

2020



**ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΓΙΑ ΜΗΧΑΝΙΚΟΥΣ**

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

«Η εξέταση του Φόβου της Αποτυχίας Μεταξύ των Μικρό-μεσαίων Επιχειρηματιών στη Κρήτη . Ο κοινωνικός στιγματισμός της αποτυχίας και οι συνέπειές του στο πνεύμα της επιχειρηματικότητας»

Επιβλέπων Καθηγητής: ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΑΠΟΣΤΟΛΑΚΗΣ

ΜΙΧΑΛΗΣ ΚΟΥΒΙΔΗΣ

Περίληψη

Η μικρομεσαία επιχειρηματικότητα δέχτηκε στα χρόνια της οικονομικής κρίσης ένα ισχυρό πλήγμα. Πάνω από διακόσες χιλιάδες μικρομεσαίες επιχειρήσεις έκλεισαν, οδηγώντας ιδιοκτήτες και εργαζόμενους στην ανεργία. Η ελληνική οικονομία απώλεσε σημαντικό ποσοστό θέσεων εργασίας (40.2%) και της ετήσιας προστιθέμενης αξίας της (29,3%) (ΚΕΠΕ, 2015). Ωστόσο, παρά την οικονομική κρίση και τα διαχρονικά μεγάλα ποσοστά αποτυχίας των νέων μικρομεσαίων επιχειρήσεων, οι Έλληνες εξακολουθούν να θεωρούν την επιχειρηματικότητα μια καλή επιλογή επαγγελματικής σταδιοδρομίας.

Στόχος της εργασίας μας είναι να διερευνήσουμε τις αντιλήψεις των επιχειρηματιών της Κρήτης σε σχέση με ιδιαίτερα σημαντικούς παράγοντες της επιχειρηματικής αποτυχίας και πως αυτοί επηρεάζουν το πνεύμα της επιχειρηματικότητας. Τέτοιοι παράγοντες είναι ο φόβος μιας ενδεχόμενης επιχειρηματικής αποτυχίας, το στίγμα της αποτυχίας, το πτωχευτικό δίκαιο της Ελλάδας, καθώς και κατά πόσο μια επιχειρηματική αποτυχία μπορεί να μετασηματιστεί σε γνώση και να βοηθήσει τον επιχειρηματία στα μελλοντικά επιχειρηματικά του εγχειρήματα. Η έρευνα διεξήχθη με τη χρήση ερωτηματολογίων αυτό-συμπλήρωσης, ενώ ακολούθησε στατιστική επεξεργασία και ανάλυση των αποτελεσμάτων μέσω του προγράμματος excel. Αρχική στόχευση της έρευνας ήταν το δείγμα να αποτελείται από επιχειρηματίες που είχαν ήδη στο ενεργητικό τους μια επαγγελματική αποτυχία. Η πρόσβαση, ωστόσο σε αυτή τη μερίδα των επιχειρηματιών αποδείχτηκε ιδιαίτερα δύσκολη αναγκάζοντας να αφαιρέσουμε αυτό το κριτήριο και να απευθυνθούμε σε ιδιοκτήτες, εν γένει, μικρομεσαίων επιχειρήσεων της Κρήτης.

Όσον αφορά το φόβο της αποτυχίας τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας (αν και μη αντιπροσωπευτικά) καταδεικνύουν σημαντικές διαφορές συγκριτικά με πανελλαδικές έρευνες, αφού οι επιχειρηματίες της Κρήτης οι οποίοι έλαβαν μέρος στην παρούσα ανάλυση, δηλώνουν ότι φοβούνται την επιχειρηματική αποτυχία σε ποσοστά σημαντικά χαμηλότερα. Αναγνωρίζουν ότι υπάρχει το στίγμα της αποτυχίας αλλά δεν θεωρούν ότι αποτελεί σημαντικό παράγοντα, ικανό να τους αποτρέψει να εμπλακούν ξανά σε μια νέα επιχειρηματική προσπάθεια. Η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρηματιών δηλώνει ότι μια επιχειρηματική αποτυχία παράγει γνώση η οποία μπορεί να χρησιμοποιηθεί στο μέλλον, ενώ ταυτόχρονα αναγνωρίζει το γεγονός ότι έχει πλήρη άγνοια για τις διατάξεις και προβλέψεις του πτωχευτικού δικαίου της χώρας.

Abstract

Small and medium-sized entrepreneurship has been hit hard by the economic crisis. Over two hundred thousand of small and medium-sized businesses have closed, leading owners and workers to unemployment. The Greek economy lost a significant proportion of its jobs (40.2%) and its value added (29.3%) produced annually (KEIIE, 2015). However, despite the economic crisis and the long-standing high rates of failure of new small and medium-sized businesses, Greeks still consider entrepreneurship as a good career choice.

The aim of our research is to identify the perceptions of the entrepreneurs of Crete in relation to particularly important factors of business failure and research how these affect the spirit of entrepreneurship. Such factors are the fear of business failure, the stigma of failure and the bankruptcy law of Greece. Moreover another aim is to find out whether a business failure may turn out to be a helpful experience producing insight for future business attempts. The survey was carried out with self-completed questionnaires and the results were statistically processed and analyzed through the excel program. While primarily the aim of the research was to form the sample by entrepreneurs who had had experienced a business failure in the past, the access to this particular group of entrepreneurs turned out to be very difficult, which lead us to address owners of small and medium enterprises of Crete in general.

Concerning the fear of failure, the results of this survey (though not representative) show significant differences compared to national surveys, as the Cretan businessmen who participated in this analysis, report that they are afraid of business failure at significantly lower rates. They recognize the existence of a failure stigmatization but they do not consider it a major factor capable to prevent them from making a new business venture. The overwhelming majority of entrepreneurs support that a business failure produces insight which could turn out to be useful for a future business attempt, while also recognizes the fact that they are totally unaware of the provisions of the country's bankruptcy law.

Περιεχόμενα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο : Εισαγωγή	5
1.1. Κίνητρα και γενικά στοιχεία για το θέμα.....	5
1.2. Σκοπός και σημασία της παρούσας εργασίας	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο : Μικρομεσαία Επιχειρηματικότητα	7
2.1 Η σημασία της μικρομεσαίας επιχειρηματικότητας	7
2.2 Ορισμός της μικρομεσαίας επιχειρηματικότητας.....	8
2.3. Οι δείκτες της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, και τα παράδοξα.	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^ο : Ο φόβος της Επιχειρηματικής Αποτυχίας	21
3.1. Περιγραφή της Ελληνικής και Ευρωπαϊκής Πραγματικότητας.....	21
3.2. Τι είναι η επιχειρηματική αποτυχία;	23
3.3. Τι προκαλεί τον φόβο της επιχειρηματικής αποτυχίας.	24
3.4. Συνέπειες του φόβου αποτυχίας στους υποψήφιους επιχειρηματίες.	27
3.5. Αιτίες επιχειρηματικής αποτυχίας	28
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ^ο : Μετά την αποτυχία τι;	34
4.1. Συνέπειες της αποτυχίας για τον επιχειρηματία.	34
4.2. Το στίγμα της επιχειρηματικής αποτυχίας.....	37
4.3. Πτωχευτικό δίκαιο και «δεύτερη ευκαιρία»	40
4.4. Επιχειρηματική αποτυχία και μάθηση	43
4.5. Δυσκολίες της μαθησιακής διαδικασίας μετά από μια αποτυχία	44
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ^ο : Μεθοδολογία Έρευνας	48
5.1 Μεθοδολογία.....	48
5.2. Το δείγμα και οι δυσκολίες της έρευνας.....	49
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 ^ο : Αποτελέσματα Έρευνας	51
6.1. Εμπειρικά Αποτελέσματα	51
6.2 Chi-square τέστ.....	72
6.3. Συμπεράσματα	74
6.4 Επίλογος.....	76
Βιβλιογραφία	79
Ελληνική Βιβλιογραφία	79
Ξένη Βιβλιογραφία	80
Παράρτημα.....	85
Ερωτηματολόγιο Έρευνας	85

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο : Εισαγωγή

1.1. Κίνητρα και γενικά στοιχεία για το θέμα

Έμπνευση για το παρόν κείμενο, πέρα από την ανάγκη αντιμετώπισης των αυξημένων επιχειρηματικών αποτυχιών (λουκέτων) εν όψει της οικονομικής κρίσης, αποτέλεσε ένα άρθρο του πρόεδρου του Επαγγελματικού Επιμελητηρίου Αθήνας Γιάννη Χατζηθεοδοσίου στο Αθηναϊκό Μακεδονικό Πρακτορείο Ειδήσεων τον Νοέμβριο του 2017. Σε αυτό το άρθρο γίνεται εκτενής αναφορά στα σημαντικά προβλήματα που συνεχίζουν να μαστίζουν την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, ακόμη και μετά την πάροδο της κρίσης, ενώ παράλληλα υποστηρίζεται ότι η αντιμετώπισή τους θα έδινε σημαντική ώθηση στην επανεκκίνηση της οικονομίας της χώρας. Ανάμεσα σε όσα αναφέρονται τρία ζητήματα προκαλούν ιδιαίτερη εντύπωση:

1. Ο φόβος των Ελλήνων επιχειρηματιών ή των επίδοξων επιχειρηματιών για μια ενδεχόμενη επιχειρηματική αποτυχία, ο οποίος παρουσιάζεται μεγαλύτερος από κάθε άλλον λαό στην Ευρώπη. (Global Entrepreneurship Monitor, 2017). Σημαντικό ρόλο στη διατήρηση και την ενίσχυση αυτού του φόβου φαίνεται να παίζει το στίγμα της επιχειρηματικής αποτυχίας, το οποίο συνοδεύει τον επιχειρηματία έπειτα από μια χρεοκοπία.
2. Η αναποτελεσματικότητα του πτωχευτικού δικαίου της χώρας, δεδομένου ότι ελάχιστοι επιχειρηματίες φαίνεται να αποφασίζουν να εμπλακούν στην αναδιάρθρωση των επιχειρήσεών τους, ακόμη και όταν υπάρχει η προοπτική διάσωσης μεγάλης αξίας και πολλών θέσεων εργασίας.
3. Η ανάγκη να δίνεται η δυνατότητα στους επιχειρηματίες που έχουν ήδη προχωρήσει σε άδολη πτώχευση (πτώχευση η οποία δεν ενέχει δόλο) για μια «δεύτερη ευκαιρία» στον επιχειρηματικό στίβο.

Εξίσου σημαντικά στοιχεία, τα οποία ενίσχυσαν ακόμη περισσότερο το ενδιαφέρον για τη διεξαγωγή της παρούσας έρευνας, παρουσιάζονται σε οικονομικές και επιχειρηματικές μελέτες ερευνητικών φορέων της χώρας από τις οποίες προκύπτει ότι:

- Η σημασία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην ελληνική οικονομία είναι τεράστια αφού σύμφωνα με το πληροφοριακό σύστημα Εργάνης η μικρομεσαία επιχειρηματικότητα αποτελεί τον μεγαλύτερο εργοδότη της χώρας (Υπουργείο Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης & Κοινωνικής Αλληλεγγύης, 2017).
- Σύμφωνα με τις έρευνες για την επιχειρηματικότητα του IOBE το ποσοστό του πληθυσμού το οποίο δηλώνει ότι φοβάται μια επιχειρηματική αποτυχία στην Ελλάδα είναι διαχρονικά πολύ υψηλό, ακόμη και πριν την οικονομική κρίση (IOBE, 2017).
- Σύμφωνα με στοιχεία του Κέντρου Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών (ΚΕΠΕ, 2015) την εξαετία 2008-2014, 229.000 επιχειρήσεις οδηγήθηκαν σε κλείσιμο πανελλαδικά, ενώ σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ (2019) την ίδια περίοδο ελάχιστες επέλεξαν να ακολουθήσουν τη διαδικασία της πτώχευσης.

Τέλος, ένα ακόμη σημαντικό στοιχείο, άξιο να αναφερθεί, είναι η ιδιαίτερη σημασία που αποδίδει η Ευρωπαϊκή Ένωση στην παροχή «δεύτερης ευκαιρίας» σε αδόλωσ πτωχεύσαντες επιχειρηματίες (European Commission, 2011) και η αυξημένη ανάγκη υποστήριξης τους τόσο οικονομικά και γραφειοκρατικά όσο και ηθικά για την άνθηση της οικονομίας.

