίας και αυξημένη τάση για την υιοθέτηση της καινοτομίας, όπως επίσης και επιτάχυνση των διαρθρωτικών αλλαγών στην οικονομία. Η επιχειρηματικότητα προσφέρει ανταγωνισμό, και ως εκ τούτου προωθεί την βελτίωση της παραγωγικότητας και της υγιούς οικονομικής ανταγωνιστικότητας. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι το πεδίο στο οποίο οι επιχειρηματίες προσαρμόζουν τις δραστηριότητες τους, ώστε να συνδέονται άμεσα με τη δημιουργία κοινωνικής αξίας. Με τον τρόπο αυτό, πολύ συχνά οι επιχειρηματίες δρουν με ελάχιστη ή καμία πρόθεση να αποκομίσουν προσωπικά κέρδη. Ένας κοινωνικός επιχειρηματίας συνδυάζει το πάθος μιας κοινωνικής υπηρεσίας με τα πλεονεκτήματα των επιχειρήσεων όπως την καινοτομία και την αποφασιστικότητα. Η χρήση του όρου κοινωνική επιχειρηματικότητα αποκτά αυξημένη δημοτικότητα. Ωστόσο, η σύγχυση και η ασάφεια δείχνουν ότι υπάρχει ανάγκη να καθοριστεί καλύτερα τι σημαίνει ο όρος κοινωνικός επιχειρηματίας.

Πώς οι κοινωνικοί επιχειρηματίες δρουν διαφορετικά από άλλους επιχειρηματίες;

Αν δρουν χωρίς ή με ελάχιστο όφελος οι κοινωνικοί επιχειρηματίες σε τι διαφέρουν από τους κοινωνικούς λειτουργούς;

Τι συνιστά κοινωνική επιχειρηματικότητα και τι όχι;

Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να δούμε κάποια χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας και πως αυτά παίρνουν άλλη μορφή στην κοινωνική επιχειρηματικότητα.

Χαρακτηριστικά της Επιχειρηματικότητας

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα πρέπει να ορίζεται κατά τρόπο που να είναι συνεπής με όσα είναι γνωστά ήδη για την επιχειρηματικότητα. Αυτή η ενότητα προσδιορίζει τα χαρακτηριστικά του επιχειρηματία. Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία της διαχείρισης των επιχειρήσεων, επιχειρηματικότητα είναι ένα σύνολο δραστηριοτήτων που διεξάγονται από άτομα με σκοπό να μεγιστοποιήσουν το κέρδος. Ως εκ τούτου, η διαδικασία είναι στενά συνδεδεμένη με το οικονομικό όφελος. Ωστόσο εδώ υπάρχει μια ασυμφωνία, είναι διαφορετικός ο επιχειρηματίας που καλύπτει ανάγκες και διαφορετικός αυτός που δημιουργεί. Οι επιχειρηματίες είναι αντιληπτοί ως άτομα που βλέπουν τον κόσμο με διαφορετικό τρόπο. Εκμεταλλεύονται τις ευκαιρίες που για πολλούς περνούν απαρατήρητες. Επίσης ο επιχειρηματίας αντιλαμβάνεται τον κίνδυνο διαφορετικά από τους άλλους.

Χαρακτηριστικά του Κοινωνικού Επιχειρηματία

Το ενδιαφέρον για κοινωνικούς επιχειρηματίες πηγάζει από το ρόλο τους στην αντιμετώπιση κρίσιμων κοινωνικών προβλημάτων και τη βελτίωση της ευημερίας των πολιτών. Στο υπόλοιπο κόσμο οι κοινωνικοί επιχειρηματίες συχνά χαίρουν μεγάλης εκτίμησης λόγω της πληθώρας των κοινωνικών αναγκών που ικανοποιούν και την ποιότητα ζωής που παρέχουν σε πληγείσες κοινωνίες. Κατά τη σύγκριση των χαρακτηριστικών των επιχειρηματιών με των κοινωνικών επιχειρηματιών βλέπουμε ότι ο απώτερος στόχος των επιχειρηματιών γενικά είναι η δημιουργία οικονομικού πλούτου, ενώ για έναν κοινωνικό επιχειρηματία, η προτεραιότητα του είναι η

εκπλήρωση της κοινωνικής αποστολής του. Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες σχεδιάζουν στρατηγικές ώστε να εξυπηρετούν άμεσα την αποστολή τους και να δημιουργούν κοινωνική αξία (Νικολάου, 2013).

Ορισμός της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας

Ο επικρατέστερος ορισμός της κοινωνικής επιχειρηματικότητας είναι: η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι μια δραστηριότητα που χρησιμοποιεί ένα σύνολο επιχειρηματικών συμπεριφορών για να παρέχει μια κοινωνική αξία στα λιγότερο προνομιούχα στρώματα, όλα μέσω μιας επιχειρηματικά προσανατολισμένης οντότητας που είναι οικονομικά ανεξάρτητη, αυτάρκης και βιώσιμη.

Ο ορισμός αυτός συνδυάζει τέσσερις παράγοντες που καθιστούν την κοινωνική επιχειρηματικότητα διαφορετική από άλλες μορφές επιχειρηματικότητας. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα:

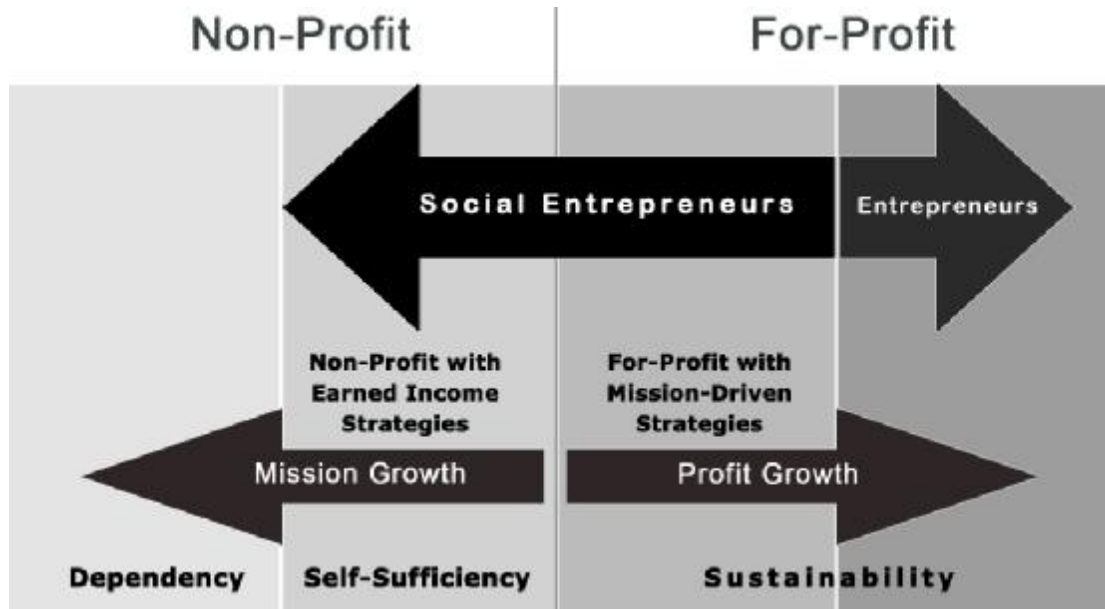
1. Καθοδηγείται από μια κοινωνική αποστολή. Είναι αφιερωμένη στο να υπηρετεί την αποστολή αυτή και να παρέχει μια κοινωνική αξία.
2. Δρα μεν επιχειρηματικά αλλά μέσω ενός συνδυασμού χαρακτηριστικών που τη διαφοροποιούν από τους άλλους τύπους επιχειρηματικότητας.
3. Είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με μια ισχυρή κουλτούρα καινοτομίας .
4. Συνήθως η κοινωνική επιχειρηματικότητα εκτελείται από οικονομικά ανεξάρτητες οργανώσεις που σχεδιάζουν και εκτελούν στρατηγικές παραγωγής εισοδήματος. Ο στόχος είναι να προσδώσουν την προβλεπόμενη κοινωνική αξία, ενώ να παραμένουν οικονομικά αυτάρκεις. Αυτό επιτυγχάνεται με την ανάμειξη κοινωνικών και κερδοσκοπικών δραστηριοτήτων για την επίτευξη αυτάρκειας, μείωση της εξάρτησης από τις δωρεές και τη χρηματοδότηση της κυβέρνησης και αύξηση των προσδοκιών για μελλοντικό κέρδος (E.E., 2013).

Τα όρια της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας

Όπως συζητήθηκε νωρίτερα, ο όρος κοινωνική επιχειρηματικότητα γίνεται όλο και πιο δημοφιλής, αλλά ταυτόχρονα χρησιμοποιείται και με λάθος τρόπο από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Αυτό είναι εν μέρει λόγω του ότι διάφοροι επιχειρηματίες που κατέχουν σύνθετο δίκτυο οργανισμών συχνά αναδεικνύουν το έργο και τη συνεισφορά τους στην κοινωνία. Ωστόσο, η έλλειψη συναίνεσης σχετικά με τον ορισμό της κοινωνικής επιχειρηματικότητας δημιουργεί αυτή τη σύγχυση. Οι φιλάνθρωποι, οι κοινωνικοί ακτιβιστές, οικολόγοι, και άλλοι κοινωνικά προσανατολισμένοι επαγγελματίες αναφέρονται ως επιχειρηματίες του κοινωνικού τομέα. Είναι σημαντικό να καθοριστεί η λειτουργία της κοινωνικής επιχειρηματικότητας, διαφορετικά από άλλες κοινωνικές δραστηριότητες και προσδιοριστούν τα όρια εντός των οποίων λειτουργούν οι κοινωνικοί επιχειρηματίες. Σύμφωνα με το Skoll Centre for Social Entrepreneurship, ο ορισμός της κοινωνικής επιχειρηματικότητας δεν πρέπει να επεκταθεί σε φιλάνθρωπους, ακτιβιστές, εταιρείες με ιδρύματα ή οργανισμούς που είναι απλά κοινωνικά υπεύθυνοι. Ενώ σε αυτές τις περιπτώσεις υπάρχει κοινωνική συνείδηση ίσως ξεφεύγουν από την έννοια της επιχειρηματικότητας. Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες λειτουργούν εντός των ορίων δύο βασικών επιχειρηματικών στρατηγικών:

1. Είναι μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα αλλά πρέπει να είναι αυτάρκης: μια κοινωνική επιχείρηση εκτελεί υβριδική κοινωνική και εμπορική επιχειρηματικότητα για την επίτευξη της αυτάρκειας. Μια κοινωνική επιχείρηση λειτουργεί ως ένας οργανισμός που έχει τόσο κοινωνικά όσο και εμπορικά έσοδα και τα κέρδη που προκύπτουν χρησιμοποιούνται μόνο για την περαιτέρω βελτίωση της παροχής κοινωνικών υπηρεσιών.
2. Μπορεί να είναι κερδοσκοπικού χαρακτήρα με τις στρατηγικές όμως να καθοδηγούνται από μια κοινωνική αποστολή. Δηλαδή είναι μια επιχείρηση που λειτουργεί με κοινωνικό σκοπό αλλά εκτελεί και κοινωνικές και εμπορικές επιχειρηματικές δραστηριότητες ταυτόχρονα για την επίτευξη της βιωσιμότητας. Σε αυτή την πιθανότητα μια κοινωνική επιχείρηση λειτουργεί ως μια οργάνωση που είναι τόσο κοινωνική όσο και εμπορική, είναι οικονομικά ανεξάρτητη και οι ιδρυτές

και οι επενδυτές μπορούν να επωφεληθούν από χρηματικό όφελος (Wee Liang Tan & Williams John , 2005).



Σχήμα 1.5 Τα κερδοσκοπικά και μη κερδοσκοπικά όρια της κοινωνικής επιχειρηματικότητας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

2.1 Οι οργανισμοί αξιολόγησης της επιχειρηματικότητας

Το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας (GEM)

Ίσως ο πιο έγκυρος θεσμός για την αξιολόγηση της επιχειρηματικότητας παγκοσμίως είναι το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας (GEM) . Γίνεται ετήσια αξιολόγηση των επιχειρηματικών προσδοκιών και δραστηριοτήτων, που πραγματοποιούνται σε πολλά κράτη του κόσμου, τουλάχιστον σε αυτά που δίδονται επαρκή οικονομικά δεδομένα. Η κίνηση αυτή ξεκίνησε το 1999 ως μια ετήσια ανασκόπηση κάποιων βασικών οικονομικών δεικτών επιχειρηματικότητας, μιας έννοιας όχι τόσο ανεπτυγμένης τότε όσο σήμερα . Από τότε το πρόγραμμα επεκτάθηκε και συμπεριέλαβε περισσότερα από ογδόντα πέντε κράτη από όλο τον κόσμο, ενώ ο αριθμός των κρατών συνεχίζει να αυξάνεται κάθε χρόνο. Με αυτό τον τρόπο έγινε ο πλέον επίσημος και αναγνωρίσιμος φορέας μελέτης της επιχειρηματικότητας.

Το GEM διερευνά το ρόλο της επιχειρηματικότητας στην ανάπτυξη μιας οικονομίας , ερευνώντας βασικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας , όπως η νεανική επιχειρηματικότητα και η δημιουργία νέων επιχειρήσεων . Τα στοιχεία από τις έρευνες του GEM, συλλέγονται και υπόκεινται σε επεξεργασία από μια κεντρική ομάδα εμπειρογνομόνων, η οποία διασφαλίζει τόσο την επιστημονική επεξεργασία τους, όσο και τη διευκόλυνση των διακρατικών συγκρίσεων.

Στο πρόγραμμα εξετάζονται διάφοροι παράγοντες όπως τις διαφορές στο επίπεδο της επιχειρηματικής δραστηριότητας μεταξύ των κρατών , ποιοι παράγοντες οδηγούν σε συγκεκριμένα επίπεδα επιχειρηματικότητας , όπως επίσης και οι πολιτικές που μπορούν να ενισχύσουν σε εθνικό επίπεδο την επιχειρηματική δραστηριότητα. Ακόμη, το GEM, θέτει υπό εξέταση και νεότερες και μικρότερες επιχειρήσεις, μελετώντας και τη συμπεριφορά των ατόμων σε σχέση με την έναρξη και διαχείριση

μιας επιχείρησης, παρέχοντας έτσι μια πιο λεπτομερή εικόνα της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Ωστόσο υπάρχει και εθνικός φορέας μελέτης της επιχειρηματικότητας, όπου μπορεί να ασχοληθεί εκτενέστερα και πιο σχολαστικά με την περίπτωση της Ελλάδας.

Το Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE)

Ο αντίστοιχος αυτός φορέας που εξετάζει την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, αλλά συνεργάζεται και με τον GEM είναι το Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE). Πρόκειται για ένα ιδιωτικό, μη κερδοσκοπικό, κοινωφελές ερευνητικό ίδρυμα που ιδρύθηκε το 1975 και έχει δυο βασικούς στόχους: την ανάλυση της ελληνικής οικονομίας μέσω βασικών δεικτών ανάπτυξης και επιχειρηματικότητας και της παροχής αξιόπιστης ενημέρωσης, ανάλυσης και δράσης που μπορεί να είναι χρήσιμα για τη χάραξη οικονομικής πολιτικής. Τα περισσότερα στοιχεία αυτού του κεφαλαίου θα παρθούν από τις έρευνες του IOBE.

Μέσω της ανάλυσης της επιχειρηματικότητας στους βασικούς άξονές της μπορούν να εξαχθούν σημαντικά συμπεράσματα για την ανάλυση της παρούσας οικονομικής κατάστασης της Ελλάδας αλλά και να προβλεφθούν μελλοντικά προβλήματα. Με μια σωστή ερμηνεία των δεδομένων αυτών μπορεί να έχουμε μια καθαρή εικόνα της επιχειρηματικότητας ώστε να μπορέσει να μεταφραστεί σε πολιτική. Στα πλαίσια αυτά, και σύμφωνα με την ιστοσελίδα του στο διαδίκτυο, ο IOBE επιτελεί μία σειρά από λειτουργίες. Συγκεκριμένα, διεξάγει εφαρμοσμένη επιστημονική έρευνα για βασικά διαρθρωτικά και τομεακά προβλήματα της ελληνικής οικονομίας καθώς και για γενικότερα ζητήματα της οικονομικής πολιτικής. Γίνεται ανάλυση των οικονομικών τάσεων στην Ελλάδα τόσο για μικρό όσο και για μεγάλο βάθος χρόνου. Σύμφωνα με το ίδρυμα, η αποστολή του επιτελείται διατηρώντας μία θέση επιστημονικής και ακαδημαϊκής ουδετερότητας.

Η πρωτοβουλία Small Business Act (SBA) της ΕΕ

Η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει επίσης έναν οργανισμό εξέτασης και ελέγχου της επιχειρηματικότητας. Κατά την πρωτοβουλία Small Business Act υπάρχουν δέκα βασικοί άξονες όπου θα πρέπει να στραφούν οι κοινωνικοί και πολιτικοί φορείς για αύξηση της επιχειρηματικότητας.

1. Δημιουργία κατάλληλου περιβάλλοντος επιχειρηματικότητας.
2. Παροχή δεύτερης ευκαιρίας σε έντιμους επιχειρηματίες σε περίπτωση πτώχευσης.
3. Καθορισμός κανόνων για παροχή προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις.
4. Μεγαλύτερη ανταπόκριση της δημόσιας διοίκησης στις ανάγκες τους.
5. Διευκόλυνση της συμμετοχής τους στις δημόσιες συμβάσεις και καλύτερη αξιοποίηση των κρατικών ενισχύσεων.
6. Διευκόλυνση της πρόσβασης τους στις χρηματοδοτήσεις.
7. Υποστήριξη τους ώστε να επωφεληθούν από τις ευκαιρίες της ενιαίας αγοράς.
8. Αναβάθμιση των δεξιοτήτων καθώς και όλων των μορφών καινοτομίας.
9. Δυνατότητα μετατροπής των περιβαλλοντικών προκλήσεων σε ευκαιρίες.
10. Παροχή υποστήριξης ώστε να επωφεληθούν από την διεθνή ανάπτυξη.

2.2 Χαρακτηριστικά μεγέθη της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα

Σε αυτό το υποκεφάλαιο θα εξετάσουμε την πορεία της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα μέσω των βασικών δεικτών που ορίζουν οι αρμόδιοι οργανισμοί. Κατά τον IOBE και τον GEM οι κυριότεροι δείκτες επιχειρηματικότητας σε μια οικονομία είναι:

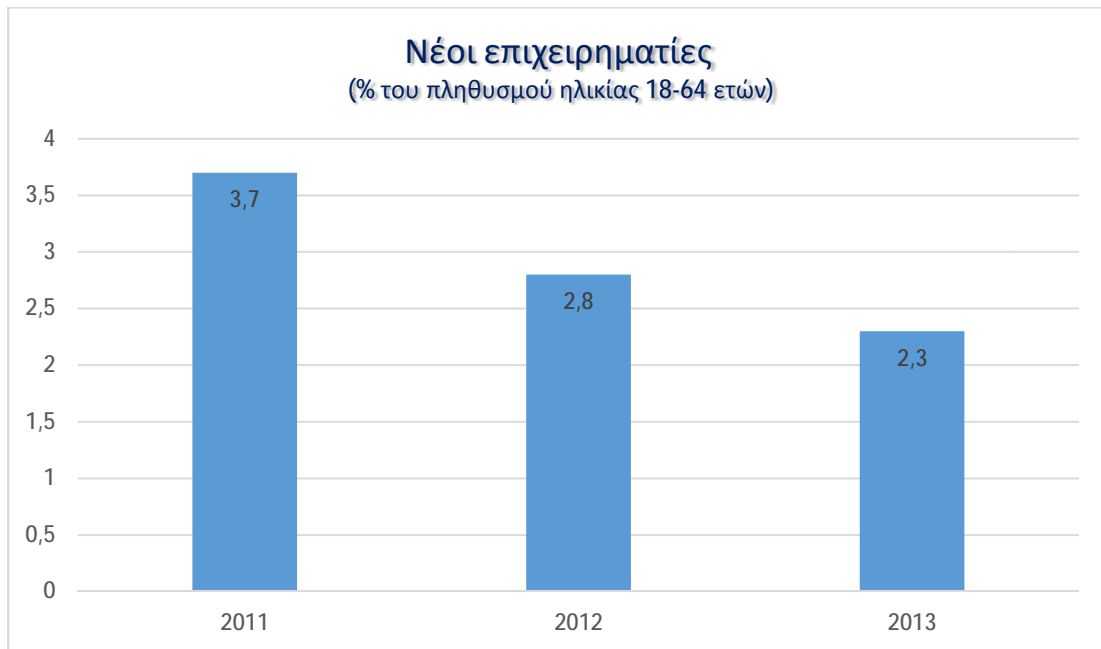
- Ο αριθμός επίδοξων επιχειρηματιών

- Οι νέοι επιχειρηματίες
- Η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων
- Οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες
- Η διακοπή επιχειρηματικής δραστηριότητας

Στον πίνακα 2.1 παρατίθενται αναλυτικά δεδομένα για τα έτη 2011 ως 2013 για τους σημαντικότερους δείκτες επιχειρηματικότητας .

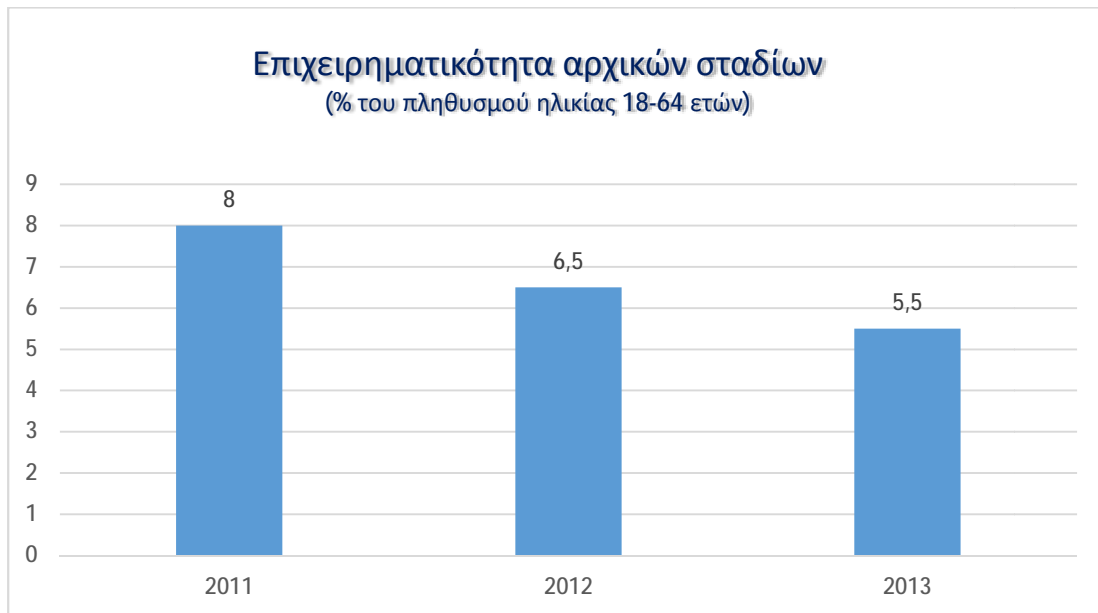
Συμμετοχή στην επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα (% πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών)					
	Επίδοξοι επιχειρηματίες	Νέοι επιχειρηματίες	Επιχ/κότητα αρχικών σταδίων	Καθιερωμένοι επιχειρηματίες	Συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα
2011	4,4	3,7	8	15,8	23,4
2012	3,8	2,8	6,5	12,3	18,4
2013	3,3	2,3	5,5	12,6	18,1

Πίνακας 2.1 Η συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα μέσω των δεικτών: επίδοξοι επιχειρηματίες , νέοι επιχειρηματίες, επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, καθιερωμένοι επιχειρηματίες και συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα(% πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών).



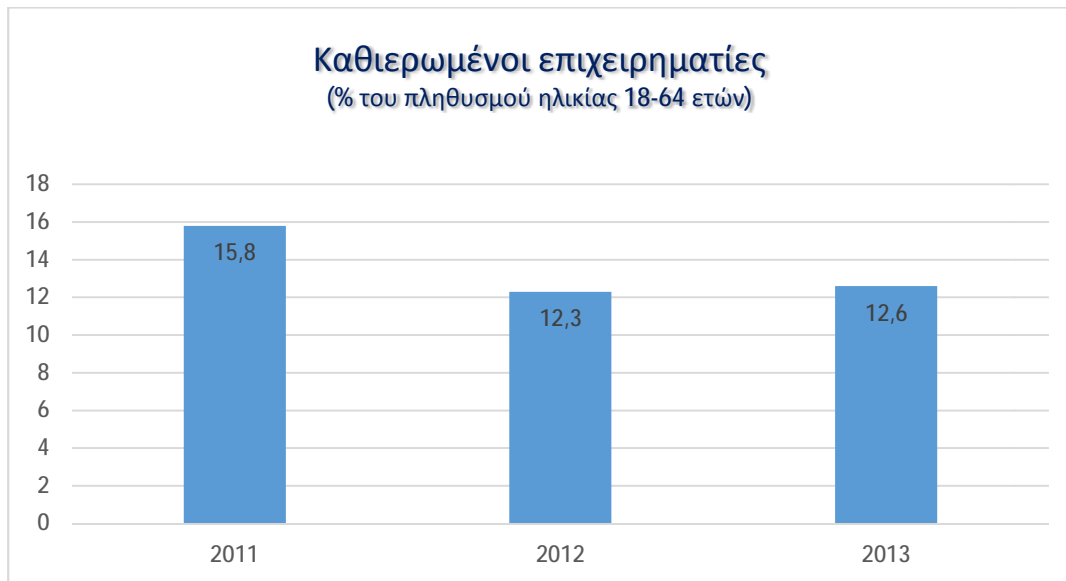
Σχήμα 2.1 Το ποσοστό νέων επιχειρηματιών στην Ελλάδα κατά τα έτη 2011 ως 2013.

Στο παραπάνω σχήμα παρατηρούμε πως επηρέασε η οικονομική κρίση την Ελλάδα σε έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες επιχειρηματικότητας. Υπάρχει σημαντική πτώση του ποσοστού του πληθυσμού που ξεκινούν μια νέα επιχείρηση από το ήδη χαμηλό 3,7 στο 2,3 τοις εκατό. Η Ελλάδα ανέκαθεν είχε χαμηλό ποσοστό νέων επιχειρηματιών ίσως και λόγω του υψηλού ποσοστού καθιερωμένης επιχειρηματικότητας, που όπως θα δούμε παρακάτω είναι από τα υψηλότερα στον κόσμο. Ωστόσο είναι προφανές ότι ο σημαντικότερος παράγοντας πτώσης της νέας επιχειρηματικότητας είναι η ύφεση στην αγορά που κάνει αρκετά δύσπιστο τον κόσμο ώστε να αναλάβει ένα επενδυτικό ρίσκο (Ιωαννίδης & Γιωτόπουλος, 2015).



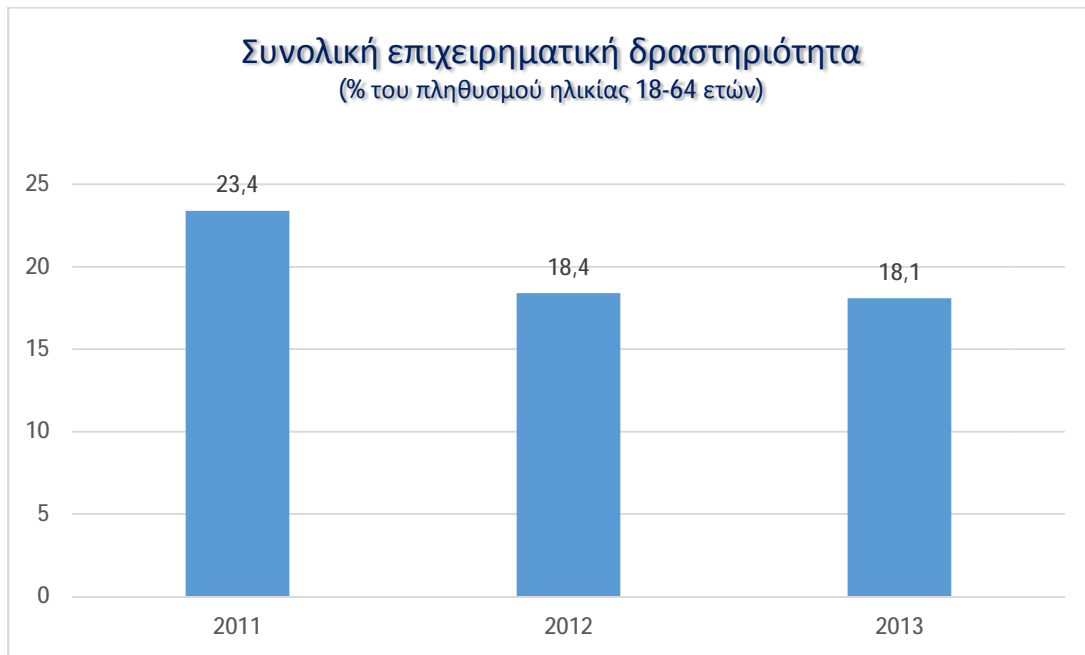
Σχήμα 2.2 Το ποσοστό επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ελλάδα κατά τα έτη 2011 ως 2013.

Η εξέλιξη του δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι η επίδραση της κρίσης μπορεί να μειώσει αρκετά και την επιχειρηματικότητα και των επόμενων ετών. Το διάγραμμα δεν περιλαμβάνει την τιμή του 2010 που ήταν 5,5 %. Ο δείκτης αυτός εμπεριέχει όχι μόνο τις νέες επιχειρήσεις που δημιουργούνται αλλά και τις επιχειρήσεις που κλείνουν , γεγονός που εξηγεί την μεγάλη πτώση τα δυο τελευταία χρόνια . Η διακύμανση ωστόσο αυτή μας δυσκολεύει να εξάγουμε ασφαλή συμπεράσματα , ώστε να εμπίπτει στα όρια του στατιστικού λάθους.



Σχήμα 2.3 Το ποσοστό καθιερωμένων επιχειρηματιών στην Ελλάδα κατά τα έτη 2011 ως 2013.

Η Ελλάδα καταγράφει ένα από τα υψηλότερα ποσοστά καθιερωμένης επιχειρηματικότητας παγκοσμίως. Γνωρίζοντας τη δομή της ελληνικής οικονομίας, με τις πολλές μικρές επιχειρήσεις αυτό μπορεί να θεωρηθεί αναμενόμενο. Ωστόσο, έχει ενδιαφέρον το γεγονός ότι, παρά την ύφεση που μαστίζει την ελληνική οικονομία, το ποσοστό του πληθυσμού που διατηρεί την θέση του ως καθιερωμένοι επιχειρηματίες δεν έχει μεταβληθεί σημαντικά καθ' όλη την διάρκεια της κρίσης. Το 2013 δε παρατηρείται και αύξηση. Αυτή η αύξηση βεβαίως δεν σημαίνει ότι δεν έκλεισαν επιχειρήσεις, αλλά μάλλον ότι το ποσοστό αυτό ανέβηκε λόγω μείωσης της νέας επιχειρηματικότητας και της αύξησης της ανεργίας. Κατά την τελευταία τριετία η πτώση της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας είναι αντίστοιχη της πτώσης του δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων. Αυτό οδηγεί και σε αντίστοιχη πτώση του δείκτη συνολικής επιχειρηματικότητας (Ιωαννίδης & Γιωτόπουλος, 2014).



Σχήμα 2.4 Το ποσοστό του πληθυσμού στην Ελλάδα που ασκεί επιχειρηματική δραστηριότητα κατά τα έτη 2011 ως 2013.

Σε απόλυτους αριθμούς, η συνολική επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα είναι μια δραστηριότητα που αφορά κοντά στα 1,5 εκ. άτομα. Μέχρι το 2011 ο δείκτης συνολικής επιχειρηματικότητας είχε μόνιμη ανοδική τάση . Ακόμα και μετά την κρίση του 2008 η κρίση δεν φαίνεται να είχε επηρεάσει σημαντικά τον συνολικό αριθμό των ατόμων που είχαν κάποια μορφή επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα. Το 2012 ωστόσο και ακολούθως το 2013 παρατηρούμε σημαντική πτώση συνολικής επιχειρηματικότητας στα επίπεδα των ετών πριν το 2007. Η πτώση αυτή όπως είπαμε οφείλεται στην πτώση της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας, στην πτώση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων καθώς και στα χαμηλά επίπεδα νέας επιχειρηματικότητας.

