



EPEYNA AGER

## Θετικοί στην επιχειρηματικότητα οι Έλληνες



**Α**νακοινώθηκαν τα βασικά ευρήματα της έβδομης ετήσιας παγκόσμιας έρευνας για την επιχειρηματικότητα της Amway (έρευνα AGER), που αναφέρονται στην Ελλάδα για το έτος 2016. Η συγκεκριμένη έρευνα διεξάγεται κάθε χρόνο σε συνεργασία με το Πολυτεχνείο του Μονάχου και την καθηγήτρια Isabell Welpe, που έχει τη συνολική επιστημονική ευθύνη. Η έρευνα καταγράφει τις στάσεις και τις αντιλήψεις σχετικά με την επιχειρηματικότητα σε όλη την Ευρώπη, συμπεριλαμβανομένης και της Ελλάδας.

Ο καθηγητής του ΕΜΠ και υπεύθυνος για την έρευνα AGER στη χώρα μας, Πάνης Καλογόρου, παρουσίασε τα εγχώρια αποτελέσματα, τα οποία προέκυψαν από ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα 1.000 πολιτών (ανδρών και γυναικών) άνω των 18 ετών, οι οποίοι συμπλήρωσαν το σχετικό δομημένο ερωτηματολόγιο.

Σημειώνεται ότι η Amway εμπορεύεται πάνω από 400 προϊόντα στις κατηγορίες ομορφιάς, ευεξίας και οικιακής φροντίδας, τα οποία πωλούνται αποκλειστικά μέσω ανεξάρτητων Ιδιοκτητών Επιχείρησης Amway στον τελικό καταναλωτή. Η εταιρεία ιδρύθηκε το 1959 στην Αδα στις Ηνωμένες Πολιτείες και δραστηριοποιείται σε

περισσότερες από 100 χώρες και περιοχές με έσοδα 9,5 δισεκατομμυρίων δολαρίων το 2015.

### Χαμηλότερο το ενδιαφέρον σε σχέση με το 2015

Αξίζει να σημειωθεί ότι, όπως προκύπτει γενικά από την έρευνα, τα 2/3 των Ελλήνων έχουν θετική στάση ως προς την επιχειρηματικότητα, παρά το γεγονός ότι, σε σχέση με το 2015, ο δείκτης παρουσιάζει πτώση και παραμένει σε χαμηλότερο επίπεδο συγκριτικά με τον διεθνή μέσο όρο. Συγκεκριμένα, το 64% των Ελλήνων έχει μία γενική θετική στάση, σε σχέση με το 69% του 2015, ενώ το παγκόσμιο ποσοστό φτάνει το 77% και το ευρωπαϊκό το 74%. Παράλληλα, το 46% των συμμετεχόντων μπορεί να φανταστεί ότι ξεκινά τη δική του επιχείρηση, με τη δυναμική του «επιχειρείν», πάντως, να είναι χαμηλότερη συγκριτικά με το 2015, αλλά υψηλότερη σε σχέση με τον Ευρωπαϊκό μέσο όρο (39%).

Σχετικά με τα προσωπικά κίνητρα, συνολικά για τους Έλληνες ερωτηθέντες, η «ανεξαρτησία από τον εργοδότη, όντας το αφεντικό του εαυτού μου» (42%) και η «αυτοεκπλήρωση, η δυνατότητα να πραγματοποιήσω τις δικές μου ιδέες» (38%) είναι τα πιο συνηθισμένα. Αλλά κίνητρα κατατάσσονται κατά σειρά: πιθανή «επιστροφή στην αγορά εργασίας, ως εναλλακτική της

ανεργίας» (34%), «καλύτερη προοπτική για δεύτερο εισόδημα» (33%) και «καλύτερη εξισορρόπηση (συμβατότητα) μεταξύ της οικογένειας, του ελεύθερου χρόνου και της σταδιοδρομίας» (23%).

Συγκριτικά με τα περσινά αποτελέσματα, υπήρξαν δύο σημαντικές αλλαγές που αξίζει να αναφερθούν, καθώς η σημασία της «οικογένειας» αυξήθηκε κατά 7% και η «προοπτική για δεύτερο εισόδημα» κατά 9%.