1.2. Σκοπός και σημασία της παρούσας εργασίας

Δεδομένου του μεγάλου αριθμού των επιχειρήσεων που έκλεισαν την περίοδο της κρίσης, σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν να διερευνήσει τις αντιλήψεις, αναφορικά με την επαγγελματική αποτυχία, των επιχειρηματιών της Κρήτης και συγκεκριμένα των ιδιοκτητών μικρομεσαίων επιχειρήσεων, καθώς η μικρομεσαία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα καταλαμβάνει συντριπτικά το μεγαλύτερο ποσοστό των ελληνικών επιχειρήσεων (99,76% του συνόλου), (Υπουργείο Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης & Κοινωνικής Αλληλεγγύης, 2017). Ακολουθώντας την περίοδο της κρίσης και της μεταφοράς της από το δημοσιονομικό και το χρηματοπιστωτικό πλαίσιο στην πραγματική οικονομία θεωρήσαμε σημαντικό να μελετήσουμε τη σχέση των επιχειρηματιών με μια ενδεχόμενη επαγγελματική αποτυχία και να απαντήσουμε σε ερευνητικά ερωτήματα που θα βοηθούσαν στην βαθύτερη κατανόηση του βιώματος της αποτυχίας στο επαγγελματικό πλαίσιο: Υπάρχει ο φόβος και σε τι βαθμό μιας ενδεχόμενης επαγγελματικής αποτυχίας; Υπάρχει στο τοπικό πλαίσιο που δραστηριοποιούνται, το στίγμα της αποτυχίας; Αν ναι, σε τι βαθμό και πόσο μπορεί να επιδράσει αρνητικά σε ένα ενδεχόμενη επιχειρηματική επανεκκίνηση; Πόσο εξοικειωμένοι είναι οι Κρητικοί επιχειρηματίες που συμμετείχαν στο δείγμα μας με τις διατάξεις του ελληνικού πτωχευτικού δικαίου και πως το αξιολογούν; Μπορεί μια αποτυχία να μετασηματιστεί σε γνώση και να συνεισφέρει θετικά στη δεύτερη ευκαιρία των επιχειρηματιών που έχουν ήδη αποτύχει;

Σκοπός, πέρα από την κατανόηση των απόψεων των ίδιων των επιχειρηματιών που αντιμετωπίζουν καθημερινά το ρίσκο της αποτυχίας σε καιρούς αβέβαιους οικονομικά, τραπεζικά ακόμη και γραφειοκρατικά, είναι η έρευνα να συμβάλει στην υποστήριξη της επιχειρηματικότητας και την απαγκίστρωσή της από πιθανές αγκυλώσεις και προκαταλήψεις (πχ στίγμα αποτυχίας): Η γνώση, για παράδειγμα, για την ύπαρξη τόσο του φόβου όσο και του στίγματος της αποτυχίας, θα μπορούσε να οδηγήσει στη θέσπιση νέων και «ευμενέστερων» πολιτικών από τη μεριά της κυβέρνησης για την αντιμετώπιση και των δυο φαινομένων και για την εξομάλυνση των αιτιών και των συνεπειών τους στους επιχειρηματίες τόσο σε θεσμικό όσο και σε κοινωνικό επίπεδο. Το ίδιο ισχύει και για το πτωχευτικό δίκαιο της χώρας και την αύξηση της αποτελεσματικότητάς του στην προσπάθεια διάσωσης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων που αντιμετωπίζουν προβλήματα επιβίωσης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο : Μικρομεσαία Επιχειρηματικότητα

2.1 Η σημασία της μικρομεσαίας επιχειρηματικότητας

Η μικρομεσαία επιχειρηματικότητα αποτελεί τη ραχοκοκαλιά της παγκόσμιας οικονομίας. Η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει αναγνωρίσει εδώ και πολλά χρόνια τη σημασία αυτών των επιχειρήσεων και τον ρόλο που διαδραματίζουν στην οικονομική ανάπτυξη, την ανταγωνιστικότητα, την καινοτομία και την απασχόληση (Commission of the European Communities, 1998). Όπως αναφέρεται σε ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην επίσημη εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης «Στην Ευρώπη, οι πολύ μικρές, οι μικρές και οι μεσαίες επιχειρήσεις είναι περίπου είκοσι εκατομμύρια. και αποτελούν την κύρια πηγή δημιουργίας θέσεων απασχόλησης, επηρεάζοντας σημαντικά την ανταγωνιστικότητα. Η ικανότητά τους να επισημαίνουν τις νέες ανάγκες των καταναλωτών και των βιομηχανικών παραγόντων, οι δυνατότητες τους σε θέματα απορρόφησης νέων τεχνολογιών και η συμβολή τους στην εκμάθηση, στην επαγγελματική εκπαίδευση και στην τοπική ανάπτυξη προσδιορίζουν πράγματι τα μελλοντικά οφέλη σε επίπεδο παραγωγικότητας του συνόλου της Ευρωπαϊκής Ένωσης και την ικανότητά της να επιτύχει τους στόχους του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου της Λισσαβόνας» (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2003α:36).

Σύμφωνα με στοιχεία της Ετήσιας Έκθεσης της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τις Μικρομεσαίες επιχειρήσεις του 2017 (βλέπε τον Πίνακα 2.1) οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ευρωπαϊκή Ένωση των 28, εξαιρουμένων των επιχειρήσεων του οικονομικού κλάδου:

1. Αποτελούσαν το 99,8% όλων των επιχειρήσεων της ΕΕ των 28.
2. Απασχολούσαν τα 2/3 (66.4%) των εργαζομένων της ΕΕ των 28.
3. Παρήγαγαν λίγο λιγότερο από τα 3/5 (56.8 %) της προστιθέμενης αξίας που δημιουργείται από επιχειρήσεις του μη οικονομικού κλάδου (European Commission, 2018)

	Micro SMEs	Small SMEs	Medium-sized SMEs	All SMEs	Large enterprises	All enterprises
Enterprises						
Number	22,830,944	1,420,693	231,857	24,483,496	46,547	24,530,050
%	93.1%	5.8%	0.9%	99.8%	0.2%	100.0%
Value added						
Value in € (trillion)	1,525.6	1,292.1	1,343.0	4,160.7	3,167.9	7,328.1
%	20.8%	17.6%	18.3%	56.8%	43.2%	100.0%
Employment						
Number (in 000)	41,980,528	28,582,254	24,201,840	94,764,624	47,933,208	142,697,824
%	29.4%	20.0%	17.0%	66.4%	33.6%	100.0%

Note: Large enterprises are enterprises with 250 or more employees

Source: Eurostat, National Statistical Offices, DIW Econ

Πίνακας 2.1: Συγκεντρωτικά αποτελέσματα του συνόλου των επιχειρήσεων στην Ευρωπαϊκή Ένωση των 28. Πηγή: (European Commission, 2018)

2.2 Ορισμός της μικρομεσαίας επιχειρηματικότητας

Τις τελευταίες δεκαετίες η Ευρωπαϊκή Ένωση εφαρμόζει διάφορες πολιτικές, προγράμματα και μέτρα- όπως ήταν παλαιότερα το σχέδιο δράσης για τα επιχειρηματικά κεφάλαια (ΣΔΕΚ) και πιο πρόσφατα το ΕΣΠΑ ή Εταιρικό Σύμφωνο για το Πλαίσιο Ανάπτυξης, -με σκοπό να βοηθήσει την μικρομεσαία επιχειρηματικότητα, επιδοτώντας νέους επιχειρηματίες να κάνουν τα πρώτα τους επιχειρηματικά βήματα, αλλά και ήδη καθιερωμένους επιχειρηματίες να ενδυναμώσουν και να αναπτύξουν την επιχείρησή τους. Σύντομα, ωστόσο, έγιναν αντιληπτά μια σειρά από προβλήματα τα οποία προέκυπταν από τον μεγάλο αριθμό των κρατών μελών και από την ανομοιομορφία του μεγέθους των οικονομιών τους. Μπορεί να είχαν εφαρμοστεί διάφορες κοινοτικές πολιτικές υπέρ των ΜμΕ, «αλλά κάθε πολιτική χρησιμοποιούσε διαφορετικά κριτήρια για τον ορισμό των επιχειρήσεων αυτών. Επίσης αναπτύχθηκαν βαθμιαία αρκετές κοινοτικές πολιτικές χωρίς να υπάρχει μια κοινή προσέγγιση ή μια γενική θεώρηση των αντικειμενικών χαρακτηριστικών και ποιοτήτων μιας μικρομεσαίας επιχείρησης. Αποτέλεσμα της κατάστασης αυτής είναι η υιοθέτηση πολλών διαφορετικών κριτηρίων για τον ορισμό των ΜμΕ και η εφαρμογή, σε κοινοτικό επίπεδο, μεγάλου αριθμού ορισμών, οι οποίοι προστίθενται στους ήδη υπάρχοντες ορισμούς της Ευρωπαϊκής Τράπεζας Επενδύσεων (ΕΤΕπ) και του Ευρωπαϊκού Ταμείου Επενδύσεων (ΕΤαΕ), παράλληλα με το μάλλον ευρύ φάσμα ορισμών που χρησιμοποιούνται ευρέως στα κράτη μέλη εν γένει. Η ύπαρξη διαφορετικών ορισμών σε κοινοτικό και σε εθνικό επίπεδο μπορεί να δημιουργήσει ανομοιογενείς καταστάσεις και να προκαλέσει στρεβλώσεις του ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων». (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 1996).

Το 1996 η Ευρωπαϊκή Ένωση -λίγο πριν την έναρξη ενός νέου ολοκληρωμένου προγράμματος για τις ΜμΕ- για να περιορίσει τα παραπάνω προβλήματα προέβη σε μια σύσταση στα κράτη μέλη της μέσω της Επίσημης Εφημερίδας της Ένωσης, στο τεύχος της 30.4.1996 για ένα νέο και ενιαίο κοινοτικό ορισμό των ΜμΕ, ο οποίος εφεξής θα χρησιμοποιούνταν σε όλα τα προγράμματα, σε όλες τις πολιτικές και τα μέτρα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 1996). Ο ορισμός αυτός χρησιμοποιούνταν μέχρι και την 31^η Δεκεμβρίου του 2004, ενώ από την 1^η Ιανουαρίου 2005 αναθεωρήθηκε μέσω της νέας οδηγίας στο τεύχος της 20.5.2003 η οποία ισχύει μέχρι σήμερα. Το άρθρο 1 της σύστασης αναφέρει ότι «Επιχείρηση θεωρείται κάθε μονάδα, ανεξάρτητα από τη νομική της μορφή, που ασκεί οικονομική δραστηριότητα, ως τέτοιες νοούνται ιδίως οι μονάδες που ασκούν βιοτεχνική ή άλλη δραστηριότητα, ατομικά ή οικογενειακά, προσωπικές εταιρείες ή ενώσεις προσώπων που ασκούν τακτικά μια οικονομική δραστηριότητα» (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2003β). Στο άρθρο 2 της ίδιας σύστασης ορίζεται με σαφήνεια τι θεωρείται μικρομεσαία επιχείρηση:

1. Η κατηγορία των πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων (ΜμΕ) αποτελείται από επιχειρήσεις που απασχολούν λιγότερους από 250 εργαζομένους και των οποίων ο ετήσιος κύκλος εργασιών δεν υπερβαίνει τα 50 εκατομμύρια ευρώ ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού τους δεν υπερβαίνει τα 43 εκατομμύρια ευρώ.
2. Ως μικρή επιχείρηση ορίζεται η επιχείρηση η οποία απασχολεί λιγότερους από 50 εργαζομένους και της οποίας ο ετήσιος κύκλος εργασιών ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 10 εκατομμύρια ευρώ.
3. Ως πολύ μικρή (μικρο) επιχείρηση ορίζεται η επιχείρηση η οποία απασχολεί λιγότερους από δέκα εργαζομένους και της οποίας ο ετήσιος κύκλος εργασιών ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 2 εκατομμύρια ευρώ. (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2003β).

Συνοπτικά μπορούμε να δούμε τα κριτήρια και τις διαφορές του νέου ορισμού από τον ορισμό του 1996 στον πίνακα 2.2.