2.3 Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα σε σύγκριση με άλλες οικονομίες

Συμμετοχή στην επιχειρηματική δραστηριότητα ανά χώρα, 2011					
(% πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών)					
Χώρες	Επίδοξοι επιχειρηματίες	Νέοι επιχειρηματίες	Επιχ/κότητα αρχικών σταδίων	Καθιερωμένοι επιχειρηματίες	Συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα
Αυστραλία	6	4,7	10,5	9,1	17,8
Βέλγιο	2,7	3	5,7	6,8	12,2
Τσεχία	5,1	2,7	7,6	5,2	11,8
Δανία	3,1	1,6	4,6	4,9	9
Φινλανδία	3	3,3	6,3	8,8	14
Γαλλία	4,1	1,7	5,7	2,4	7
Γερμανία	3,4	2,4	5,6	5,6	11
Ελλάδα	4,4	3,7	8	15,8	23,4
Ιρλανδία	4,3	3,1	7,2	8	13
Ιαπωνία	3,3	2	5,2	8,3	13,1
Κορέα	2,9	5,1	7,8	10,9	16,6
Ολλανδία	4,3	4,1	8,2	8,7	14,9
Νορβηγία	3,7	3,3	6,9	6,6	13
Πορτογαλία	4,6	3	7,5	5,7	12,9
Σιγκαπούρη	3,8	2,8	6,6	3,3	8,9
Σλοβενία	1,9	1,7	3,7	4,8	8
Ισπανία	3,3	2,5	5,8	8,9	13,2
Σουηδία	3,5	2,3	5,8	7	11
Ελβετία	3,7	2,9	6,6	10,1	16,5
Ταϊβάν	3,6	4,4	7,9	6,3	13,5
Ην.Αρ.Εμ.	3,7	2,6	6,2	2,7	8,3
Ην.Βασίλειο	4,7	2,6	7,3	7,2	12,9
ΗΠΑ	8,3	4,3	12,3	9,1	18,3
M.O. GEM	6,9	4,7	11,4	6,7	18,1

Πίνακας 2.2 Η συμμετοχή στην επιχειρηματική δραστηριότητα ανά χώρα το έτος 2011 μέσα από 5 βασικούς δείκτες επιχειρηματικότητας

Παρατηρούμε ότι σε όλο τον κόσμο ο δείκτης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων που είναι χαρακτηριστικός της μελλοντικής επιχειρηματικότητας είναι υψηλότερος από τον δείκτη καθιερωμένης επιχειρηματικότητας. Μέσα από το ισοζύγιο αυτών των δεικτών μπορούμε να δούμε σε κάθε χώρα τα ποσοστά αυτοαπασχόληση σε σχέση με τα ποσοστά μισθωτής εργασίας. Όπως έχουμε ήδη πει, τα υψηλά ποσοστά αυτοαπασχόλησης σε κάποιες περιπτώσεις σημαίνουν αυξημένη επιχειρηματικότητα αλλά όχι απαραίτητα. Παραδείγματος χάρη, σε πολλές χώρες της Αφρικής υπάρχει μεγάλο ποσοστό αυτοαπασχόλησης που εκφράζεται στατιστικά ως καθιερωμένη επιχειρηματικότητα αλλά αυτό οφείλεται σε περιστασιακές εργασίες που δεν έχουν μεγάλο χρόνο ζωής, ώστε να καταγραφούν ως συνολική επιχειρηματικότητα.

Η Ελλάδα, όπως βλέπουμε στον πίνακα, έχει το μεγαλύτερο ποσοστό συνολικής επιχειρηματικότητας από τις χώρες που εξετάζουμε και ένα από τα μεγαλύτερα στον κόσμο. Το 2011 είχε ποσοστό 23,4% καθιερωμένης επιχειρηματικότητας και αν σκεφτούμε το ποσοστό των δημοσίων υπαλλήλων και τα ποσοστά ανεργίας δημιουργείται η εντύπωση ότι υπάρχουν πολύ λίγοι μισθωτοί εργαζόμενοι στον ιδιωτικό τομέα.

Οι ΗΠΑ από την άλλη, όπου είναι ίσως η ισχυρότερη οικονομία παγκοσμίως, έχει δείκτη συνολικής επιχειρηματικότητας αρκετά υψηλό στο 18,1%. Ταυτόχρονα όμως, έχει πολύ μικρότερο ποσοστό καθιερωμένων επιχειρηματιών από την Ελλάδα και μεγαλύτερη επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων. Το ποσοστό επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων της Αμερικής είναι το μεγαλύτερο στον κόσμο, 12,3 % , χαρακτηριστικό των δυνατοτήτων επιχειρηματικής ανάπτυξης.

Εντύπωση προκαλεί το γεγονός ότι μεγάλες οικονομίες του κόσμου έχουν πολύ χαμηλά ποσοστά νέων επιχειρηματιών και συνολικής επιχειρηματικότητας. Για παράδειγμα, η Γαλλία έχει συνολική επιχειρηματικότητα μόλις 7% και ποσοστό νέων επιχειρηματιών 1,7% (Ιωαννίδης, 2013).

Συμμετοχή στην επιχειρηματική δραστηριότητα ανά χώρα, 2012					
(% πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών)					
Χώρες	Επίδοξοι επιχειρηματίες	Νέοι επιχειρηματίες	Επιγ/κότητα αρχικών σταδίων	Καθιερωμένοι επιχειρηματίες	Συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα
Βέλγιο	3,3	2	5,2	5,1	10,3
Δανία	3,1	2,4	5,4	3,4	8,4
Φινλανδία	3,5	2,7	6	8	13,6
Γαλλία	3,7	1,5	5,2	3,2	8,2
Γερμανία	3,5	2,1	5,3	5	10,1
Ελλάδα	3,8	2,8	6,5	12,3	18,4
Ιρλανδία	3,9	2,3	6,1	8,3	13,9
Ισραήλ	3,5	3	6,5	3,8	10,2
Ιταλία	2,5	1,9	4,3	3,3	7,6
Ιαπωνία	2,3	1,7	4	6,1	9,7
Κορέα	2,6	4,1	6,6	9,6	16
Ολλανδία	4,1	6,3	10,3	9,5	19,3
Νορβηγία	3,7	3,2	6,8	5,8	12,3
Πορτογαλία	4,3	3,6	7,7	6,2	13,9
Σιγκαπούρη	7,6	4,2	11,6	3,1	14,6
Σλοβακία	6,6	3,9	10,2	6,4	16,4
Σλοβενία	2,9	2,5	5,4	5,8	11,2
Ισπανία	3,4	2,5	5,7	8,7	14,2
Σουηδία	4,6	1,8	6,4	5,2	11,4
Ελβετία	2,9	3	5,9	8,4	14,1
Ταϊβάν	3,3	4,2	7,5	10,4	17,7
ΗΒ	5,3	3,7	9	6,2	15
ΗΠΑ	8,9	4,1	12,8	8,6	20,6
Μ.Ο. GEM	7,3	6,1	13	8,1	20,6

Πίνακας 2.3 Η συμμετοχή στην επιχειρηματική δραστηριότητα ανά χώρα το έτος 2012 μέσα από 5 βασικούς δείκτες επιχειρηματικότητας

Στον πίνακα 2.3 βλέπουμε αναλυτικά τα δεδομένα για την επιχειρηματικότητα για ένα μεγάλο εύρος χωρών το έτος 2012. Η Ελλάδα συνεχίζει να έχει το μεγαλύτερο ποσοστό καθιερωμένης επιχειρηματικότητας (12,3%) σε σύγκριση με όλες τις υπόλοιπες χώρες που εξετάζουμε. Επίσης έχει το τρίτο μεγαλύτερο ποσοστό συνολικής επιχειρηματικότητας (18,6%) πίσω από τις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής και την Ολλανδία (19,3%). Σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος παρατηρούμε μια πτώση στη συνολική επιχειρηματικότητα για την Ελλάδα και μια ταυτόχρονη αύξηση για τις ΗΠΑ. Η Ελλάδα ωστόσο είχε αύξηση στο ποσοστό καθιερωμένης επιχειρηματικότητας. Βλέπουμε λοιπόν μια ιδιαιτερότητα στην ελληνική οικονομία. Παρά τα χρόνια ύφεσης που έχουν προηγηθεί οι περισσότερες μικρές επιχειρήσεις οικογενειακού τύπου συνεχίζουν να λειτουργούν . άρα ένα πολύ μεγάλο μέρος του πληθυσμού της Ελλάδας ήταν και παραμένουν μικροεπιχειρηματίες.

Παρατηρώντας την Ολλανδία θα δούμε ότι έχει το μεγαλύτερο ποσοστό νέων επιχειρηματιών στο δείγμα χωρών που εξετάζουμε και το δεύτερο μεγαλύτερο ποσοστό συνολικής επιχειρηματικότητας. Ταυτόχρονα , η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα είναι κάτω του δέκα τοις εκατό. Πιθανώς στο παράδειγμα της Ολλανδίας βλέπουμε την πιο υγιή ανάπτυξη επιχειρηματικότητας και αυτό αποτυπώνεται στην υψηλή επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων , όπου έχει το τρίτο μεγαλύτερο ποσοστό μετά τις ΗΠΑ και τη Σιγκαπούρη.

Στον αντίποδα βλέπουμε το παράδοξο της Ιταλίας όπου παρότι είναι μια αρκετά ισχυρή οικονομία , τουλάχιστον σε ευρωπαϊκό επίπεδο, οι δείκτες επιχειρηματικότητας είναι από τους μικρότερους στον κόσμο. Έχει το μικρότερο ποσοστό συνολικής επιχειρηματικότητας , το δεύτερο μικρότερο ποσοστό νέων επιχειρηματιών και ένα από τα μικρότερα ποσοστά καθιερωμένης επιχειρηματικότητας.

Γενικά , παρατηρούμε μια τελείως διαφορετική κατάσταση για κάθε χώρα που μπορεί να οδηγήσει σε φαινομενικά μη αναμενόμενα ποσοστά επιχειρηματικότητας. Ενώ στην περίπτωση των ΗΠΑ και της Ολλανδίας η υψηλή επιχειρηματικότητα σημαίνει ανάπτυξη στην Ελλάδα υψηλή συνολική επιχειρηματικότητα σημαίνει , υψηλή καθιερωμένη επιχειρηματικότητα λόγω των παραδοσιακών δομών.

Συμμετοχή στην επιχειρηματική δραστηριότητα ανά χώρα, 2013					
(% πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών)					
Χώρες	Επίδοξοι επιχειρηματίες	Νέοι επιχειρηματίες	Επιχ/κότητα αρχικών σταδίων	Καθιερωμένοι επιχειρηματίες	Συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα
Καναδάς	7,8	4,7	12,2	8,4	20,6
Τσεχία	4,9	2,7	7,3	5,3	12,6
Φινλανδία	2,7	2,7	5,3	6,6	11,9
Γαλλία	2,7	1,8	4,6	4,1	8,7
Γερμανία	3,1	2	5	5,1	10,1
Ελλάδα	3,3	2,3	5,5	12,6	18,1
Ιρλανδία	5,5	3,8	9,2	7,5	16,7
Ισραήλ	5,3	4,8	10	5,9	16
Ιταλία	2,4	1,1	3,4	3,7	7,1
Ιαπωνία	2,2	1,5	3,7	5,7	9,4
Κορέα	2,7	4,2	6,9	9	15,9
Λουξεμβούργο	6	2,8	8,7	2,4	11,1
Ολλανδία	4,7	4,8	9,3	8,7	18
Νορβηγία	2,9	3,4	6,3	6,2	12,4
Πορτογαλία	4,2	4,2	8,2	7,7	16
Πουέρτο Ρίκο	6,6	1,8	8,3	2	10,3
Σιγκαπούρη	6,4	4,4	10,7	4,2	14,9
Σλοβενία	3,6	2,9	6,5	5,7	12,1
Ισπανία	3,1	2,2	5,2	8,4	13,6
Σουηδία	5,9	2,5	8,2	6	14,3
Ελβετία	4,5	3,7	8,2	10	18,1
Ταϊβάν	3,3	5	8,2	8,3	16,4
Τρ.Τομπάγκο	11,4	8,5	19,5	11,4	30,9
Ην.Βασίλειο	3,6	3,6	7,1	6,6	13,7
ΗΠΑ	9,2	3,7	12,7	7,5	20,2
Μ.Ο. GEM	7,1	6,3		8,5	21,7

Πίνακας 2.4 Η συμμετοχή στην επιχειρηματική δραστηριότητα ανά χώρα το έτος 2013 μέσα από 5 βασικούς δείκτες επιχειρηματικότητας

Στην τελευταία και πιο πρόσφατη έρευνα του GEM για το 2013 παρατηρούμε παρόμοια χαρακτηριστικά επιχειρηματικότητας για την Ελλάδα αλλά, αρκετά αλλαγμένα συγκριτικά με τις άλλες χώρες. Στο δείκτη της συνολικής επιχειρηματικότητας η Ελλάδα παραδοσιακά την πρώτη ή την δεύτερη θέση. Στις μετρήσεις του 2013, η Ελλάδα εμφανίζεται τέταρτη πίσω από την Αμερική, τον Καναδά, το Τρινιντάντ και Τομπάγκο και την Ελβετία. Παρόλα αυτά υπάρχει ακόμα υψηλό ποσοστό συνολικής επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα παρότι έπεσε 0,5 μονάδες. Στις ΗΠΑ και τον Καναδά παρατηρούμε υψηλή επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων και μειωμένη καθιερωμένη επιχειρηματικότητα. Αυτό μας δίνει μία σοβαρή ένδειξη ανάπτυξης της αγοράς και παραγωγής καινοτομίας. Στο Τρινιντάντ και Τομπάγκο από την άλλη, παρατηρούμε μια κατάσταση που μοιάζει πάρα πολύ με την περίπτωση της Ελλάδας.

Η Ιταλία, όπως και το προηγούμενο έτος, παρουσιάζει πολύ χαμηλά ποσοστά συνολικής επιχειρηματικότητας όπως και χαμηλά ποσοστά σε όλους τους υπόλοιπους δείκτες. Μπορούμε να δούμε ότι η έλλειψη επιχειρηματικότητας, λόγω κρίσης, πιθανώς να οδηγήσει σε περαιτέρω ύφεση.

Η Ολλανδία από την άλλη, που το 2012 είχε σημαντικά ποσοστά συνολικής επιχειρηματικότητας και νέων επιχειρηματιών και επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων, παρατηρούμε ότι έχει μία σχετική πτώση.

Γενικά, βλέπουμε τα τρία τελευταία έτη το πως οι οικονομίες αντέδρασαν στην κρίση μέσω της επιχειρηματικότητας και πως άρχισαν να παρουσιάζουν ανάπτυξη. Χαρακτηριστικά παραδείγματα θετικής αντίδρασης είναι οι ΗΠΑ και η Ολλανδία, ενώ στην Ελλάδα οι παραδοσιακές αγκυλώσεις που αποτυπώνονται στην καθιερωμένη επιχειρηματικότητα δυσκολεύουν εμφανώς την ύπαρξη νέας επιχειρηματικότητας.

2.4 Το θεσμικό πλαίσιο για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα

Σε αυτή την υποενότητα θα εξετάσουμε ποιο είναι το θεσμικό περιβάλλον για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα και θα κάνουμε μία μικρή ανασκόπηση των βασικών πολιτικών που έχουν επιλεγεί. Σαν ζήτημα παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον γιατί όπως είδαμε η επιχειρηματικότητα και η ανάπτυξη είναι αλληλένδετες και θα μπορούσαν να δώσουν μια ικανοποιητική λύση στην Ελλάδα της ύφεσης. Ωστόσο, όπως είδαμε στο προηγούμενο υποκεφάλαιο, η επιχειρηματικότητα από μόνη της δεν είναι αρκετή. Είδαμε ότι υπάρχουν πάρα πολλοί παράγοντες που επηρεάζουν το είδος της επιχειρηματικότητας, όπως οι κοινωνικές δομές. Παρόλα αυτά, σε μία χώρα που μαστίζεται από ανεργία, η νέα επιχειρηματικότητα και η δημιουργία κατάλληλου περιβάλλοντος είναι σίγουρα απαραίτητο συστατικό ανάπτυξης.

Ως μέρη της γενικότερης στήριξης που μπορούν να προσφέρουν οι θεσμοί στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, θεωρούμε την χρηματοδοτική στήριξη, τα κυβερνητικά προγράμματα, την επιχειρηματική εκπαίδευση καθώς και το πλαίσιο νόμων και πολιτικών που έχει μία χώρα. Σημαντικό, επίσης, είναι ένα κράτος να επενδύει στην οικονομία, η οποία με την σειρά της φέρνει νέα επιχειρηματικότητα, όπως είδαμε στο παράδειγμα των ΗΠΑ.

Η πρωτοφανής οικονομική κρίση στην Ελλάδα, απαιτεί δραστικά μέτρα για την επάνοδο της επιχειρηματικότητας. Οι καθιερωμένες δομές έχουν δημιουργήσει έναν τεράστιο αριθμό μικροεπιχειρηματιών, οι οποίοι λόγω κρίσης οδηγούνται σε πτώχευση. Ακόμα και έτσι, ένα αξιόλογο ποσοστό συνεχίζει να επενδύει σε νέες επιχειρήσεις, παρά το αρνητικό κλίμα που υπάρχει στην αγορά. Μέσω της έρευνας του IOBE, βλέπουμε ότι οι πολιτικές που έχουν εφαρμοστεί στην Ελλάδα ως τώρα, δεν θεωρούνται πετυχημένες από ένα μεγάλο μέρος του πληθυσμού. Δεν φαίνεται να έχουν δημιουργηθεί οι συνθήκες για την επιχειρηματικότητα μέσω ενός εθνικού πλάνου πολιτικής και νομοθεσίας.

Για τις πολιτικές στην επιχειρηματικότητα, υπάρχει ένα βασικό τρίπτυχο: παιδεία, έρευνα και καινοτομία. Έχοντας αυτά τα χαρακτηριστικά σε ένα ικανοποιητικό βαθμό, μπορείς μακροχρόνια να αυξήσεις την ανταγωνιστικότητα και τις οικονομικές επιδόσεις μίας χώρας.

Στο ελληνικό επιχειρηματικό περιβάλλον, είναι προφανές ότι υπάρχουν σοβαρές στρεβλώσεις που εμποδίζουν την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Ένα άκαμπτο γραφειοκρατικό σύστημα είναι αποθαρρυντικός παράγοντας για την δημιουργία επιχειρήσεων. Παρά τα πολλά συγκριτικά πλεονεκτήματα της Ελλάδας για επενδύσεις, χρειάζεται και το αντίστοιχο θεσμικό πλαίσιο. Το φορολογικό σύστημα ,επίσης, είναι ένας σημαντικός παράγοντας έλξης επενδύσεων. Ένα άδικο φορολογικό σύστημα μπορεί να καταστήσει μη κερδοφόρες πολλές υποσχόμενες επενδύσεις (Μανασάκης, 2013).

Ένα άλλο ζήτημα που έχει απασχολήσει πολλά άτομα στην Ελλάδα, είναι η σύνδεση ιδρυμάτων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης με εταιρίες, οι οποίες έχουν σκοπό να επενδύσουν στην καινοτομία. Προς το παρόν, στην Ελλάδα υπάρχει μειωμένη σύνδεση, έως καθόλου, των ιδρυμάτων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης με την αγορά εργασίας και την επιχειρηματικότητα ώστε να επωφεληθούν από την καινοτομία.

Από την άλλη , η ίδια η κρίση δημιουργεί δύσκολες συνθήκες για επένδυση στην καινοτομία και δημιουργεί αρκετά δυσμενές περιβάλλον για μεγάλες επενδύσεις. Όσες επενδύσεις γίνονται αυτή τη στιγμή στην Ελλάδα είναι μικρής κλίμακας και ακολουθούν την πεπατημένη. Όπως θα δούμε στο επόμενο κεφάλαιο, η πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης προσφέρει δυνατότητες μέσω χρηματοδοτήσεων αλλά χωρίς την κατάλληλη χρήση των διαθέσιμων πόρων , η βοήθεια δεν μετατρέπεται σε ανάπτυξη (Παπαγεωργίου , 2012) .

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ

3.1 Οι δείκτες του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας (GEM)

Καθιερωμένη επιχειρηματικότητα (Established Business Ownership Rate)

Το ποσοστό των ατόμων ηλικίας 18-64 του πληθυσμού που είναι σήμερα ιδιοκτήτης ή διευθυντής μιας καθιερωμένης επιχείρησης, δηλαδή, έχει την ιδιοκτησία ή τη διαχείριση λειτουργίας μιας επιχείρησης που καταβάλλει τους μισθούς, ημερομίσθια, ή οποιεσδήποτε άλλες εργασιακές συναλλαγές για περισσότερο από 42 μήνες.

Ποσοστό άτυπων επενδυτών (Informal Investors Rate)

Το ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών που έχουν δώσει προσωπικά κεφάλαια για μια νέα επιχείρηση, που ξεκίνησε από κάποιον άλλο, τα τελευταία τρία χρόνια.

Επίδοξοι επιχειρηματίες (Nascent Entrepreneurship Rate)

Το ποσοστό των ατόμων ηλικίας 18-64 του πληθυσμού που είναι σήμερα εκκολαπτόμενος επιχειρηματίας, δηλαδή, συμμετέχει ενεργά στη δημιουργία μιας επιχείρησης που θα ιδιοκτήτης ή συνιδιοκτήτης. Αυτή η επιχείρηση δεν καταβάλλει τους μισθούς, ημερομίσθια, ή οποιεσδήποτε άλλες πληρωμές προς τους ιδιοκτήτες για περισσότερο από τρεις μήνες.

Επιχειρηματικότητα λόγω αναγκαιότητας (Necessity-Driven Entrepreneurial Activity: Relative Prevalence)

Το ποσοστό των ατόμων που συμμετέχουν στην συνολική επιχειρηματικότητα δηλαδή που εμπλέκονται σε κάποιον τομέα επιχειρηματικότητας, επειδή δεν είχαν άλλη επιλογή για εργασία.

Νέοι επιχειρηματίες (New Business Ownership Rate)

Το ποσοστό των ατόμων ηλικίας 18-64 του πληθυσμού που είναι σήμερα ιδιοκτήτης ή διαχειριστής μιας νέας επιχείρησης, δηλαδή, έχει την ιδιοκτησία ή τη διαχείριση λειτουργίας μιας επιχείρησης που καταβάλει μισθούς, ημερομίσθια, ή οποιεσδήποτε άλλες εργασιακές συναλλαγές για περισσότερο από τρεις μήνες, αλλά όχι περισσότερο από ό, τι 42 μήνες.

Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων (Total early-stage Entrepreneurial Activity TEA)

Το ποσοστό των ατόμων ηλικίας 18-64 του πληθυσμού που είναι είτε εκκολαπτόμενος επιχειρηματίας ή ιδιοκτήτης-διευθυντής μιας νέας επιχείρησης (όπως ορίζεται παραπάνω).

Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων για τους άνδρες εργάσιμης ηλικίας (Total early-stage Entrepreneurial Activity for Male Working Age Population)

Το ποσοστό των ανδρών από 18-64 του πληθυσμού που είναι είτε εκκολαπτόμενοι επιχειρηματίες ή ιδιοκτήτες-διευθυντές μιας νέας επιχείρησης (όπως ορίζεται παραπάνω).

Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων για τις γυναίκες εργάσιμης ηλικίας (Total early-stage Entrepreneurial Activity for Female Working Age Population)

Το ποσοστό των γυναικών από 18-64 του πληθυσμού που είναι είτε εκκολαπτόμενοι επιχειρηματίες ή ιδιοκτήτες-διευθυντές μιας νέας επιχείρησης (όπως ορίζεται παραπάνω).

Προσδοκία στα πρώτα στάδια ανάπτυξης επιχειρηματικής δραστηριότητας (Growth Expectation early-stage Entrepreneurial Activity: Relative Prevalence)

Το ποσοστό της TEA που αναμένουν να απασχολούν τουλάχιστον πέντε εργαζόμενους πέντε χρόνια από τώρα.

Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων που σχετίζεται με ένα νέο προϊόν (New Product early-stage Entrepreneurial Activity)

Το ποσοστό της TEA που δείχνει ότι ένα προϊόν ή υπηρεσία τους είναι νέο σε τουλάχιστον ορισμένους πελάτες

Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων με διεθνή προσανατολισμό (International Orientation early-stage Entrepreneurial Activity)

Το ποσοστό της TEA που δείχνει ότι τουλάχιστον το 25% των πελατών μιας επιχείρησης προέρχεται από άλλες χώρες

Επιχειρηματικές προθέσεις (Entrepreneurial Intention)

Το ποσοστό των ατόμων ηλικίας 18-64 του πληθυσμού (άτομα που εμπλέκονται σε οποιοδήποτε στάδιο επιχειρηματικής δραστηριότητας εξαιρούνται), οι οποίοι σκοπεύουν να ξεκινήσουν μια επιχείρηση μέσα σε τρία χρόνια.

Η επιχειρηματικότητα ως επιθυμητή επιλογή καριέρας (Entrepreneurship as Desirable Career Choice)

Το ποσοστό των ατόμων ηλικίας 18-64 του πληθυσμού που συμφωνούν με τη δήλωση ότι στη χώρα τους, οι περισσότεροι άνθρωποι θεωρούν την έναρξη μιας επιχείρησης ως επιθυμητή επιλογή καριέρας.

Φόβος αποτυχίας (Fear of Failure Rate)

Το ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών με την αντίληψη ότι ο φόβος της αποτυχίας θα τους αποτρέψει από τη σύσταση μιας επιχείρησης.

Θετική εικόνα επιτυχημένων επιχειρηματιών (High Status Successful Entrepreneurship)

Το ποσοστό των ατόμων ηλικίας 18-64 του πληθυσμού που συμφωνούν με τη δήλωση ότι στη χώρα τους, οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες έχουν θετική δημόσια εικόνα.

Η προβολή των ΜΜΕ για την επιχειρηματικότητα (Media Attention for Entrepreneurship)

Το ποσοστό των ατόμων ηλικίας 18-64 του πληθυσμού που συμφωνούν με τη δήλωση ότι στη χώρα τους, θα δουν συχνά θέματα στα μέσα ενημέρωσης σχετικά με τις επιτυχείς νέες επιχειρήσεις.

Επιχειρηματικές δυνατότητες (Perceived Capabilities)

Το ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών που πιστεύουν ότι έχουν τις απαιτούμενες δεξιότητες και γνώσεις για να ξεκινήσουν μια επιχείρηση

Επιχειρηματικές ευκαιρίες (Perceived Opportunities)

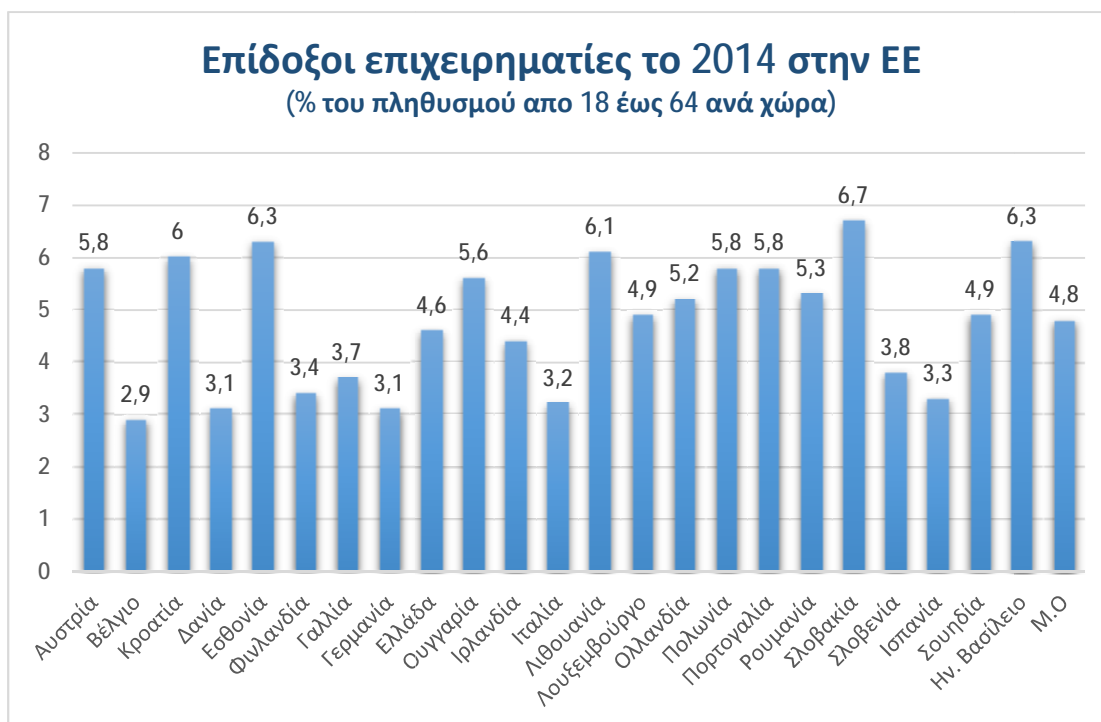
Το ποσοστό των ατόμων ηλικίας 18-64 που βλέπουν καλές ευκαιρίες για να ξεκινήσουν μια επιχείρηση στην περιοχή όπου ζουν

(Global Entrepreneurship Monitor)

3.2 Οι δείκτες επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ευρωπαϊκή Ένωση το 2014

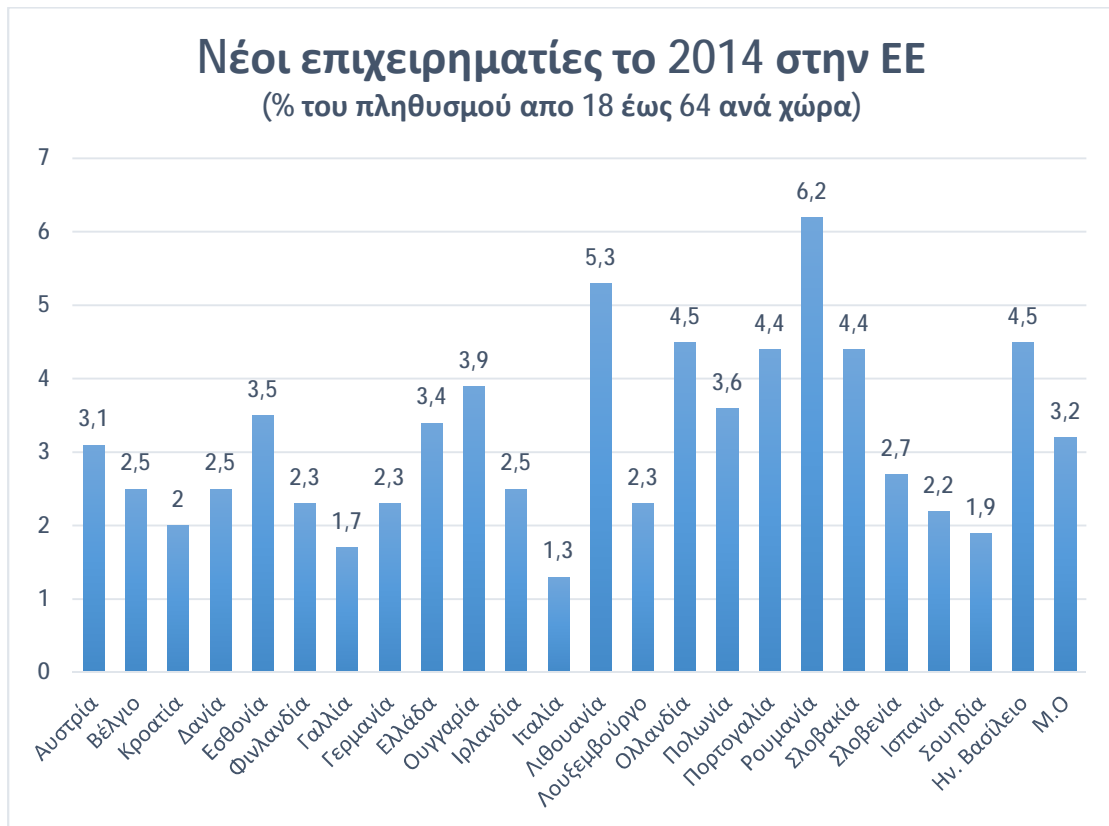
	Επίδοξοι επιχειρηματίες	Νέοι επιχειρηματίες	Επιχ/κότητα αρχικών σταδίων	Καθιερωμένοι επιχειρηματίες
Αυστρία	5,8	3,1	8,7	9,9
Βέλγιο	2,9	2,5	5,4	3,5
Κροατία	6	2	8	3,6
Δανία	3,1	2,5	5,5	5,1
Εσθονία	6,3	3,5	9,4	5,7
Φινλανδία	3,4	2,3	5,6	6,6
Γαλλία	3,7	1,7	5,3	2,9
Γερμανία	3,1	2,3	5,3	5,2
Ελλάδα	4,6	3,4	7,9	12,8
Ουγγαρία	5,6	3,9	9,3	7,9
Ιρλανδία	4,4	2,5	6,5	9,9
Ιταλία	3,2	1,3	4,4	4,3
Λιθουανία	6,1	5,3	11,3	7,8
Λουξεμβούργο	4,9	2,3	7,1	3,7
Ολλανδία	5,2	4,5	9,5	9,6
Πολωνία	5,8	3,6	9,2	7,3
Πορτογαλία	5,8	4,4	10	7,6
Ρουμανία	5,3	6,2	11,3	7,6
Σλοβακία	6,7	4,4	10,9	7,8
Σλοβενία	3,8	2,7	6,3	4,8
Ισπανία	3,3	2,2	5,5	7
Σουηδία	4,9	1,9	6,7	6,5
Ην. Βασίλειο	6,3	4,5	10,7	6,5
Μ.Ο	4,8	3,2	7,8	6,7

Πίνακας 3.1 Επίδοξοι επιχειρηματίες, νέοι επιχειρηματίες, επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων και καθιερωμένοι επιχειρηματίες για την ΕΕ το 2014 (Global Entrepreneurship Monitor, 2015).