Σε σύγκριση με τον παγκόσμιο και ευρωπαϊκό μέσο όρο, οι Έλληνες ερωτηθέντες έχουν την ίδια άποψη για τις δύο πιο ελκυστικές πτυχές τού να ξεκινήσει κάποιος μια επιχείρηση. Ωστόσο, κατηγοριοποιούν την «επιστροφή στην αγορά εργασίας» ως πιο σημαντική συγκριτικά με τις παγκόσμιες και ευρωπαϊκές απαντήσεις. Παράλληλα, η έρευνα παρουσιάζει τον δείκτη του επιχειρηματικού πνεύματος της Amway (Amway Entrepreneurial Spirit Index). Ο δείκτης AESI παρουσιάστηκε το 2015 και ενσωματώνει τρεις διαστάσεις της επιχειρηματικότητας, οι οποίες επηρεάζουν την πρόθεση του ατόμου να ξεκινήσει μια επιχείρηση: την επιθυμία, τη σκοπιμότητα (ετοιμότητα) και την ανθεκτικότητα (σταθερότητα) απέναντι στην κοινωνική πίεση να τους αποτρέψει. Ο δείκτης προκύπτει από το μέσο όρο των απαντήσεων για τις τρεις διαστάσεις, οι οποίες σταθμίζονται με την ίδια βαρύτητα.



Η βαθμολόγηση του AESI (στην κλίμακα 0 έως 100) για την Ελλάδα είναι 51, στο ίδιο επίπεδο με πέρυσι (2015: 52), αλλά και στο ίδιο επίπεδο με τον παγκόσμιο μέσο όρο (50) και σε υψηλότερο επίπεδο από τον Ευρωπαϊκό μέσο όρο (45). Αυτό, βάσει της έρευνας, σημαίνει ότι οι Έλληνες είναι πιο «ανθεκτικοί» απέναντι στην κοινωνική πίεση να τους αποτρέψει, επιθυμούν περισσότερο να ξεκινήσουν μια επιχείρηση απ' ό,τι ο μέσος όρος των άλλων Ευρωπαίων, ενώ είναι σίγουροι πως κατέχουν τις απαραίτητες ικανότητες (ετοιμότητα) για να ξεκινήσουν και πως δεν θα παρατούσαν το όνειρό τους, στην περίπτωση που η οικογένεια τους στεκόταν εμπόδιο. Στην ερώτηση για το πώς η αυτοαπασχόληση θα εξελιχθεί τα επόμενα πέντε χρόνια στην Ελλάδα, το 24% πιστεύει πως είναι πιο πιθανό να είναι αυτοαπασχολούμενοι, το 18% πιστεύει πως η αυτοαπασχόληση θα παραμείνει ως έχει, ενώ το 55% πιστεύει πως θα έχει μειωθεί αρκετά.

Στο ερώτημα πώς θα αισθάνονταν αν αναγκάζονταν να αναζητήσουν και να αποκτήσουν πελάτες ως αυτοαπασχολούμενοι, το 48% των συμμετεχόντων απάντησε ότι θα αισθανόταν άνετα να το πράξει, ενώ το υπόλοιπο 49% άβολα. Αξίζει να σημειωθεί ότι λιγότεροι Έλληνες είναι διαθέσιμοι στο να αναζητήσουν και να αποκτήσουν πελατολόγιο, απ' ό,τι ο μέσος όρος των ερωτηθέντων παγκοσμίως.

### Περαιτέρω ανάλυση σε όλες τις κατηγορίες

Από τη λεπτομερέστερη ανάλυση της θετικής στάσης ανά κατηγορίες που γίνεται στην έρευνα, προκύπτει ότι οι ερωτηθέντες κάτω των 35 ετών είναι προφανώς πιο θετικοί από τις άλλες δύο μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες. Συγκριτικά με τα περυσινά αποτελέσματα, η θετική στάση των ερωτηθέντων κάτω των 35 αυξήθηκε σημαντικά. Αυτό, ωστόσο, δεν αποκρύπτει το γεγονός ότι η θετική στάση των ερωτηθέντων μεταξύ 35 και 49 ετών έπεσε στο 59% σημειώνοντας πτώση κατά 15 ποσοστιαίες μονάδες (ενώ στους άνω των 50 μειώθηκε κατά δύο ποσοστιαίες μονάδες πέφτοντας στο 57%). Ακόμη οι γυναίκες (67%) είναι πιο θετικές ως προς την επιχειρηματικότητα από τους άνδρες (62%), ενώ οι κάτοχοι πανεπιστημιακού πτυχίου (65%) έχουν την ίδια άποψη για την αυτοαπασχόληση όσο και εκείνοι που δεν έχουν στην κατοχή τους κάποιο πτυχίο.