Κατηγορία επιχείρησης	Αριθμός απασχολούμενων: ετήσια μονάδα εργασίας (ΕΜΕ)	Ετήσιος κύκλος εργασιών	ή	Σύνολο ετήσιου ισολογισμού
Μεσαία	< 250	≤ 50 εκατ. EUR (το 1996 ήταν 40 εκατ. EUR)	ή	≤ 43 εκατ. EUR (το 1996 ήταν 27 εκατ. EUR)
Μικρή	< 50	≤ 10 εκατ. EUR (το 1996 ήταν 7 εκατ. EUR)	ή	≤ 10 εκατ. EUR (το 1996 ήταν 5 εκατ. EUR)
Πολύ μικρή	< 10	≤ 2 εκατ. EUR (δεν καθοριζόταν παλαιότερα)	ή	≤ 2 εκατ. EUR (δεν καθοριζόταν παλαιότερα)

Πίνακας 2.2: Νέα κριτήρια και διαφορές με τον ορισμό του 1996. Πηγή: Ευρωπαϊκή Επιτροπή, (2006).

Όπως επισημαίνει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή «Οι αλλαγές στον ορισμό αντικατοπτρίζουν τις γενικές οικονομικές εξελίξεις από το 1996 και έπειτα, και τη μεγαλύτερη συνειδητοποίηση των συγκεκριμένων εμποδίων που αντιμετωπίζουν οι ΜμΕ. Ο νέος ορισμός προσαρμόζεται καλύτερα στις διάφορες κατηγορίες των ΜμΕ και συνεκτιμά επαρκέστερα τους διαφορετικούς τύπους σχέσεων που υπάρχουν μεταξύ των επιχειρήσεων. Επίσης, συμβάλλει στην προώθηση της καινοτομίας και διαμορφώνει εταιρικές σχέσεις, ενώ παράλληλα εξασφαλίζει ότι μόνο εκείνες οι επιχειρήσεις οι οποίες χρειάζονται πραγματικά υποστήριξη θα καλύπτονται από τα δημόσια προγράμματα» (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2006).

Πρέπει να τονίσουμε ότι ενώ, όπως είδαμε, ο επίσημος ορισμός της ΕΕ λαμβάνει υπόψιν του τρεις διαφορετικούς παράγοντες (επίπεδο απασχόλησης, επίπεδο ετήσιου κύκλου εργασιών και επίπεδο ετήσιου ισολογισμού) τα δεδομένα σε όλες σχεδόν τις έρευνες βασίζονται αποκλειστικά στο επίπεδο της απασχόλησης, αφού αυτός είναι ο ορισμός τον οποίο χρησιμοποιεί η βάση δεδομένων των Στατιστικών Διάρθρωσης των Επιχειρήσεων (Structural Business Statistics, SBS) της Eurostat (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2017).

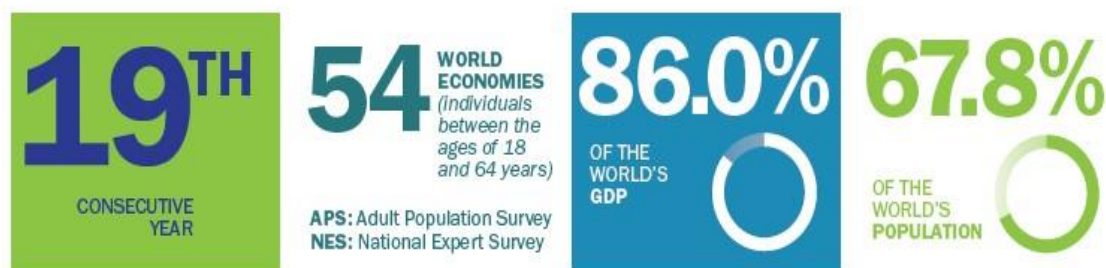
2.3. Οι δείκτες της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, και τα παράδοξα.

Η επιχειρηματικότητα είναι μια έννοια συνυφασμένη με την ιδιοσυγκρασία των Ελλήνων. Αυτό επιβεβαιώνουν πανηγυρικά τα αποτελέσματα των ερευνών του παρατηρητηρίου επιχειρηματικότητας του IOBE το οποίο αποτελεί τον ελληνικό εταίρο του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας (Global Entrepreneurship Monitor - GEM) (IOBE, 2016. IOBE, 2017). Η Ελλάδα σε δείκτες όπως για παράδειγμα, της καθιερωμένης και

συνολικής επιχειρηματικότητας βρίσκεται στις πρώτες θέσεις παγκοσμίως. Η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα αναφέρεται σε άτομα ηλικίας 18-64 ετών τα οποία δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά τουλάχιστον για 3,5 χρόνια στη χώρα. Η Ελλάδα βρίσκεται και το 2017 στην 1η θέση μεταξύ των χωρών καινοτομίας, και διαχρονικά στις πρώτες θέσεις παγκοσμίως, αν και ο σχετικός δείκτης μειώθηκε στο 12,4% από 14,1% το 2016, ενώ είναι αξιοσημείωτο ότι είναι σχεδόν διπλάσιος από τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας ο οποίος κυμαίνεται στο 6,8% το 2017. Η πρώτη θέση στην καθιερωμένη επιχειρηματικότητα μας φέρνει και πολύ ψηλά στον δείκτη της συνολικής επιχειρηματικότητας μεταξύ των χωρών καινοτομίας, όπως αυτή ορίζεται από το άθροισμα των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων και των καθιερωμένων επιχειρηματιών. Συνολικά περίπου το 17,1% του πληθυσμού 18-64 ετών, περίπου 1,13 εκατ. άτομα έχει κάποια σχέση με την επιχειρηματικότητα, είτε στα αρχικά, είτε σε επόμενα στάδια ανάπτυξης. (IOBE, 2018). Το αντίστοιχο ποσοστό για το 2016 ήταν στο 20% με 1,33 εκατ. άτομα να έχουν κάποια σχέση με την επιχειρηματικότητα (IOBE, 2017).

Τα αποτελέσματα των ετήσιων ερευνών του IOBE για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, χρησιμοποιούνται για την σύνταξη δυο εκθέσεων: μια για λογαριασμό του IOBE με στοιχεία αποκλειστικά για την Ελλάδα, ενώ τα ίδια στοιχεία επεξεργασμένα από τους ερευνητές του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου για την Επιχειρηματικότητα, εντάσσονται σε μια Παγκόσμια Έκθεση (GEM Global Report) η οποία δημοσιεύεται κάθε τέλος του χρόνου και προσφέρει πολύτιμες πληροφορίες για την πορεία και τις αυξομειώσεις συγκεκριμένων δεικτών της επιχειρηματικότητας σε παγκόσμιο επίπεδο.

Για παράδειγμα, η έρευνα του 2018 (Εικόνα 2.3) είναι η 19^η στη σειρά, περιέχει 54 χώρες/οικονομίες, ενώ αφορά αντίστοιχα το 67,8% του παγκόσμιου πληθυσμού και το 86% του παγκόσμιου ΑΕΠ (Global Entrepreneurship Monitor, 2018). Οι εκθέσεις του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου ξεκίνησαν το 1999, στοιχεία όμως για την Ελλάδα υπάρχουν από το 2003 και μετά.



Εικόνα 2.3: Στοιχεία έρευνας Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2017

Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor, (2018).

Το εννοιολογικό πλαίσιο των ερευνών του GEM βασίζεται στην υπόθεση ότι η εθνική οικονομική ανάπτυξη είναι το αποτέλεσμα των αλληλεξαρτήσεων μεταξύ των συνθηκών που επικρατούν στο επιχειρηματικό πλαίσιο και των προσωπικών χαρακτηριστικών και ικανοτήτων των ατόμων να εντοπίζουν και να αξιοποιούν τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται. Η έρευνα GEM βοηθά στην αναγνώριση παραγόντων που ενθαρρύνουν ή περιορίζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα, μετρά την έκταση μιας ποικιλίας επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και προσφέρει συστάσεις στο πεδίο της πολιτικής για την ενίσχυση της επιχειρηματικής ικανότητας στο επίπεδο της τοπικής, της περιφερειακής και της εθνικής οικονομίας.

Η προσέγγιση του GEM είναι μοναδική με διάφορους τρόπους: Πρώτον, συλλέγει πρωτογενή δεδομένα σε παγκόσμια βάση. Δεύτερον, τα άτομα ερωτώνται για μια ποικιλία

βασικών θεμάτων σχετικά με τις επιχειρηματικές φιλοδοξίες, τις στάσεις, τις προθέσεις και τις δραστηριότητές τους. Τρίτον, το φαινόμενο της επιχειρηματικότητας αξιολογείται καθ' όλη τη διάρκεια του κύκλου, από τη σύλληψη των επιχειρηματικών ευκαιριών μέχρι την ωριμότητά τους ή, εναλλακτικά, μέχρι τον θάνατό τους (Global Entrepreneurship Monitor, 2018).

Η έρευνα του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου για την Επιχειρηματικότητα εξετάζει τις συνθήκες για την επιχειρηματικότητα σφαιρικά. Προσπαθεί να κατανοήσει την επίδραση που έχει η επιχειρηματικότητα σε κάθε κοινωνία και τον βαθμό που κάθε κοινωνία υποστηρίζει αυτήν τη δραστηριότητα. Παρακάτω αναφέρουμε ενδεικτικά μια λίστα όλων των κατηγοριών που εξετάζονται από το GEM.

1. Συνθήκες επιχειρηματικού πλαισίου (π.χ. συνθήκες επιχειρηματικής χρηματοδότησης, κυβερνητικές πολιτικές για την επιχειρηματικότητα, φορολογία, γραφειοκρατία, προγράμματα κυβερνητικής επιχειρηματικότητας, προγράμματα εκπαίδευσης για την επιχειρηματικότητα στα σχολεία κ.α.)
2. Κοινωνικές αξίες και αντιλήψεις για την επιχειρηματικότητα (π.χ. αν ο κόσμος πιστεύει ότι η επιχειρηματικότητα είναι μια καλή επιλογή σταδιοδρομίας ή αν οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες απολαμβάνουν υψηλότερη κοινωνική καταξίωση και σεβασμό κ.α.)
3. Ατομικά χαρακτηριστικά ενός δυνητικού επιχειρηματία (π.χ. κατά πόσο τα άτομα πιστεύουν ότι έχουν τις δυνατότητες ή την πρόθεση να γίνουν επιχειρηματίες και κατά πόσο φοβούνται την επιχειρηματικότητα ή αν πιστεύουν ότι υπάρχουν επιχειρηματικές ευκαιρίες.)
4. Δείκτες επιχειρηματικής δραστηριότητας (π.χ. ποσοστά καθιερωμένης επιχειρηματικότητας και επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων, ποσοστά συνολικής επιχειρηματικότητας, ποσοστό διακοπής επιχειρηματικής δραστηριότητας, κ.α.)

Στις έρευνες του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου για την Επιχειρηματικότητα, οι οικονομίες που συμμετέχουν χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες, ανάλογα με το οικονομικό επίπεδο ανάπτυξης και η ταξινόμησή τους γίνεται από το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (World Economic Forum, WEF). Η πρώτη κατηγορία είναι οι οικονομίες οι οποίες βασίζονται στους συντελεστές παράγωγης (factor driven economies). Στις οικονομίες αυτές κυριαρχεί η συνύπαρξη γεωργίας και επιχειρήσεων εξόρυξης, ενώ παρουσιάζουν μεγάλη εξάρτηση από (ανειδίκευτο) εργατικό δυναμικό και από φυσικούς πόρους. Στις εκθέσεις του IOBE οι χώρες με αυτού του είδους την οικονομία αναφέρονται ως χώρες χαμηλού κόστους. Η δεύτερη κατηγορία οικονομιών είναι οι οικονομίες αποτελεσματικότητας (efficiency driven economies) ή όπως αναφέρονται στις εκθέσεις του IOBE, χώρες βελτίωσης αποτελεσματικότητας. Οι οικονομίες οι οποίες βρίσκονται σε αυτήν την φάση έχουν γίνει περισσότερο ανταγωνιστικές με αποδοτικότερες παραγωγικές διαδικασίες και αύξηση της ποιότητας των προϊόντων. Η τρίτη κατηγορία οικονομιών στην οποία ανήκει και η Ελλάδα, είναι οι οικονομίες που βρίσκονται σε καινοτόμο φάση (innovation driven economies). Σε αυτού του είδους τις οικονομίες οι επιχειρήσεις βασίζονται περισσότερο στη γνώση και την καινοτομία, με ένα διαρκώς αυξανόμενο τριτογενή τομέα. Στον πίνακα 2.4 που ακολουθεί φαίνεται η κατανομή των χωρών για το GEM Global Report 2017-2018 (Global Entrepreneurship Monitor, 2018).