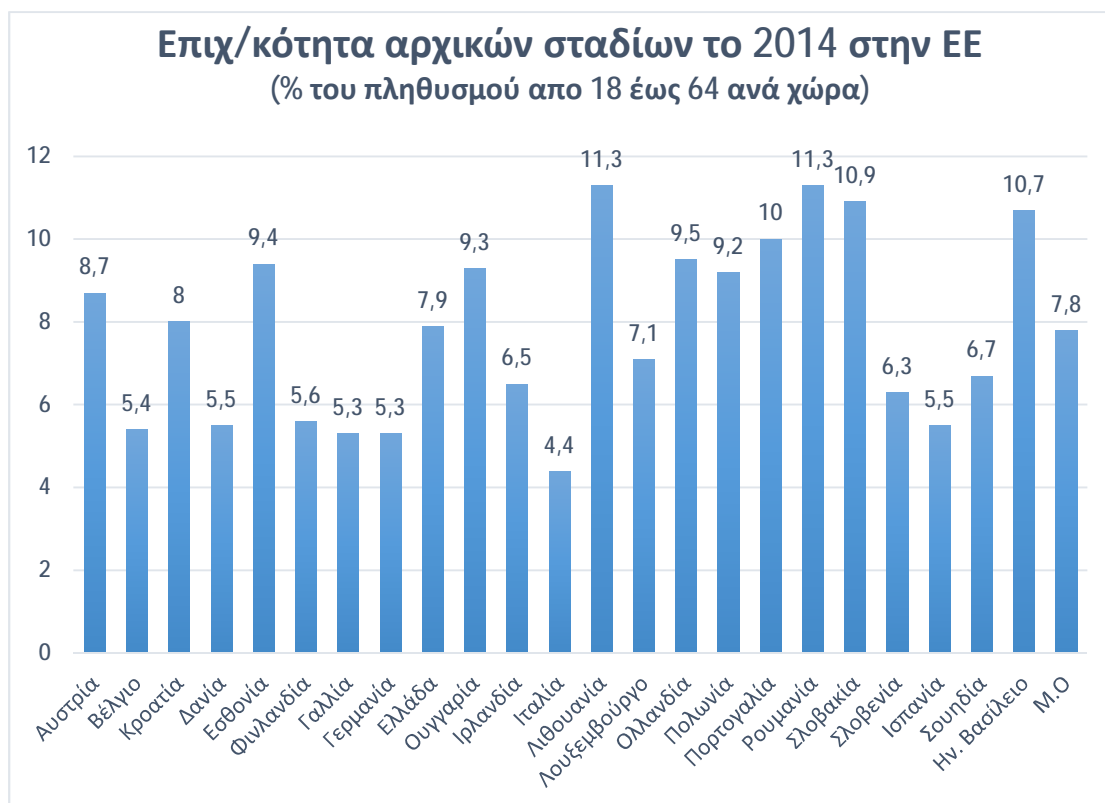
Σχήμα 3.1 Τα ποσοστά επίδοξων επιχειρηματιών το 2014 για τις χώρες της ΕΕ

Παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό επίδοξων επιχειρηματιών βρίσκεται στη Σλοβακία στο Ηνωμένο Βασίλειο και ακολούθως στις χώρες της Βαλτικής. Η Ελλάδα έχει ένα μέσο ποσοστό της τάξης του 4,6% . Τα χαμηλότερα επίπεδα επίδοξων επιχειρηματιών έχει η Δανία και η Γερμανία , όπου είναι και η ισχυρότερη οικονομική δύναμη της Ευρώπης, και ακολούθως η Ιταλία. Μετά την Ιταλία έρχεται με ποσοστό 3,3 % η Ισπανία. Παρατηρούμε ότι το ποσοστό επίδοξων επιχειρηματιών δεν αντιπροσωπεύει σε μεγάλο βαθμό την ισχύ μιας οικονομίας, βασικά παρατηρούμε το αντίθετο. Ίσως αυτό το γεγονός να οφείλεται στο ότι μεγάλο ποσοστό μικρής επιχειρηματικότητας δεν συνεπάγεται αυτομάτως και ανάπτυξη. Η κρίση σε μεγάλο βαθμό δημιουργεί και ευκαιρίες όπου πολλοί επίδοξοι επιχειρηματίες θα ήθελαν να εκμεταλλευτούν. Και η επόμενη μεγάλη οικονομία της Ευρώπης , η Γαλλία παρατηρούμε ότι έχει επίσης μικρά ποσοστά στο συγκεκριμένο δείκτη .



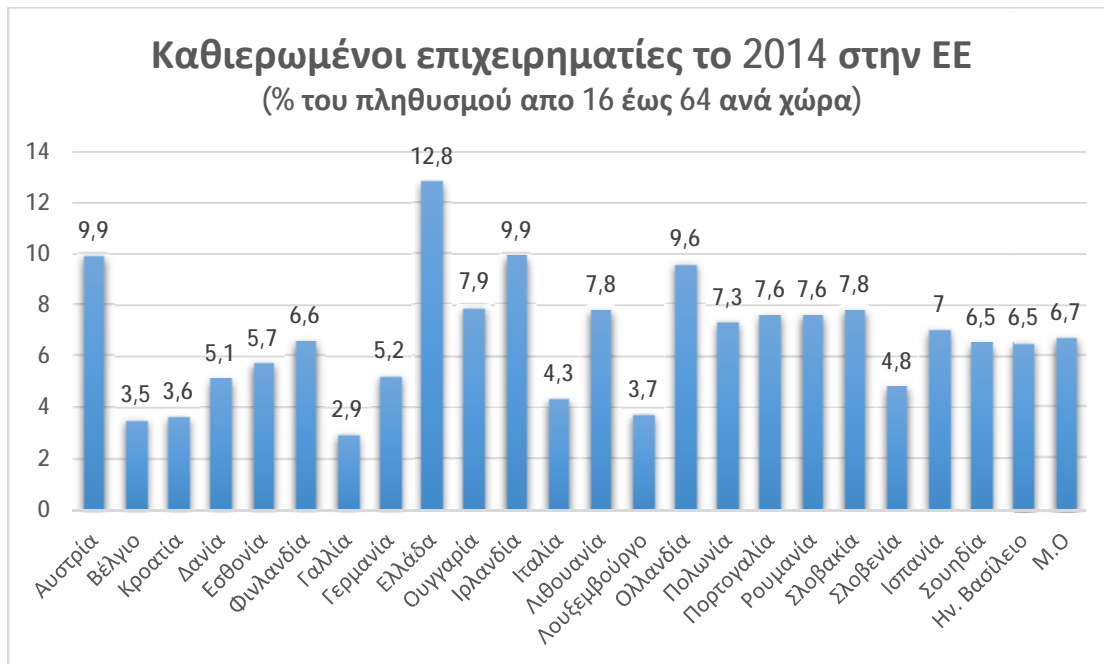
Σχήμα 3.2 Τα ποσοστά επίδοξων επιχειρηματιών το 2014 για τις χώρες της ΕΕ

Και σε αυτό τον δείκτη παρατηρούμε ότι οι περισσότερες μεγάλες οικονομίες της Ευρώπης έχουν χαμηλούς δείκτες. Η Ιταλία έχει μόλις 1,3 % του ποσοστού του πληθυσμού της από 18 ως 64 να ξεκινούν μια νέα επιχείρηση, ακολουθεί η Γαλλία με ποσοστό μόλις 1,7 % και η Σουηδία με 1,9%. Η Γερμανία έχει επίσης πολύ χαμηλότερο ποσοστό από το μέσον όρο στην τιμή 2,3 %. Στον αντίποδα με 6,2% είναι η Ρουμανία και ακολουθεί η Λιθουανία όπου είχε και ένα από τα υψηλότερα ποσοστά επίδοξων επιχειρηματιών. Η Ελλάδα και σε αυτόν το δείκτη παραμένει κοντά στο μέσον όρο της ΕΕ. Ωστόσο όπως είδαμε και στο πρώτο κεφάλαιο η συνεχής ύφεση που παρουσιάζει η Ελλάδα δεν επηρέασε σε τεράστιο βαθμό τους σχετικά υψηλούς δείκτες επιχειρηματικότητας. Σε σχέση με το Σχήμα 3.1 παρατηρούμε μια σχετική συμφωνία τιμών, τουλάχιστον για τις περισσότερες χώρες.



Σχήμα 3.3 Τα ποσοστά επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων το 2014 για τις χώρες της ΕΕ

Στον παραπάνω πίνακα βλέπουμε μία εικόνα που δεν μας εκπλήσσει. Στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων προπορεύονται οι χώρες που είδαμε να προπορεύονται και στους προηγούμενους πίνακες. Το μεγαλύτερο ποσοστό έχει η Λιθουανία και η Ρουμανία με 11,3% και ακολουθεί η Σλοβακία με 10,9%. Η Ελλάδα, και σε αυτόν τον πίνακα, είναι πολύ κοντά στον μέσο όρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Από την άλλη, το μικρότερο ποσοστό έχει η Ιταλία με 4,4%, όπου βρίσκεται χαμηλά σχεδόν σε όλους τους δείκτες επιχειρηματικότητας. Οι μεγάλες οικονομίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, δηλαδή η Γερμανία και η Γαλλία, έχουν χαμηλότερα ποσοστά, της τάξεως του 5,3%. Η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ως δείκτης, ίσως είναι ο πιο αντιπροσωπευτικός δείκτης ανάπτυξης μέσω της επιχειρηματικότητας. Ωστόσο, για άλλη μια φορά, οι αριθμοί μας δείχνουν μια αρκετά διαφορετική εικόνα από αυτή που έχουμε συνηθίσει στον παγκόσμιο οικονομικό συσχετισμό δυνάμεων. Ο συγκεκριμένος δείκτης δεν περιλαμβάνει το ύψος των επενδύσεων που καταγράφονται ως επιχειρηματικότητα, αλλά μόνο το ποσοστό των ανθρώπων που ξεκινάνε μια επιχείρηση.



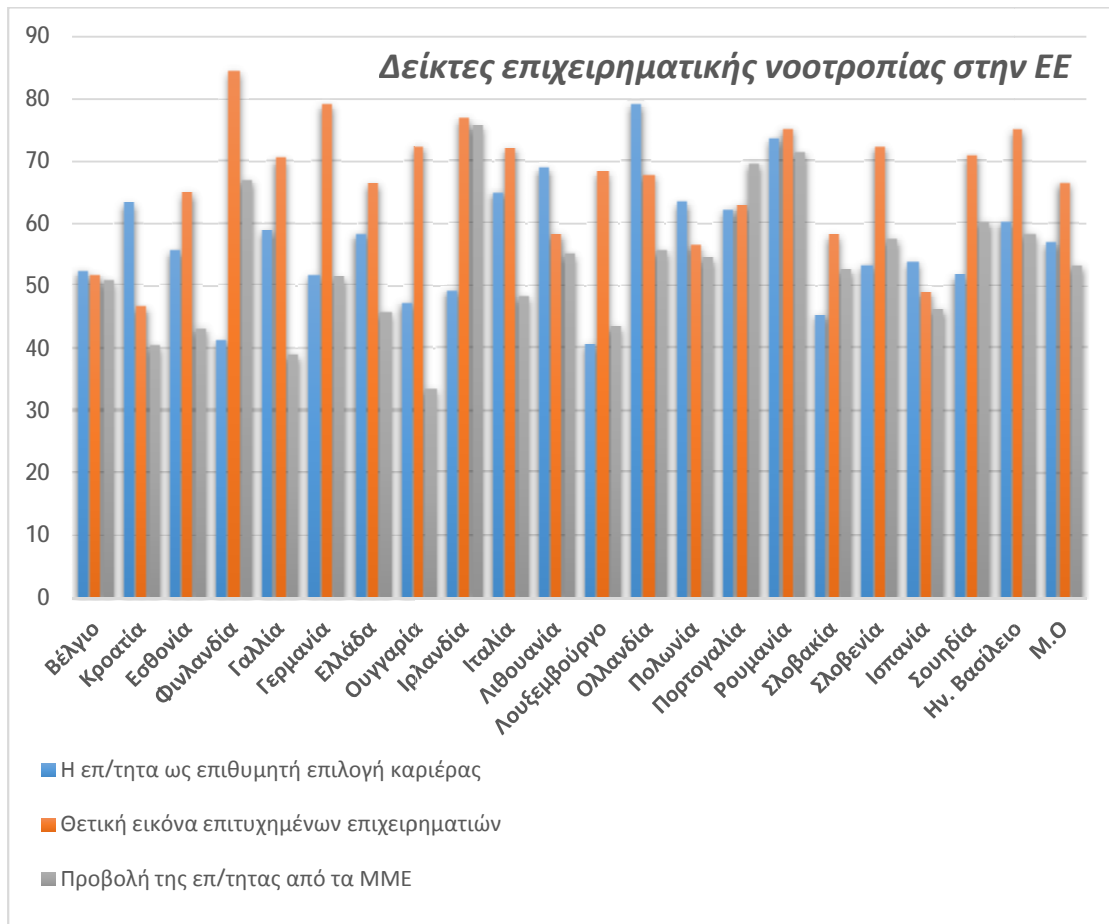
Σχήμα 3.4 Το ποσοστό καθιερωμένων επιχειρηματιών το 2014 στην Ευρωπαϊκή Ένωση

Όπως είδαμε και στο κεφάλαιο 2, η Ελλάδα έχει ένα από τα μεγαλύτερα ποσοστά καθιερωμένης επιχειρηματικότητας εδώ και χρόνια και το μεγαλύτερο στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Το ποσοστό της είναι διπλάσιο του μέσου όρου. Ακολουθεί η Ιρλανδία και η Αυστρία με ποσοστό 9,9%. Στον αντίποδα, το μικρότερο ποσοστό καθιερωμένης επιχειρηματικότητας έχει η Γαλλία με 2,9% και ακολουθεί το Βέλγιο με 3,5%. Η Γερμανία βρίσκεται λίγο κάτω από τον μέσο όρο με 5,2%. Οι χώρες που στις προηγούμενες μετρήσεις είχαν τα υψηλότερα ποσοστά, δηλαδή η Λιθουανία, η Σλοβακία και η Ρουμανία, βρίσκονται περίπου μία ποσοστιαία μονάδα πάνω από τον μέσο όρο. Πρέπει να πούμε σε αυτό το σημείο ότι η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα δεν είναι πάντα θετικός δείκτης. Σαν δείκτης, θα πρέπει να συνδυαστεί με την νέα επιχειρηματικότητα και την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων για να βγούνε κάποια συμπεράσματα. Επίσης, αν συνδυαστεί με τον δείκτη διακοπής επιχειρηματικής δραστηριότητας μπορούμε να εξάγουμε κάποια συμπεράσματα για την ύφεση σε μία χώρα, σε βάθος χρόνου.

3.3 Οι δείκτες επιχειρηματικής νοοτροπίας στην Ευρωπαϊκή Ένωση το 2014

	Η επ/τητα ως επιθυμητή επιλογή καριέρας	Θετική εικόνα επιτυχημένων επιχειρηματιών	Προβολή της επ/τητας από τα ΜΜΕ
Βέλγιο	52,4	51,7	50,8
Κροατία	63,3	46,6	40,4
Εσθονία	55,6	64,9	43,3
Φινλανδία	41,2	84,4	66,9
Γαλλία	59	70,4	39
Γερμανία	51,7	79,1	51,4
Ελλάδα	58,4	66,4	45,8
Ουγγαρία	47,4	72,4	33,5
Ιρλανδία	49,4	76,9	75,7
Ιταλία	65,1	72,1	48,3
Λιθουανία	68,8	58,3	55,1
Λουξεμβούργο	40,7	68,2	43,5
Ολλανδία	79,1	67,8	55,7
Πολωνία	63,3	56,5	54,5
Πορτογαλία	62,2	62,9	69,7
Ρουμανία	73,6	75,2	71,3
Σλοβακία	45,4	58,1	52,6
Σλοβενία	53,4	72,3	57,6
Ισπανία	53,9	49	46,3
Σουηδία	51,6	70,9	60,3
Ην. Βασίλειο	60,3	75	58,4
Μ.Ο	56,9	66,6	53,3

Πίνακας 3.2 Η επιχειρηματικότητα ως επιθυμητή επιλογή καριέρας, η θετική εικόνα επιτυχημένων επιχειρηματιών και η προβολή της επιχειρηματικότητας από τα ΜΜΕ, για την ΕΕ το 2014



Σχήμα 3.5 Τα στατιστικά στοιχεία του Πίνακα 3.2

Οι παραπάνω δείκτες είναι χαρακτηριστικοί της αποδοχής και προβολής που έχει η επιχειρηματικότητα και ο επιχειρηματίας σε μια χώρα. Μπορούμε λοιπόν να παρατηρήσουμε ότι υπάρχει αρκετά μεγάλο χάσμα μεταξύ της αντίληψης της επιχειρηματικότητας εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Για παράδειγμα βλέπουμε στη Ρουμανία που έχει πολύ υψηλά ποσοστά νέας επιχειρηματικότητας η προβολή από τα ΜΜΕ να είναι αρκετά υψηλή. Όπως για παράδειγμα και στην Ολλανδία, που έχει υψηλά ποσοστά σχεδόν σε όλους τους δείκτες επιχειρηματικότητας, μεγάλο ποσοστό του κόσμου θεωρεί ότι μέσω της επιχειρηματικότητας μπορεί να κάνει καριέρα. Για την Αυστρία και τη Δανία δεν υπάρχουν διαθέσιμα στατιστικά στοιχεία (Global Entrepreneurship Monitor, 2015).

3.4 Η προώθηση της επιχειρηματικότητας στην Ευρωπαϊκή Ένωση

Από τα στατιστικά στοιχεία που είδαμε εύκολα εξάγεται το συμπέρασμα ότι οι πολιτιστικές ιδιαιτερότητες κάθε λαού , καθώς και οι πολιτικές επιλογές που κάνει η εκάστοτε κυβέρνηση μπορούν να επηρεάσουν άμεσα τα επίπεδα επιχειρηματικότητας. Είναι λοιπόν σημαντικό να υπάρχουν οι θεσμοί και οι πολιτικές όπου θα οδηγήσουν στον καλύτερο βαθμό επιθυμητής επιχειρηματικότητας. Το ευνοϊκό περιβάλλον για την ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας μπορεί να επιτευχθεί μέσω ενός φορολογικού και κανονιστικού περιβάλλοντος για τις νέες και υπάρχουσες επιχειρήσεις, μέσω μεταρρυθμίσεων της νομοθεσίας περί αφερεγγυότητας και της προώθησης αποτελεσματικών χρηματοοικονομικών αγορών.

Βέβαια , το ότι μπορεί να υπάρχουν ευκαιρίες σε μία αγορά δεν συνεπάγεται αύξηση της επιχειρηματικότητας αυτομάτως, και αύξηση της επιχειρηματικότητας δεν σημαίνει αυτομάτως και ανάπτυξη. Για να πάρει κάποιος την απόφαση να γίνει επιχειρηματίας πρέπει να υπάρχουν κάποιοι βασικοί όροι. Κατά την Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2001):

- Για να παρακινηθούν τα φυσικά πρόσωπα να γίνουν επιχειρηματίες, πρέπει να έχουν συνειδητοποιήσει την έννοια της «επιχειρηματικότητας», και η έννοια αυτή θα πρέπει να αποτελεί μια αρκετά ελκυστική δυνατότητα. Επίσης, τα φυσικά πρόσωπα πρέπει να διαθέτουν τις κατάλληλες δεξιότητες που θα τους επιτρέψουν να μετατρέψουν τους στόχους τους σε επιτυχή εγχειρήματα.
- Προκειμένου τα επιχειρηματικά σχέδια να εξελίσσονται σε υγιείς επιχειρήσεις, πρέπει να υπάρχει ένα κατάλληλο πλαίσιο στήριξης που θα επιτρέπει στις επιχειρήσεις να αναπτύσσονται και να αυξάνονται χωρίς να παρεμποδίζεται η δυνατότητα σμίκρυνσης και παύσης της λειτουργίας τους.
- Η επιχειρηματική δραστηριότητα εξαρτάται από τη θετική στάση της κοινωνίας απέναντι στους επιχειρηματίες. Η επιχειρηματική επιτυχία θα πρέπει να προβάλλεται και να περιορίζεται ο κοινωνικός στιγματισμός σε περίπτωση αποτυχίας.

Μετά από έρευνες παρατηρήθηκε ότι οι Ευρωπαίοι στις περισσότερες χώρες θεωρούν ότι δεν υπάρχει το κατάλληλο θεσμικό πλαίσιο στην χώρα τους για ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Σε πολλές περιπτώσεις θεωρούν ότι δεν υπάρχει

επαρκής χρηματοδότηση και σε άλλες περιπτώσεις πιστεύουν ότι ένα δυσκίνητο γραφειοκρατικό σύστημα εμποδίζει την ανάπτυξη των επιχειρήσεων .Όσο πιο δύσκολο γίνεται να βρεθούν τραπεζικά δάνεια ή επιχειρηματικά κεφάλαια τόσο πιο δύσκολο είναι να δημιουργηθούν νέες επιχειρήσεις .από την παραπάνω έρευνα βλέπουμε ότι μειώνονται σταδιακά τα επιχειρηματικά κεφάλαια και αυξάνονται οι άτυπες επενδύσεις (Εθνικό παρατηρητήριο για μικρομεσαίες επιχειρήσεις, 2006).

Για να υπάρχει όμως υψηλή επιχειρηματική δραστηριότητα θα πρέπει να υπάρχει και η αντίστοιχη ανταμοιβή για το ρίσκο που παίρνει ο επενδυτής .Στην Ευρώπη αυτή την στιγμή δεν είναι ισοσταθμισμένα τα οφέλη με το ρίσκο .Όταν ένα επιχειρηματίας αποτύχει κινδυνεύει η προσωπική του περιουσία και αντιμετωπίζει τον κοινωνικό στιγματισμό. Επίσης ένας αποτυχημένος επιχειρηματίας δύσκολα θα λάβει πάλι χρηματοδότηση. Το κράτος μέσα από νομοθεσίες θα πρέπει να δίνει στους επιχειρηματίες δυνατότητα για μια δεύτερη ευκαιρία .

Ίσως το σημαντικότερο ζήτημα το οποίο οφείλει να ρυθμίσει ένα κράτος ή η Ε.Ε. είναι να υπάρχουν μειωμένες φορολογικές επιβαρύνσεις ώστε να τονωθεί η επιχειρηματικότητα .Στην Γαλλία πρόσφατα ψηφίστηκαν νέες ρυθμίσεις ώστε να καταστεί πιο εύκολο σε έναν μισθωτό να ανοίξει μια νέα επιχείρηση ανεξάρτητα ή σε συνεργασία με τον εργοδότη του. Με την εν λόγω πρωτοβουλία μειώνονται οι επιβαρύνσεις για έναν επενδυτή που θέλει να κάνει την μετάβαση από μισθωτός σε επιχειρηματία.

Η επιχειρηματικότητα ωστόσο είναι και ζήτημα εκπαίδευσης .Το κάθε κράτος θα πρέπει να βοηθάει στην εκπαίδευση και την κατάρτιση που συμβάλλουν στην ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας. Στο υποκεφάλαιο 3.3 είδαμε πόσο σημαντική είναι η καλλιέργεια σωστής επιχειρηματικής νοοτροπίας . Το εκπαιδευτικό σύστημα μπορεί να προσφέρει όσο δεξιότητες όσο και το κατάλληλο περιβάλλον για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Σε πολλά σχολεία και στην Ελλάδα χρησιμοποιούνται εικονικές επιχειρήσεις ως μέσο κατάρτισης .Η ίδρυση μιας επιχείρησης απαιτεί δυναμισμό δημιουργικότητα καθώς και διοικητικές δεξιότητες όπως αποτελεσματικότητα και αξιοπιστία. Τα περισσότερα μέλη της Ε.Ε. έχουν εντάξει στο εκπαιδευτικό τους σύστημα θέματα σχετικά με την επιχειρηματικότητα και σχεδιασμό επιχείρησης (ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ, 2003) .

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4:

ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

4.1 Πως μπορεί να ενισχυθεί η νεανική επιχειρηματικότητα

Ποια είναι τα κύρια προβλήματα στη νεανική επιχειρηματικότητα;

Στο σήμερα φαίνεται ότι δεν έχει επιτευχθεί σε πολλές χώρες ένα ικανοποιητικό επίπεδο νεανικής επιχειρηματικότητας. Υπάρχουν εμπόδια που αποτρέπουν στους νέους τη μετατροπή κάποιας επιχειρηματικής ιδέας σε πράξη. Ποια είναι όμως αυτά τα εμπόδια ; Μπορεί να είναι η κοινωνική στάση απέναντι στην επιχειρηματικότητα, έλλειψη δεξιοτήτων, ανεπαρκής εκπαίδευση στην επιχειρηματικότητα, έλλειψη εργασιακής εμπειρίας, έλλειψη κεφαλαίου, η έλλειψη δικτύου και εμπόδια στην αγορά. Αυτά θα συζητηθούν με τη σειρά τους, αλλά είναι σημαντικό να κατανοήσουμε ότι πολλά από αυτά τα εμπόδια είναι αλληλένδετα, κατάσταση η οποία δημιουργεί την ανάγκη για μια σειρά πολιτικών λύσεων .

Οι νέοι επηρεάζονται από τις οικογένειες, τους δασκάλους τους και την κοινωνία στο σύνολό της. Σημαντικά πρότυπα, όπως οι γονείς και οι δάσκαλοι, συχνά δεν αντιλαμβάνονται επαρκώς τις απαιτήσεις και τις ευκαιρίες της επιχειρηματικότητας. Αυτή η έλλειψη ευαισθητοποίησης οδηγεί σε έλλειψη ενθάρρυνσης για την επιχειρηματική δραστηριότητα, ή ακόμη και σε αρνητικές κοινωνικές συμπεριφορές που λειτουργούν ως εμπόδιο στην νεανική επιχειρηματικότητα. Τα προγράμματα εκπαίδευσης και κατάρτισης δεν βοηθούν αρκετά στο να αναπτυχθούν επιχειρηματικές νοοτροπίες και δεξιότητες, αλλά μάλλον προετοιμάζουν τους μαθητές για αμειβόμενη απασχόληση, παρά τις πρόσφατες βελτιώσεις στον τομέα αυτό. Η εργασιακή εμπειρία αποτελεί σημαντικό καθοριστικό παράγοντα για την ίδρυση μιας νέας επιχείρησης και την οικονομική απόδοση ενός νέου εγχειρήματος . Οι νέοι συνήθως στερούνται γνώσεων και κεφαλαίου , στοιχεία απαραίτητα τόσο για τη δημιουργία όσο και την επιτυχή εκτέλεση μιας νέας επιχείρησης. Σε σχέση με άτομα μεγαλύτερης ηλικίας, οι νεότεροι άνθρωποι είναι λιγότερο πιθανό να έχουν διευθυντική εμπειρία πριν από την

επιχείρηση και είναι πιο πιθανό να ήταν άνεργοι. Ως εκ τούτου, σπάνια έχουν τις δεξιότητες που απαιτούνται για τη σύσταση ή τη διαχείριση της επιχείρησής τους.

Οι επιχειρηματίες με μεγαλύτερους αρχικούς οικονομικούς πόρους έχουν μεγαλύτερες περισσότερες πιθανότητες να πετύχουν. Οι νέοι βρίσκονται σε μειονεκτική θέση, διότι όχι μόνο θα έχουν χαμηλή προσωπική αποταμίευση, αλλά είναι επίσης πιο δύσκολο από ό, τι οι ενήλικες να αποκτήσουν εξωτερική χρηματοδότηση, συμπεριλαμβανομένης της χρηματοδότησης χρέους. Οι τράπεζες εφαρμόζουν μια σειρά παραμέτρων για την αξιολόγηση των προτάσεων των δανείων, οι οποίες περιλαμβάνουν το πιστωτικό ιστορικό, το παρελθόν στις επιδόσεις των επιχειρήσεων και των ασφαλειών, όλα αυτά είναι πιθανόν να είναι αρκετά μειωμένα στους νέους.

Οι νέοι πιθανόν έχουν περιορισμένες επαφές με επιχειρηματικά δίκτυα. Αυτό μπορεί να έχει συνέπειες για τη σύσταση και λειτουργία της επιχείρησης και την επικοινωνία μεταξύ των βασικών ενδιαφερομένων μερών (π.χ. χρηματοδότες, πελάτες, προμηθευτές).

Τα εμπόδια της αγοράς επηρεάζουν επίσης την επιχειρηματικότητα των νέων. Η αγορά μπορεί να είναι μεροληπτική σε σχέση με την υποστήριξη των νέων επιχειρήσεων.

Επίσης μπορεί να αντιμετωπίσουν τον σκεπτικισμό των πελατών για ένα νέο προϊόν ή υπηρεσία.

Επειδή έχουν συνήθως περιορισμένους πόρους, οι νέες επιχειρήσεις εισέρχονται σε έναν ανταγωνισμό μεταξύ επιχειρήσεων χαμηλού αρχικού κόστους όπου ο ανταγωνισμός είναι μεγάλος.

Η επιχειρηματικότητα μπορεί να παίξει σημαντικό ρόλο στην δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης για νέους αν υπάρχει σύνδεση της εκπαίδευσης με την επιχειρηματικότητα και τα αντίστοιχα προγράμματα κατάρτισης. Ωστόσο, γνωρίζουμε ότι η επιχειρηματικότητα δεν έχει πάντα θετικά αποτελέσματα και σε μεγάλο βαθμό εξαρτάται από τις συνθήκες που θα εφαρμοστεί. Η Ευρωπαϊκή Ένωση με το πρόγραμμα Small business act έκανε μια σημαντική προσπάθεια να βοηθήσει τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις να ευημερήσουν και να αναπτυχθούν. Με τον νόμο νούμερο 10 της Ευρωπαϊκής επιτροπής, γίνεται μια προσπάθεια για σχεδιασμό που θα βοηθήσει τους νέους για τις νέες επιχειρήσεις. Όπως είδαμε παραπάνω,

πολλές χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης έχουν λάβει ήδη μέτρα για την βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος για τους νέους με την απλούστευση των διοικητικών διαδικασιών και κανονισμών, ιδίως όσον αφορά την ίδρυση επιχειρήσεων και την καταγραφή τους. Μέτρα όπως αυτά είναι ένα θετικό βήμα προς τα εμπρός και οι κυβερνήσεις θα πρέπει να συνεχίσουν τις προσπάθειες για τη μείωση της γραφειοκρατικής και διοικητικής επιβάρυνσης για όλες τις νεοσύστατες επιχειρήσεις.