Σχετικά με την ανάληψη επιχειρηματικής πρωτοβουλίας, η περαιτέρω ανάλυση έδειξε ότι οι άνδρες (48%) είναι

πιο πιθανό να ξεκινήσουν μια επιχείρηση από τις γυναίκες (44%), ενώ η εκπαίδευση φαίνεται να επιδρά στη δυναμική της επιχειρηματικότητας, καθώς το 56% των Ελλήνων πτυχιούχων φαντάζονται τον εαυτό τους να ξεκινούν τη δική τους επιχείρηση και μόλις το 42% των μη πτυχιούχων φαντάζονται κάτι τέτοιο. Σημειώνεται ότι συγκριτικά με πέρυσι, οι πτυχιούχοι παρέμειναν σταθεροί, ενώ οι μη πτυχιούχοι εμφάνισαν σημαντική μείωση.

Επίσης, η ηλικία φαίνεται να έχει επίπτωση στη δυνατότητα επιχειρηματικότητας. Συγκεκριμένα, οι ερωτηθέντες άνω των 50 δείχνουν μειωμένη θέληση, συγκριτικά με τα περυσινά αποτελέσματα, ενώ οι ερωτηθέντες μεταξύ 35 και 49 παρουσιάζουν μείωση (43%), οι κάτω των 35 (56%) και οι άνω των 50 παραμένουν σταθεροί (39%). Ωστόσο, όσο πλησιάζουμε την ηλικία των 50 και άνω, τόσο μειώνεται η δυνατότητα επιχειρηματικότητας. Διαφορές σημειώνονται και σε αυτή την ενότητα της έρευνας ανάλογα με την ηλικία, με τις ηλικιακές ομάδες των κάτω των 35 (46%) και των 35-49 (39%) να αξιολογούν την «ανεξαρτησία» και την «αυτοεκπλήρωση» ως πρώτο και δεύτερο κριτήριο αντίστοιχα σε αντίθεση με τους άνω των 50, οι οποίοι έχουν ως πρωταρχικό κίνητρο την «επιστροφή στην αγορά εργασίας» (35%), ακολουθούμενη από την «ανεξαρτησία» (33%), την «προοπτική για δεύτερο εισόδημα» (30%) και την «αυτοεκπλήρωση» (36%).

Μεταξύ των δύο φύλων, οι γυναίκες φαίνεται να κατηγοριοποιούν την «ανεξαρτησία» στο 39% και την «επιστροφή στην αγορά εργασίας» στο 38%. Αντιθέτως, οι άνδρες σημειώνουν υψηλότερα επίπεδα στην κατηγοριοποίηση της «ανεξαρτησίας» (45%) και της «αυτοεκπλήρωσης» στο 40%, με τελευταίο γνώμονα την «επιστροφή στην αγορά εργασίας» (29%).

Τα αποτελέσματα που προκύπτουν από την κατηγοριοποίηση της εκπαίδευσης είναι παρόμοια με μία διαφορά. Οι πτυχιούχοι πανεπιστημίων κατηγοριοποιούν την «αυτοεκπλήρωση» (50%) πολύ υψηλότερα από εκείνους χωρίς πανεπιστημιακό προφίλ.

Αναφορικά με τη βαθμολόγηση του δείκτη AESI από τις γυναίκες, αυτός παραμένει σχεδόν στο 49 (2015:47), ενώ τα αποτελέσματα της «σταθερότητας» άλλαξαν σημαντικά, με την επιθυμία να βρίσκεται στο 64%, τη σκοπιμότητα στο 29% και τη σταθερότητα στο 54%. Σημειώνοντας μια μικρή πτώση, οι άνδρες στοχεύουν σε πιο υψηλά ποσοστά συνολικά, με τα αποτελέσματα να βλέπουν την επιθυμία στο 62%, τη σκοπιμότητα στο 42% και τη σταθερότητα στο 57%. Συνοψίζοντας τα αποτελέσματα, ενώ τα δύο φύλα βρίσκονται σε κοντινά επίπεδα κοινωνικής σταθερότητας, οι άνδρες κατέχουν υψηλότερα επίπεδα αυτοπειθοϊότητας σε προσωπικές ικανότητες, απ' ό,τι οι γυναίκες.