	Factor-driven economies	Efficiency-driven economies	Innovation-driven economies
Africa	Madagascar	Egypt, Morocco, South Africa	
Asia & Oceania	India, Kazakhstan, Vietnam	China, Indonesia, Iran, Lebanon, Malaysia, Saudi Arabia, Thailand	Australia, Israel, Qatar, Republic of South Korea, Taiwan, United Arab Emirates, Japan
Latin America & Caribbean		Argentina, Brazil, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, Mexico, Panama, Peru, Uruguay	Puerto Rico
Europe		Bulgaria, Bosnia & Herzegovina, Croatia, Latvia, Poland, Slovakia	Cyprus, Estonia, France, Germany, Greece, Ireland, Italy, Luxembourg, Netherlands, Slovenia, Spain, Sweden, Switzerland, United Kingdom
North America			Canada, United States

Πίνακας 2.4: Οικονομίες GEM ανά γεωγραφική περιοχή & επίπεδο οικονομικής ανάπτυξης, 2017-2018.

Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor, (2018).

Στην Ελλάδα τον Οκτώβριο του 2017 σύμφωνα με αποτελέσματα της ηλεκτρονικής καταγραφής του συνόλου των επιχειρήσεων και των εργαζομένων μισθωτών με σχέση εργασίας ιδιωτικού δικαίου του πληροφοριακού συστήματος Εργάνης του Υπουργείου Εργασίας, το ποσοστό των επιχειρήσεων που απασχολεί από 1 έως 10 εργαζόμενους αντιστοιχεί στο 88,56% του συνόλου των επιχειρήσεων. Εάν σε αυτές προσθέσουμε και το ποσοστό των επιχειρήσεων που απασχολεί έως 50 εργαζόμενους, το ποσοστό εκτινάσσεται στο 98,38%. Τέλος αν προσθέσουμε όσες σύμφωνα με τον ορισμό της ΕΕ ανήκουν στις ΜμΕ (δηλαδή απασχολούν κάτω από 250 εργαζόμενους) το ποσοστό αγγίζει το εντυπωσιακό 99,76% του συνόλου των επιχειρήσεων της χώρας. Σε αυτές τις επιχειρήσεις απασχολείται το 74,27% των εργαζομένων, 1.414.251 από τους συνολικά 1.903.480 εργαζόμενους της χώρας (Υπουργείο Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης & Κοινωνικής Αλληλεγγύης, 2017).

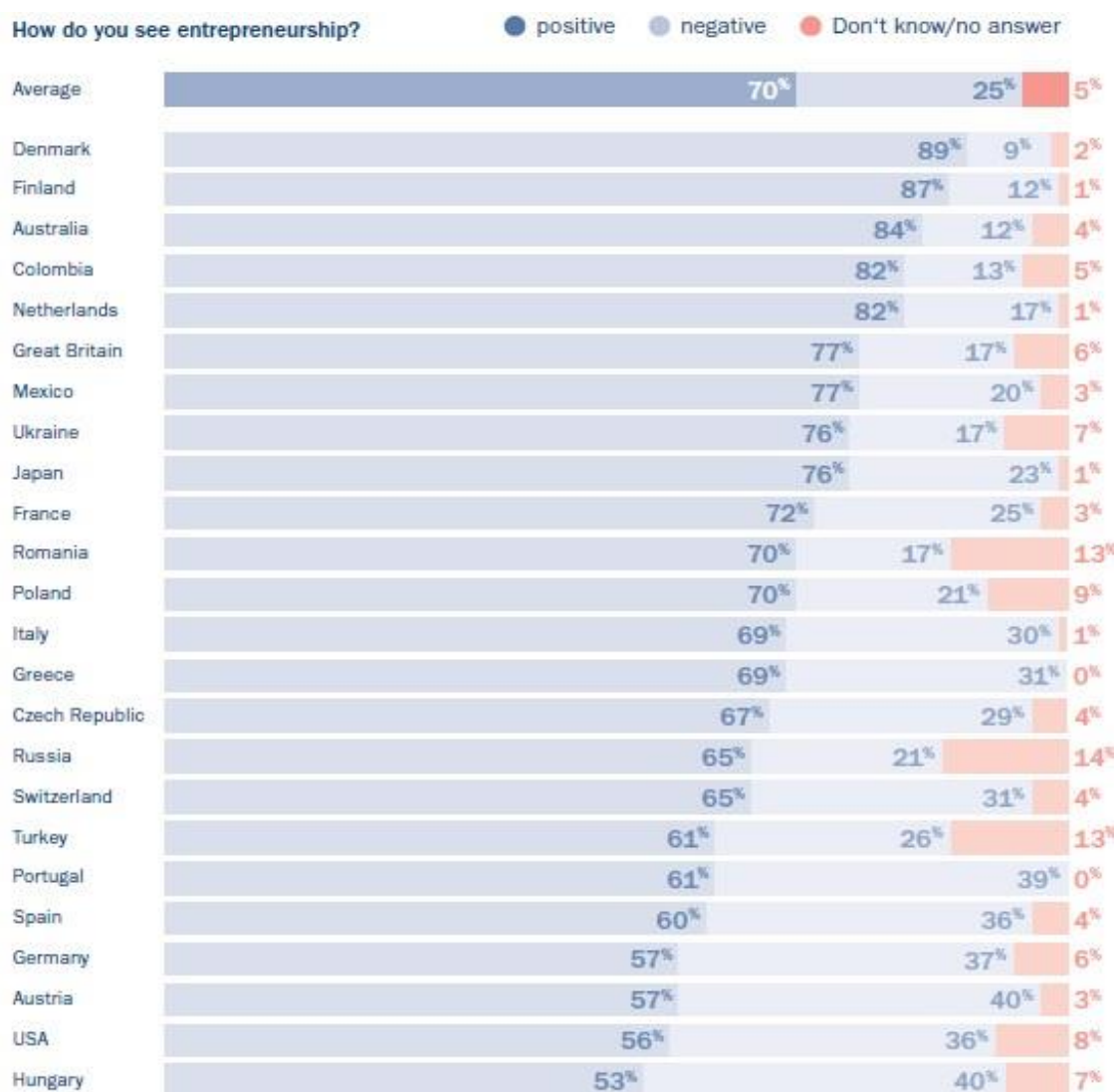
Το πλήγμα, ωστόσο, που δέχτηκαν οι ΜμΕ στην Ελλάδα μετά το 2008 και κατά την περίοδο της οικονομικής κρίσης υπήρξε τεράστιο, με συνέπεια φυσικά να επηρεαστεί ολόκληρη η οικονομία της χώρας, ιδιαίτερα σε τομείς όπως της παράγωγης, της απασχόλησης και της οικονομικής δραστηριότητας. Ακόμα και το 2017 σύμφωνα με στοιχεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε έξι χώρες μέλη (Κροατία, Κύπρο, Ελλάδα, Ιταλία, Πορτογαλία και Ισπανία) ο αριθμός και η προστιθέμενη αξία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων δεν έχει φτάσει στα επίπεδα πριν την οικονομική κρίση του 2008 (European Commission, 2018). Σύμφωνα με το Μηνιαίο Δελτίο Οικονομικών Εξελίξεων του ΚΕΠΕ (Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών) και με εκτιμήσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (Πίνακας 2.5) κατά την περίοδο 2008-2014 στην Ελλάδα παρουσιάστηκε μείωση των ΜμΕ κατά 26,6%.

Αριθμός επιχειρήσεων, αριθμός απασχολούμενων, και προστιθέμενη αξία κατά κατηγορία μεγέθους επιχείρησης στην Ελλάδα (2008 και 2014)									
	Αριθμός επιχειρήσεων (χιλ.)			Αριθμός απασχολούμενων (χιλ.)			Προστιθέμενη αξία (δισ ευρώ)		
	2008	2014*	Μεταβολή 2014/2008 (%)	2008	2014*	Μεταβολή 2014/2008 (%)	2008	2014*	Μεταβολή 2014/2008 (%)
Πολύ μικρές	829,2	606,5	-26,9	1.565,5	1.091,5	-30,3	25,5	15,1	-40,7
Μικρές	25,4	20,8	-18,1	486,1	382,3	-21,4	16,6	10,2	-38,4
Μεσαίες	3,6	2,4	-35,0	344,0	219,1	-36,3	12,9	7,5	-41,5
Μεγάλες	0,5	0,4	-10,6	378,7	284,2	-24,9	20,4	12,8	-37,1
Σύνολο	858,7	630,1	-26,6	2.774,3	1.977,1	-28,7	75,4	45,7	-39,4
Σύνολο ΜΜΕ	858,2	629,6	-26,6	2.395,6	1.692,9	-29,3	55,0	32,9	-40,2

Πίνακας 2.5: Αριθμός επιχειρήσεων, αριθμός απασχολούμενων, και προστιθέμενη αξία κατά κατηγορία μεγέθους επιχείρησης στην Ελλάδα (2008 και 2014) Πηγή: ΚΕΠΕ (2015)

Η πτώση στην προστιθέμενη αξία και στην απασχόληση έφτασε στο 29,3% και 40.2% αντίστοιχα. Με αριθμητικούς όρους, οι μειώσεις αυτές μεταφράζονται σε περίπου 229.000 λιγότερες επιχειρήσεις το 2014 σε σχέση με το 2008, και σε αντίστοιχες απώλειες 22 δις ευρώ προϊόντος και 700.000 θέσεων απασχόλησης (ΚΕΠΕ 2015).

Όμως παρότι το πλήγμα για τις επιχειρήσεις ήταν μεγάλο λόγω της οικονομικής κρίσης, φαίνεται ότι το επιχειρηματικό πνεύμα των Ελλήνων διατηρείται ακμαίο και οι σκέψεις τους για την επιχειρηματικότητα και το ενδεχόμενο της αυτό-απασχόλησης παραμένουν σε πολύ θετικά επίπεδα. Ακόμα και το 2013, στην κορύφωση της κρίσης, σε μια έρευνα την οποία πραγματοποίησε το μεγαλύτερο Γερμανικό Ινστιτούτο Ερευνών Αγοράς (GfK SE) για λογαριασμό της αμερικανικής εταιρίας Amway (Η μεγαλύτερη εταιρία απευθείας πωλήσεων παγκοσμίως) και παρουσιάστηκε στην Πρεσβεία των ΗΠΑ στην Ελλάδα από την Amway Hellas, το 69% των Ελλήνων εξέφρασε θετική άποψη για την επιχειρηματικότητα. Το ποσοστό αυτό είναι πολύ κοντά στο παγκόσμιο μέσο όρο του 70%, και υψηλότερο από χώρες όπως η Γερμανία και οι ΗΠΑ (57% και 56% αντίστοιχα) (Amway, 2013).