Σημαντικός παράγοντας είναι η ανάπτυξη δεξιοτήτων επιχειρηματικότητας. Κάθε νέος θα πρέπει να έχει πλήρη επίγνωση της αυτοαπασχόλησης ως επιλογή καριέρας. Οι ψυχολογικές δεξιότητες που πρέπει να έχει ένας νέος επιχειρηματίας είναι η δημιουργικότητα, η δυνατότητα για ομαδική εργασία καθώς και η ικανότητα ηγεσίας. Θα πρέπει να υπάρχει ειδική εκπαίδευση ανάλογα με την ηλικία των σπουδαστών. Στην πρωτοβάθμια εκπαίδευση, στόχος είναι η αύξηση της ευαισθητοποίησης για την επιχειρηματικότητα και η ανάπτυξη ενός συνόλου γνώσεων και δεξιοτήτων που ευνοούν την επιχειρηματική νοοτροπία. Συχνά αυτό γίνεται με πρόσκληση τοπικών επιχειρηματιών ώστε να μιλήσουν σε μία τάξη στους μαθητές. Μπορεί επίσης να γίνονται επισκέψεις σε υγιείς επιχειρήσεις μιας περιοχής, ώστε οι μαθητές να παρακολουθούν την λειτουργία της από μέσα για μία μέρα ή λιγότερο.

Στην δευτεροβάθμια εκπαίδευση, θα πρέπει να γίνεται πολύ πιο ειδική προσέγγιση στο θέμα της επιχειρηματικότητας. Η εκπαίδευση θα πρέπει να επικεντρωθεί στην παροχή τεχνικών δεξιοτήτων που υπάρχουν στην καθημερινή επιχειρηματική ζωή. Για παράδειγμα, οι μαθητές θα πρέπει να γνωρίζουν τι είναι τα κεφάλαια εκκίνησης μιας επιχείρησης, πως θα έχουν πρόσβαση σε αυτά καθώς και βασικές αρχές διοίκησης μιας επιχείρησης. Υπάρχουν διάφοροι τρόποι να προσομοιάσεις μια αληθινή επιχείρηση μέσω διδασκαλίας.

Σε πανεπιστημιακό επίπεδο, οι φοιτητές πλέον πρέπει να αποκτούν σε πραγματικό επίπεδο τις δεξιότητες που χρειάζονται για την σύσταση μιας νέας επιχείρησης και πρέπει να μάθουν επίσης την σημαντικότητα των επιχειρηματικών δικτύων. Σε πολλά πανεπιστήμια, έχουν άμεση σύνδεση της διδασκαλίας με πραγματικές εταιρίες ώστε το άτομο να αποκτήσει μια πρώτη εργασιακή εμπειρία. Στο πανεπιστήμιο του Σέφιλντ, υπάρχει μία διεπιστημονική ομάδα που διδάσκει πως λειτουργούν οι επιχειρήσεις, η επιχειρηματικότητα και η καινοτομία μέσω online μαθημάτων, εκδηλώσεων δικτύωσης και επαφών με νεοϊδρυόμενες επιχειρήσεις.

Γενικά, θα πρέπει να επανεξεταστεί η σύνδεση των επαγγελματικών σχολών με την βιομηχανία. Οι φοιτητές θα πρέπει να παίρνουν γνώση για τον αληθινό κόσμο και όχι μια απλή ειδική εκπαίδευση. Έχουν ειπωθεί διάφορες απόψεις και προτάσεις πάνω σε αυτό το θέμα. Υπάρχει μία ριζοσπαστική προσέγγιση που θεωρεί ότι πρέπει να δημιουργηθούν ειδικές σχολές για ιδιοκτήτες και διευθυντές μιας επιχείρησης, οι οποίες θα είναι άμεσα συνδεδεμένες με την επιχείρηση που έχει το άτομο. Έτσι, θα παρέχεται συγκεκριμένη ανάπτυξη δεξιοτήτων και θα εφαρμόζονται ταυτόχρονα. Σήμερα, υπάρχει το πρόγραμμα Erasmus για νέους επιχειρηματίες, όπου μέσω της αλληλεπίδρασης με άλλους επιχειρηματίες και φοιτητές αποκτούν γνώσεις και δεξιότητες.

Έχει παρατηρηθεί σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όπως το Βέλγιο, η Γερμανία και η Δανία, ότι το ενδιαφέρον των μαθητών για την επιχειρηματικότητα αυξήθηκε κατακόρυφα. Πολλοί μαθητές, μετά το τέλος της στοιχειώδους σχολικής εκπαίδευσης για την επιχειρηματικότητα, ζητάνε περαιτέρω εκπαίδευση σε πιο εξειδικευμένα ιδρύματα. Στην Δανία, μέσω του προγράμματος Achievement Young Enterprise, το ενδιαφέρον των μαθητών έχει φτάσει σε σημείο που το 20% θέλει να ανοίξει δικιά του επιχείρηση (E.U., 2014).

4.2 Προγράμματα εκπαίδευσης πάνω στην επιχειρηματικότητα σε χώρες της ΕΕ

Όπως είπαμε και πριν στην Ευρωπαϊκή Ένωση έχουν γίνει αρκετές προσπάθειες να ενταχθεί στην εκπαίδευση η επιχειρηματικότητα. Ωστόσο αυτό το πλάνο αντιμετωπίζει αρκετές προκλήσεις. Χρειάζεται προσεκτική στρατηγική ένταξης του συγκεκριμένου πεδίου. Σχεδόν σε όλες τις χώρες της ΕΕ όλα τα μαθήματα καθορίζονται μέσα από το αντίστοιχο υπουργείο παιδείας της κάθε χώρας. Έτσι σε συνδυασμό με άλλα υπουργεία, το εκάστοτε υπουργείο παιδείας εξετάζει την ανάπτυξη εθνικών πλαισίων επαγγελματικών προσόντων και την ανάπτυξη των σχολικών προγραμμάτων. Επίσης υπάρχουν προγράμματα επιμόρφωσης των εκπαιδευτικών στο ζήτημα της επιχειρηματικότητας και δημιουργία του κατάλληλου εκπαιδευτικού υλικού.

Πολλές φορές η διδασκαλία της επιχειρηματικότητας σχετίζεται και με άλλους τομείς της δημόσιας ζωής. Στη Σουηδία για παράδειγμα υπήρξε έντονο πρόβλημα ενέργειας.

Το υπουργείο ενέργειας έκανε μια έρευνα , και σε συνεργασία με το υπουργείο παιδείας ξεκίνησαν ειδικά μαθήματα για την επιχειρηματικότητα , πιο στοχευμένα στο συγκεκριμένο τομέα. Η Σουηδία έχει κάνει μεγάλα βήματα στον τομέα της εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα . Έχει εντάξει μέσω μεταρρυθμίσεων την επιχειρηματικότητα σε σχολεία και ανώτερα εκπαιδευτικά ιδρύματα. Τέλος έχει παράγει ένα καλά οργανωμένο πλάνο για το πώς θα ενταχθεί ο συγκεκριμένος τομέας στην εκπαίδευση , μέσω ευρειών μεταρρυθμίσεων. Η στρατηγική αυτή αποτελείται από 11 βασικά σημεία. Τα σημεία αυτά περιγράφουν λεπτομερώς τη δράση που αναλαμβάνουν κυβέρνηση και φορείς, η οποία κυμαίνεται από την παροχή μεγαλύτερων ευκαιριών για διεξοδικότερες σπουδές της επιχειρηματικότητας στην ανώτερη δευτεροβάθμια εκπαίδευση έως τη δραστηριότητα χαρτογράφησης σε όλους τους τομείς και την ανάπτυξη υπερσύγχρονων προγραμμάτων στους τομείς της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας.

Στη Νορβηγία υπήρξε διαφορετική προσέγγιση για το ζήτημα της διδασκαλίας της επιχειρηματικότητας. Συμμετείχαν συνολικά τρία υπουργεία στη δημιουργία του εκπαιδευτικού πλάνου :το υπουργείο έρευνας και παιδείας, το υπουργείο τοπικής αυτοδιοίκησης και περιφερειακής ανάπτυξης, και το υπουργείο εμπορίου και βιομηχανίας .Στόχος της προσέγγισης αυτής ήταν η πιο άμεση σύνδεση της εκπαίδευσης της επιχειρηματικότητας με την αγορά εργασίας και τη βιομηχανία. Έχει επίσης εισαχθεί ένα αναθεωρημένο σχολικό πρόγραμμα για την πρωτοβάθμια και τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση ως συμπλήρωμα της στρατηγικής, και η επιχειρηματική εκπαίδευση περιλαμβάνεται σε πολλά προγράμματα μαθημάτων. Την ευθύνη εφαρμογής του πλάνου εκπαίδευσης έχουν τα εκπαιδευτικά ιδρύματα. Το πρόγραμμα είχε το όνομα See the Opportunities and Make Them Work και εφαρμόστηκε από το 2006 ως το 2008 . Ως κύριο εκπαιδευτικό στόχο είχε την κατάρτιση στον τομέα, καθώς και να παράσχει κίνητρα σε εκπαιδευτικά ιδρύματα, δήμους και τις αρχές κομητειών να σχεδιάσουν και να στηρίξουν την επιχειρηματικότητα σε συνεργασία με το εμπόριο και τις επιχειρήσεις. Αυτό θα συνέβαινε μέσω της ευαισθητοποίησης, ανταλλαγή εμπειριών με επαγγελματίες και συνεργασία με μη κυβερνητικές οργανώσεις και δίκτυα, καθώς επίσης και μέσω διεθνούς δικτύωσης.

Στο Ηνωμένο βασίλειο είχαν μια διαφορετική προσέγγιση για την εκπαίδευση πάνω στην επιχειρηματικότητα. Μέσω του προγράμματος Enterprise: Unlocking the UK's

Talent . Δημιούργησαν μεγαλύτερη ενοποίηση μεταξύ εκπαίδευσης και επιχειρήσεων, οι επιχειρήσεις μπορούσαν πλέον να συνεργάζονται με εκπαιδευτικά ιδρύματα , προωθώντας προγράμματα επιχειρηματικότητας για νέους και να λαμβάνουν καινοτομίες χρηματοδοτώντας εκπαιδευτικά προγράμματα. Στο σχολικό πρόγραμμα η επιχειρηματικότητα δεν ήταν κάποιο έξτρα μάθημα αλλά ένα μόνιμο μάθημα για παιδιά από 14 ως 19 ετών και δεν αντιμετωπιζόταν ως μια τάση που έχει άμεση σχέση με επενδύσεις αλλά άμεση σχέση με τη δημιουργικότητα. Επί του παρόντος, το 90% των σχολείων δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης στην Αγγλία προσφέρουν αυτό τον τύπο εκπαίδευσης (E.E., 2013).

4.3 Είδη καινοτομίας

Καινοτομία προϊόντος (product innovation)

Καινοτομία προϊόντος ονομάζουμε την εισαγωγή ενός αγαθού ή μιας υπηρεσίας που είναι νέα ή σημαντικά βελτιωμένη ως προς τα γνωρίσματά του ή τις χρήσεις για τις οποίες προορίζεται. Η βελτίωση μπορεί να είναι ως προς τα υλικά , τη μορφή ή τη χρηστικότητα του προϊόντος.

Παραδείγματα καινοτομίας προϊόντος είναι οι εφαρμογές για android, τα νέα ή βελτιωμένα λογισμικά, ακόμα και προϊόντα στη βιομηχανία τροφίμων και χημικά προϊόντα .

Καινοτομία διαδικασίας (process innovation)

Είναι η εφαρμογή μίας νέας ή σημαντικά βελτιωμένης μεθόδου παραγωγής ή παράδοσης. Αυτό το είδος καινοτομίας εμπεριέχει σημαντικές αλλαγές στις τεχνικές, την τεχνολογία, τον εξοπλισμό και/ ή το λογισμικό.

Παραδείγματα καινοτομίας διαδικασίας στον τομέα της παραγωγής είναι η δημιουργία ενός νέου τρόπου παραγωγής σε ένα εργοστάσιο, η δημιουργία προγραμμάτων ανάπτυξης κάποιου λογισμικού , μια νέα εταιρική δομή κτλ.

Παράδειγμα μιας νέας μεθόδου παράδοσης αποτελεί η εφαρμογή ενός συστήματος εντοπισμού αγαθών με τη χρήση ενός γραμμικού κώδικα ή μιας ενεργής RFID (Αναγνωριστικής Ετικέτας Ραδιοσυχνότητων).

Καινοτομία μάρκετινγκ (marketing innovation)

Είναι η εφαρμογή μίας νέας μεθόδου μάρκετινγκ που περιλαμβάνει σημαντικές αλλαγές στο σχεδιασμό των προϊόντων ή τη συσκευασία τους, την τοποθέτηση, την προώθηση ή την τιμολόγησή τους.

Η καινοτομία μάρκετινγκ έγκειται στον τρόπο με τον οποίο ένας επιχειρηματίας προωθεί κάποιο προϊόν. Ένας καινοτόμος τρόπος διαφήμισης με σκοπό τη δημιουργία μιας νέας αγοράς ή την επανατοποθέτηση του προϊόντος της εταιρείας στην αγορά με στόχο την αύξηση των πωλήσεων. Το χαρακτηριστικό γνώρισμα της καινοτομίας μάρκετινγκ σε σύγκριση με άλλες αλλαγές στα εργαλεία μάρκετινγκ της εταιρείας είναι ότι στην περίπτωση της καινοτομίας εφαρμόζεται μία μέθοδος μάρκετινγκ που δεν έχει χρησιμοποιηθεί στο παρελθόν από την εταιρεία. Για παράδειγμα, η χρήση για πρώτη φορά ενός αισθητά διαφορετικού μέσου ή τεχνικής, όπως η παρουσίαση προϊόντων σε ταινίες ή τηλεοπτικά προγράμματα, αποτελεί καινοτομία μάρκετινγκ.

Οργανωσιακή καινοτομία (organisational innovation)

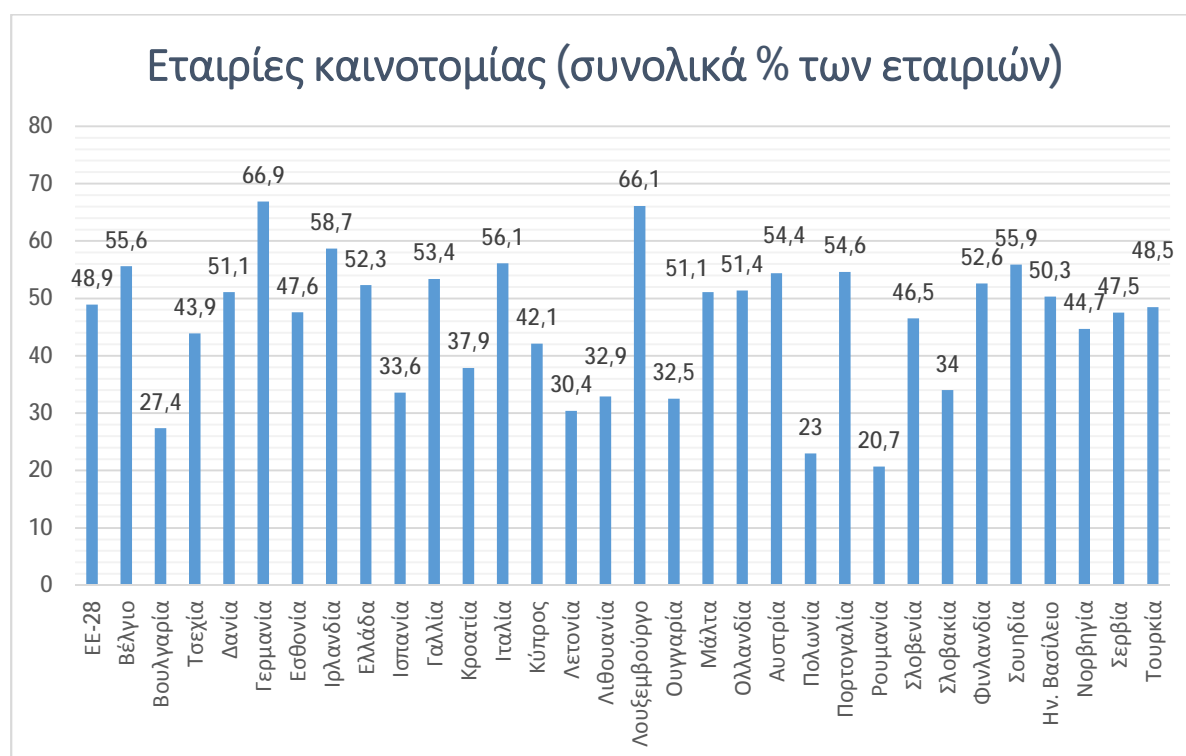
Κατά την οργανωσιακή καινοτομία, η επιχείρηση εισάγει μια νέα μέθοδο λειτουργίας και πρακτικών, στον εργασιακό χώρο, την οργάνωση ή τις εξωτερικές σχέσεις.

Σκοπός αυτού του είδους καινοτομίας είναι να αυξηθεί η απόδοση μέσω διοικητικών ανακατατάξεων, μείωσης δαπανών και βελτίωσης των συνθηκών εργασίας, που συνεπάγεται αύξηση της παραγωγικότητας. Επίσης, μπορεί να έχουμε περίπτωση οργανωσιακής καινοτομίας μέσω μείωσης των δαπανών για προμήθειες.

Το χαρακτηριστικό γνώρισμα της οργανωσιακής καινοτομίας σε σύγκριση με άλλες οργανωσιακές αλλαγές σε μία εταιρεία είναι η εφαρμογή μίας οργανωσιακής μεθόδου η οποία δεν έχει χρησιμοποιηθεί στο παρελθόν από την εταιρεία.

Για παράδειγμα, η Google εφάρμοσε ένα εντελώς καινούργιο οργανωτικό πλάνο στον τρόπο που δουλεύουν οι εργαζόμενοι αλλάζοντας εντελώς τον εσωτερικό χώρο και τους κανόνες λειτουργίας. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση της αφοσίωσης του προσωπικού. Ένα άλλο παράδειγμα είναι η εισαγωγή για πρώτη φορά συστημάτων διαχείρισης της παραγωγής ή των προμηθειών, όπως συστήματα διαχείρισης της αλυσίδας προμηθειών, επανασχεδιασμός των επιχειρηματικών διαδικασιών «ευέλικτη παραγωγή» και συστήματα διαχείρισης ποιότητας (InnoSupportTransfer, 2007)

4.4 Δείκτες καινοτομίας στην Ευρωπαϊκή Ένωση



Σχήμα 4.1 Γράφημα που παρουσιάζει τα ποσοστά εταιριών καινοτομίας τοις εκατό των συνολικών επιχειρήσεων κατά τα έτη 2010 ως 2012 για τις χώρες της ΕΕ συν την Τουρκία.

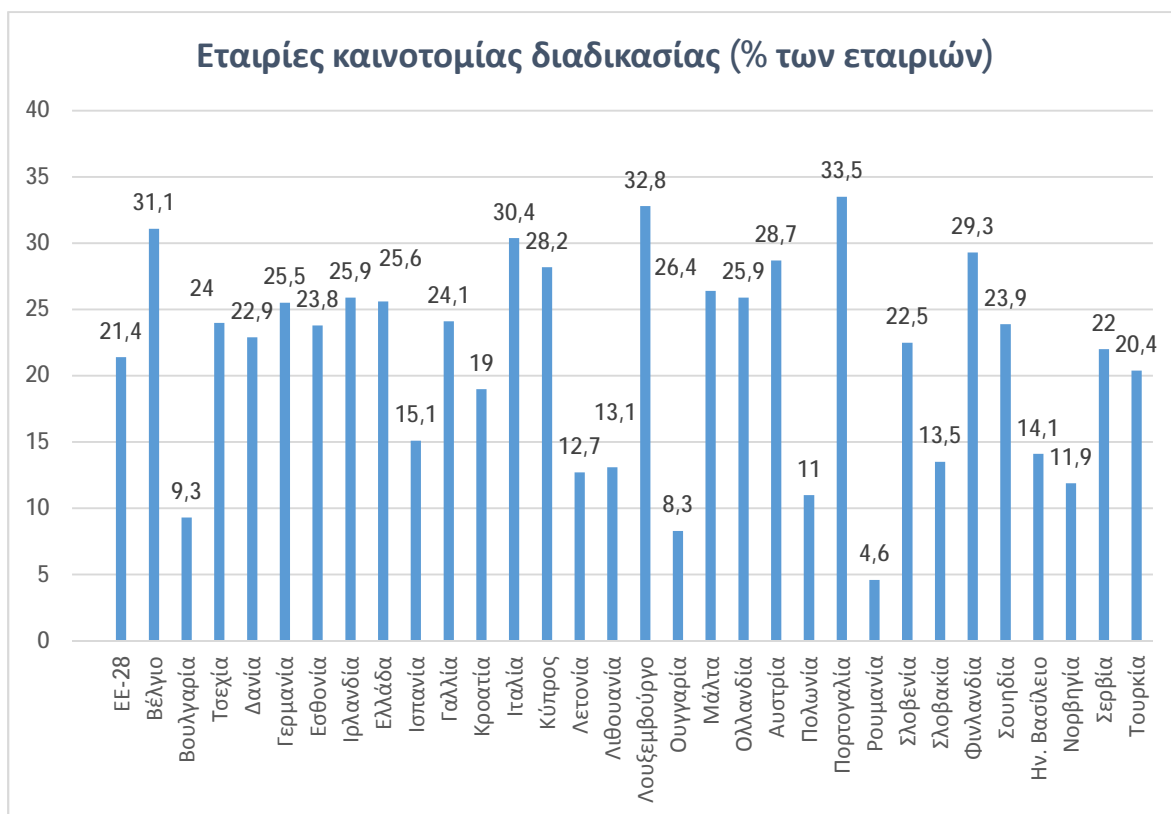
Στο παραπάνω γράφημα παρατηρούμε ότι τα μεγαλύτερα ποσοστά επιχειρήσεων καινοτομίας βρίσκονται στη Γερμανία. Παρότι είχε αρκετά χαμηλά ποσοστά επιχειρηματικότητας, στη Γερμανία σχεδόν το 70% των επιχειρήσεων έχουν παράγει κάποια καινοτομία. Η Ρουμανία από την άλλη, παρότι έχει πολύ υψηλά ποσοστά επιχειρηματικότητας συνδυάζονται με τα χαμηλότερα επίπεδα καινοτομίας. Χαμηλά ποσοστά επίσης παρουσιάζει η Πολωνία και η Βουλγαρία, ενώ αξιοσημείωτα υψηλά ποσοστά παρουσιάζει το Λουξεμβούργο. Η Ελλάδα βρίσκεται κοντά στο μέσον όρο της ΕΕ με ποσοστό 52,3%.

	Εταιρίες καινοτομίας (συνολικά)	Εταιρίες καινοτομίας προϊόντος	Εταιρίες καινοτομίας διαδικασίας	Εταιρίες καινοτομίας οργάνωσης	Εταιρίες καινοτομίας μάρκετινγκ
ΕΕ-28	48,9	23,7	21,4	27,5	24,3
Βέλγιο	55,6	31,5	31,1	29,3	21,9
Βουλγαρία	27,4	10,8	9,3	12,4	14,2
Τσεχία	43,9	25,3	24	20,5	22,4
Δανία	51,1	24,8	22,9	32,2	29,4
Γερμανία	66,9	35,8	25,5	32,2	34,4
Εσθονία	47,6	20,7	23,8	21,7	21,9
Ιρλανδία	58,7	27,8	25,9	21,8	35,7
Ελλάδα	52,3	19,5	25,6	30,2	36,8
Ισπανία	33,6	10,5	15,1	19,4	13,2
Γαλλία	53,4	24,2	24,1	34,2	25,4
Κροατία	37,9	16,4	19	22,9	23,5
Ιταλία	56,1	29,1	30,4	33,5	31
Κύπρος	42,1	20,9	28,2	26,2	29,5
Λετονία	30,4	10,4	12,7	16,9	16,5
Λιθουανία	32,9	11,6	13,1	17,5	19,3
Λουξεμβούργο	66,1	30,3	32,8	46,8	32,4
Ουγγαρία	32,5	10,6	8,3	16,5	19,7
Μάλτα	51,1	23,9	26,4	34,7	32,6
Ολλανδία	51,4	31,9	25,9	27,3	23,2
Αυστρία	54,4	26,6	28,7	36,4	29,5
Πολωνία	23	9,4	11	10,4	10,6
Πορτογαλία	54,6	26	33,5	32,8	32,8
Ρουμανία	20,7	3,4	4,6	14,1	13,8
Σλοβενία	46,5	23,6	22,5	26,3	28,5
Σλοβακία	34	14,4	13,5	18,6	19,3
Φινλανδία	52,6	31	29,3	29,7	26,5
Σουηδία	55,9	31,5	23,9	25,3	30,4
Ην. Βασίλειο	50,3	24	14,1	34,2	16,8
Νορβηγία	44,7	19,1	11,9	21,7	23,2
Σερβία	47,5	24,5	22	32,6	32,2

Πίνακας 4.1 Το ποσοστό των επιχειρήσεων καινοτομίας κατά τα έτη 2010 ως 2012 ανά είδος καινοτομίας στις 28 χώρες της ΕΕ (Eurostat, 2015).

	Εταιρίες καινοτομίας διαδικασίας (% των εταιριών)	Εταιρίες που επιτυγχάνουν καινοτόμες διαδικασίες μέσω λογιστικών, προμηθειών και μέσων διανομής	Εταιρίες που επιτυγχάνουν καινοτόμες διαδικασίες μέσω βελτιωμένων προϊόντων και υπηρεσιών
ΕΕ-28	21,4	34,9	65,5
Βέλγιο	31,1	35,2	60,3
Βουλγαρία	9,3	28,1	61,7
Τσεχία	24	39,6	68
Δανία	22,9	37,7	41,9
Γερμανία	25,5	44,1	74,9
Εσθονία	23,8	25,4	65,9
Ιρλανδία	25,9	40,5	59,9
Ελλάδα	25,6	28,3	59,7
Ισπανία	15,1	20,3	61,8
Γαλλία	24,1	35,9	72,4
Κροατία	19	40,8	65,3
Ιταλία	30,4	31,3	61,3
Κύπρος	28,2	95,7	57,8
Λετονία	12,7	32,6	71,9
Λιθουανία	13,1	25,4	70,1
Λουξεμβούργο	32,8	41,7	59,1
Ουγγαρία	8,3	19,6	58,9
Μάλτα	26,4	52,4	57,8
Ολλανδία	25,9	32,7	62,1
Αυστρία	28,7	32,5	55,4
Πολωνία	11	29,2	61,7
Πορτογαλία	33,5	37,2	60,7
Ρουμανία	4,6	31,6	69,3
Σλοβενία	22,5	34,1	68,2
Σλοβακία	13,5	38,6	62,9
Φινλανδία	29,3	33,9	64
Σουηδία	23,9	32	57,2
Νορβηγία	11,9	25,4	60,8
Σερβία	22	40,9	49,9

Πίνακας 4.2 Βασικοί παράγοντες καινοτομίας διαδικασίας για τις χώρες της ΕΕ κατά τα έτη 2010 ως 2012(Eurostat, 2015).



Σχήμα 4.2 Τα ποσοστά τοις εκατό των εταιριών που ανήκουν στις εταιρίες καινοτομίας διαδικασίας κατά την περίοδο 2010 ως 2012 για τις χώρες της ΕΕ συν την Τουρκία

Στο συγκεκριμένο πίνακα παρατηρούμε ότι η Ελλάδα έχει ικανοποιητικά ποσοστά στο συγκεκριμένο δείκτη. Επαναλαμβάνουμε ότι καινοτομία διαδικασίας είναι η εφαρμογή μίας νέας ή σημαντικά βελτιωμένης μεθόδου παραγωγής ή παράδοσης. Τα υψηλότερα ποσοστά τα βλέπουμε στο Λουξεμβούργο και στην Πορτογαλία. Το Λουξεμβούργο είναι μια υγιής οικονομία που παρουσίαζε υψηλά ποσοστά σχεδόν σε όλους τους δείκτες καινοτομίας. Στον αντίποδα βλέπουμε τη Ρουμανία, Ουγγαρία και τη Βουλγαρία που παρουσιάζουν τα χαμηλότερα ποσοστά καινοτομίας.

4.5 Η καινοτομία στην Ελλάδα ενάντια στην κρίση

Βλέποντας την Ελλάδα του σήμερα, με την πρώτη ματιά οι προϋποθέσεις για μια οικονομία καινοτομίας φαίνεται να μην είναι οι καλύτερες, μιας και υπάρχουν πολύ λίγα συστήματα παραγωγής καινοτομίας. Συγκριτικά, όπως παρουσιάζονται στον πίνακα αποτελεσμάτων της βιομηχανικής καινοτομίας στην ΕΕ, η Ελλάδα βρίσκεται στην 20η θέση στην ΕΕ των 28, κοντά στην Ουγγαρία. Αυτή η επίδοση δεν αποτελεί έκπληξη. Οι επενδύσεις σε έρευνα και ανάπτυξη, ως βασικός παράγοντας καινοτόμων προσπαθειών στην ελληνική οικονομία, σχετίζονται ελάχιστα με το ετήσιο ΑΕΠ. Η Ελλάδα δαπανά 0,5 τοις εκατό για δραστηριότητες στον τομέα της πληροφορικής, λιγότερο από οποιαδήποτε άλλη χώρα της Ευρωζώνης και ο συγκεκριμένος τομέας της οικονομίας είναι πιο κοντά σε χώρες όπως η Αίγυπτος. Επιπλέον, η ιδιωτικές επενδύσεις που σχετίζονται με την τεχνολογική καινοτομία αποτελούν λιγότερο από το 0,2% του ΑΕΠ. Η Σουηδία, στο άλλο άκρο της κλίμακας, διαθέτει 3 τοις εκατό του ΑΕΠ για τον αντίστοιχο δείκτη. Υπάρχουν ελάχιστα ερευνητικά δίκτυα στην Ελλάδα και η συνεργασία τους με τη βιομηχανία είναι κακή. Επιπλέον, δεν υπάρχει οικονομική βάση για τη χρηματοδότηση καινοτόμων επενδύσεων.

Ως κάτοχοι ελληνικών κρατικών ομολόγων, οι τράπεζες σήμερα έχουν μειωμένο κεφάλαιο και τα επιχειρηματικά κεφάλαια είναι σχεδόν ανύπαρκτα. Επίσης είναι γνωστό ότι πολλά μεγάλα κεφάλαια έχουν τοποθετηθεί σε άλλες χώρες, ίσως έξω και από το ευρώ. Πολύ λίγοι επιχειρηματίες θα επένδυαν στην Ελλάδα του σήμερα. Στους δείκτες καινοτομίας προϊόντων η Ελλάδα βρίσκει και πάλι τον εαυτό της σε χαμηλό μέρος της κατάταξης. Το ρυθμιστικό περιβάλλον για την καινοτομία είναι σε κακή κατάσταση, καθώς, πιθανότατα επίσης οι ιδιώτες επενδυτές αρνούνται να επενδύσουν στην Ελλάδα. Η Ελλάδα έχει δύσκαμπτο νομικό πλαίσιο που θέτει σημαντικές επιβαρύνσεις και χρονοβόρες διαδικασίες για τους επιχειρηματίες και ιδιοκτήτες επιχειρήσεων σχετικά με τους κανόνες συμμετοχής, καταγραφής της ακίνητης περιουσίας και την απόκτηση ή την επέκταση άδειας.

Ένα άλλο ζήτημα που υπάρχει στην Ελλάδα είναι ότι οι επιστήμονες που συνήθως μέσω έρευνας παράγουν καινοτομία, δραστηριοποιούνται πιο συχνά στο εξωτερικό παρά στην Ελλάδα. Είναι ένα λογικό φαινόμενο κατά μια έννοια, διότι υπάρχουν έτοιμες συνθήκες εργασίας σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες, εν αντιθέσει με την

Ελλάδα. Όταν συγκρίνουμε την Ελλάδα με άλλες ευρωπαϊκές χώρες, η Ελλάδα βρέθηκε να είναι η μόνη χώρα "εξαγωγής" κορυφαίων επιστημόνων σε άλλες Ευρωπαϊκές χώρες . Ωστόσο, κατά μέσο όρο οι Έλληνες ερευνητές (στην Ελλάδα και στην Ευρώπη) συγκριτικά με τον ελληνικό πληθυσμό δείχνουν ότι η αναλογία των επιχορηγήσεων προς τον πληθυσμό είναι παρόμοια με τις οικονομίες καινοτομίας, όπως η Γαλλία, η Γερμανία, η Μεγάλη Βρετανία ή και με καλύτερη αναλογία από τους Ισπανούς ερευνητές . Αυτή η δυνατότητα να παραχθεί καινοτομία μέσω έρευνας θα μπορούσε να δώσει ώθηση στην καινοτομία και την επιχειρηματικότητα, και να μεταφραστεί σε ανάπτυξη.