Συγκρίνοντας τα αποτελέσματα του AESI για τις ηλικιακές ομάδες, παρατηρείται μείωση όταν αυξάνεται η ηλικία (κάτω των 35 με 59%, 35-49 με 49%, άνω των 50 με 45%). Όσον αφορά στην επιθυμία τους να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση, οι Έλληνες κάτω των 35 ετών (74%) δίνουν μεγαλύτερη αξία σε σχέση με τους 35-49 (60%) και τους άνω των 50 ετών (55%).

Αναφορικά με την κοινωνική πίεση, η ηλικιακή ομάδα κάτω των 35 χρόνων (60%) είναι πιο σταθερή από τις υπόλοιπες (35-49 με 54%, άνω των 50 με 50%). Εκείνοι με υψηλή βαθμολογία AESI δείχνουν να κατέχουν υψηλότερα επίπεδα επιχειρηματικότητας. Κυρίως εκείνοι με αυξημένη επιθυμία είναι αυτοί που μπορούν να φανταστούν το πώς θα ήταν να δημιουργούσαν τη δική τους επιχείρηση.

Ανάμεσα στα δύο φύλα υπάρχουν μικρές διαφοροποιήσεις. Συγκεκριμένα, 26% των γυναικών και 22% των ανδρών πιστεύει πως θα υπάρξει μεγαλύτερη «κινητικότητα» στην αυτοαπασχόληση, με τους κάτω των 35 να πιστεύουν πως θα μειωθεί. Οι κάτοχοι πανεπιστημιακού πτυχίου εμφανίζονται ως μεγαλύτεροι υποστηρικτές της αυτοαπασχόλησης, υποστηρίζοντας πως θα αυξηθεί στο μέλλον.



Παράλληλα, οι ανήκοντες στην ηλικιακή ομάδα κάτω των 35 (60%) προτιμείται να αποκτήσουν δικούς τους πελάτες σε σχέση με τις άλλες δύο ηλικιακές ομάδες (κάτω των 35: 40%, 35-49: 49% και άνω των 50: 61%). Τέλος, το 46% των γυναικών και το 51% των ανδρών είναι διαθέσιμοι στο να αναζητήσουν και να αποκτήσουν πελατολόγιο, ενώ οι κάτοχοι πανεπιστημιακού πτυχίου βρίσκονται στο 51%, ξεπερνώντας τους μη κατόχους, που βρίσκονται στο 48%.

### Γ. Καλογήρου: «Δύσκολο το επιχειρηματικό περιβάλλον»

«Το σημαντικότερο εύρημα της φετινής έρευνας AGER είναι η αξιοσημείωτη πτώση στο ενδεχόμενο της ανάληψης επιχειρηματικής δραστηριότητας, που μετρείται με το ποσοστό του πληθυσμού που μπορεί να φανταστεί ότι θα ξεκινήσει μία επιχείρηση. Αν και το ποσοστό είναι υψηλότερο σε σχέση με την υπόλοιπη Ευρώπη, αυτό το αποτέλεσμα καταδεικνύει μια σημαντική αλλαγή σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια. Το επιχειρηματικό περιβάλλον έχει γίνει πιο δύσκολο και παρόλο που τα επίπεδα ανεργίας παραμένουν άνω του 23%, υπάρχουν λιγότεροι άνθρωποι που βλέπουν τον εαυτό τους με τη δική τους επιχείρηση. Επιπλέον, υπάρχει μια αύξηση στην επιθυμία να γίνει κάποιος επιχειρηματίας για ένα δεύτερο εισόδημα. Αυτό είναι μια ένδειξη ότι η επιχειρηματικότητα προς το παρόν θεωρείται, από ένα πολύ μεγάλο κομμάτι του πληθυσμού, ως μια συμπληρωματική δραστηριότητα και όχι ως η βασική απασχόληση», δηλώνει ο κ. Καλογήρου.