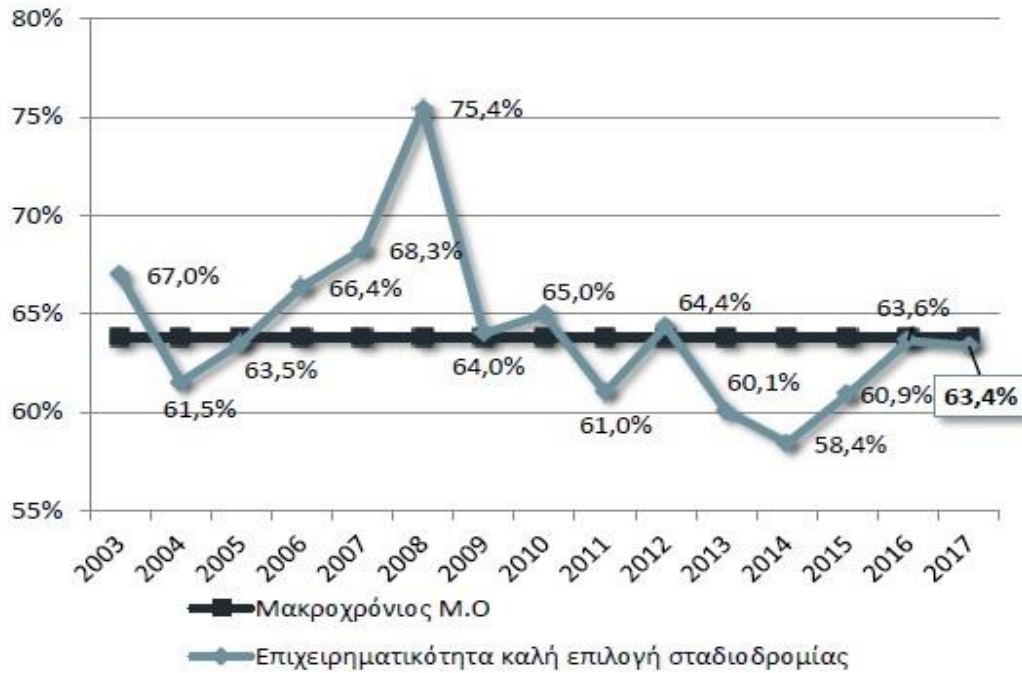
Entrepreneurship favoured by 70% in 24 polled countries worldwide.

Διάγραμμα 2.6 : Πως βλέπετε την Επιχειρηματικότητα; Πηγή: Amway (2013).

Στην ίδια έρευνα στην ερώτηση για τη δυναμική αυτοαπασχόλησης (Self-employment potential), δηλαδή πόσοι απάντησαν ότι μπορούν να φανταστούν τον εαυτό τους επιχειρηματία -άσχετα αν η γνώμη τους για την επιχειρηματικότητα ήταν θετική ή αρνητική- η Ελλάδα της κρίσης έκανε την έκπληξη με το ποσοστό του 53% να είναι το υψηλότερο πανευρωπαϊκά. Είναι σημαντικό σε αυτό το σημείο να τονίσουμε ότι οι Έλληνες ξεκινούν μια νέα επιχειρηματική προσπάθεια από ανάγκη σε ποσοστά πολύ υψηλότερα από το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας. Για παράδειγμα το 2017-2018 το 29% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων (περίπου 90 χιλιάδες άτομα) ξεκίνησαν ένα επιχειρηματικό εγχείρημα από ανάγκη, ενώ το 37% (περίπου 120 χιλιάδες άτομα) διέκριναν κάποια επιχειρηματική ευκαιρία. Οι αντίστοιχοι μέσοι όροι των χωρών καινοτομίας βρίσκεται στο 53.5% για την επιχειρηματικότητα ευκαιρίας και στο 22,9% στην επιχειρηματικότητα ανάγκης (IOBE, 2018). Αυτό σημαίνει ότι πολλοί Έλληνες δημιουργούν επιχειρήσεις ελλείψει άλλων επιλογών απασχόλησης. Ωστόσο πρέπει να σημειώσουμε ότι σταδιακά τα τελευταία χρόνια σημειώνεται ενίσχυση του ποσοστού των ατόμων που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά από ευκαιρία. Για παράδειγμα το 2016 το 41% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων (περίπου 160 χιλιάδες άτομα) ξεκίνησαν ένα επιχειρηματικό εγχείρημα από ανάγκη, ενώ το 36,1% (περίπου 140 χιλιάδες άτομα) διέκριναν κάποια επιχειρηματική ευκαιρία (IOBE, 2017). Άρα η πλειοψηφία των νέων Ελλήνων επιχειρηματιών το 2016 ξεκινούσαν μια επιχείρηση από ανάγκη, ελλείψει άλλων επιλογών απασχόλησης, και όχι γιατί είχαν διακρίνει πραγματικά μια επιχειρηματική ευκαιρία. Ενδιαφέρον παρουσιάζει ότι η χώρα της Ευρώπης με το μικρότερο ποσοστό από όσες συμμετείχαν στην έρευνα, ήταν η Γερμανία, όπου μόνο το 26% των ερωτηθέντων σκέπτεται την πιθανότητα να ξεκινήσει μια δικιά του επιχείρηση. Σε παγκόσμια κλίμακα, η χώρα με το μικρότερο ποσοστό (μόλις 17%) ήταν η Ιαπωνία (Amway, 2013).

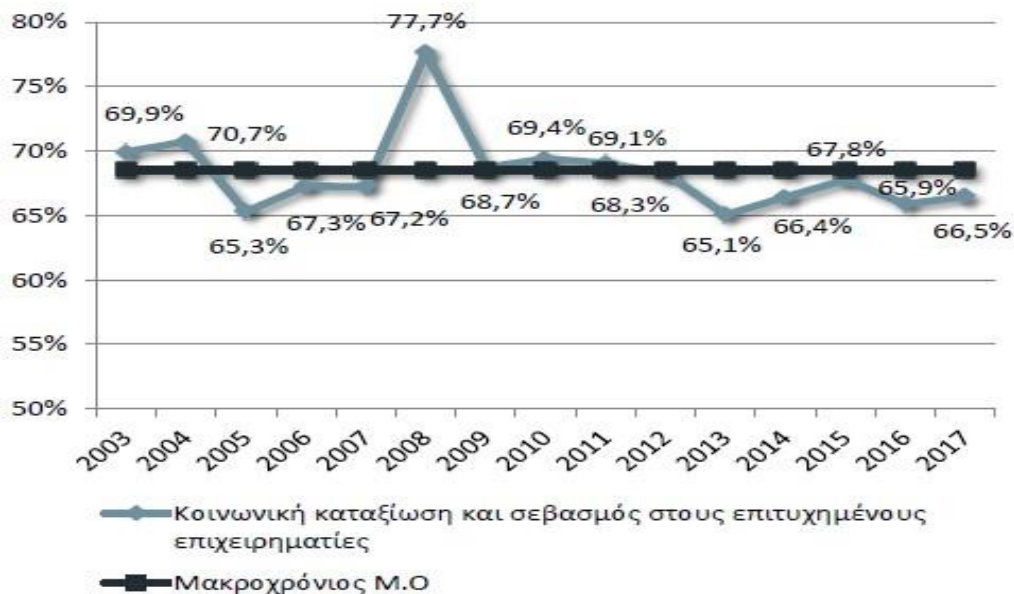
Αξιοσημείωτα είναι και άλλα ευρήματα της έρευνας για την επιχειρηματικότητα 2017-2018 του IOBE για λογαριασμό του GEM, τα οποία αναδεικνύουν πολύ ενδιαφέροντα στοιχεία για την Ελληνική κοινωνία και τις αντιλήψεις που επικρατούν γύρω από την επιχειρηματικότητα και τους επιχειρηματίες, ενώ παράλληλα επισημαίνουν και τα «Ελληνικά παράδοξα».

Σε ότι αφορά τα στοιχεία για την Ελλάδα, σε ερώτηση για το αν θεωρείτε ότι η επιχειρηματικότητα αποτελεί καλή επιλογή σταδιοδρομίας, το 63,4% του πληθυσμού απαντά θετικά. Το ποσοστό, όπως φαίνεται και στο διάγραμμα που ακολουθεί, είναι ελάχιστα μειωμένο σε σχέση με το 2016 και ακριβώς στο μέσο όρο των τελευταίων 15 ετών, από τότε δηλαδή που συμμετέχει και η Ελλάδα στις έρευνες του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου για την Επιχειρηματικότητα. Στο διάγραμμα 2.7 είναι εμφανές ότι την περίοδο της μεγάλης οικονομικής κρίσης 2008-2014 και παρά τις μικρές αυξομειώσεις το 2010 και το 2012, ο δείκτης για το αν θεωρείται η επιχειρηματικότητα μια καλή επιλογή σταδιοδρομίας πραγματοποίησε βουτιά 17 ποσοστιαίων μονάδων: από το 75,4% του 2008 στο 58,4% του 2014. Αυτό συνέβη την ίδια περίοδο που οδηγήθηκαν σε πτώχευση 229 χιλιάδες ελληνικές επιχειρήσεις, σύμφωνα με τα στοιχεία του ΚΕΠΕ στον Πίνακα 2.5 παραπάνω.



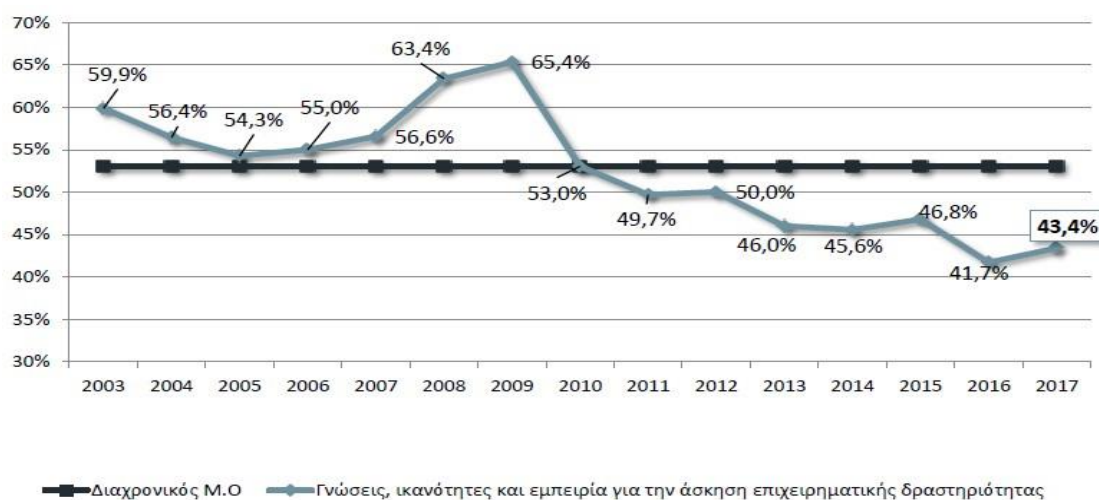
Διάγραμμα 2.7 : Επιχειρηματικότητα: καλή επιλογή σταδιοδρομίας; (% πληθυσμού)
 Πηγή : IOBE, (2018).

Ένα αντίστοιχο διάγραμμα (Διάγραμμα 2.8) εμφανίζεται στην ίδια έρευνα του IOBE, στο οποίο το 66,5% των πολιτών δηλώνει ότι οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες αντιμετωπίζονται με σεβασμό και καταξίωση στη χώρα. Και σε αυτήν την περίπτωση είναι φανερή η διόρθωση περίπου 12 ποσοστιαίων μονάδων κατά την περίοδο της οικονομικής κρίσης 2008 έως το 2014.



Διάγραμμα 2.8 : Κοινωνική καταξίωση και σεβασμός στους επιτυχημένους επιχειρηματίες (% πληθυσμού). Πηγή : IOBE, (2018).

Το μεγάλο παράδοξο όμως της Ελληνικής κοινωνίας γίνεται αντιληπτό αν εστιάσουμε στους επομένους δυο δείκτες, από την ίδια έρευνα του IOBE 2017-2018 για το GEM. Ο πρώτος δείκτης (Διάγραμμα 2.9) αναφέρεται ως ο «δείκτης αυτοπεποίθησης» και ουσιαστικά καταγράφει το ποσοστό του πληθυσμού που θεωρεί ότι διαθέτει τις ικανότητες, τις γνώσεις και την εμπειρία για την ανάληψη και την άσκηση μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας.