Έτσι, με βάση τα επιχειρήματα αυτά, υπάρχει μια κατανόηση του τι απαιτείται κατά την έναρξη μιας διαδικασίας για τη μετατροπή της Ελλάδας σε χώρα καινοτομίας. Ωστόσο, δεδομένης της οικονομικής δυσμένειας και του εχθρικού περιβάλλοντος προς τις καινοτόμες επιχειρήσεις στην Ελλάδα, υπάρχει μόνο ένας μικρός αριθμός από νεοσύστατες επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας . Υπάρχει επίσης μικρή γνώση στην εφαρμοσμένη έρευνα και δυσκολία στην περαιτέρω εκμετάλλευση των πιθανών ευρημάτων. Άρα λόγω του κακού επιχειρηματικού περιβάλλοντος η έρευνα δεν μετατρέπεται σε επιχειρηματικότητα ώστε να αντληθεί το αντίστοιχο κέρδος , και οι ίδιοι οι ερευνητές πολλές φορές οδηγούνται σε έξοδο από τη χώρα (Herrmann & Kritikos, 2013).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

5.1 Κοινωνικές επιχειρήσεις, τι είναι, ποιος είναι ο σκοπός τους και πως προέκυψε η ανάγκη για τη δημιουργία τους

Ο ορισμός των Κοινωνικών επιχειρήσεων ποικίλει ανά τα χρόνια και το επιστημονικό πεδίο από το οποίο τον προσεγγίζουν. Εφόσον δεν υπάρχει καθολικός ορισμός θα παραθέσουμε τα πιο κοινώς αποδεκτά χαρακτηριστικά τους. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις είναι επιχειρήσεις ή οργανισμοί που έχουν στόχο την επίτευξη κοινωφελούς έργου, δεν έχουν κερδοσκοπικό χαρακτήρα και τα κέρδη τους προέρχονται αποκλειστικά από την παροχή υπηρεσιών τους οι οποίες έχουν σκοπό την εξυπηρέτηση του κοινωνικού συμφέροντος. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις εντάσσονται στο πλαίσιο της κοινωνικής οικονομίας της οποίας τον ορισμό θα εξετάσουμε παρακάτω.

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις βασίζονται στη λογική της κάλυψης αναγκών της κοινωνίας και στην ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας. Υπάρχει επίσης ένας ιδιότυπος χαρακτήρας των κοινωνικών επιχειρήσεων. Δεν ανήκουν πλήρως ούτε στο δημόσιο, ούτε στον ιδιωτικό τομέα, τουλάχιστον με τη μορφή των συμβατικών επιχειρήσεων. Η κοινωνική οικονομία αποτελείται κυρίως από οργανισμούς όπως σωματεία, συνεταιρισμοί, μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς κτλ.

Ένα άλλο χαρακτηριστικό που έχουν οι κοινωνικές επιχειρήσεις είναι η στήριξη που προσφέρουν σε ευάλωτες ή αποκλεισμένες κοινωνικές ομάδες. Πολλοί από αυτούς τους οργανισμούς, συγκεκριμένα ένα είδος συνεταιριστικών κοινωνικών επιχειρήσεων, έχει στραφεί προς την κατεύθυνση πρόσληψης τέτοιων ατόμων με σκοπό την ένταξη και την ενσωμάτωσή τους στην κοινωνία.

Άλλες οργανώσεις κοινωνικής οικονομίας στρέφονται περισσότερο στην κατεύθυνση της προσφοράς υπηρεσιών υγείας, κοινωνικής αλληλεγγύης και πρόνοιας, όπως στέγαση και σίτιση.

Πολλοί φορείς τέλος στρέφονται προς την κατεύθυνση της προστασίας του περιβάλλοντος.

Η επιδίωξη των φορέων της κοινωνικής οικονομίας είναι ο επαναπροσδιορισμός του ρόλου του πολίτη στην οικονομική κι πολιτική ζωή. Η κοινωνική οικονομία χρειάζεται τη συμμετοχή του ατόμου και την ανάπτυξη ικανοτήτων κοινωνικών και παραγωγικών.

Σήμερα πολλοί φορείς της παγκόσμιας οικονομίας όπως η Ευρωπαϊκή Ένωση υποστηρίζουν ένθερμα την ιδέα της κοινωνικής οικονομίας και θεωρούν ότι το μέλλον της οικονομίας δεν μπορεί να μην περιέχει και αυτές τις μορφές. Περίπου επτά εκατομμύρια άτομα απασχολούνται σε κοινωνικές επιχειρήσεις στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Έχουν εφαρμοστεί επίσης πολλά είδη πρωτοβουλιών για τους ανέργους, τους άστεγους και τους κοινωνικά αποκλεισμένους.

Υπάρχουν προγράμματα χρηματοδότησης από την Ευρωπαϊκή Ένωση για ένα μεγάλο εύρος κοινωνικών επιχειρήσεων ιδίως για αυτές που στοχεύουν στην εξάλειψη κοινωνικών προβλημάτων και στη βοήθεια προς ευάλωτες κοινωνικές ομάδες. Γι' αυτό το λόγο αναπτύχθηκαν τα τοπικά σχέδια δράσης, ειδικά προγράμματα προώθησης των κοινωνικών επιχειρήσεων.

Αυτό που οδήγησε όμως στην υλοποίηση των κοινωνικών επιχειρήσεων ήταν οι ανάγκες των ανθρώπων για πρόνοια, για εργασία και για ένταξη των κοινωνικά ευάλωτων ομάδων στην αγορά εργασίας, ανάγκες τις οποίες αδυνατεί να καλύψει ο ιδιωτικός τομέας λόγω έλλειψης κέρδους και ο κρατικός τομέας δεν μπορεί να ανταποκριθεί λόγω απουσίας δημοσιονομικών κ χρηματοοικονομικών μέσων.

Σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ η κοινωνική επιχείρηση ορίζεται ως: «Οποιαδήποτε ιδιωτική δραστηριότητα συνδεδεμένη με το δημόσιο συμφέρον, οργανωμένη με επιχειρηματική στρατηγική αλλά που ο κύριος σκοπός της δεν είναι η μεγιστοποίηση του κέρδους αλλά η επίτευξη συγκεκριμένων οικονομικών και κοινωνικών στόχων, και η οποία έχει την ικανότητα να εισάγει καινοτόμες λύσεις στα προβλήματα του κοινωνικού αποκλεισμού και της ανεργίας»(ΟΟΣΑ, 1999).

Ο ορισμός των κοινωνικών επιχειρήσεων από την οπτική της κοινωνικής οικονομίας τονίζει την αποστολή αυτών των επιχειρήσεων και τον στόχο δημιουργίας οφέλους είτε για τα μέλη τους είτε για ένα μεγαλύτερο σύνολο και όχι για δημιουργία κέρδους για επενδυτές. Αυτή η προσέγγιση τονίζει επίσης το δημοκρατικό τρόπο λήψης

αποφάσεων και την προτεραιότητα των ανθρώπων και των εργαζομένων έναντι του κεφαλαίου κατά την κατανομή εισοδήματος (Nyssens, 2006).

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις χαρακτηρίζονται από διευρυμένο παραγωγικό ρόλο και επιχειρηματική συμπεριφορά που τις κάνει να διαφοροποιούνται από τους κλασικούς μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς και τις παραδοσιακές δομές της κοινωνικής οικονομίας. (Πατσέλης, 2008) Διέπονται από μία ευρύτερη κουλτούρα προσφοράς, εθελοντισμού και καινοτομίας των επιχειρήσεων και των δημοσίων υπηρεσιών. (Leadbeater, 2007)

5.2 Κοινωνική οικονομία και επιχειρηματικότητα

Γενικά μπορούμε να θεωρήσουμε ότι η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι ένας τομέας επιχειρηματικότητας που δίνει περισσότερο βάση στην παροχή υπηρεσιών ως προς τους πολίτες και λιγότερο στην αύξηση του κέρδους της επιχείρησης. Επίσης σημαντικό είναι το ζήτημα της λήψης αποφάσεων, όπου οι συμμετέχοντες είναι αυτοί που καθορίζουν τις κινήσεις της οντότητας περισσότερο και λιγότερο το κεφάλαιο. Προτιμώνται περισσότερο δημοκρατικές διαδικασίες.

Υπάρχει διαφοροποίηση των όρων κοινωνική οικονομία και κοινωνική επιχειρηματικότητα μεταξύ Ευρώπης και Η.Π.Α., όπου στις Η.Π.Α. ταυτίζεται περισσότερο με τη λειτουργία μη κερδοσκοπικών οργανώσεων, ενώ στην Ευρώπη αναφέρεται περισσότερο ως το τρίτο σύστημα διαμεσολάβησης μεταξύ αγοράς και κράτους.

Υπάρχουν όμως και διαφορές μεταξύ των φορέων της κοινωνικής οικονομίας και των μη κερδοσκοπικών οργανώσεων. Οι φορείς της κοινωνικής οικονομίας απαιτούν περισσότερο δημοκρατικές διαδικασίες που σε μια ιδιωτικού τύπου μη κερδοσκοπική οργάνωση δεν θεωρούνται απαραίτητες. Επίσης οι μη κερδοσκοπικές οργανώσεις μπορεί να λειτουργούν καθαρά εθελοντικά και όσα κέρδη υπάρχουν να επανεπενδύονται, ενώ οι φορείς της κοινωνικής οικονομίας πρέπει τις περισσότερες φορές να μοιράζονται τα κέρδη στα μέλη τους.

Στην Ευρώπη η κοινωνική επιχειρηματικότητα χρησιμοποιείται κυρίως για να προσδιορίσουμε το σύνολο των πρακτικών που ασκούν οι συνεταιρισμοί, οι κερδοσκοπικές οργανώσεις και οργανώσεις βοήθειας που δεν μπορούμε να τους εντάξουμε πλήρως ούτε στη δημόσια αλλά ούτε και στην ιδιωτική σφαίρα. Ο ρόλος αυτών των οργανώσεων ήταν να υπάρξουν περισσότερες ευκαιρίες για τους μη κεφαλαιούχους για εργασία και επιχειρηματικότητα ώστε να υπάρξει καλύτερη αναδιανομή του πλούτου. Εν μέρει οι οντότητες αυτές αναπλήρωναν το ρόλο του κράτους σε περιόδους μεγάλης κοινωνικής ανισότητας.

Πλέον βέβαια, η έννοια αυτή έχει αλλάξει αρκετά. Με την κοινωνική οικονομία εννοούμε περισσότερο τις φιλανθρωπικές οντότητες που συνήθως λειτουργούν εθελοντικά ή μη κερδοσκοπικά.

5.3 Τα κύρια χαρακτηριστικά των φορέων κοινωνικής οικονομίας

Στην πιο σύγχρονη προσέγγιση του όρου, που έγινε κυρίως από την Ευρωπαϊκή Ένωση, θεωρείται ότι η κοινωνική οικονομία ή επιχειρηματικότητα είναι ο χώρος της οικονομίας που γεφυρώνει τους τομείς του κράτους και της αγοράς μέσω παραγωγικής δραστηριότητας και της κάλυψης των αναγκών των πολιτών.

Σύμφωνα με το άρθρο 1 του Ν. 4019/2011 κοινωνική οικονομία ορίζεται το σύνολο των οικονομικών, επιχειρηματικών, παραγωγικών και κοινωνικών δραστηριοτήτων, οι οποίες αναλαμβάνονται από νομικά πρόσωπα ή ενώσεις προσώπων, των οποίων ο καταστατικός σκοπός είναι η επιδίωξη του συλλογικού οφέλους και η εξυπηρέτηση γενικότερων κοινωνικών συμφερόντων.

Η κοινωνική οικονομία ή κοινωνική επιχειρηματικότητα καλύπτει ένα μεγάλο εύρος υπηρεσιών όπως η σίτιση, η τοπική ανάπτυξη, εκπαιδευτικές υπηρεσίες και όλους τους τομείς κοινωνικής αλληλοβοήθειας. Πέραν της ανάγκης αυτόνομης λειτουργίας των φορέων κοινωνικής οικονομίας μέσω αυτών των εγχειρημάτων δίνεται η δυνατότητα στα άτομα να αναπτύξουν ικανότητες που μπορούν σε κάθε συνθήκη να βοηθήσουν την κοινωνία.

Μεγάλη βάση δίνεται επίσης στην κοινωνική οικονομία ως τρόπος επανένταξης στην κοινωνία ατόμων με προβλήματα. Πολλοί άνθρωποι που είναι χρόνια άνεργοι, μετανάστες, άτομα με ειδικές ανάγκες και αποφυλακισμένοι έχουν τη δυνατότητα να κάνουν μια νέα αρχή στην αγορά εργασίας μέσω αυτών των εγχειρημάτων.

Η κοινωνική οικονομία είναι ανταγωνιστική της μαύρης οικονομίας. Υπάρχει τάση νομιμοποίησης πολλών εργασιών που παλαιότερα ήταν αδήλωτες. Βοηθάει επίσης στην αποκέντρωση. Πολλές αγροτικές εργασίες που γίνονται από συνεταιρισμούς απαιτούν τη μετακίνηση των ενδιαφερόμενων μακριά από τα αστικά κέντρα, στον τόπο παραγωγής.

Με τον τρόπο αυτόν, η κοινωνική οικονομία στοχεύει στην ενίσχυση των τοπικών κοινωνιών. Σήμερα η έννοια της κοινωνικής οικονομίας έχει αλλάξει αρκετά, ωστόσο συνεχίζουν να υπάρχουν οι ακόλουθες βασικές ηθικές (Νασιούλας,2012) :

- Οι άνθρωποι που απαρτίζουν τον κοινωνικό φορέα είναι πιο σημαντικοί από το κεφάλαιο
- Απαιτείται ισότιμη συμμετοχή και κάποιες φορές εθελοντική
- Υπάρχει δημοκρατικότητα στη λήψη αποφάσεων
- Υπάρχει συνδυασμός ατομικού και συλλογικού συμφέροντος
- Προάγεται η αλληλεγγύη
- Η κοινωνική επιχείρηση πρέπει να λειτουργεί αυτόνομα από το κράτος
- Το μεγαλύτερο μέρος του κέρδους ή του πλεονάσματος επιστρέφει στα μέλη και την τοπική κοινωνία

Επειδή όμως η έννοια της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και της κοινωνικής οικονομίας είναι ακόμα σε στάδιο προσδιορισμού, ακόμα πιο γενικά θα μπορούσαμε να αναφέρουμε ότι τα χαρακτηριστικά των κοινωνικών επιχειρήσεων μπορούν να γενικευθούν στα παρακάτω κατά τον Κώστα (2014):

- Είναι οντότητες που σχετίζονται με την παραγωγή προϊόντων ή υπηρεσιών
- Έχουν μεγάλο βαθμό αυτονομίας

- Το οικονομικό ρίσκο αναλαμβάνεται από την ίδια την οντότητα και όχι από το κράτος ή το κεφάλαιο
- Υπάρχει αμειβόμενη ή εθελοντική εργασία
- Λειτουργεί προς όφελος της κοινότητας
- Τις περισσότερες φορές προκύπτει ως πρωτοβουλία των πολιτών μιας κοινότητας
- Η λήψη αποφάσεων γίνεται από τα μέλη
- Τα πλεονάσματα και τα κέρδη υπόκεινται σε περιορισμούς

Τέλος κατά τους Σακελλαρόπουλο και Οικονόμου (2007) υπάρχουν τα οκτώ παρακάτω κριτήρια που πρέπει να πληροί μια επιχείρηση ή οργάνωση για να θεωρηθεί κοινωνική:

- Πρέπει να υπερισχύει ο ανθρωποκεντρικός χαρακτήρας έναντι της εμπορικής δραστηριότητας
- Πρέπει να υπάρχει φιλικότητα προς τους εργαζόμενους, η επιλογή των οποίων θα πρέπει να περιέχει και κοινωνικά κριτήρια, όπως η επανένταξη συγκεκριμένων ομάδων της κοινωνίας
- Τα κέρδη θα πρέπει να επανεπενδύονται στην επιχείρηση και όχι να διανέμονται
- Θα πρέπει να είναι μια οικονομικά βιώσιμη επιχείρηση αλλά οι κοινωνικοί στόχοι να υπερισχύουν των οικονομικών στόχων
- Η ιδιοκτησία θα πρέπει να είναι μοιρασμένη έτσι ώστε να μην είναι εφικτή η πώληση ενός μέρους της επιχείρησης προς ιδιώτες
- Οι δημοκρατικές και μη ιεραρχικές διαδικασίες

- Η εθελοντική εργασία
- Ο προσανατολισμός του εγχειρήματος προς την κοινότητα, που στοχεύει στην ανάπτυξη

Επίσης η κοινωνική επιχείρηση διαφέρει ως προς τους παρακάτω παράγοντες με τις συμβατικές επιχειρήσεις:

- Η συμβατική επιχείρηση έχει ως σκοπό την άντληση κέρδους από την εκμετάλλευση της εργασίας, ενώ η κοινωνική επιχείρηση προσανατολίζεται στην καταπολέμηση κοινωνικών προβλημάτων
- Η άντληση κέρδους της συμβατικής επιχείρησης καταλήγει στους ιδιοκτήτες ή τους μετόχους, στην περίπτωση της κοινωνικής επιχείρησης το κέρδος επανεπενδύεται στο αρχικό κεφάλαιο ή επενδύεται σε οτιδήποτε θα επιτρέψει να φέρει εις πέρας τον σκοπό της.

5.4 Οι βασικότερες μορφές κοινωνικών επιχειρήσεων

Οι κυριότερες δομές κοινωνικών οργανώσεων είναι οι παρακάτω έξι:

- Συνεταιρισμοί
- Εταιρίες αλληλοβοήθειας
- Κοινωφελή ιδρύματα
- Κοινωνικές επιχειρήσεις
- Σωματεία
- Εθελοντικές οργανώσεις

Οι συνεταιρισμοί είναι οι μάλλον παλιότερη μορφή κοινωνικών επιχειρήσεων. Υπάρχουν συνεταιρισμοί κυρίως στην πρωτογενή παραγωγή όπως γεωργικοί και κτηνοτροφικοί συνεταιρισμοί αλλά και σε άλλους τομείς της οικονομίας. Στο πρώτο

κεφάλαιο αναφέραμε τις συνεταιριστικές τράπεζες. Σημαντικοί είναι επίσης οι συνεταιρισμοί στη μεταποιητική βιομηχανία και άλλων ειδών εμπορίου. Λειτουργούν με την αρχή της πλειοψηφίας στις περισσότερες των περιπτώσεων, υπάρχει ισότητα μεταξύ των μελών και υπάρχει ισότιμη κατανομή των κερδών ανάλογα το καταστατικό βέβαια του συνεταιρισμού. Δημιουργήθηκαν για να διευκολύνουν την παραγωγή και την επιχειρηματικότητα από τη βάση της κοινωνίας και βοηθούν σε πολλές περιπτώσεις την τοπική οικονομία. Στην Ευρώπη υπάρχει βαθιά ριζωμένη η ιστορία των συνεταιρισμών εδώ και αιώνες. Τέλος, βοηθούν την αγορά δημιουργώντας ανταγωνισμό.

Οι εταιρίες αλληλοβοήθειας είναι μια διαφορετική περίπτωση και λειτουργούν συμπληρωματικά έναντι ατόμων ή εταιριών. Υπάρχουν πολλά είδη τέτοιων εταιριών στους τομείς της ασφάλισης, των οικοδομικών και δραστηριοποιούνται επίσης και στον πιστωτικό τομέα. Στις περισσότερες περιπτώσεις λειτουργούν με εθελοντές και η λήψη αποφάσεων γίνεται με ψήφους ίσου δικαιώματος. Τα μέλη δεν αμείβονται με βάση το κέρδος.

Οι εθελοντικές οργανώσεις δραστηριοποιούνται σε πολλούς κοινωνικούς τομείς, όπως η υγεία και η μέριμνα ατόμων τρίτης ηλικίας ή με ειδικές ανάγκες και άπορων. Επίσης δραστηριοποιούνται σε οικολογικά και φιλοζωικά ζητήματα. Τις περισσότερες φορές λειτουργούν δημοκρατικά και υπάρχει δικαίωμα ψήφου για όλα τα μέλη. Τα έσοδα πολλές φορές προέρχονται από δωρεές.

Τα σωματεία λειτουργούν όπως και οι παραπάνω οργανώσεις σε ένα μεγαλύτερο όμως φάσμα κοινωνικών λειτουργιών και έχουν διαφορετική νομική υπόσταση. Δραστηριοποιούνται στην υγεία, τον πολιτισμό, περιβαλλοντικά ζητήματα, τον αθλητισμό, την εκπαίδευση κτλ. Ο τρόπος λειτουργίας ορίζεται από το καταστατικό του κάθε σωματείου αλλά συνήθως λειτουργούν μη ιεραρχικά και δημοκρατικά.

Τα κοινωφελή ιδρύματα λαμβάνουν τη χρηματοδότηση τους κυρίως από δωρεές και με τη σειρά τους μεταφέρουν τα χρήματα αυτά με δωρεές σε άτομα που τα χρειάζονται, επιδοτούν επιστημονικά προγράμματα, χρηματοδοτούν προγράμματα υγείας κτλ. Στα κοινωφελή ιδρύματα συνήθως υπάρχουν διαχειριστές αυτών των κεφαλαίων.

Όσον αφορά τις κοινωνικές επιχειρήσεις θα χρησιμοποιήσουμε τον ορισμό του Διεθνούς Κέντρου Έρευνας και Πληροφόρησης για τη Δημόσια, Κοινωνική και Συνεργατική Οικονομία:

«Είναι ένα σύνολο από ιδιωτικές και οργανωμένες επιχειρήσεις, που λειτουργούν αυτόνομα ως προς τη λήψη αποφάσεων και επιτρέπουν ελεύθερα τη συμμετοχή ενδιαφερομένων ατόμων. Οι επιχειρήσεις αυτές δημιουργήθηκαν για να καλύψουν τις ανάγκες των μελών τους διαμέσου της αγοράς, με την παραγωγή και παροχή προϊόντων και υπηρεσιών αντίστοιχα. Σε αυτές, η διαδικασία λήψης αποφάσεων και η διανομή κερδών ή πλεονασμάτων μεταξύ των μελών δεν συνδέονται άμεσα με το κεφάλαιο ή τις εισφορές των μελών, ενώ τα μέλη αυτά, διαθέτουν από μία ψήφο. Η κοινωνική οικονομία συμπεριλαμβάνει επίσης, ιδιωτικές και δομημένες οργανώσεις, οι οποίες είναι αυτόνομες ως προς τη λήψη αποφάσεων, επιτρέπουν την ελεύθερη συμμετοχή ενδιαφερομένων μερών, προσφέρουν μη εμπορευματικές υπηρεσίες και τα πλεονάσματά τους δεν επιτρέπεται να τα οικειοποιούνται, ελέγχουν ή χρηματοδοτούν»

Στις περισσότερες περιπτώσεις βέβαια δεν έχουμε μόνο ένα τύπο κοινωνικής οργάνωσης αλλά συνδυαστικούς τύπους από τους παραπάνω. Στην Ελλάδα με Νόμο του 2011 θεσπίστηκε ένας νέος τομέας επιχειρηματικής δραστηριότητας αναγνωρίζοντας τον όρο Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση. Κατά τη Μονάδα Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας του Πανεπιστημίου Θράκης υπάρχουν τρία είδη τέτοιων επιχειρήσεων:

- Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις Ένταξης, που δίνουν μεγαλύτερη βάση στην κοινωνική ένταξη και ενσωμάτωση ατόμων που ανήκουν σε κοινωνικές ομάδες που θεωρούνται ευάλωτες. Στις επιχειρήσεις αυτές τουλάχιστον το 40% των εργαζόμενων θα πρέπει να ανήκουν σε ευάλωτες κοινωνικές ομάδες. Οι Κοινωνικοί Συνεταιρισμοί Περιορισμένης Ευθύνης (Κοι.Σ.Π.Ε.) θεωρούνται αυτοδικαίως Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις Ένταξης.
- Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις Κοινωνικής Φροντίδας, οι επιχειρήσεις αυτές ασχολούνται με την παραγωγή προϊόντων περισσότερο

παρά υπηρεσιών και τη διάθεση τους σε ευάλωτες κοινωνικές ομάδες όπως οι ηλικιωμένοι, τα βρέφη, τα παιδιά, τα άτομα με αναπηρία και τα άτομα με χρόνιες παθήσεις.

- Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις Συλλογικού και Παραγωγικού Σκοπού, οι οποίες αφορούν την παραγωγή προϊόντων και παροχή υπηρεσιών για την ικανοποίηση των αναγκών της συλλογικότητας (πολιτισμός, περιβάλλον, οικολογία, εκπαίδευση, παροχές κοινής ωφέλειας, αξιοποίηση τοπικών προϊόντων, διατήρηση παραδοσιακών δραστηριοτήτων και επαγγελμάτων κ.α.) που προάγουν το τοπικό και συλλογικό συμφέρον, την προώθηση της απασχόλησης, την ενδυνάμωση της κοινωνικής συνοχής και την ενδυνάμωση της τοπικής ή περιφερειακής ανάπτυξης.

Υπάρχουν και άλλες βέβαια προσεγγίσεις στην κατηγοριοποίηση των κοινωνικών οργανώσεων και προσδιορισμού των χαρακτηριστικών τους. Οι τέσσερις κύριες προσεγγίσεις κατηγοριοποίησης είναι η παρακάτω:

- Η νομική προσέγγιση. Όπου κατά τη νομική προσέγγιση γίνεται κατηγοριοποίηση με βάση τη νομική μορφή της κοινωνικής επιχείρησης.
- Η ηθικολογική προσέγγιση. Κατά την ηθικολογική προσέγγιση γίνεται κατηγοριοποίηση με βάση το σκοπό και τις πρακτικές που εφαρμόζει η επιχείρηση.
- Η προσέγγιση δραστηριότητας οικονομικού σκοπού. Κατά την προσέγγιση αυτή γίνεται κατηγοριοποίηση με βάση τον τρόπο παραγωγής και οικονομικής ανάπτυξης.
- Η προσέγγιση με βάση το χώρο δραστηριότητας. Η προσέγγιση αυτή διαχωρίζει τις κοινωνικές επιχειρήσεις με βάση το βαθμό τοπική δράσης, εθνικής ή διεθνούς της κάθε επιχείρησης.

Για την σύσταση αυτών των επιχειρήσεων ισχύει η διαδικασία ίδρυσης αστικού συνεταιρισμού και εγγράφονται στο μητρώο Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας. Είναι

υποχρεωτικό να δημοσιοποιούν τον απολογισμό του ετησίου προγράμματος τους στην ηλεκτρονική σελίδα του Μητρώου.

Για την σύνταξη του καταστατικού χρειάζονται τα εξής:

- Τουλάχιστον επτά πρόσωπα πρέπει να υπογράψουν το καταστατικό για Κοιν.Σ.Επ. Ένταξης
- Τουλάχιστον πέντε πρόσωπα πρέπει να υπογράψουν το καταστατικό για Κοιν.Σ.Επ. Κοινωνικής Φροντίδας ή Συλλογικού Σκοπού

Σύμφωνα με το άρθρο 7 του ν. 1667/1986 (Α' 196), με την επιφύλαξη του Ν.4019/2011 η Διοικούσα επιτροπή η οποία εκλέγεται από την Γενική Συνέλευση είναι το εκτελεστικό διοικητικό όργανο της Κοιν.Σ.Επ. Συνεδριάζει τουλάχιστον μια φορά τον χρόνο και απαρτίζεται από τον Πρόεδρο και τα μέλη της όπου αθροιστικά αυτοί πρέπει να είναι τουλάχιστον τρεις. Πιο αναλυτικά μέλος της Κοιν.Σ.Επ μπορεί να γίνει κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο με μόνο περιορισμό τα νομικά πρόσωπα να μην ξεπερνούν το 1/3 των μελών της επιχείρησης. Οι Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης αντιθέτως καθώς και τα Νομικά Πρόσωπα Δημοσίου Δικαίου που υπάγονται σε αυτούς δεν μπορούν να συμμετέχουν. Η μοναδική περίπτωση στην οποία μπορεί να συμμετέχει ΝΠΔΔ είναι στην Κοιν.Σ.Επ ένταξης και μόνο με την έγκριση του φορέα που τα εποπτεύει.

5.5 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα των κοινωνικών επιχειρήσεων

Τα βασικά πλεονεκτήματα

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις είναι στην πραγματικότητα μια προσπάθεια εντός του υπάρχοντος συστήματος να βελτιωθεί ο τρόπος ζωής των κοινωνιών και να καλυφθούν κάποιες ανάγκες που είναι δύσκολο να καλυφθούν με την συμβατική λογική της αγοράς. Με αυτό το νέο τρόπο επιχειρηματικότητας βοηθιέται η κοινωνική πρόνοια και ισότητα και προσφέρονται υπηρεσίες και προϊόντα στον κόσμο που έχουν παραχθεί με υγιή εργασία.

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις βοηθούν στον εκδημοκρατισμό των επιχειρήσεων και στην παραγωγή κοινωνικού κεφαλαίου ώστε να βελτιωθούν οι παραγωγικές διαδικασίες. Ταυτόχρονα με αυτό τον τρόπο μπορεί να αυξηθεί και η παραγωγικότητα και η απόδοση.

Οι συνεταιρισμοί άλλωστε έχουν το συγκριτικό πλεονέκτημα ότι δεν αποσύρεται το κεφάλαιο από την επιχείρηση αλλά μοιράζεται στα μέλη ή επανεπενδύεται εντός του συνεταιρισμού. Στο ζήτημα της παραγωγής, ο κάθε εργαζόμενος αναμένουμε να έχει τελείως διαφορετική συμπεριφορά ως μέλος του συνεταιρισμού σε σύγκριση με τη θέση του απλού εργαζόμενου.

Πολλοί ωστόσο θεωρούν ότι η ανάπτυξη των κοινωνικών επιχειρήσεων είναι η μεταφορά ευθυνών του κράτους στον ιδιωτικό τομέα. Μεταφέροντας την ευθύνη στους πολίτες μειώνονται οι δημόσιες δαπάνες για κοινωνικά ζητήματα που θα έπρεπε να φροντίζει το κράτος. Η κριτική αυτή ωστόσο δεν υπολογίζει τη συμμετοχικότητα των πολιτών που επάγει ένα τέτοιο εγχείρημα, αλλά ούτε και την βελτίωση των όρων ζωής και εργασίας.

Οι εργαζόμενοι στις κοινωνικές επιχειρήσεις έχουν πολλούς λόγους για να είναι ικανοποιημένοι. Πρώτον, σε πολλά είδη κοινωνικών επιχειρήσεων είναι μέλη της διοίκησης ή ιδιοκτήτες. Δεύτερον, πολλές κοινωνικές επιχειρήσεις λειτουργούν με συγκεκριμένους κοινωνικούς σκοπούς, γεγονός που ενθαρρύνει τους εργαζόμενους και αυξάνει πιθανώς και την παραγωγικότητα τους. Έχει παρατηρηθεί επίσης ότι οι κοινωνικές επιχειρήσεις έχουν ποιοτικότερες υπηρεσίες και προϊόντα από τις συμβατικές επιχειρήσεις.

Τα παραπάνω δημιουργούν ένα αυξημένο αίσθημα αφοσίωσης στην επιχείρηση από τη μεριά των συμβαλλομένων. Άρα μπορούμε να θεωρήσουμε ότι υπάρχουν πολλά πλεονεκτήματα στην εργασία σε μια τέτοια επιχείρηση.

Ένα άλλο σημαντικό πλεονέκτημα των κοινωνικών επιχειρήσεων είναι η βοήθεια που προσφέρουν σε ευάλωτες κοινωνικές ομάδες. Γίνεται μια προσπάθεια ένταξης ανέργων και ατόμων με δυσκολίες ώστε να αναπτύξουν εργασιακές και κοινωνικές δεξιότητες που θα τους βοηθήσουν στο υπόλοιπο της ζωής τους. Με αυτό τον τρόπο δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας για άτομα που οι υπόλοιπες επιχειρήσεις είχαν αρνηθεί. Η λογική όμως αυτή, πρόσληψης ατόμων από ευάλωτες κοινωνικές ομάδες,

δεν πρέπει να θεωρηθεί ως κοινωνική πρόνοια. Σε πολλές περιπτώσεις άτομα με ειδικές ανάγκες αποδείχθηκαν εξαιρετικά παραγωγικά στην εργασιακή τους θέση, γεγονός που οδήγησε στην ευκολότερη απορρόφηση τους και σε άλλες θέσεις στην αγορά εργασίας. Τέλος, ο τοπικός χαρακτήρας των κοινωνικών επιχειρήσεων βοηθάει στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη του πληθυσμού και προωθεί την οικονομική αυτονομία (Α.Σ. Δίκτυο Αλληλεγγύης, Σημειώσεις).

Συγκριτικά πλεονεκτήματα σε σχέση με άλλους τομείς επιχειρήσεων

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις έχουν το πλεονέκτημα ότι μπορεί αν ασχολούνται με κοινωνικά προβλήματα αλλά ο σχεδιασμός είναι επιχειρηματικός. Δηλαδή, χρησιμοποιούν τα εργαλεία των επιχειρήσεων για να αυξήσουν τη δυνατότητα επίλυσης των προβλημάτων.

Έχουν επίσης τα πλεονεκτήματα που έχει μια επιχείρηση όταν δρα τοπικά. Δηλαδή, η καλή φήμη της επιχείρησης θα προσφέρει σίγουρα πελάτες από την τοπική κοινότητα και εργαζόμενους. Οι εργαζόμενοι υπάρχει μεγαλύτερη πιθανότητα να έχουν καλές σχέσεις και να μην δημιουργούν προβλήματα λόγω του ότι προέρχονται από την ίδια περιοχή. Συνολικά η κοινωνική επιχείρηση ου δρα τοπικά μπορεί να συντονίσει ευκολότερα τον πληθυσμό ώστε να λυθεί και κάποιο κοινωνικό ζήτημα. Τέλος, όταν μια κοινωνική επιχείρηση δρα τοπικά και αλληλεπιδρά με τον κόσμο με ουσιαστικές σχέσεις αντιλαμβάνεται και πολύ καλύτερα από άλλες συμβατικές επιχειρήσεις τις επιθυμίες των καταναλωτών.

Υπάρχουν πολλές υποβαθμισμένες περιοχές σε πολλά μέρη του κόσμου όπου η αγορά και το κράτος θελημένα ή μη, αδυνατούν να διεισδύσουν και να προσφέρουν υπηρεσίες και αγαθά. Συνήθως αυτές οι περιοχές έχουν αυξημένη ανεργία και πολλή χαμηλή οικονομική δραστηριότητα. Οι λόγοι αποτυχίας μπορεί να είναι πολλοί, όπως η έλλειψη ενδιαφέροντος από τους κρατικούς φορείς, η αλλαγή στην οικονομία και άλλοι παράγοντες. Σε αυτές τις περιπτώσεις περιοχών οι κοινωνικές επιχειρήσεις καλούνται να παίξουν σημαντικό ρόλο. Ο κόσμος που κατοικεί σε αυτές τις περιοχές χρειάζεται να αναδομήσει την οικονομία από κάτω, με τρόπο τέτοιο ώστε και να

μειώνει την ανεργία αλλά και να καλύπτει τις ανάγκες της κοινωνίας. Αυτή η λογική μπορεί να προκαλέσει ανάπτυξη στην περιοχή αλλά και διάνοιξη μιας αγοράς που κράτος και οικονομικοί φορείς δεν υπολόγιζαν.

Η μέση κοινωνική επιχείρηση επίσης, δημιουργεί περισσότερες θέσεις εργασίας συγκριτικά με μια συμβατική επιχείρηση. Ο λόγος είναι φυσικά ο μη κερδοσκοπικός χαρακτήρας και η συνεχής παροχή και επανεπένδυση. Παρέχει επίσης θέσεις εργασίας σε άτομα που η αγορά δεν θέλει να παρέχει.

Υπό αυτές τις συνθήκες, οι κοινωνικές επιχειρήσεις παίζουν καθοριστικό ρόλο και είναι αποτελεσματικές στην εξεύρεση των απαραίτητων πόρων και στην κεφαλαιοποίηση των οικονομικών ευκαιριών. Ακόμη, παρέχουν θέσεις εργασίας που η συμβατική αγορά εργασίας δεν μπορεί ή δεν θέλει να παρέχει, ειδικά σε ομάδες ατόμων που απειλούνται με κοινωνικό αποκλεισμό και που δύσκολα βρίσκουν δουλειά, όπως οι χρόνια άνεργοι, οι πρώην κατάδικοι, οι απεξαρτημένοι πρώην χρήστες ναρκωτικών, οι ανειδίκευτοι, οι αναλφάβητοι και τα άτομα με ειδικές ανάγκες. Οποιοσδήποτε τύπος κοινωνικής επιχείρησης δημιουργεί κατά μέσο όρο περισσότερες θέσεις εργασίας από ότι μια συμβατική επιχείρηση.

Συγκριτικά με μια συμβατική επιχείρηση η κοινωνική επιχείρηση έχει και άλλα επιπλέον πλεονεκτήματα. Οι κοινωνική οικονομία λαμβάνει υπ' όψιν της παράγοντες που δεν λαμβάνονται σε άλλες περιπτώσεις, όπως το περιβάλλον και η επίδραση της ίδιας της επιχείρησης στην οικονομία της περιοχής. Ακόμα και ο τρόπος τιμολόγησης διαφέρει στα προϊόντα της κοινωνικής επιχείρησης.

Ένα παράδειγμα είναι η προστασία του περιβάλλοντος. Μια κοινωνική επιχείρηση λαμβάνει υπ' όψιν της τα μακροπρόθεσμα οφέλη από την προστασία τους περιβάλλοντος, τη ζημιά στη φήμη της επιχείρησης που θα έκανε αν μόλυνε, και την αλλαγή στην ποιότητα ζωής των κατοίκων.

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις έχουν επίσης συγκριτικά πλεονεκτήματα σε σχέση τους κρατικούς φορείς στον τρόπο παροχής υπηρεσιών. Το κράτος στις περισσότερες περιπτώσεις είναι ένας απρόσωπος μηχανισμός, αποξενωμένος από τη βάση της κοινωνίας.

Σε πολλά ζητήματα υπάρχει μεγάλη γραφειοκρατική δυσκαμψία στον τρόπο με τον οποίο χειρίζονται κάποια ευαίσθητα ζητήματα οι κρατικοί φορείς. Σε θέματα κατάρτισης και εκπαίδευσης η παροχή πραγματικής εργασιακής εμπειρίας σε μια κοινωνική επιχείρηση είναι ένας πολύ σημαντικότερος παράγοντας από την θεωρητική εκπαίδευση που παρέχει το κράτος. Σε άλλα ζητήματα κοινωνικής πρόνοιας οι κανονισμοί είναι αρκετά αυστηροί ώστε να επιτρέπουν ουσιαστική παρέμβαση. Αυτά τα κενά μπορούν να καλυφθούν από κοινωνικές επιχειρήσεις, με ένα τρόπο πιο εξατομικευμένο και με κέντρο τον άνθρωπο. Γενικά θα λέγαμε ότι η λογική της δημιουργίας οργανώσεων στη βάση της κοινωνίας με σκοπό την αυτοδιαχείριση τους είναι αρκετά ριζοσπαστική σε σχέση με τους παραδοσιακούς θεσμούς και αλλάζει αρκετά τη ροή εξουσίας σε μια κοινωνία.

Η λογική ότι το κράτος είναι υπεύθυνο για όλες τις κοινωνικές λειτουργίες είναι αποπροσανατολιστική και οδηγεί σε ανάθεση των ευθυνών του πολίτη. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις από την άλλη προσπαθούν να καταστήσουν τους πολίτες ενεργούς, να διεκδικούν την διαχείριση των ζητημάτων που τους αφορούν και που δεν μπορεί τις περισσότερες φορές να λύσουν οι κρατικοί φορείς. Έτσι ωθούν το σύστημα να γίνει περισσότερο δημοκρατικό και συμμετοχικό, και προάγουν την αλληλοβοήθεια εντός της κοινωνίας.

Ένα άλλο είδος οργάνωσης που μπορεί αν συγκριθεί με τις κοινωνικές επιχειρήσεις είναι οι μη κυβερνητικές οργανώσεις. Οι μη κυβερνητικές οργανώσεις όμως εξαρτώνται από το κράτος και από τις δωρεές για την οικονομική βιωσιμότητα τους. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις από την άλλη διεκδικούν την οικονομική βιωσιμότητα τους μέσω της επιχειρηματικότητας. Το πλεονέκτημα λοιπόν είναι η ικανότητα αυτοχρηματοδότησης.

Ωστόσο υπάρχουν και αρκετά κοινά με τις μη κυβερνητικές οργανώσεις. Και οι δυο φορείς δημιουργούν κοινωνικά δίκτυα και σχέσεις συμμετοχής με τους πολίτες. Επίσης έχουν μη κερδοσκοπικό χαρακτήρα και τα δυο διαφορετικά είδη οντοτήτων. Στις κοινωνικές επιχειρήσεις όμως τα δίκτυα αυτά μπορούν να χρησιμοποιηθούν και για την ανάπτυξη της κοινότητας και τη μείωση της ανεργίας, καθώς συμμετέχουν στην παραγωγική διαδικασία.

Κατά την παροχή συγκεκριμένων κοινωνικών υπηρεσιών, οι κοινωνικές επιχειρήσεις μπορούν να επιτύχουν καλύτερα κοινωνικά αποτελέσματα απ' ότι οι κερδοσκοπικές επιχειρήσεις ή οι μη κυβερνητικές οργανώσεις. Προσανατολίζονται περισσότερο από ότι οι μη κυβερνητικές οργανώσεις στην αγορά, καθώς διαθέτουν επιχειρηματική φύση και επικεντρώνονται τόσο στην οικονομική όσο και στην κοινωνική τους ανάπτυξη με αποτέλεσμα να μπορούν να ανταγωνιστούν καλύτερα κρατικούς φορείς και συμβατικές επιχειρήσεις από ότι μια μη κυβερνητική οργάνωση.

Πλεονεκτήματα των κοινωνικών επιχειρήσεων, στο ζήτημα της προσφοράς στην κοινωνία

Η προσφορά των κοινωνικών επιχειρήσεων στις τοπικές κοινωνίες είναι πολυεπίπεδη, σε συλλογικό αλλά και σε προσωπικό επίπεδο. Η λογική δημιουργίας κοινοτήτων μακριά από τα αστικά κέντρα με οικονομική αυτονομία, μπορεί να προσφέρει δυνατότητες για μια νέα πολιτική και οικονομική δόμηση της κοινωνίας.

Από πολιτική άποψη η δομή των κοινωνικών επιχειρήσεων ωθεί την κοινότητα σε εκδημοκρατισμό. Η ισόνομη λήψη αποφάσεων, η δημιουργία κοινωνικών δικτύων αλληλεγγύης και η προώθηση του εθελοντισμού είναι μόνο λίγα από τα πολιτικά και κοινωνικά οφέλη που δίνει ένα τέτοιο εγχείρημα. Η αλλαγή στη δομή της οργάνωσης της κοινωνίας από ένα συγκεντρωτικό κράτος προς τους πολίτες είναι επίσης μια αρκετά ελευθεριακή λογική.

Οικονομικά, και οι άνεργοι που μπορούν να βρουν εργασία αλλά και οι επιχειρηματίες μπορούν να έχουν οφέλη. Ιδιαίτερα σε υποβαθμισμένες περιοχές είναι ίσως ο μόνος τρόπος επανεκκίνησης της οικονομίας με όρους ανθρωπισμού και από τη βάση, καθώς κράτος και φορείς αδυνατούν να αντιστρέψουν πολλές φορές την κατάσταση. Η οικονομική αυτή ανάπτυξη από την άλλη πλευρά μπορεί να δημιουργήσει επιπλέον οικονομικό ενδιαφέρον για μια περιοχή με αποτέλεσμα τη μακροπρόθεσμη οικονομική ανάπτυξη της.

Κοινωνικά, οι επιχειρήσεις αυτές βοηθούν στην αναδόμηση των δεσμών μεταξύ των ατόμων της κοινωνίας που στις σύγχρονες κοινωνίες τείνουν να εξαλειφθούν λόγω αποξένωσης. Επιχειρείται δηλαδή να δημιουργηθεί το αίσθημα της κοινότητας μέσα από σχέσης παραγωγής.

Ο τρόπος διανομής των κερδών όπως προείπαμε είναι δίκαιος και γίνεται προς τους κατοίκους της περιοχής και τους εργαζόμενους, και δεν λαμβάνονται από ιδιώτες. Η διαφορά μιας κοινωνικής επιχείρησης από μια κοινοτική επιχείρηση έγκειται μόνο σε γεωγραφικούς περιορισμούς (Ο.Κ.Ε. , 2013).

Προβλήματα και περιορισμοί των κοινωνικών επιχειρήσεων

Τα προβλήματα που εμφανίζονται είναι στην πραγματικότητα περισσότερο λόγω δυσκολίας εφαρμογής της ιδέας της κοινωνικής οικονομίας παρά μειονεκτήματα της λογικής των κοινωνικών επιχειρήσεων.

Αρχικά υπάρχει δυσκολία εφαρμογής της κοινωνικής οικονομίας λόγω έλλειψης πόρων και υποδομών. Υπάρχει ένα ήδη υφιστάμενο οικονομικό τοπίο που καθιστά αρκετά δύσκολη την ανάπτυξη όλων των ειδών επιχειρήσεων. Δυναμικά η κοινωνική οικονομία θα μπορούσε να είναι μια λύση, αλλά το κακό οικονομικό κλίμα παραμένει αποθαρρυντικός παράγοντας για κάθε μορφής επένδυση.

Κατά δεύτερον, ακόμα και σήμερα υπάρχει σε μεγάλο βαθμό έλλειψη γνώσης για τα ζητήματα της κοινωνικής οικονομίας. Παρότι υπάρχουν οι τρόποι γνωστοποίησης και διαφήμισης της λογικής αυτής, στην Ελλάδα τουλάχιστον ένα πολύ μεγάλο μέρος του πληθυσμού έχει πλήρη άγνοια επί του θέματος. Η έλλειψη γνώσης με τη σειρά της δημιουργεί πρόβλημα στην ανάπτυξη δικτύων. Το μόνο πραγματικό μειονέκτημα της κοινωνικής οικονομίας είναι ότι το αρχικό κεφάλαιο που πρέπει να δοθεί για την δημιουργία μιας τέτοιας επιχείρησης και το λειτουργικό κόστος ίσως χρειαστεί κάποιο καιρό να ανακτηθεί ή και να χαθεί, ενώ οι επιχειρηματίες δεν θα λαμβάνουν επιπλέον κέρδος. Αυτό βέβαια δεν ισχύει στην περίπτωση συνεταιρισμού αλλά άλλων μορφών κοινωνικών επιχειρήσεων.

Το πραγματικό ζήτημα ωστόσο που καθιστά δύσκολη την εφαρμογή της κοινωνικής οικονομίας είναι ότι απαιτεί αλλαγές στη νοοτροπία της κοινωνίας και ανάπτυξη ενός εντελώς διαφορετικού τρόπου σκέψης. Αν οι συμμετέχοντες δεν είναι έτοιμοι για μια αλλαγή στον τρόπο αντίληψης της οικονομίας ίσως εμφανιστούν εσωτερικά προβλήματα. Η κοινωνική οικονομία απαιτεί επίσης από τους συμμετέχοντες να έχουν κάποιες βασικές αξίες, όπως οικολογική συνείδηση και ικανότητα συνδιαμόρφωσης. Αυτή όμως η αλλαγή νοοτροπίας δεν μπορεί να συμβεί από τη μια στιγμή στην άλλη και ίσως η ανάπτυξη τέτοιων οντοτήτων δημιουργήσει με τη σειρά της μια αλλαγή νοοτροπίας που θα ανατροφοδοτείται μέσα στην κοινωνία.

5.6 Η κοινωνική οικονομία στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα ο τομέας της κοινωνικής οικονομίας και επιχειρηματικότητας δεν έχει αναπτυχθεί ιδιαίτερα, παρότι τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει κάποια σημαντικά βήματα. Παλαιότερα η κοινωνική οικονομία στην Ελλάδα εμφανιζόταν περιστασιακά με τη μορφή συνεταιρισμών αγροτών και γυναικών, καθώς και των ΚοιΣΠΕ που αναφέραμε παραπάνω. Επίσης είχαν εμφανιστεί σύλλογοι ποικίλων θεμάτων που λειτουργούσαν και με κάποια οικονομική δραστηριότητα. Αυτοί οι σύλλογοι ασχολούταν με τον πολιτισμό, τον αθλητισμό ή κοινωνικά ζητήματα. Η έλλειψη κοινωνικής οικονομίας και επιχειρηματικότητας οφειλόταν σε μεγάλο βαθμό στα θεσμικά και νομικά προβλήματα. Ωστόσο σταδιακά άρχισαν να γίνονται κάποια βήματα για την ανάπτυξη του τομέα:

- Το 2001 εμφανίστηκε στην Ελλάδα το κοινοτικό πρόγραμμα EQUAL
- Το 2011 ψηφίστηκε νόμος για την Κοινωνική Οικονομία και Επιχειρηματικότητα
- Το 2012 Θεσπίστηκε το Γενικό Μητρώο Κοινωνικής Οικονομίας στο Υπουργείο Εργασίας

Το 2011 επίσης αναγνωρίστηκε νομικά η κοινωνική συνεταιριστική επιχείρηση, όπου λάμβανε ειδικά προνόμια από το νόμο. Οι επιχειρήσεις αυτές θα έπρεπε να

λειτουργούν με τρόπο που δίνουν εργασία ή παρέχουν πρόνοια σε ευάλωτες κοινωνικές ομάδες. Με τις παραπάνω κινήσεις δημιουργήθηκε το πρώτο νομικό πλαίσιο για τις κοινωνικές επιχειρήσεις την Ελλάδα.

Το θεσμικό πλαίσιο για τις κοινωνικές συνεταιριστικές επιχειρήσεις ορίζει κάποιους βασικούς κανόνες ώστε να μπορεί μια οντότητα ενταχθεί σε αυτές:

- Κάθε συμμετέχον μέλος έχει δικαίωμα μιας ψήφου
- Μέχρι και το ένα τρίτο των μελών της κοινωνικής συνεταιριστικής επιχείρησης επιτρέπεται να είναι νομικά πρόσωπα
- Απαγορεύεται η συμμετοχή των μορφών ΟΤΑ και ΝΠΔΔ
- Τα κέρδη δεν μοιράζονται στα μέλη, παρά μόνο αν είναι εργαζόμενοι που λαμβάνουν τα κέρδη σε ποσοστό 35%
- Τα κέρδη διατίθενται στις δραστηριότητες της επιχείρησης ή συσσωρεύονται ως αποθεματικό σε ποσοστό 5%

Όπως αναφέραμε και πριν υπάρχει μια ιδιότυπη σχέση μεταξύ κρίση και ανάπτυξης κοινωνικής οικονομίας στην Ελλάδα. Η κρίση καθιστά δύσκολη την προσέλκυση επενδύσεων, πόσο μάλλον μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα. Ακόμα και μια επιχείρηση αυτοδιαχειριζόμενη από τη βάση, χρειάζεται από τους συμβαλλόμενους κάποια αρχικά κεφάλαια. Από την άλλη πλευρά η κοινωνική οικονομία θα μπορούσε να είναι μια δυνατότητα εξόδου από την κρίση, με πολλούς τρόπους. Και ως παραγωγική δύναμη επιχειρηματικότητας στον πρωτογενή και δευτερογενή τομέα μέσω συνεταιρισμών, αλλά και ως απάντηση στην ανεργία και την κοινωνική κρίση.

Όμως ιστορικά υπήρξαν συνεταιρισμοί στην Ελλάδα και μάλιστα από τις αρχές του προηγούμενου αιώνα. Υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός πιθανών λόγων που οδήγησαν στην παρακμή αυτού του τρόπου παραγωγής. Οι πρώτοι συνεταιρισμοί εμφανίστηκαν στη Λαμία και στην περιοχή του Αρμυρού και ήταν αγροτικοί συνεταιρισμοί. Για πολλά χρόνια λειτουργούσαν ως απαραίτητο στοιχείο της παραγωγής σε όλη την Ελλάδα και μάλιστα υπήρχε το αντίστοιχο νομικό πλαίσιο με το νόμο του 602 του 1915. Κυρίως για πολιτικούς λόγους οι συνεταιρισμοί άρχισαν να απασχολούν μεγάλο αριθμό εργατικού δυναμικού, άρχισε να μειώνεται η παραγωγή και να

διανέμονται επιχορηγήσεις μέσω αυτών και σταδιακά οδηγήθηκαν στο τέλος τους (για λόγους που υπερβαίνουν τα όρια της συγκεκριμένης εργασίας).

Το 1986 δημιουργήθηκε νομικό πλαίσιο και για μη αγροτικούς συνεταιρισμούς. Οι συνεταιρισμοί αυτοί ήταν κυρίως :

- Καταναλωτικοί
- Προμηθευτικοί
- Μεταποίησης

Γενικά δεν υπήρξε η αναμενόμενη ανάπτυξη αυτών των συνεταιρισμών. Οι λόγοι κυρίως ήταν διαχειριστικοί, αλλά και πολιτικοί. Τέλος, πρέπει να αναφέρουμε ότι υπήρχαν από πολύ παλιά συνεταιριστικά χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, ιδίως στην περιοχή της Θεσσαλίας.

Γιατί δεν αναπτύχθηκε η κοινωνική οικονομία στην Ελλάδα

Σε πολλές Ευρωπαϊκές χώρες, όπως και στην Ελλάδα μεγάλο μέρος των λειτουργιών της κοινωνίας είχαν ανατεθεί στους κρατικούς μηχανισμούς. Αυτό βέβαια σαν γεγονός δεν είναι απαραίτητα κάτι το αρνητικό, καθώς το κράτος πρόνοιας των κεντρικών Ευρωπαϊκών χωρών είναι από τα πιο ανθρώπινα συστήματα που έχουν εφαρμοστεί. Με την σταδιακή κατάργηση του κράτους πρόνοιας λόγω απελευθέρωσης της αγοράς και νέων πολιτικών δημιουργήθηκε μεγάλο κενό σε αρκετές απαραίτητες λειτουργίες. Το κενό αυτό πρέπει να καλύψει ένας άλλος τομέας. Στην Ελλάδα συνέβησαν λίγο διαφορετικά τα γεγονότα. Για διάφορους πολιτικούς λόγους υπήρχε υπερβολικά διογκωμένος δημόσιος τομέας στον οποίο είχαν ανατεθεί όλες οι παραπάνω λειτουργίες. Έτσι οι περισσότερες προϋπάρχουσες μορφές κοινωνικών επιχειρήσεων απορροφήθηκαν. Αυτή η διαδικασία δημιούργησε μια σχέση εξάρτησης των κοινωνικών επιχειρήσεων από το κράτος, με άμεσο αποτέλεσμα το μαρασμό τους.

Επιπλέον, αναφέραμε ότι ο τομέας της κοινωνικής οικονομίας μπορεί να γεμίσει το κενό ανάμεσα στον ιδιωτικό και τον δημόσιο τομέα. Στην Ελλάδα αυτό θα ήταν επίσης δύσκολο καθώς και ο ίδιος ο ιδιωτικός τομέας σε μεγάλο βαθμό λειτουργούσε με εξάρτηση από το κράτος. Αυτοί είναι οι κύριοι λόγοι μη ανάπτυξης της κοινωνικής επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα. Τελευταία έχουν γίνει κάποιες επιτυχημένες προσπάθειες προς την κατεύθυνση της κοινωνικής οικονομίας και ενός πιο δίκαιου τρόπου παραγωγής και διανομής των προϊόντων. Θα αναφέρουμε τις σημαντικότερες:

- Η κίνηση για την κατάργηση των μεσαζόντων και η απευθείας διανομή προϊόντων από τον παραγωγό στον καταναλωτή. Άρχισε με την παραγωγή πατάτας.
- Σωματείο στην περιοχή της Ελευσίνας, απαίτησε ειδικές ρυθμίσεις στην τιμή των προϊόντων πρώτης ανάγκης για τα μέλη του
- Τα εκπτωτικά τιμολόγια σε φάρμακα για μέλη σωματείου εργοστασίου
- Η ίδρυση συνεταιρισμού καταναλωτών στη Θεσσαλονίκη
- Η προσπάθεια για αυτοδιαχείριση εργοστασίων
- Η εξαγορά από δημότες της Θεσσαλονίκης μέρους της εταιρίας αποχέτευσης

5.7 Παραδείγματα Κοινωνικών Επιχειρήσεων σε Ελλάδα και Ευρώπη

Ακολουθούν δύο αναλυτικά παραδείγματα κοινωνικών επιχειρήσεων στην Ελλάδα και στην Ευρώπη.

Παραδείγματα κοινωνικών επιχειρήσεων στην Ελλάδα

Όπως ήδη έχουμε αναφέρει παραπάνω η κοινωνική επιχείρηση είναι μια αστική εταιρεία η οποία αποτελεί φορέα της κοινωνικής οικονομίας, που δεν έχει ως σκοπό

τη μεγιστοποίηση του κέρδους αλλά την παροχή υπηρεσιών ως προς τους πολίτες. Στην Ελλάδα αναγνωρίστηκε νομικά το 2011 σύμφωνα με τον Ν. 4019/2011, όπου λάμβανε και ειδικά προνόμια από το νόμο.

Υπάρχουν επιτυχημένα παραδείγματα κοινωνικών επιχειρήσεων στο εξωτερικό, όπου προσφέρεται στους ανθρώπους η δυνατότητα να εργαστούν και να συστήσουν επιχειρήσεις, δημιουργώντας έτσι νέες θέσεις εργασίας στη κοινωνία. Στην Ελλάδα δεν έχει αναπτυχθεί ιδιαίτερα ο τομέας της κοινωνικής οικονομίας, λόγω των θεσμικών και νομικών προβλημάτων που υπάρχουν, αν και τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει κάποιες προσπάθειες

Η κοινωνική επιχείρηση Αέλια

Μια κοινωφελής επιχείρησης στην Ελλάδα είναι η αέλια, η οποία παρέχει υποστήριξη στο ξεκίνημα της επαγγελματικής πορείας και στη βελτίωση της.

Μπορούμε να πούμε πως η αέλια υποστηρίζει με τις δράσεις της και αυτούς που δυσκολεύονται να μπουν στην επαγγελματική ζωή αλλά και αυτούς που δυσκολεύονται να εξελιχθούν στην επαγγελματική τους πορεία. Μέσω των συνεργασιών που επιδιώκει η αέλια με άλλους φορείς διαμορφώνει σταδιακά ένα δίκτυο μόνιμων συνεργατών και παράλληλα ενδυναμώνεται και ο αντίκτυπος των δράσεων της.

Επίσης, η αέλια καταθέτει προτάσεις και θέσεις για την αξιοποίηση δημόσιων και ευρωπαϊκών πόρων, που έχουν ως σκοπό την ενδυνάμωση και την στήριξη της επιχειρηματικότητας και της επαγγελματικής πορείας.

Οι δράσεις της αέλια:

Οι δράσεις της αέλια βασίζονται κυρίως στα soft skill labs και στα meet and mix και τα mix ups. Στόχο έχουν να προκαλέσουν τους συμμετέχοντες να αξιολογήσουν τις κοινωνικές τους δεξιότητες όπως είναι η συνεργασία, η επικοινωνία, η οργανωτικότητα στην επιχείρηση και φυσικά μέσα από τις συναντήσεις δικτύωσης να ανταλλάξουν απόψεις και παρατηρήσεις σχετικά με την επαγγελματική τους πορεία.

Επιπλέον η αέλια παρέχει βοήθεια με συμβουλευτικές συζητήσεις μέσω διαδικτύου αλλά και με τη διοργάνωση προγραμμάτων πρακτικής άσκησης.

- Εργαστήρια για τις κοινωνικές δεξιότητες

Για να ξεκινήσει κανείς και να προχωρήσει με επιτυχία στην επαγγελματική του ζωή θα πρέπει να έχει αναπτύξει κάποιες δεξιότητες. Η αέλια λοιπόν δίνει έμφαση στην ανάπτυξη αυτών των δεξιοτήτων, μέσω των εργαστηρίων της, τα λεγόμενα soft skill labs, οι οποίες αποτελούν σημαντικά εφόδια για την εξέλιξη της επαγγελματικής πορείας.

- Meet and Mix, συναντήσεις νέων με έμπειρους επαγγελματίες

Θεωρείται μια από τις πιο σημαντικές δράσεις της αέλια γιατί δίνει τη δυνατότητα να συναντηθούν οι νέοι επαγγελματίες με τους πιο έμπειρους και να ανταλλάξουν σχόλια και απόψεις πάνω σε θέματα εργασίας και επαγγελματικής σταδιοδρομίας.

- Διοργάνωση συμβουλευτικών συζητήσεων μέσω διαδικτύου

Μέσω του διαδικτύου σε Ελλάδα και εξωτερικό, η αέλια συνεργάζεται και με άλλους φορείς παρέχοντας στήριξη σε επαγγελματικά ζητήματα δίνοντας περισσότερη έμφαση στην ανάπτυξης της κοινωνικής επιχειρηματικότητας.

- Διοργάνωση προγραμμάτων πρακτικής άσκησης

Η αέλια συνεργάζεται με επιχειρήσεις και δίνει τη δυνατότητα σε νέους να εργαστούν παρέχοντας τους ταυτόχρονα και συμβουλευτική υποστήριξη από ειδικούς στο τομέα του ανθρώπινου δυναμικού.

Κοινωνική συνεταιριστική επιχείρηση Όαση

Η Όαση ιδρύθηκε 2002 και έχει ως κύριο σκοπό τη στήριξη ατόμων με εθισμό σε κάποια ουσία, στα τυχερά παιχνίδια και σε άλλους πιθανούς εθισμούς. Στην επιχείρηση αυτή οι πάσχοντες έρχονται σε επαφή με ειδικούς επαγγελματίες ψυχικής υγείας, και προτείνονται λύσεις και υποστήριξη σε άτομα εξαρτημένα από αλκοόλ, ναρκωτικά, τυχερά παιχνίδια, διαδίκτυο κλπ.

Σαν εταιρία ανήκει στις μη κερδοσκοπικές κοινωνικές συνεταιριστικές επιχειρήσεις και λαμβάνει έσοδα από χορηγίες και συνδρομές προκειμένου να επιβιώσει και να εκπληρώσει τους στόχους της.

Συνοπτικά η κύριοι στόχοι της εταιρίας Όαση είναι, με βάση τον ιστότοπο της ίδιας της εταιρίας:

- Η πρόληψη και η αντιμετώπιση της εξάρτησης, η πλήρης αποχή από όλες τις ουσίες, που προκαλούν εθισμό.
- Η πληροφόρηση για τους εθισμούς και τις εξαρτήσεις.
- Η επιστημονική έρευνα και μελέτη του φαινομένου της εξάρτησης και των παραγόντων που το δημιουργούν.
- Η ευαισθητοποίηση και ενημέρωση του ευρύτερου κοινού.
- Η διατύπωση θέσεων και προτάσεων προς τους φορείς άσκησης εξουσίας για τη διαμόρφωση κατάλληλων πολιτικών.
- Η συνεργασία και δικτύωση με φορείς που αναπτύσσουν συναφείς δράσεις.
- Η ευαισθητοποίηση και κινητοποίηση επιστημόνων για εθελοντική προσφορά βοήθειας.
- Η δημιουργία και λειτουργία εκπαιδευτικών εργαστηρίων ανεξαρτημένων ατόμων για την απόκτηση επαγγελματικών δεξιοτήτων.
- Η ανάπτυξη αθλητικών, πολιτιστικών, ψυχαγωγικών δραστηριοτήτων για εξαρτημένα άτομα.
- Η κοινωνική επανένταξη των ανεξαρτημένων ατόμων.
- Η προώθηση του εθελοντισμού.
- Η δημιουργία κατάλληλων συνθηκών για μία ζωή χωρίς εξαρτήσεις.