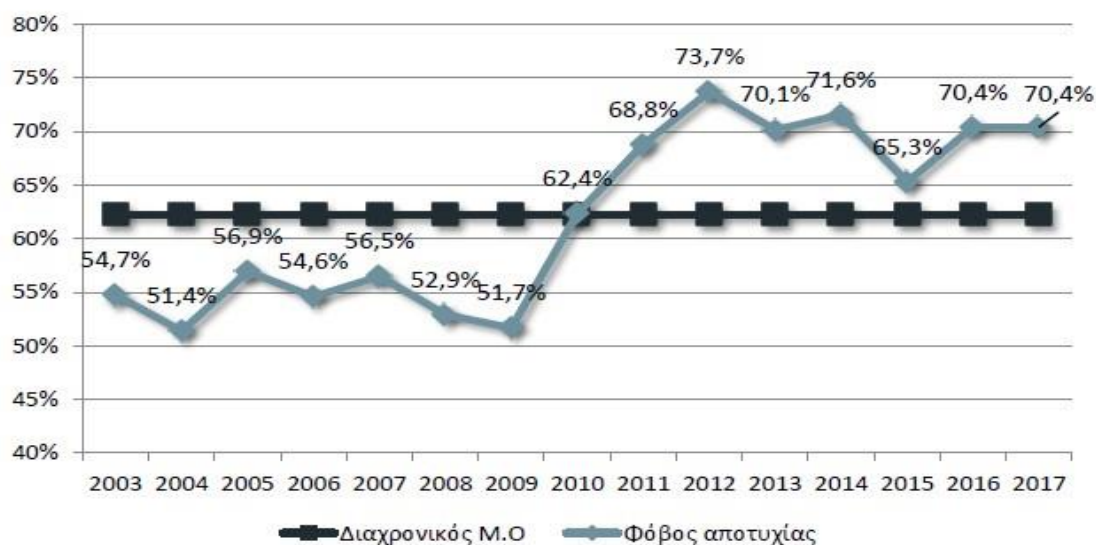
Διάγραμμα 2.9: Γνώσεις, ικανότητες και εμπειρία για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας (% πληθυσμού). Πηγή: IOBE, (2018).

Η Ελλάδα σε αυτόν τον δείκτη είχε και έχει διαχρονικά καλές επιδόσεις αλλά και σε αυτήν την περίπτωση υπήρξε μεγάλη μείωση (περίπου 20 ποσοστιαίων μονάδων) από την έναρξη της κρίσης και έπειτα. Όπως αναφέρεται και στην έρευνα του IOBE 2017-2018, «το δυσμενές οικονομικό περιβάλλον, όπως διαμορφώθηκε από την οικονομική κρίση, κλόνησε την εμπιστοσύνη των πολιτών για το κατά πόσο οι γνώσεις, οι ικανότητες και οι εμπειρίες τους επαρκούν για ένα επιτυχημένο επιχειρηματικό εγχείρημα». Ο δείκτης μετά το 2010 κινείται περίπου 10 μονάδες κάτω από τον μακροχρόνιο μέσο όρο, αλλά ακόμα η αυτοπεποίθηση των Ελλήνων είναι σε υψηλά επίπεδα αν δούμε συγκριτικά αποτελέσματα σε παγκόσμια κλίμακα μέσα από τις Παγκόσμιες Εκθέσεις (Global Reports) του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου για την Επιχειρηματικότητα (GEM). Για παράδειγμα στην έκθεση GEM 2016-2017 ο «δείκτης αυτοπεποίθησης» για την Ελλάδα ήταν στο 41,7% καταλαμβάνοντας την 47 θέση παγκοσμίως, ανάμεσα σε 64 χώρες και πολύ κοντά στον Ευρωπαϊκό μέσο όρο ο οποίος ήταν στο 43,5% (Global Entrepreneurship Monitor, 2017).

Αντίστοιχα για το GEM Global Report 2017-2018, η Ελλάδα με το 43,4% βρίσκεται στην 38 θέση ανάμεσα σε 54 χώρες οι οποίες λαμβάνουν μέρος στην έρευνα και είναι ακριβώς στο μέσο όρο των χωρών της Ευρώπης. Πρέπει να πούμε ότι το ποσοστό του 43,4% το οποίο αφορά τον πληθυσμό για το 2017-2018 εκτινάσσεται στο εκπληκτικό 77% αν εστιάσουμε στους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων, δηλαδή στο ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών, το οποίο βρισκόταν στο στάδιο εκκίνησης ενός νέου επιχειρηματικού εγχειρήματος, είτε αυτό βρίσκεται σε φάση σχεδιασμού, είτε λειτουργεί ήδη για ένα διάστημα που δεν ξεπερνά τους 42 μήνες (IOBE, 2018). Η συντριπτική πλειοψηφία των Ελλήνων οι οποίοι σχεδιάζουν ή ξεκινούν μια νέα επιχείρηση, πραγματικά πιστεύουν ότι έχουν όλα τα εφόδια για μια σίγουρη επιχειρηματική επιτυχία.

Ταυτόχρονα, ένας άλλος δείκτης που παρουσιάζει ιδιαίτερα μεγάλο ενδιαφέρον είναι ο δείκτης που εξετάζει τον φόβο της αποτυχίας, ως αποτρεπτικού παράγοντα για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας (Διάγραμμα 2.10). Η Ελλάδα διαχρονικά βρίσκεται στις

πρώτες θέσεις στον συγκεκριμένο δείκτη και έχει δυστυχώς καταλάβει την πρώτη θέση αρκετές φορές στην έρευνα του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου για την Επιχειρηματικότητα.



Διάγραμμα 2.10 : Φόβος αποτυχίας (% πληθυσμού)

Πηγή: IOBE, (2018).

Σε αντίθεση με τους δείκτες που είδαμε μέχρι τώρα, σε αυτήν την περίπτωση η οικονομική κρίση και το κλείσιμο χιλιάδων επιχειρήσεων οδήγησε σε αύξηση του φόβου πάνω από 20 ποσοστιαίες μονάδες σε συντομότερο χρονικό διάστημα. Από το 2008 έως το 2012 το ποσοστό εκτινάχτηκε από το 51,7% στο 73,7% και από τότε παραμένει σταθερά υψηλότερα από τον διαχρονικό μέσο όρο. Το 2017 παραμένει στο 70,4% ακριβώς όπως και το 2016. Στην έρευνα του IOBE το αντίστοιχο ποσοστό του φόβου της αποτυχίας το οποίο αναφέρεται όχι στο γενικό πληθυσμό αλλά μόνο στους επιχειρηματίες είναι εξίσου υψηλό και φτάνει στο 64,4% (IOBE, 2018).

Πρέπει να επισημάνουμε ότι στις έρευνες του GEM για το φόβο της αποτυχίας το ποσοστό δεν αναφέρεται στον πληθυσμό όπως στην έρευνα του IOBE που είδαμε στο διάγραμμα 2.10, αλλά στο ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18 έως 64 ετών το οποίο θεωρεί ότι υπάρχουν καλές ευκαιρίες να ξεκινήσει μια επιχείρηση, αλλά ταυτόχρονα ομολογεί ότι ο φόβος της αποτυχίας θα αποτελούσε εμπόδιο για τη δημιουργία μιας νέας επιχείρησης. Ακόμα και σε αυτήν την περίπτωση, ωστόσο, καταλαμβάνουμε μια από τις πρώτες θέσεις παγκοσμίως.

Στο GEM Global Report 2017-2018 η Ελλάδα με ποσοστό 55,5% καταλαμβάνει την τρίτη θέση ανάμεσα σε 54 χώρες, ενώ ο ευρωπαϊκός μέσος όρος κυμαίνεται στο 37%. Οι μόνες χώρες οι οποίες μας ξεπερνούν είναι στην δεύτερη θέση η Κύπρος με 55,9% και στην πρώτη θέση τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα με 61,1%. Αντίστοιχα για την έρευνα του GEM για το 2016-2017 στην οποία συμμετείχαν 64 χώρες, η Ελλάδα με ποσοστό 52,7% κατέλαβε την 2^η θέση, ευρισκόμενη μόνο πίσω από Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα με 54,4%. Ο αντίστοιχος ευρωπαϊκός μέσος όρος για το 2016-2017 ήταν 39,1% (Global Entrepreneurship Monitor, 2017).

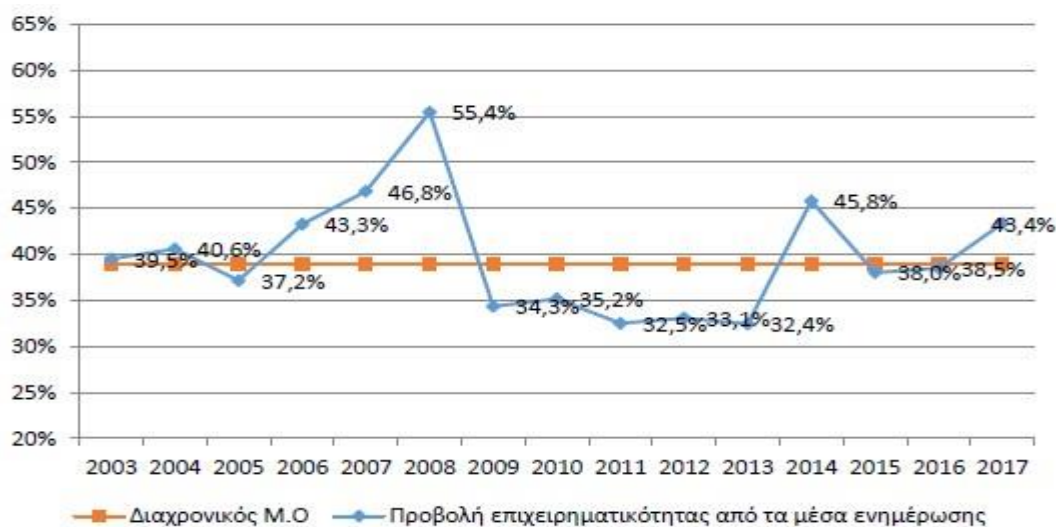
Το μεγάλο παράδοξο λοιπόν της Ελληνικής κοινωνίας είναι ότι ενώ ο δείκτης αυτοπεποίθησης των Ελλήνων είναι διαχρονικά, ακόμα και μετά την οικονομική κρίση, σε υψηλά επίπεδα και πολύ κοντά στον Ευρωπαϊκό μέσο όρο, την ίδια στιγμή ο φόβος για το ενδεχόμενο αποτυχίας σε ένα νέο επιχειρηματικό εγχείρημα είναι επίσης διαχρονικά πολύ

υψηλός. Για παράδειγμα, στην έρευνα του GEM για το 2007, πριν δηλαδή την οικονομική κρίση, το 62% του πληθυσμού 18-64 ετών (εξαιρουμένων των ατόμων που εμπλέκονται σε οποιοδήποτε στάδιο επιχειρηματικής δραστηριότητας) δήλωνε ότι ο φόβος της αποτυχίας θα τους εμπόδιζε να δημιουργήσουν μια επιχείρηση, ενώ, από την άλλη, ο δείκτης αυτοπεποίθησης του πληθυσμού την ίδια χρονιά άγγιζε το 41%. Ποσοστά παρόμοια με την έρευνα του GEM για το 2018. (Global Entrepreneurship Monitor, 2007).

Εάν συνοψίσουμε όλους τους δείκτες που εξετάσαμε έως τώρα μπορούμε να πούμε ότι οι Έλληνες διαχρονικά:

- είναι υπέρ της επιχειρηματικότητας
- πιστεύουν ότι η επιχειρηματικότητα αποτελεί μια καλή επιλογή σταδιοδρομίας
- θεωρούν ότι η επιχειρηματικότητα μπορεί να τους οδηγήσει στην κοινωνική καταξίωση
- έχουν μεγάλη αυτοπεποίθηση στις ικανότητες, στη γνώση και τις εμπειρίες τους
- φοβούνται πολύ μήπως αποτύχουν

Ένα ακόμα παράδοξο αναδεικνύεται αν εξετάσουμε τον δείκτη για την επιχειρηματικότητα σαν μια καλή επιλογή σταδιοδρομίας (Διάγραμμα 2.7) και τον δείκτη της προβολής επιτυχημένων περιπτώσεων επιχειρηματιών από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. (Διάγραμμα 2.11).



Διάγραμμα 2.11 : Προβολή επιχειρηματικότητας από τα Μέσα Ενημέρωσης (% πληθυσμού)

Πηγή: IOBE, (2018).

Ο δείκτης προβολής της επιχειρηματικότητας ελέγχει κατά πόσο οι Έλληνες πιστεύουν ότι τα μέσα μαζικής ενημέρωσης της χώρας προωθούν την επιχειρηματικότητα προβάλλοντας επιτυχημένες περιπτώσεις επιχειρηματιών. Σε αυτό το δείκτη η Ελλάδα διαχρονικά συνεχίζει να καταγράφει μία από τις χαμηλότερες επιδόσεις μεταξύ των χωρών καινοτομίας. Για το 2017 μόνο το 43,4% του πληθυσμού πιστεύει ότι η επιχειρηματικότητα προβάλλεται επαρκώς, ενώ από την έναρξη της κρίσης το ποσοστό έπεσε στο 32,4%. Ένας σημαντικός λόγος για τον οποίο συμβαίνει αυτό είναι γιατί όπως φαίνεται στην Ελλάδα τα κακά νέα «πουλάνε» περισσότερο από ότι τα καλά. Έτσι τα μέσα μαζικής ενημέρωσης όταν ασχολούνται με την επιχειρηματικότητα, συχνότερα προτιμούν να προβάλουν περιπτώσεις αισχροκέρδειας, κερδοσκοπίας ή φοροδιαφυγής των επιχειρήσεων, και όχι για παράδειγμα μια επιτυχημένη επιχειρηματική ιστορία (IOBE, 2018). Αν συνδυάσουμε τώρα τους δυο

δείκτες για την Ελλάδα, καταλήγουμε αναπόφευκτα στο παράδοξο συμπέρασμα ότι στη χώρα στην οποία τα μέσα μαζικής ενημέρωσης προβάλλουν περισσότερο την «άσχημη» πλευρά της επιχειρηματικότητας, η συντριπτική πλειοψηφία του πληθυσμού πιστεύει ότι η επιχειρηματικότητα αποτελεί μια καλή επιλογή σταδιοδρομίας.

Ένα τελευταίο παράδοξο αναδείχτηκε πρόσφατα μέσα από την τελευταία έρευνα του GEM για το 2018. Η Επιτροπή για την Έρευνα και την Καινοτομία (Research and Innovation Committee RIAC) του GEM με βάση την πεποίθηση ότι ο συνδυασμός δεικτών για τις επιχειρηματικές προδιαθέσεις και αντιλήψεις θα είχε μεγαλύτερο αντίκτυπο από ότι οι ανεξάρτητοι δείκτες ξεχωριστά, αποφάσισε να εισάγει για πρώτη φορά στο Global Report του 2018 έναν σύνθετο δείκτη ο οποίος προκύπτει από τον συνδυασμό τριών ανεξάρτητων δεικτών. Ο νέος δείκτης ονομάστηκε GESI (GEM Entrepreneurial Spirit Index) ή στα ελληνικά, Δείκτης Επιχειρηματικού Πνεύματος του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου για την Επιχειρηματικότητα (Global Entrepreneurship Monitor, 2018). Ο δείκτης βασίζεται σε ένα συνδυασμό τριών ερωτήσεων που σχετίζονται με την επιχειρηματική επίγνωση (entrepreneurial awareness), την αντίληψη για την επιχειρηματική αυτό-αποτελεσματικότητα (entrepreneurial self-efficacy), και την αντίληψη για τα επιχειρηματικές ευκαιρίες (entrepreneurial opportunity perception). Βασική προϋπόθεση για την εισαγωγή του νέου δείκτη ήταν η ύπαρξη συγκρίσιμων αποτελεσμάτων από όλες τις χώρες. Αναλυτικότερα τα τρία ερωτήματα τα οποία χρησιμεύουν ως βάση για το Δείκτη Επιχειρηματικού Πνεύματος (GESI) έχουν ως εξής:

1. Αν ο ερωτώμενος γνωρίζει κάποιον/α που να έχει ξεκινήσει μια επιχείρηση κατά το τελευταίο έτος. Αυτό ονομάζεται επιχειρηματική επίγνωση και η υψηλή τιμή σε αυτόν τον δείκτη ουσιαστικά σημαίνει υψηλή κινητικότητα στην αγορά και έναρξη λειτουργίας πολλών νέων επιχειρήσεων.
2. Αν ο ερωτώμενος πιστεύει ότι έχει τις γνώσεις, τις δεξιότητες και τις εμπειρίες για την έναρξη μιας επιχείρησης (αντίληψη επιχειρηματικής αυτό-αποτελεσματικότητας). Αυτός είναι ο δείκτης που καταγράφει το ποσοστό του πληθυσμού το οποίο θεωρεί ότι διαθέτει τις ικανότητες, τις γνώσεις και την εμπειρία για την ανάληψη και την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας (πρόκειται για τον «δείκτη αυτοπεποίθησης» όπως τον έχουμε αναφέρει). Η Ελλάδα στον συγκεκριμένο δείκτη που είδαμε λεπτομερώς παραπάνω (Διάγραμμα 2.9), έχει υψηλά ποσοστά ακόμα και μετά την περίοδο της κρίσης.
3. Αν ο ερωτώμενος σκέπτεται ότι στην περιοχή του υπάρχουν καλές ευκαιρίες για την έναρξη μιας νέας επιχείρησης. Αυτό ονομάζεται αντίληψη επιχειρηματικών ευκαιριών. Ο δείκτης αυτός αποτυπώνεται και στην έρευνα του IOBE ξεχωριστά σαν δείκτης επιχειρηματικών ευκαιριών, τις οποίες διαβλέπουν οι πολίτες για το επόμενο εξάμηνο, και δυστυχώς η Ελλάδα όπως φαίνεται στο παρακάτω διάγραμμα 1.12, με ποσοστό 13,7%, βρίσκεται πολύ πιο κάτω από τον διαχρονικό της μέσο όρο, ιδιαίτερα μετά την εκδήλωση της κρίσης. Στις δε έρευνες του GEM την τελευταία δεκαετία η Ελλάδα στον συγκεκριμένο δείκτη, βρίσκεται σταθερά στις τελευταίες θέσεις σε παγκόσμια κλίμακα. Για παράδειγμα το 2018 η Ελλάδα καταλαμβάνει την 52^η θέση ανάμεσα σε 54 χώρες. Οι μόνες χώρες που βρίσκονται χαμηλότερα στην κατάταξη είναι η Βοσνία Ερζεγοβίνη στην 53^η θέση με 13,4% και η Ιαπωνία τελευταία με μόλις 7,4% (Global Entrepreneurship Monitor, 2018).



Διάγραμμα 2.12 : Επιχειρηματικές ευκαιρίες το επόμενο εξάμηνο (% πληθυσμού)

Πηγή : IOBE, (2018).

Είναι εύκολα κατανοητό ότι οι υψηλές τιμές στους τρεις ανεξάρτητους δείκτες συνεπάγονται αντίστοιχα μια υψηλή τιμή για τον Δείκτη Επιχειρηματικού Πνεύματος (GESI) Από τα αποτελέσματα αυτών των τριών ανεξάρτητων δεικτών (επιχειρηματικής επίγνωσης, αντίληψης επιχειρηματικής αυτό-αποτελεσματικότητας, και αντίληψης ύπαρξης επιχειρηματικών ευκαιριών) προκύπτει ότι το 2018 η Ελλάδα σε επιχειρηματικό πνεύμα καταλαμβάνει την προτελευταία θέση παγκοσμίως, ανάμεσα σε 54 χώρες. Η μονή χώρα σε χειρότερη θέση είναι η Ιαπωνία. (Global Entrepreneurship Monitor, 2018). Επομένως, το παράδοξο που φαίνεται να αναδεικνύεται, είναι ότι σε μια χώρα που οι κάτοικοι πιστεύουν ότι η επιχειρηματικότητα αποτελεί μια καλή επιλογή σταδιοδρομίας- είτε γιατί δεν έχουν άλλη επιλογή σταδιοδρομίας είτε γιατί έχουν διακρίνει μια επιχειρηματική επιτυχία- και παράλληλα θεωρούν ότι διαθέτουν τις ικανότητες, τις γνώσεις και την εμπειρία για την ανάληψη και την άσκηση μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας, ο δείκτης επιχειρηματικού πνεύματος είναι ένας από τους χαμηλότερους παγκοσμίως.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο : Ο φόβος της Επιχειρηματικής Αποτυχίας

3.1. Περιγραφή της Ελληνικής και Ευρωπαϊκής Πραγματικότητας

Ο φόβος της αποτυχίας στην Ελλάδα δεν φαίνεται να αποτελεί απότοκο της οικονομικής κρίσης του 2008. Είναι χαρακτηριστικό ότι και πριν την οικονομική κρίση (2007) το ποσοστό του φόβου για μια ενδεχόμενη επιχειρηματική αποτυχία ήταν εξίσου υψηλό (64,2% του συνολικού πληθυσμού) και η αύξησή του, το 2014 στο 70% δεν προκαλεί ιδιαίτερη εντύπωση καθώς αντίστοιχη αύξηση σημειώνεται σε όλες τις χώρες της Ευρώπης μετά το 2008 (IOBE, 2016). Οι λόγοι λοιπόν που ενισχύουν τον φόβο για μια επιχειρηματική δραστηριοποίηση σε τόσο μεγάλο ποσοστό, πιθανόν να έχει βαθύτερα αίτια.

Σύμφωνα με την έρευνα του ΣΕΒ «Ο σφυγμός του επιχειρείν» (ΣΕΒ, 2017α), ορισμένα από τα σημαντικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν σήμερα οι επιχειρήσεις είναι το ασταθές φορολογικό πλαίσιο (84,8%), η αδυναμία πρόσβασης σε ρευστότητα με ανεκτούς όρους (54,6%), η καθυστέρηση στην απονομή δικαιοσύνης (49,2%), οι γενικότερες αδυναμίες που προκύπτουν από το θεσμικό πλαίσιο και την ποιότητα των νόμων (49,0%), καθώς και από την απουσία κινήτρων για επενδύσεις (48,9%). Εάν εξαιρέσουμε την αδυναμία πρόσβασης σε ρευστότητα, η οποία συνδέεται με την οικονομική κρίση που από δημοσιονομική εξελίχθηκε και σε τραπεζική, όλοι οι άλλοι παράγοντες φαίνεται να αποτελούν διαχρονικές πληγές του ελληνικού επιχειρείν. Ο παρακάτω πίνακας αποτυπώνει σημαντικά συμπληρωματικά στοιχεία τόσο για τη μελλοντική προοπτική όσο και για το μέγεθος και για τον κλάδο δραστηριοποίησης των επιχειρήσεων:

	Κλάδος	Μέγεθος βάσει εργαζομένων	Προσδοκίες πορείας επιχείρησης	Προσωπικό τον επόμενο χρόνο	Έξοδος από κρίση
Δυνατοί αισιόδοξοι	Υπηρεσίες, Μεταποίηση, Μεταφορές	50-99, 100+	Θα βελτιωθεί	Θα αυξηθεί	Σε 2-3 χρόνια / Επόμενο χρόνο
Σταθεροί επιφυλακτικοί	Εμπόριο, Μεταφορές	10-49, 100+	Παραμένει σταθερή	Παραμένει σταθερό	8+ χρόνια
Υγιείς με προοπτική	Ξενοδοχεία, Πρωτογενής Παραγωγή	10-49, 100+	Παραμένει σταθερή	Θα αυξηθεί	Σε 4-5 χρόνια
Αδύναμοι που αντέχουν	Μεταποίηση, Πρωτογενής Παραγωγή	1-10	Θα επιδεινωθεί αρκετά	Θα μειωθεί	Σε 6-8 χρόνια / 8+ χρόνια
Ευάλωτοι σε κίνδυνο	Κατασκευές, Ξενοδοχεία, Μεταφορές	1-10	Θα επιδεινωθεί πολύ	Θα μειωθεί πολύ	Σε 6-8 χρόνια / 8+ χρόνια

Πίνακας 3.1, Πηγή: ΣΕΒ 2017^α

Οι επιχειρήσεις οι οποίες έλαβαν μέρος στην έρευνα χωρίζονται σε δυο κατηγορίες. Σε αυτές που βρίσκονται σε φάση ανάπτυξης (αποχρώσεις του πράσινου) και αντιστοιχούν στο 35,9% του συνόλου -και οι οποίες όπως φαίνεται είναι και οι επιχειρήσεις με το μεγαλύτερο μέγεθος βάσει εργαζομένων- και σε αυτές που διανύουν τη φάση της επιβίωσης (αποχρώσεις του κόκκινου), οι οποίες αντιστοιχούν στο 64,1% του συνόλου και απασχολούν από 1 έως 10 εργαζομένους (ΣΕΒ 2017α). Ίσως το μεγάλο ποσοστό των επιχειρήσεων που βρίσκεται στα όρια της επιβίωσης, να δικαιολογεί την εξάπλωση του φόβου της αποτυχίας στο σύνολο του πληθυσμού. Την παραπάνω έρευνα έρχεται να επιβεβαιώσει και ο Πρόεδρος του Εμπορικού Επιμελητηρίου Αθηνών Γιάννης Χατζηθεοδοσίου όταν σε άρθρο του στο Αθηναϊκό-Μακεδονικό Πρακτορείο Ειδήσεων αναφέρει:

«Στην πραγματικότητα, στην Ελλάδα σήμερα, έχουμε μια οικονομία «ζόμπι»: χιλιάδες νεκροζώντανες επιχειρήσεις (τα 2/3 των επιχειρήσεων της χώρας) βρίσκονται σε ζώνη οριακής επιβίωσης και επειδή αδυνατούν να κλείσουν εξαιτίας ενός αναποτελεσματικού πτωχευτικού συστήματος, βυθίζονται και τις υγιείς επιχειρήσεις στο τέλμα. Ποια είναι τα μέχρι στιγμής δεδομένα:

- Οι Έλληνες φοβούνται την επιχειρηματική αποτυχία περισσότερο από κάθε άλλον λαό στην Ευρώπη καθώς το στίγμα της συνοδεύει τον επιχειρηματία μετά από μια χρεοκοπία.