Τα παραπάνω θεωρούν στην εταιρία Όασις ότι θα επιτευχθούν μέσω της αλληλοβοήθειας και των συμβουλών των ειδικών της ψυχικής υγείας (www.oasis.gr). Ταυτόχρονα όμως θα πρέπει να δημιουργούνται και οι συνθήκες αυτόνομης επιβίωσης των ατόμων. Η εταιρία Όασις στα 14 χρόνια που δραστηριοποιείται έχει βοηθήσει πάνω από δέκα χιλιάδες ανθρώπους. Τα προγράμματα αυτοβοήθειας που γίνονται μέσω της εταιρίας έχουν σκοπό την επανένταξη των εξαρτημένων ατόμων στην κοινωνία και την δημιουργία ουσιαστικών δεσμών μέσω της αλλαγής του τρόπου ζωής.

Στην Όαση απευθύνθηκαν για βοήθεια:

- 4,000 Άτομα που είχαν εθισμό στα ναρκωτικά
- 2,000 Άτομα που είχαν εθισμό στο αλκοόλ
- 1,500 Άτομα που είχαν εθισμό στα τυχερά παιχνίδια
- 500 Άτομα που είχαν εθισμό στο διαδίκτυο

Η συνεταιριστική εταιρία Όασις έχει λάβει πολλές βραβεύσεις εκ των οποίων μια από τον Πρόεδρο της Δημοκρατίας, και από το Υπουργείο Υγείας.

Κατά τη διαδικασία επανασύνδεσης των ατόμων με τα υπόλοιπα της κοινότητας, το άτομο αναλαμβάνει ευθύνες και δεσμεύεται έναντι της ομάδας. Ταυτόχρονα το άτομο βοηθιέται να απορρίψει τις κοινωνικές προκαταλήψεις και να λειτουργεί ισότιμα με τους υπολοίπους με σκοπό της τελική απεξάρτησή τους. Η αλληλεπίδραση αυτή γεννά νέες ιδέες, σχέσεις στήριξης και φιλίας και ένα πρώτο κοινωνικό δίκτυο, όπου ο εξαρτημένος μπορεί να στηριχθεί για να πάρει αποφάσεις για τη ζωή του. Τα άτομα που θέλουν να στηρίξουν το εγχείρημα μπορούν να συμβάλλουν με τους παρακάτω τρόπους:

- Προσφέροντας εθελοντική εργασία σε δράσεις της οργάνωσης όπως: καμπάνιες ενημέρωσης, έρευνες κ.τ.λ.
- Αγοράζοντας το βιβλίο και το περιοδικό της Όασις
- Με τη χορηγία προϊόντων
- Τοποθετώντας κουμπαρά της Όασις στον χώρο σας
- Ενημερώνοντας τους γνωστούς σας για τη δράση της Όασις

Κοινωνική συνεταιριστική επιχείρηση Παναγία Υπαπαντή

Η Κοινωνική συνεταιριστική επιχείρηση Παναγία Υπαπαντή δημιουργήθηκε στην Κάλυμνο λόγω της μεγάλης δυνατότητας αλίευσης της περιοχής αλλά του μικρού κοινού για τη διάθεση των προϊόντων. Τα φρέσκα ψάρια της Καλύμνου, που έχουν αρκετά χαμηλές τιμές, αξιοποιούνται ώστε να αυξηθεί το εισόδημα των ντόπιων οικογενειών.

Η κίνηση αυτή στοχεύει πέραν της αύξησης του εισοδήματος των εργαζόμενων, και στη μείωση της παράνομης αλιείας, καθώς χρησιμοποιούνται νόμιμα αλλά απορριπτόμενα από την άμεση αγορά ψάρια. Κατόπιν τα ψάρια οδηγούνται στα παραδοσιακά συσκευαστήρια και μεταποιητικές μονάδες ώστε να γίνει η επεξεργασία τους για να είναι έτοιμα για διάθεση στο εμπόριο.

Στα νησιά αυτά είναι αρκετά δύσκολο, ειδικά τους χειμερινούς μήνες να γίνει διάθεση των αλιευμάτων. Υπάρχει περιορισμένο αγοραστικό κοινό, και η μεταφορά των ψαριών είναι συχνά δύσκολη λόγω έλλειψης θαλάσσιας συγκοινωνίας. Ως εκ τούτου είναι ανάγκη αυτά τα ψάρια να διατεθούν στην αγορά με άλλους τρόπους.

Ειδικότερα σε παραμεθόρια νησιά, όπως τα δικά μας, που τα κόστη μεταφοράς αλλά και η έλλειψη συχνής θαλάσσιας συγκοινωνίας-κυρίως τους χειμερινούς μήνες-δημιουργούν σοβαρά προβλήματα στη διάθεση των αλιευμάτων.

Έτσι λόγω των παραπάνω αλλά και λόγω ανάγκης παράκαμψης της γραφειοκρατίας δημιουργήθηκε η συνεταιριστική κοινωνική επιχείρηση. Το τελικό προϊόν είναι και ακριβότερο της πρώτης ύλης στη φρέσκια μορφή της, αλλά και αρκετά προσιτό καθώς δεν υπάρχουν μεσάζοντες. Τα ψάρια αυτά στη νωπή μορφή τους ή δεν θα πωλούταν καν ή θα είχαν πολύ χαμηλή τιμή.

Στο συνεταιρισμό συμμετέχουν κυρίως οι οικογένειες των ψαράδων. Η αρχική εκπαίδευση στη μεταποίηση και επεξεργασία των ψαριών έγινε από Ιταλούς ειδικούς, που όπως περιγράφουν οι εργαζόμενοι τους βοήθησαν πολύ.

Μετά την εκπαίδευση στην επεξεργασία και τη συσκευασία τα άτομα του συνεταιρισμού θα μπορούσαν να εκπαιδεύσουν άλλες ομάδες στην περίπτωση που επιχειρούταν κάτι παρόμοιο σε άλλο νησί.

Τα σεμινάρια που παρακολούθησαν οι οικογένειες των ψαράδων διήρκησαν πέντε μέρες συνολικά αλλά από δέκα ως και δώδεκα ώρες τη μέρα. Συμμετείχαν εικοσιπέντε γυναίκες και κόρες ψαράδων. Σκοπός των σεμιναρίων ήταν να μας νέες τεχνογνωσίες για την μεταποίηση και την συσκευασία, αλλά ταυτόχρονα να χρησιμοποιήσουν και τους παραδοσιακούς τρόπους συντήρησης των ψαριών.

Η αρχή για τον συνεταιρισμό ήταν αρκετά δύσκολη καθώς υπήρχαν περιορισμένα μέσα και ο χώρος ήταν εξαιρετικά μικρός. Στην πορεία όμως και με την πρώτη παραγωγή άρχισε να δουλεύει με καλύτερους ρυθμούς η επιχείρηση.

Το πρώτο προϊόν ήταν καπνιστός τόνος και είχε εξαιρετική επιτυχία. Τα προϊόντα παράγονται από φρέσκα ψάρια που δεν προορίζονται για την ντόπια αγορά. Παράγεται γόπα φιλέτο σε βαζάκι με αρωματικά της Καλύμνου όπως θυμάρι, θρούμπι και ρίγανη, παλαμίδα παστή φιλέτο σε λάδι, ξιφία παστό σε λάδι, παλαμίδα καπνιστή μαριναρισμένη με μυρωδικά, σαρδέλες, γαύρο, χταπόδι ξιδάτο, αλλά και πάστα ψαριού με παντζάρι και πάστα χταπόδι με παντζάρι, που είναι πολύ ιδιαίτερες γεύσεις, πάστα ολού που είναι τα αυγά του χταποδιού.

Κοινωνική συνεταιριστική επιχείρηση Μυγδόνια

Η συνεταιριστική επιχείρηση Μυγδόνια είναι μια κοινωνική επιχείρηση συλλογικού και παραγωγικού σκοπού. Ιδρύθηκε τον Αύγουστο του 2012. Οι κύριοι στόχοι της είναι η κοινωνική προσφορά μέσω δημιουργίας θέσεων εργασίας, αλλά ταυτόχρονα και η προώθηση των ντόπιων και ιδιαίτερων προϊόντων.

Τα προϊόντα που διαθέτει η εταιρία είναι βότανα για ιατρικούς ή για μαγειρικούς σκοπούς. Από πολύ παλιά τα βότανα χρησιμοποιούνται στην Ιατρική, και παρότι η σύγχρονη επιστήμη έχει εξελιχθεί, μπορούν ακόμα και σήμερα να προσφέρουν στον ιατρικό τομέα είτε ως κύρια φάρμακα είτε ως υποκατάστατα χημικών φαρμάκων.

Μπορεί δηλαδή να χρησιμοποιούνται ως εναλλακτικός τρόπος ιατρικής. Η κοινωνική επιχείρηση Μυγδόνια προσπαθεί να μεταφέρει την παραδοσιακή γνώση για τις ιδιότητες των βοτάνων στο σήμερα. Τα προϊόντα αυτά κυρίως βοηθούν σε δερματικές παθήσεις αλλά και κατά της αλωπεκίας. Παράγονται χειροποίητα σαπούνια με ελαιόλαδο, σόδα και βότανα, βοτανόλαδα, κηραλοιφές με μέλι, μελισσοκέρι, ελαιόλαδο και βότανα και σαπούνια γλυκερίνης με αιθέρια έλαια βοτάνων.

Η κοινωνική επιχείρηση Μυγδόνια συνεργάζεται με χημικούς και βοτανολόγους ώστε να έχει επιστημονική επίβλεψη των προϊόντων και ετοιμάζεται να επεκτείνει τη δραστηριότητα της και σε οικιακά σαπούνια και νέα προϊόντα.

Οι στόχοι της εταιρίας με βάση τον ιστότοπο της είναι:

- Η δημιουργία βοτανόκηπου
- Να διαφυλαχτούν τα ντόπια αρωματικά και ιαματικά φυτά και βότανα
- Να δημιουργηθεί Κέντρο Δια Βίου Μάθησης της αγροδιατροφικής αλυσίδας
- Να δημιουργηθεί κέντρο περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης
- Και τέλος να γίνει εργαστήριο που να παράγονται και να επεξεργάζονται φυτά και βότανα για εκπαιδευτικούς λόγους

Κοινωνική οργάνωση Ηλιαχτίδα

Η κοινωνική οργάνωση Ηλιαχτίδα ασχολείται με την παραγωγή χειροποίητων προσκλητηρίων γάμου και βάπτισης ανθρώπων με αναπηρία.

Η Ηλιαχτίδα εδράζεται στη Μυτιλήνη και είναι μη κερδοσκοπική εταιρία που δημιουργήθηκε για να αρθεί ο κοινωνικός και εργασιακός αποκλεισμός των ατόμων με αναπηρία. Ταυτόχρονα βοηθάει και άλλες ευάλωτες ομάδες του πληθυσμού μέσω συμβουλευτικής και προσφοράς εργασίας.

Η εταιρία ιδρύθηκε το 1999 και από τότε έχει βοηθήσει πολλά άτομα καλύπτοντας το σκοπό της. Απέδειξε ότι τα άτομα με αναπηρίες ή προβλήματα υγείας μπορούν να συμβάλλουν στην παραγωγή και να μπουν με δημιουργικό τρόπο στην αγορά εργασίας.

Σκοποί της εταιρίας με βάση τον ιστότοπο της:

- Η ένταξη στην αγορά εργασίας των ατόμων ε ειδικές ανάγκες
- Η χρήση και προαγωγή των αρχών της κοινωνικής ψυχιατρικής
- Η ευαισθητοποίηση της κοινωνίας
- Πρόληψη των ψυχικών διαταραχών
- Η συνεργασία με την πολιτεία
- Η συνεργασία και σύμπραξη με φορείς στα πλαίσια ανάπτυξης ερευνητικών και εκπαιδευτικών προγραμμάτων

- Η παροχή επαγγελματικής εκπαίδευσης σε άτομα που μειονεκτούν σωματικά ή ψυχικά
- Η εκπαίδευση επαγγελματιών ψυχικής υγείας
- Συμβουλευτική και στήριξη των ίδιων και των οικογενειών τους
- Συνοδευτικές υπηρεσίες με συνεχή θεραπευτική και εκπαιδευτική παρέμβαση

Παράδειγμα κοινωνικών επιχειρήσεων στην Ευρώπη

Banca Etica (Ιταλία)

Η Banca Etica είναι μια μη κερδοσκοπική τράπεζα που δημιουργήθηκε το 1999 στην Ιταλία με σκοπό να χρηματοδοτήσει κάθε είδους κοινωνική ομάδα που το έχει ανάγκη χωρίς να λαμβάνει υπόψιν τα συνηθισμένα κριτήρια των υπολοίπων τραπεζών. Πιο συγκεκριμένα απευθύνεται σε ανθρώπους οι οποίοι έχουν αποκλειστεί από την αγορά.

Τα κριτήρια της για δανειοδότηση είναι εντελώς διαφορετικά από αυτά που συναντάμε στις υπόλοιπες τράπεζες. Η Banca Etica εστιάζει στο χαρακτήρα των επιχειρήσεων, αρκεί λοιπόν αυτές να συμβάλλουν στην κοινωνία κ στο περιβάλλον. Χορηγεί μικροπιστώσεις με χαμηλά επιτόκια σε τεχνίτες, παραγωγούς, ανέργους και αποφυλακισθέντες.

Στόχος της είναι

- η ενίσχυση της κοινωνικής οικονομίας
- η στήριξη κοινωφελών επιχειρήσεων

Το ιδιαίτερο σε αυτή την τράπεζα είναι η διαφάνεια της ως προς την διαχείριση καθώς κ η δημοκρατικότητα που την διακατέχει στη λήψη των αποφάσεων. Κάθε μέλος έχει μία ψήφο σε αντίθεση με τις κοινές επιχειρήσεις όπου η βαρύτητα της

ψήφου καθορίζεται από το μετοχικό κεφάλαιο του κάθε μετόχου. Σε πολύ σημαντικά ζητήματα δικαίωμα συμμετοχής έχουν και οι καταθέτες.

Το 2014 χρηματοδότησε 31.365 φυσικά πρόσωπα και 6.169 νομικά πρόσωπα με δάνεια συνολικού ποσού 831.919.663 €.Μαζί με τον οικονομικό απολογισμό στο τέλος κάθε έτους η Β.Ε δημοσιοποιεί ηθικό αλλά κ περιβαλλοντικό απολογισμό. Το 2013 μέσω των χρηματοδοτήσεων της αποφεύχθηκαν 25.626 τόνοι εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

6.1 Μεθοδολογία

Ερωτήσεις

Το ερωτηματολόγιο αυτό αποτελείται από δεκαπέντε ερωτήσεις εκ των οποίων οι τρεις πρώτες είναι κλειστές ερωτήσεις προσδιορισμού σημαντικών χαρακτηριστικών του δείγματος και οι άλλες δώδεκα είναι ερωτήσεις βαθμονόμησης , από καθόλου ως πάρα πολύ σε πέντε διαβαθμίσεις της μορφής:

- | | |
|-------------|--------------------------|
| 1.Καθόλου | <input type="checkbox"/> |
| 2.Λίγο | <input type="checkbox"/> |
| | <input type="checkbox"/> |
| 3.Αρκετά | <input type="checkbox"/> |
| 4.Πολύ | <input type="checkbox"/> |
| 5.Πάρα πολύ | <input type="checkbox"/> |

Τρόπος διεξαγωγής της έρευνας

Το ερωτηματολόγιο αυτό στάλθηκε σε μορφή pdf σε 120 άτομα μέσω γνωστού μέσου κοινωνικής δικτύωσης (Facebook). Από τα 120 άτομα απάντησαν οι 106. Οι απαντήσεις δόθηκαν στη μορφή πχ 6:4 όπου πρώτα ήταν ο αριθμός της ερώτησης και δεύτερος ο αριθμός της απάντησης . Η σειρά των ερωτήσεων έχει μια κλιμακωτή μορφή ώστε να εισάγει σταδιακά το άτομο σε πιο σύνθετες ερωτήσεις.

Το δείγμα

Λόγω του τρόπου διεξαγωγής της έρευνας το δείγμα έχει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά , όπως θα δούμε στην ανάλυση των αποτελεσμάτων των τριών πρώτων ερωτήσεων.

6.2 Δομή ερωτηματολογίου

Ερώτηση 1: Φύλο

1. Άντρας
2. Γυναίκα

Ερώτηση 2: Ηλικία

1. Εώς 20
2. 20-30
3. 30-40
4. 40-50
5. 50 και άνω

Ερώτηση 3: Σπουδές

1. Απόφοιτος Δημοτικού
2. Απόφοιτος Γυμνασίου
3. Απόφοιτος Λυκείου
4. Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ
5. Απόφοιτος Μεταπτυχιακού / Διδακτορικού

Ερώτηση 4 : Θεωρείτε πιθανό να ιδρύσετε δική σας επιχείρηση κάποια στιγμή στο μέλλον ;

1. Καθόλου
2. Λίγο
3. Αρκετά
4. Πολύ
5. Πάρα πολύ

Ερώτηση 5: Θεωρείτε ότι είστε προετοιμασμένοι να ιδρύσετε δική σας επιχείρηση;

- 1.Καθόλου
- 2.Λίγο
- 3.Αρκετά
- 4.Πολύ
- 5.Πάρα πολύ

Ερώτηση 6: Θεωρείτε ότι είναι δύσκολο να ξεκινήσετε μια νέα επιχείρηση;

- 1.Καθόλου
- 2.Λίγο
- 3.Αρκετά
- 4.Πολύ
- 5.Πάρα πολύ

Ερώτηση 7: Θεωρείτε ότι είναι πιθανό να επιτύχει μια νέα δική σας επιχείρηση;

- 1.Καθόλου
- 2.Λίγο
- 3.Αρκετά
- 4.Πολύ
- 5.Πάρα πολύ

Ερώτηση 8: Συμφωνείτε ότι μια επιχείρηση θα σας προσφέρει υψηλό εισόδημα;

- 1.Καθόλου
- 2.Λίγο
- 3.Αρκετά

4.Πολύ

5.Πάρα πολύ

Ερώτηση 9: Συμφωνείτε ότι μια επιχείρηση θα σας προσφέρει σταθερό εισόδημα;

1.Καθόλου

2.Λίγο

3.Αρκετά

4.Πολύ

5.Πάρα πολύ

Ερώτηση 10: Συμφωνείτε ότι μια επιχείρηση θα σας προσφέρει κοινωνική κατάξίωση;

1.Καθόλου

2.Λίγο

3.Αρκετά

4.Πολύ

5.Πάρα πολύ

Ερώτηση 11: Συμφωνείτε ότι μια επιχείρηση θα σας προσφέρει δυνατότητα να δημιουργήσετε;

1.Καθόλου

2.Λίγο

3.Αρκετά

4.Πολύ

5.Πάρα πολύ

Ερώτηση 12: Πιστεύετε ότι γνωρίζετε πώς να αναπτύσσετε ένα επιχειρηματικό σχέδιο;

- 1.Καθόλου
- 2.Λίγο
- 3.Αρκετά
- 4.Πολύ
- 5.Πάρα πολύ

Ερώτηση 13: Συμφωνείτε με τη ρήση ότι πιο συχνά επιχειρηματίες γίνονται οι άντρες;

- 1.Καθόλου
- 2.Λίγο
- 3.Αρκετά
- 4.Πολύ
- 5.Πάρα πολύ

Ερώτηση 14: Συμφωνείτε με τη ρήση ότι οι άντρες έχουν μεγαλύτερη πιθανότητα επιτυχίας αν ιδρύσουν μια επιχείρηση;

- 1.Καθόλου
- 2.Λίγο
- 3.Αρκετά
- 4.Πολύ
- 5.Πάρα πολύ

Ερώτηση 15: Συμφωνείτε ότι στην Ελλάδα αξίζει το οικονομικό ρίσκο να δημιουργήσετε μια νέα επιχείρηση;

- 1.Καθόλου
- 2.Λίγο

- 3.Αρκετά
- 4.Πολύ
- 5.Πάρα πολύ

6.3 Αποτελέσματα

Ερώτηση 1: Φύλο

Ερώτηση	Άντρας	Γυναίκα
1	62	44



Το φύλο των ερωτηθέντων στο ερωτηματολόγιο αυτό θα προτιμούσαμε να είναι ομοιοκατανεμημένο ώστε να είναι αντιπροσωπευτικότερο το δείγμα σε σχέση με τον

πληθυσμό. Επιπλέον, στο παρόν ερωτηματολόγιο υπάρχουν ερωτήσεις που αφορούν τη σχέση των δυο φύλων με την επιχειρηματικότητα, γεγονός που μπορεί να επηρεάσει τα αποτελέσματα, ειδικά στις ερωτήσεις 13 και 14 . Ωστόσο, τα ποσοστά των δύο φύλων δεν έχουν υπερβολικά μεγάλη απόκλιση, οπότε μπορούμε προσεγγιστικά να θεωρήσουμε ότι δεν επηρεάζει σημαντικά τη γενική εικόνα των απαντήσεων.

Οι ερωτήσεις ανά φύλο θα μπορούσαν να εξεταστούν ξεχωριστά. Για παράδειγμα στην ερώτηση «*Θεωρείτε πιθανό να ιδρύσετε δική σας επιχείρηση;*» θα παρουσίαζε ενδιαφέρον να δούμε τα ποσοστά απαντήσεων των γυναικών, ώστε να έχουμε πιο ξεκάθαρη εικόνα για την επιχειρηματικότητα των γυναικών στην Ελλάδα.

Ερώτηση 2: Ηλικία

Ερώτηση	Ως 20	20-30	30-40	40-50	50 και άνω
2	15	75	14	2	0



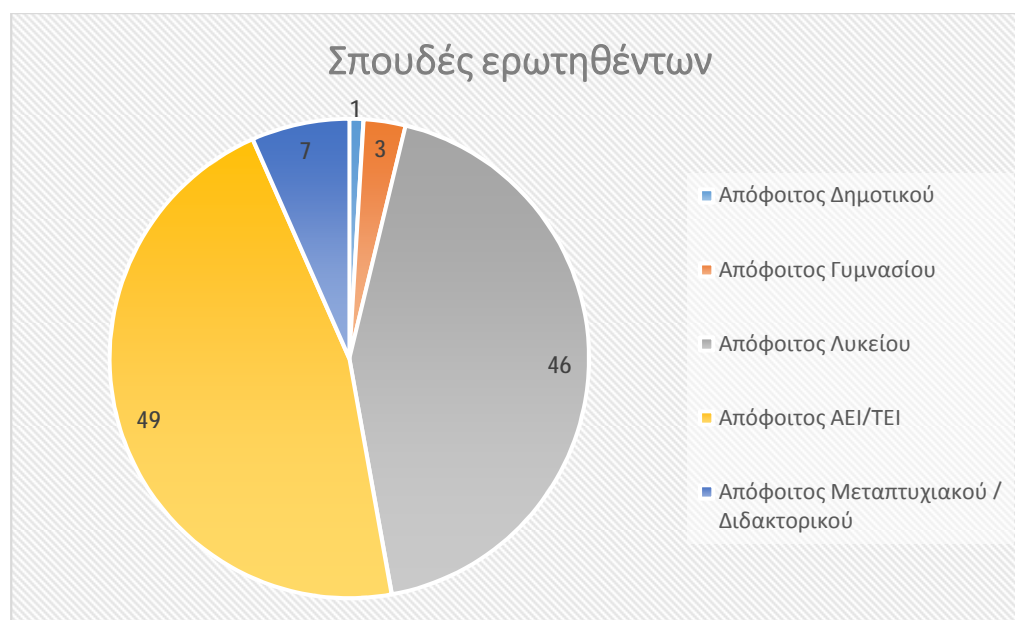
Στο συγκεκριμένο δείγμα παρατηρούμε ότι υπερεκπροσωπείται η ηλικιακή ομάδα μεταξύ είκοσι και τριάντα. Ακολουθεί η ηλικιακή ομάδα ως 20 και μετά η ηλικιακή ομάδα 30 με 40. Αυτή η μη ομοιόμορφη εκπροσώπηση προκλήθηκε από τον τρόπο από τον οποίο έγινε η δειγματοληψία, δηλαδή μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως γνωστόν χρησιμοποιούνται

περισσότερο από αυτές τις ηλικιακές ομάδες. Ωστόσο ακόμα και αν το δείγμα δεν είναι αντιπροσωπευτικό του πληθυσμού μας δίνει τη δυνατότητα να εξετάσουμε καλύτερα την απόκριση στα συγκεκριμένα ζητήματα από τους νέους . Ιδιαίτερα σημαντικό είναι να δούμε την άποψη των νέων για την επιχειρηματικότητα και να βγάλουμε συμπεράσματα για την επιχειρηματική νοοτροπία τους.

Η ηλικιακή ομάδα που υπερεκπροσωπείται (20 -30) έχει κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Είναι η πιο παραγωγική ηλικία εργασιακά αλλά υπάρχει αυξημένος αριθμός ανέργων . Ως εκ τούτου είναι πιθανόν να υπάρχουν αυξημένες επιχειρηματικές προσδοκίες.

Ερώτηση 3: Σπουδές

Ερώτηση	Απόφοιτος Δημοτικού	Απόφοιτος Γυμνασίου	Απόφοιτος Λυκείου	Απόφοιτος ΑΕΙ ή ΤΕΙ	Απόφοιτος Μεταπτυχιακού ή Διδακτορικού
3	1	3	46	49	7



Από την κατανομή ηλικιών που είδαμε πριν, που είναι αποτέλεσμα του τρόπου διεξαγωγής της έρευνας, παρατηρούμε ότι υπάρχουν 89 άτομα μεταξύ 20 με 40. Είναι

λογικό επομένως οι περισσότεροι να είναι ή φοιτητές ή να έχουν τελειώσει κάποιο ίδρυμα τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Ένα μικρό μέρος είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού ή διδακτορικού και ακόμα λιγότεροι δεν έχουν καν απολυτήριο λυκείου.

Ο βαθμός εκπαίδευσης του ερωτώμενου μπορεί προφανώς να επηρεάσει τις απαντήσεις του και τη στάση του απέναντι στην επιχειρηματικότητα. Ωστόσο, δεν είναι απαραίτητο ότι μεγάλος βαθμός εκπαίδευσης συνεπάγεται και αυξημένη επιχειρηματική νοοτροπία. Πολλοί άνθρωποι που δεν έχουν επαρκή μόρφωση είναι αυτοαπασχολούμενοι σε τεχνικές εργασίες. Εκεί που επηρεάζει περισσότερο ο βαθμός εκπαίδευσης είναι στη σχέση του ατόμου με την καινοτομία.

Ερώτηση 4 : Θεωρείτε πιθανό να ιδρύσετε δική σας επιχείρηση κάποια στιγμή στο μέλλον;

Ερώτηση	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
4	19	9	15	23	40



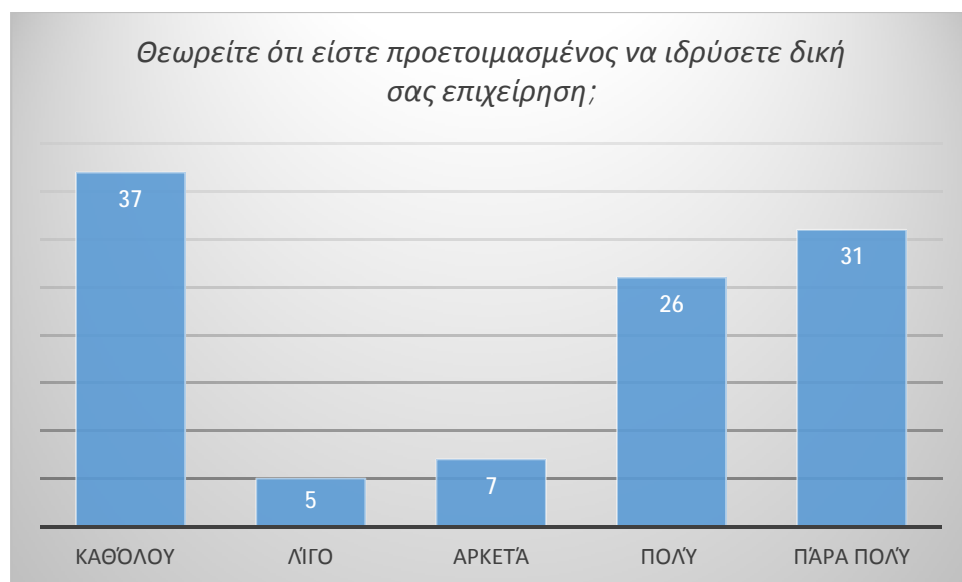
Από την κατανομή των συγκεκριμένων απαντήσεων παρατηρούμε ότι 78 άτομα από τους 106 είναι θετικοί στην πιθανότητα να γίνουν επιχειρηματίες κάποια στιγμή στο μέλλον. Τα 28 άτομα θεωρούν μάλλον απίθανη μια τέτοια εκδοχή. Επίσης το

μεγαλύτερο ποσοστό , 40 στους 106, θεωρούν πάρα πολύ πιθανόν να ιδρύσουν μια δική τους επιχείρηση κάποια στιγμή στο μέλλον. Η φύση της ερώτησης ωστόσο , προτρέπει για ευνοϊκές απαντήσεις. Η ερώτηση θα είχε διαφορετικά αποτελέσματα αν ήταν : «*Θεωρείτε πιθανό να ιδρύσετε δική σας επιχείρηση άμεσα;*».

Το κύριο συμπέρασμα που μπορούμε να εξάγουμε από τα αποτελέσματα σε αυτή την ερώτηση είναι ότι στην Ελλάδα , σε ένα δείγμα όπου τα περισσότερα άτομα να ανήκουν στο φάσμα των 20 με 40 ετών θεωρούν ότι κάποια στιγμή στη ζωή τους θα ιδρύσουν μια δικιά τους νέα επιχείρηση.

Ερώτηση 5: Θεωρείτε ότι είστε προετοιμασμένος να ιδρύσετε δική σας επιχείρηση;

Ερώτηση	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
5	37	5	7	26	31



Τα αποτελέσματα στην ερώτηση αυτή αρχικά φαίνονται αρκετά αντιφατικά με τα αποτελέσματα της προηγούμενης ερώτησης. Το μεγαλύτερο ποσοστό , 37 στους 106, θεωρεί ότι δεν είναι έτοιμο να ιδρύσει τη δική του επιχείρηση. Από την άλλη πλευρά , 31 στους 106 και 26 στους 106 θεωρούν ότι είναι πάρα πολύ και πολύ

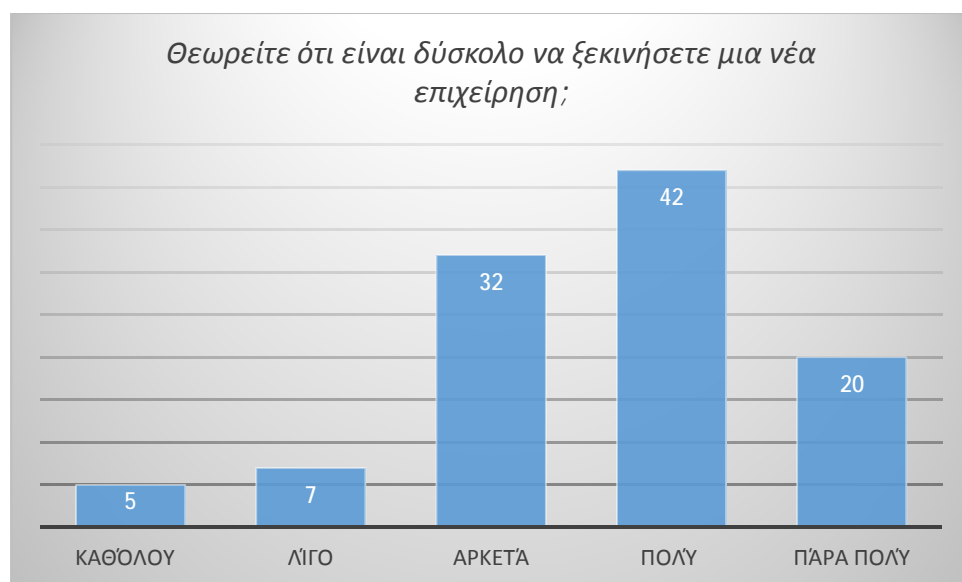
προετοιμασμένοι αντίστοιχα. Ένα μικρό ποσοστό θεωρούν ότι είναι λίγο και αρκετά προετοιμασμένοι.

Από την κατανομή των απαντήσεων μπορούμε να εξάγουμε το συμπέρασμα ότι υπάρχει μια σαφής αποφασιστικότητα και μια έλλειψη μετριοπάθειας στους ερωτηθέντες. Ένα μέρος φαίνεται ότι δεν έχει στα άμεσα πλάνα του την ίδρυση μιας νέας επιχείρησης, πιθανώς όμως στα μελλοντικά, και ένα άλλο μέρος φαίνεται να θεωρεί τον εαυτό του έτοιμο για ένα τέτοιο βήμα.

Υπάρχει μια πώλωση στις απαντήσεις που δεν δίνει χώρο για σαφή συμπεράσματα. Τα αποτελέσματα ωστόσο, σαν γενική εικόνα δείχνουν την κύρια τάση του δείγματος να αντιμετωπίζει θετικά την επιχειρηματικότητα ως μελλοντική δυνατότητα.

Ερώτηση 6: Θεωρείτε ότι είναι δύσκολο να ξεκινήσετε μια νέα επιχείρηση;

Ερώτηση	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
6	5	7	32	42	20



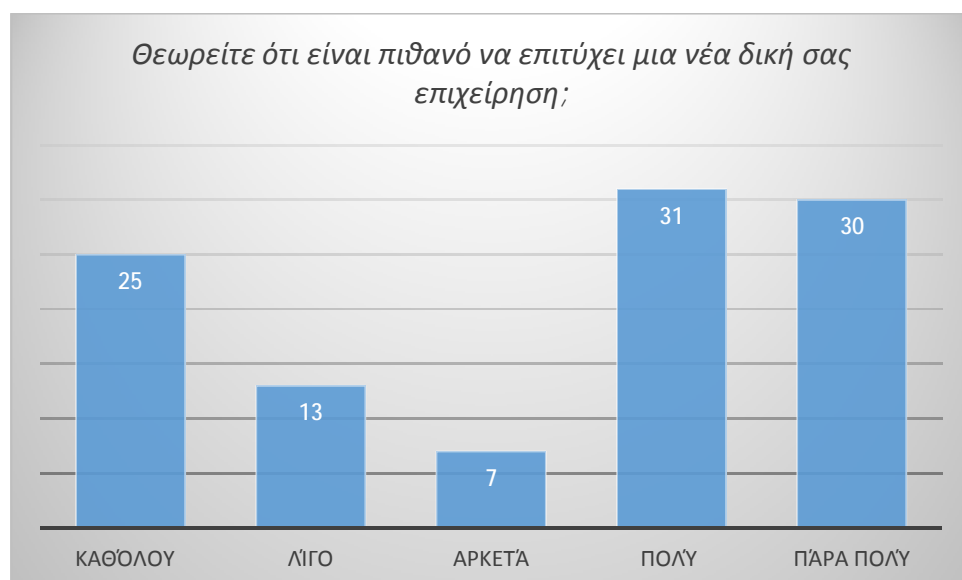
Οι προσδοκίες για την ίδρυση μιας επιχείρησης δεν σημαίνει απαραίτητα ότι υπάρχει και έλλειψη ρεαλισμού. Τα αποτελέσματα σε αυτή την ερώτηση δεν αφήνουν χώρο για παρανοήσεις. Το συντριπτικό ποσοστό θεωρεί δύσκολο να ξεκινήσει μια νέα

επιχείρηση . Από τους ερωτηθέντες οι 94 στους 106 θεωρούν ότι είναι από αρκετά ως πολύ δύσκολο να ανοίξει κάποιος επιχείρηση. Ένα μικρό ποσοστό , 12 στους 106 , θεωρεί εύκολη μια τέτοια δυνατότητα.

Ένας μεγάλος αριθμός παραγόντων μπορεί να οδήγησαν σε αυτά τα αποτελέσματα. Η έλλειψη αρχικών κεφαλαίων και η οικονομική κρίση ίσως είναι καθοριστικοί παράγοντες ώστε να γίνει μια τέτοια θεώρηση. Τα προβλήματα στο τραπεζικό σύστημα επίσης , έχουν καταστήσει πολύ δύσκολο να δοθούν δάνεια για νέες επιχειρηματικές κινήσεις. Σε συνδυασμό με τις απαντήσεις στις δυο προηγούμενες ερωτήσεις φαίνεται να υπάρχει επιχειρηματική διάθεση αλλά οι περισσότεροι θεωρούν δύσκολες τις συνθήκες εκκίνησης.

Ερώτηση 7: Θεωρείτε ότι είναι πιθανό να επιτύχει μια νέα δική σας επιχείρηση;

Ερώτηση	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
7	25	13	7	31	30



Παραβλέποντας τις δυσκολίες έναρξης μιας νέας επιχείρησης το μεγαλύτερο ποσοστό, 68 στους 106, θεωρεί ότι υπάρχει ικανοποιητική ως μεγάλη πιθανότητα

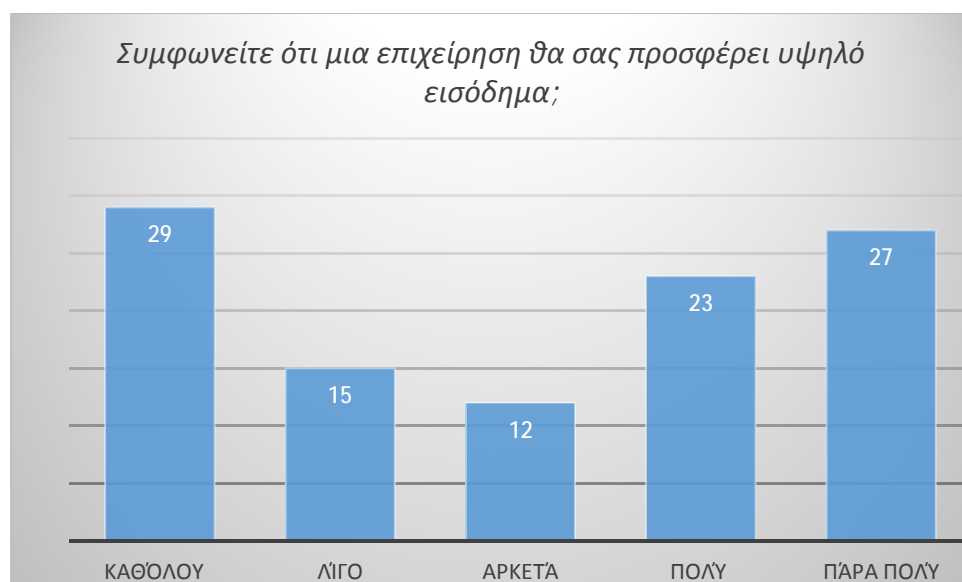
επιτυχίας μιας επιχείρησης τους. Ωστόσο ένα μεγάλο ποσοστό , 38 στους 106, θεωρεί ότι υπάρχει μικρή ως μηδαμινή πιθανότητα επιτυχίας ενός τέτοιου εγχειρήματος.

Παρατηρώντας τις απαντήσεις των προηγούμενων ερωτήσεων αρχίζει να γίνεται σαφές ότι ένας αριθμός ατόμων του δείγματός μας, γύρω στους 40 από τους 106, είναι προδιατεθειμένοι αρνητικά με την πιθανότητα να ιδρύσουν μια νέα επιχείρηση, καθώς πιστεύουν ότι είτε δεν είναι επαρκώς προετοιμασμένοι είτε ότι υπάρχει μικρή πιθανότητα επιτυχίας.

Ένας άλλος παράγοντας που πρέπει να ληφθεί υπόψιν για την ανάλυση των αποτελεσμάτων είναι το τι θεωρεί επιτυχία κάποιος. Η βιωσιμότητα μιας επιχείρησης ανάλογα τις οικονομικές συνθήκες που επικρατούν μπορεί να θεωρηθεί είτε επιτυχία είτε αποτυχία.

Ερώτηση 8: Συμφωνείτε ότι μια επιχείρηση θα σας προσφέρει υψηλό εισόδημα;

Ερώτηση	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
8	29	15	12	23	27



Στη συγκεκριμένη ερώτηση παρατηρούμε μια σχετικά ομαλή κατανομή απαντήσεων. Αυτό μπορεί να αντικατοπτρίζει και τις προσδοκίες που έχει ένα άτομο από την ίδρυση μιας νέας επιχείρησης. Το μεγαλύτερο ποσοστό , 50 στους 106, θεωρεί ότι μια

επιχείρηση θα προσφέρει υψηλό εισόδημα αλλά ένα αντίστοιχο ποσοστό , 44 στους 106, θεωρεί ότι μια τέτοια υπόθεση δεν ισχύει. Οι 12 στους 106 προτίμησαν να απαντήσουν μετριοπαθώς θεωρώντας ότι θα τους προσφέρει αρκετά υψηλό εισόδημα.

Πιθανώς αυτή η κατανομή ισχύει λόγω των πολλών ειδών επιχειρηματικότητας που μπορεί να υπάρχουν στην αντίληψη του κόσμου. Στη Γερμανία για παράδειγμα υπάρχει μικρό ποσοστό επιχειρηματικότητας σε σχέση με τον πληθυσμό , αλλά είναι επιχειρηματικότητα υψηλού αρχικού κεφαλαίου και καινοτομίας. Αυτό στην αντίληψη του κόσμου αποτυπώνεται ως υψηλό κέρδος. Στο Τρινιδάντ και Τομπάγκο από την άλλη η επιχειρηματικότητα είναι στο 30% αλλά κυρίως ως αυτοαπασχόληση μικρής εμβέλειας, γεγονός που στην αντίληψη του κόσμου αποτυπώνεται ως επιχειρηματικότητα μικρού κέρδους.

Ερώτηση 9: Συμφωνείτε ότι μια επιχείρηση θα σας προσφέρει σταθερό εισόδημα;

Ερώτηση	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
9	57	23	14	6	6



Τα αποτελέσματα αυτής της ερώτησης δεν αφήνουν περιθώρια για παρερμηνείες. Το συντριπτικό ποσοστό θεωρεί ότι η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα δεν προσφέρει

σταθερό εισόδημα. Το 57% των ερωτηθέντων θεωρεί ότι η επιχειρηματικότητα δεν σου προσφέρει σταθερό εισόδημα απερίφραστα. Το 23% συμφωνεί λίγο με αυτή την πρόταση.

Το μεγάλο ποσοστό δημοσίων υπαλλήλων στην Ελλάδα , ίσως να είναι ένας παράγοντας που να επηρέασε την κρίση των περισσότερων ερωτηθέντων. Συγκριτικά με την εργασία στο δημόσιο, η πιθανότητα να ανοίξεις μια νέα επιχείρηση φαίνεται αρκετά ανασφαλής επιλογή.

Ένας άλλος παράγοντας είναι η οικονομική κρίση στην Ελλάδα που οδήγησε πολλές επιχειρήσεις στο να κλείσουν. Η πτώση στα ποσοστά επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα είναι χαρακτηριστική της αναγκαστικής διακοπής επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Ερώτηση 10: Συμφωνείτε ότι μια επιχείρηση θα σας προσφέρει κοινωνική καταξίωση;

Ερώτηση	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
10	5	7	30	27	37



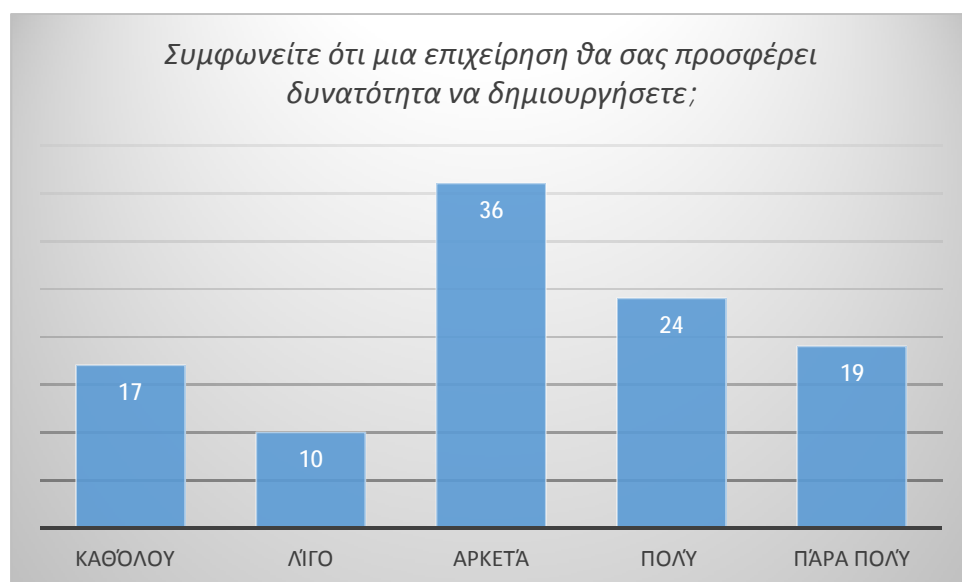
Η κοινωνική καταξίωση είναι από τους βασικότερους δείκτες επιχειρηματικής νοοτροπίας. Φαίνεται από τις απαντήσεις του δείγματος ότι υπάρχει υψηλό κοινωνικό

status για τους επιχειρηματίες στους νέους. Οι 94 από τους 106 θεωρούν ότι η επιχειρηματικότητα προσφέρει υψηλή κοινωνική καταξίωση.

Η ίδια απάντηση διαφαινόταν ωστόσο και από τις προηγούμενες απαντήσεις. Ένα μεγάλο ποσοστό θεωρεί ότι κάποια στιγμή θα ασχοληθεί με την επιχειρηματικότητα και ταυτόχρονα ένα επίσης υψηλό ποσοστό θεωρεί ότι η επιχειρηματικότητα προσφέρει υψηλό εισόδημα. Συνεπώς είναι λογικό να θεωρήσουμε ότι στην Ελλάδα ένα μεγάλο ποσοστό θα θεωρεί ότι ο επιχειρηματίας απολαμβάνει υψηλή κοινωνική καταξίωση.

Ερώτηση 11: Συμφωνείτε ότι μια επιχείρηση θα σας προσφέρει δυνατότητα να δημιουργήσετε;

Ερώτηση	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
11	17	10	36	24	19



Οι απαντήσεις στην ερώτηση αυτή μας δείχνουν μια σχετική διστακτικότητα . Οι περισσότεροι (33%) απάντησαν αρκετά, μια σχετικά μετριοπαθής απάντηση. Υπάρχει βέβαια μια γενική τάση προς θετικές απαντήσεις , αλλά χωρίς να υπάρχει μεγάλη διαφορά από τις απαντήσεις καθόλου και λίγο.

Η έννοια της δημιουργικότητας ωστόσο είναι αρκετά υποκειμενική στον τρόπο που την αντιλαμβάνεται κάποιος. Υπάρχουν πολλά είδη επιχειρηματικότητας που είναι δύσκολο να τα φανταστεί κάποιος σαν παραγωγική και δημιουργική εργασία. Ο παράγοντας που συνδέει την επιχειρηματικότητα με τη δημιουργικότητα είναι η καινοτομία.

Ερώτηση 12: Πιστεύετε ότι γνωρίζετε πώς να αναπτύσσετε ένα επιχειρηματικό σχέδιο;

Ερώτηση	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
12	28	17	16	27	18



Η ερώτηση αυτή είναι συγγενής αλλά όχι ταυτόσημη με την ερώτηση 5, δηλαδή θεωρείτε ότι είστε προετοιμασμένος να ιδρύσετε μια δική σας επιχείρηση; . Είναι λογικό τα αποτελέσματα να είναι παρόμοια. Ένα μεγάλο μέρος του δείγματος απάντησε ότι δεν είναι καθόλου προετοιμασμένο αλλά και ένα αντίστοιχο μέρος απάντησε ότι είναι πολύ προετοιμασμένο.

Η αντίληψη αυτή ίσως να μην είναι άμεσα συνδεδεμένη με την έννοια της επιχειρηματικότητας όσο με την έννοια της τεχνογνωσίας ενός τομέα. Δηλαδή, έχουμε παρατηρήσει ότι η μικρή επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα είναι εξαιρετικά διαδεδομένη κυρίως με την έννοια της αυτοαπασχόλησης . Η απαντήσεις σε αυτή την ερώτηση πιθανώς να οφείλονται στη διαφορετική αντίληψη που έχει το δείγμα για τα είδη επιχειρηματικότητας. Σε ένα δείγμα από την Κεντρική Ευρώπη ίσως υπήρχαν τελείως διαφορετικές απαντήσεις λόγω διαφορετικής αντίληψης της επιχειρηματικότητας.

Ερώτηση 13: Συμφωνείτε με τη ρήση ότι πιο συχνά επιχειρηματίες γίνονται οι άντρες;

Ερώτηση	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
14	15	17	40	11	23



Με αυτήν την ερώτηση προσπαθούμε να εξετάσουμε την αντίληψη του δείγματος για την ισότητα στην επιχειρηματικότητα ανάμεσα στα δυο φύλα. Σε πολλές περιοχές του κόσμου η πατριαρχική νοοτροπία είναι αποτρεπτικός παράγοντας για πολλές γυναίκες να ασχοληθούν με τις επιχειρήσεις. Σε πολλές χώρες της Αφρικής είναι αδιανόητο να ανοίξει γυναίκα τη δική της επιχείρηση. Ωστόσο ακόμα και σε δυτικές κοινωνίες δεν έχει επιτευχθεί ισότητα στο θέμα των ευκαιριών.

Το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος συμφωνεί ότι συνήθως οι άντρες γίνονται συχνότερα επιχειρηματίες. Αυτή η ερώτηση δεν εξετάζει αν είναι ορθό ή όχι αλλά για το αν συμβαίνει ένα τέτοιο γεγονός. Το άμεσο συμπέρασμα με βάση τις απαντήσεις του δείγματος είναι ότι στην Ελλάδα σε μεγάλο βαθμό οι άντρες έχουν περισσότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες από τις γυναίκες.

Ερώτηση 14: Συμφωνείτε με τη ρήση ότι οι άντρες έχουν μεγαλύτερη πιθανότητα επιτυχίας αν ιδρύσουν μια επιχείρηση;

Ερώτηση	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
15	42	32	15	9	8



Αυτή η ερώτηση εξετάζει όχι κατά πόσο υπάρχουν περισσότεροι άντρες επιχειρηματίες στην Ελλάδα , αλλά την αντίληψη του δείγματος για τις επιχειρηματικές ικανότητες των δυο φύλων. Το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος απάντησε ότι οι άντρες δεν έχουν μεγαλύτερη ικανότητα διαχείρισης μιας επιχείρησης από τις γυναίκες. Οι 74 στους 106 επέλεξαν ότι αυτή η ρήση ισχύει λίγο ως καθόλου.

Βλέπουμε σε συνδυασμό με την προηγούμενη ερώτηση ότι παρότι υπάρχουν περισσότεροι άντρες επιχειρηματίες , η αντίληψη του κόσμου είναι ότι έχουν τις ίδιες επιχειρηματικές ικανότητες.

Άρα θεωρούμε ότι το στερεότυπο του άντρα επιχειρηματία έχει αρχίσει να φθίνει , τουλάχιστον στους νέους μεταξύ 20 και 30 όπου αποτελούν και το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος.

Ερώτηση 15: Συμφωνείτε ότι στην Ελλάδα αξίζει το οικονομικό ρίσκο να δημιουργήσετε μια νέα επιχείρηση;

Ερώτηση	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
17	42	22	13	12	17



Η σχετικά πρόσφατη οικονομική κρίση στην Ελλάδα σε συνδυασμό με την αστάθεια της αγοράς έχουν δημιουργήσει ένα αρκετά δυσμενές περιβάλλον για άμεση επιχειρηματικότητα. Το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος (42 στους 106) επέλεξε ότι δεν είναι καθόλου ευνοϊκό το κλίμα για ένα επιχειρηματικό ρίσκο.

Στις προηγούμενες ερωτήσεις ωστόσο παρατηρήσαμε υψηλή επιχειρηματική νοοτροπία, αλλά φαίνεται ότι μην αφορά άμεσα επιχειρηματικά πλάνα. Ένα ποσοστό παρόλα αυτά της τάξης του 17 στους 106 θεωρεί ότι υπάρχουν μεγάλες δυνατότητες στην Ελλάδα του σήμερα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Σε ποιο στάδιο βρίσκεται η επιχειρηματική νοοτροπία;

Η έρευνα μέσω ερωτηματολογίου που κάναμε ,είναι εμφανές ότι δεν αναφέρεται σε ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα του πληθυσμού. Θα λέγαμε περισσότερο ότι είναι μια έρευνα για την άποψη των νέων για την επιχειρηματικότητα.

Παρατηρούμε ότι υπάρχουν αυξημένες επιχειρηματικές προσδοκίες στους νέους. Περίπου το 74% των ερωτηθέντων θεωρεί πιθανό να ιδρύσει στο μέλλον μια δική του επιχείρηση. Επίσης , οι επιχειρηματίες στην Ελλάδα έχουν υψηλή κοινωνική καταξίωση. Ωστόσο, είτε θεωρούν ότι δεν είναι επαρκώς προετοιμασμένοι είτε θεωρούν δύσκολο να ξεκινήσουν μια νέα επιχείρηση.

Οι βασικές δυσκολίες έναρξης μιας νέας επιχείρησης μπορούν να συνοψιστούν σε τρία σημεία:

- Η έλλειψη κατάρτισης. Στο ερωτηματολόγιο φαίνεται ότι πολλοί συμμετέχοντες θεωρούν ότι δεν έχουν τις επαρκείς γνώσεις ώστε να

δημιουργήσουν ένα επιχειρηματικό πλάνο και θεωρούν τους εαυτούς τους μη προετοιμασμένους για ίδρυση νέας επιχείρησης.

- Είναι δύσκολο να βρεθούν τα αρχικά κεφάλαια. Το γεγονός ότι θεωρούν δύσκολο να ανοίξουν μια επιχείρηση άμεσα έχει σχέση με τα κεφάλαια εκκίνησης. Η έλλειψη ρευστότητας στην ελληνική οικονομία καθιστά δύσκολη τη χορήγηση δανείων, γεγονός που έχει μεγάλο αντίκτυπο στη νέα επιχειρηματικότητα.
- Η αστάθεια της οικονομίας στην Ελλάδα. Ένα μεγάλο μέρος των ερωτηθέντων θεωρεί ως αποτρεπτικό παράγοντα την υπάρχουσα οικονομική κατάσταση στην Ελλάδα. Θεωρούν δε, ότι δεν αξίζει το οικονομικό ρίσκο να ξεκινήσουν μια νέα επιχείρηση.

Στο κεφάλαιο 3 είδαμε πολύ σημαντικές πρωτοβουλίες να λαμβάνονται από άλλες χώρες της ΕΕ για τη αύξηση της κατάρτισης πάνω στην επιχειρηματικότητα. Η σύνδεση της εκπαίδευσης με την πραγματική οικονομία και η συμμετοχή των καταρτιζόμενων σε δραστηριότητες ώστε να υπάρξει ουσιαστική αντίληψη της λειτουργίας των επιχειρήσεων ίσως να είναι μια πιθανή λύση. Χαρακτηριστικά παραδείγματα είναι το σύστημα της Σουηδίας και της Νορβηγίας.

Τα άλλα δυο κύρια προβλήματα , δηλαδή η έλλειψη αρχικών κεφαλαίων και η αστάθεια στην ελληνική οικονομία, είναι αλληλένδετα. Θεωρητικά είναι άμεσα σχετιζόμενα με την επιχειρηματικότητα ωστόσο οι προτάσεις για λύση των εν λόγω προβλημάτων ξεφεύγουν από τα όρια της παρούσας εργασίας.

Καινοτομία στην Ελλάδα

Όπως είδαμε στο κεφάλαιο 4, οι προϋποθέσεις για μια οικονομία καινοτομίας στην Ελλάδα δεν είναι καλές. Η Ελλάδα είναι σε μια από τις χειρότερες κατατάξεις στην ΕΕ όσον αφορά τις επιχειρήσεις καινοτομίας. Πολλά είδη καινοτομίας , όπως η καινοτομία προϊόντος , χρειάζονται υψηλά κεφάλαια και έρευνες για να επιτευχθούν.

Το χαμηλό ποσοστό ερευνών που σχετίζονται με την επιχειρηματικότητα, καθώς και τα χαμηλά κεφάλαια για έρευνα είναι ίσως τα βασικά προβλήματα. Ενώ υπάρχει μεγάλος αριθμός συνολικής επιχειρηματικότητας, δεν υπάρχει η αναμενόμενη απόδοση στην οικονομία. Στη Γερμανία είδαμε πολύ χαμηλά ποσοστά συνολικής επιχειρηματικότητας, αλλά παραπάνω από τις μισές επιχειρήσεις παράγουν ένα είδος καινοτομίας. Ο συνδυασμός αυτός βοήθησε να δημιουργηθεί μια από τις δυναμικότερες οικονομίες του κόσμου. Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα έχει τη μορφή μικρών οικογενειακών επιχειρήσεων που μένουν σχετικά στάσιμες, και μεταφέρονται από γενιά σε γενιά.

Γυναικεία επιχειρηματικότητα

Ένα τομέας που παρατηρήθηκαν σχετικά θετικά αποτελέσματα είναι η γυναικεία επιχειρηματικότητα. Οι παλιές αγκυλώσεις όπου στερεοτυπικά θεωρούν τους άντρες επιχειρηματίες φαίνεται ότι έχουν αρχίσει να υποχωρούν. Η Ελλάδα μπορεί να είναι μια δυτική χώρα αλλά έχει βαθιά ριζωμένες πατριαρχικές αντιλήψεις που για χρόνια καθιστούσαν δύσκολη την ισότητα ευκαιριών μεταξύ των δυο φύλων. Πλέον αυτή η νοοτροπία έχει αρχίσει να αλλάζει, τουλάχιστον από την πλευρά των επιχειρηματικών προσδοκιών και της εικόνας της γυναίκας ως επιχειρηματία.

Ο φόβος αποτυχίας

Ένα σημαντικό μέρος των επιχειρήσεων στην Ελλάδα οδηγήθηκαν σε αναγκαστική διακοπή λειτουργίας. Από τις απαντήσεις των ερωτηθέντων διαφαίνεται ότι υπάρχει μεγάλος φόβος αποτυχίας, παρότι οι απαντήσεις δεν προσφέρονται για ασφαλή συμπεράσματα. Ένα μεγάλο μέρος θεωρεί ότι μια επιχείρηση δεν θα του παρέχει

σταθερό εισόδημα και ταυτόχρονα θεωρεί ότι υπάρχει υψηλό επιχειρηματικό ρίσκο. Οδηγούμαστε στο συμπέρασμα ότι οι συνεχείς μεταβολές στην οικονομία της Ελλάδας καθώς και η έλλειψη στήριξης από τους φορείς δημιουργούν περιβάλλον ανασφάλειας, δυσμενές για νέα επιχειρηματικότητα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Νικολάου, Ιωάννης., 2013. *Κοινωνική Οικονομία- Κοινωνική Επιχειρηματικότητα*.

Αθήνα: Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων

Ε.Ε. ,2013. *Κοινωνική οικονομία και κοινωνική επιχειρηματικότητα*, Οδηγός για την

Κοινωνική Επιτροπή, τ. 4, Λουξεμβούργο

Γκαγκάτσιος, Ιωάννης., 2008 . *Καινοτομία-επιχειρηματικότητα -επιχειρήσεις*. Αθήνα :
Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων

Wee Liang Tan & Williams John. , 2005. *Defining the ‘Social’ in ‘Social Entrepreneurship’*: Altruism and Entrepreneurship. Singapore

Gutterman, Alan. 2012. *Definitions of entrepreneurship*. Organizational Management and Administration: A Guide for Managers and Professionals

Σουρλαντζή, Αθηνά., 2012. *Επιχειρηματικότητα & Καινοτομία Οικογενειακές Επιχειρήσεις* . Πειραιάς : Πανεπιστήμιο Πειραιώς Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης επιχειρήσεων

Erik Stam & André van Stel., 2009. *Types of Entrepreneurship and Economic Growth*. Netherlands: World institute for development economic research

Geoffrey Jones & R. Daniel Wadhvani., 2006. *Entrepreneurship and Business History: Renewing the Research Agenda*. Harvard: Harvard Business School

Παπαγεωργίου , Παναγιώτης ., 2012 . *Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα: Επιχειρήσεις που αντιστάθηκαν στην κρίση* . Ηράκλειο :Σχολή διοίκησης οικονομίας

Μανασάκης, Κωνσταντίνος., 2013. *Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα κατά τη διάρκεια της οικονομικής ύφεσης*. Ηράκλειο: Τμήμα Πολιτικής Επιστήμης, Πανεπιστήμιο Κρήτης

Εθνικό παρατηρητήριο για μικρομεσαίες επιχειρήσεις., 2006. *Πολιτικές για την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία στην Ελλάδα*

Σταύρος Ιωαννίδης & Ιωάννης Γιωτόπουλος., 2014 . *Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ 2012-13: ΕΝΔΕΙΞΕΙΣ ΑΝΑΚΑΜΨΗΣ ΤΗΣ ΜΙΚΡΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ*; .Αθήνα: IOBE

Σταύρος Ιωαννίδης., 2013. *Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ 2011-12 Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ*. Αθήνα: IOBE

Σταύρος Ιωαννίδης & Ιωάννης Γιωτόπουλος., 2015. *Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ 2013-14: Η ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΤΗΣ ΝΕΑΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ*. Αθήνα: IOBE

Global Entrepreneurship Monitor ., 2013. *2012 Global Report*. GEM

Global Entrepreneurship Monitor ., 2014. *2013 Global Report*. GEM

Global Entrepreneurship Monitor ., 2015. *2014 Global Report*. GEM

ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ., 2003. Πράσινη Βίβλος για την επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη .Βρυξέλλες: (υποβληθέν από την Επιτροπή)

Eurostat ., 2015. *Innovation statistics*

Benedikt Herrmann & Alexander S. Kritikos . , 2013. *Growing out of the Crisis: Hidden Assets to Greece's Transition to an Innovation Economy*. Bonn, Germany

InnoSupportTransfer.,2007. *Υποστήριξη της Καινοτομίας στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις*

InnoSupportTransfer.,2007. *Καινοτομία, Είδη καινοτομίας, Μέθοδοι μέτρησης της καινοτομίας*

E.E., 2013.*Ενίσχυση του Επιχειρηματικού πνεύματος και των Επιχειρηματικών Δεξιοτήτων στην ΕΕ. Λουξεμβούργο*

E.U., 2014.*Policy Brief on Youth Entrepreneurship, Entrepreneurial Activities in Europe. Luxembourg*

Νασιούλας Ι. (2012). *Η Κοινωνική Οικονομία της Ελλάδος και το Κοινωνικό της Κεφάλαιο. Μια συνολική, θεσμική και εθνικολογιστική αναγνώριση. Δεύτερη Έκδοση: Ινστιτούτο Κοινωνικής Οικονομίας*

Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή της Ελλάδος (Ο.Κ.Ε.).(2013). «*Η κοινωνική οικονομία και η κοινωνική επιχειρηματικότητα*». Δημοσιεύτηκε στον ιστότοπο www.oke.gr

Κώστας Α. (2014). *Κοινωνική Οικονομία και Κοινωνική Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα. Η συμβολή τους στην Ενίσχυση της Απασχόλησης, την Τοπική Ανάπτυξη και ο ρόλος των Ευρωπαϊκών Θεσμών: Η περίπτωση του Δήμου Καβάλας, Διδακτορική Διατριβή, Πάντειο Πανεπιστήμιο, Αθήνα.*

Σακελλαρόπουλος Θ. & Οικονόμου Χ. (2006), «*Εθνικές προτεραιότητες και Ευρωπαϊκές προκλήσεις στο σύστημα κοινωνικής προστασίας και απασχόλησης στην Ελλάδα, 1980-2004*», Κοινωνική Συνοχή και Ανάπτυξη

Διεθνές Κέντρο Έρευνας και Πληροφόρησης για τη για τη Δημόσια, Κοινωνική και Συνεργατική Οικονομία

Α.Σ. Δίκτυο Αλληλεγγύης (Solidarity Network), *Εισαγωγή στην Κοινωνική Οικονομία και Κοινωνική Επιχειρηματικότητα*, Σημειώσεις