- Το βάρος των αστικών και ποινικών ευθυνών που συνδέονται ακόμη και με την άδολη πτώχευση, συμβάλλει καθοριστικά ώστε ελάχιστοι στη χώρα μας να τολμούν να εμπλακούν στην αναδιάρθρωση επιχειρήσεων, ακόμα και όταν υπάρχει η προοπτική διάσωσης μεγάλης αξίας και πολλών θέσεων εργασίας» (Χατζηθεοδοσίου, 2017).

Το στίγμα της αποτυχίας που συνοδεύει τον επιχειρηματία μετά από μια χρεοκοπία δεν συνιστά αποκλειστικά Ελληνικό φαινόμενο. Και άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης παρουσιάζουν εξίσου υψηλά ποσοστά φόβου για μια ενδεχόμενη επιχειρηματική αποτυχία, γεγονός που καταδεικνύει ότι το πρόβλημα δεν είναι μόνο θεσμικό ούτε σχετίζεται αποκλειστικά με τις προϋποθέσεις έναρξης μιας νέας επιχείρησης. Το πρόβλημα φαίνεται να είναι και κοινωνικό. Σε όλες τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης -εξαιρουμένης της Ολλανδίας με 38,2%- τα ποσοστά του φόβου αποτυχίας υπερβαίνουν το 40% (IOBE, 2016).

Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση της Γερμανίας. Όπως αναφέρεται σε άρθρο της DW το 2013: *«Στη Γερμανία η χρεοκοπία ενός επαγγελματία εκλαμβάνεται συνήθως ως προσωπική αποτυχία. Υπό το φόβο μιας μελλοντικής αποτυχίας μάλιστα πολλοί είναι οι Γερμανοί που δηλώνουν ότι δεν θα άνοιγαν ποτέ τη δική τους επιχείρηση»* (Kimmig & Συμεωνίδης, 2013). Το άρθρο αναφέρεται στην έρευνα GEM του 2012, σύμφωνα με την οποία το 42% των Γερμανών δεν θα άνοιγε δική του επιχείρηση από φόβο μήπως αποτύχει. Όπως εξηγεί και ο Arne Vorderwülbecke ένας από τους συντάκτες της έκθεσης για τη Γερμανία: *«Τα στοιχεία αυτά δείχνουν ότι στη Γερμανία είναι βαθιά ριζωμένος ο φόβος της επαγγελματικής αποτυχίας και αυτό αποτρέπει πολλούς ανθρώπους από το να ανοίξουν τη δική τους επιχείρηση»* (Kimmig & Συμεωνίδης, 2013).

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει εντοπίσει το ζήτημα από νωρίς, εκδίδοντας ανακοινώσεις ήδη από τα τέλη της δεκαετίας του 1990. Το 2011 μια έκθεση ειδικών επιχειρεί να φωτίσει πτυχές αυτού του κοινωνικού προβλήματος αναδεικνύοντας, μεταξύ άλλων, και τη δυσπιστία της κοινής γνώμης απέναντι στις προθέσεις των επιχειρηματιών:

«Ενώ μόνο το 4-6% των πτωχεύσεων ενέχουν δόλο, η κοινή γνώμη δημιουργεί ένα δυνατό δεσμό μεταξύ επιχειρηματικής αποτυχίας και απάτης. Πολλοί έντιμοι πτωχεύσαντες αισθάνονται απογοητευμένοι να ξαναρχίσουν λόγω του στιγματισμού και των δυσκολιών ή των διακρίσεων που αντιμετωπίζουν μετά από μια πτώχευση. Επιπλέον, η πτώχευση έχει σημαντική δευτερογενή επίδραση στην επιχειρηματικότητα: πολλοί υποψήφιοι επιχειρηματίες δεν ξεκινούν μια εταιρεία εξαιτίας του φόβου τους για τις συνέπειες της επιχειρηματικής αποτυχίας» (European Commission, 2011:3).

Το 2015, υπήρξε με πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (το πρόγραμμα LIFE ή Learning from Failure in a collaborative Entrepreneurship network) το οποίο διήρκησε τη διετία 2015-16. Ένας από τους κυριότερους στόχους του LIFE ήταν να *«δημιουργήσει και να*

αναπτύξει την επίγνωση ότι η αποτυχία αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της διαδικασίας της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας» (Startups.be, 2017). Αξιοσημείωτο στοιχείο αποτελεί το γεγονός ότι στο συγκεκριμένο πρόγραμμα δεν υπήρχε καμιά συμμετοχή από την Ελλάδα, ενώ για παράδειγμα υπήρχαν τρεις συμμετοχές από Ισπανία, δυο από Ηνωμένο Βασίλειο και μια από πολλές άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, συμπεριλαμβανομένης και της Γερμανίας. Επίσης, στην τελική έκθεση του προγράμματος αναφέρεται ότι απορρίφθηκε από τους ίδιους τους συμμετέχοντες μια πρόταση να δημιουργηθεί μια βάση δεδομένων από «αποτυχημένους» επιχειρηματίες. Αναφέρεται ότι οι συμμετέχοντες ενώ εκτιμούν ότι η παροχή μεγαλύτερης δημοσιότητας είναι ένας ευγενής στόχος που θα μπορούσε να έχει θετικά αποτελέσματα για τους ίδιους, ταυτόχρονα πιστεύουν πως κάτι τέτοιο θα μπορούσε να οδηγήσει σε περαιτέρω στιγματισμό και να βλάψει τη φήμη τους (Startups.be, 2017).

Την ίδια περίπου περίοδο και συγκεκριμένα από την 01/01/15 μέχρι 31/10/16 έτρεξε και ένα άλλο μεγάλο πρόγραμμα από την Ευρωπαϊκή Ένωση με το όνομα FACE Entrepreneurship ή **FACE (Failure Aversion Change in Europe) Entrepreneurship**. Σκοπός του, όπως δηλώνει και το όνομα του, είναι να αλλάξει την αντίληψη πολλών Ευρωπαίων σχετικά με την αποτυχία, κυρίως όσον αφορά τη διαδικασία εκκίνησης μίας επιχείρησης του τομέα των πληροφοριών, της τεχνολογίας και της επικοινωνίας (ΤΠΕ) και να ενθαρρύνει επίδοξους ευρωπαίους επιχειρηματίες να υιοθετήσουν μια κουλτούρα ανάληψης κινδύνων μέσω μιας ενημερωτικής εκστρατείας σε όλα τα κράτη μέλη της ΕΕ (INANEΠ, 2016). Ο τρόπος που προσπαθεί να το επιτύχει, είναι μέσω μιας διαδικτυακής πλατφόρμας (<http://www.face-entrepreneurship.eu/>) στην οποία προσφέρεται μεγάλη ποικιλία πληροφοριών τόσο για νέους όσο και για καθιερωμένους επιχειρηματίες, καθώς και αποκλειστικές συνεντεύξεις με επιτυχημένους έμπειρους επιχειρηματίες και ειδικούς στον τομέα των ΤΠΕ. Το πρόγραμμα ουσιαστικά προσφέρει οποιαδήποτε πληροφορία μπορεί να χρειαστεί ένα νέος επιχειρηματίας, ώστε να απαντηθούν τυχόν ερωτήματά του και να καμφθούν όποια εμπόδια βρεθούν μπροστά του, στην επιχειρηματική του πορεία. Τέλος το FACE Entrepreneurship φιλοξενεί σε διάφορες πόλεις της Ευρώπης εκδηλώσεις offline, για να φέρει κοντά -με φυσική πλέον παρουσία- έμπειρους καθιερωμένους επιχειρηματίες με νέους επίδοξους επιχειρηματίες, και μέσω συζητήσεων να ανταλλάγουν εμπειρίες, να λυθούν απορίες και να υπερνικηθούν φόβοι, ώστε να μην νιώθει κανείς μόνος του στο νέο δύσκολο ταξίδι της επιχειρηματικότητας (INANEΠ, 2016).

3.2. Τι είναι η επιχειρηματική αποτυχία;

Η επιχειρηματική αποτυχία έχει οριστεί με αρκετούς τρόπους: Αν και η αποτυχία συχνά προσλαμβάνεται ως κήρυξη πτώχευσης, ο ορισμός αυτός φαίνεται να μην περιλαμβάνει όλες εκείνες τις επιχειρήσεις που αν και θα έπρεπε να βρίσκονται υπό καθεστώς πτώχευσης εξακολουθούν να λειτουργούν.

Ένα άλλο πρόβλημα είναι η έλλειψη διάκρισης μεταξύ αποτυχίας και εξόδου, δηλαδή η διαφορά ανάμεσα στην προσπάθεια μιας επιχείρησης να διατηρηθεί ανοιχτή χωρίς να τα καταφέρνει, και στο σκόπιμο κλείσιμο ή την επιτυχή πώληση μιας επιχείρησης σε κάποια άλλη. Επίσης όσοι διατηρούν επιχειρήσεις με μέτριες επιδόσεις, επιλέγουν πολλές φορές να τις κλείσουν εάν υπάρχει μια περισσότερο προσοδοφόρα επιλογή απασχόλησης (Shepherd & Wiklund, 2006). Στη βιβλιογραφία διακρίνονται 4 περιπτώσεις που μπορεί να εκληφθούν ως αποτυχία (Ucbasaran *et. al.*, 2012):

1. **Διακοπή της ιδιοκτησίας.** Ένας ευρύς ορισμός της επιχειρηματικής αποτυχίας επικεντρώνεται στην έξοδο του επιχειρηματία από την επιχείρησή του. Αυτό μπορεί να συμβεί λόγω συνταξιοδότησης ή για λόγους υγείας. Επίσης ο ιδιοκτήτης ενδέχεται να πουλήσει την επιχείρηση με στόχο το κέρδος ή για να προχωρήσει σε ένα νέο επιχειρηματικό εγχείρημα.
2. **Χρεωκοπία:** Σε αυτήν την περίπτωση τα πράγματα είναι περισσότερο ξεκάθαρα αφού συνήθως πρόκειται για επιχειρήσεις με κακά οικονομικά αποτελέσματα.
3. **Διακοπή ιδιοκτησίας λόγω αφερεγγυότητας.** Αυτό συμβαίνει όταν «η πτώση των εσόδων ή /και η αύξηση των εξόδων είναι τόσο μεγάλη ώστε να καθίσταται η επιχείρηση αφερεγγυα και να αδυνατεί να προσελκύσει νέα χρηματοδότηση χρέους ή μετοχικού κεφαλαίου, με αποτέλεσμα να μην μπορεί να συνεχίσει να λειτουργεί υπό την ίδια ιδιοκτησία και διαχείριση» (Shepherd, 2003).
4. **Διακοπή ιδιοκτησίας λόγω απόδοσης κάτω από το όριο.** Ορισμένες μελέτες υπογράμμισαν ότι οι προσδοκίες των επιχειρηματιών αποτελούν σημαντικό όριο για τον ορισμό της επιχειρηματικής αποτυχίας. Σε αυτήν την περίπτωση έχουμε «παύση της συμμετοχής σε μια επιχείρηση επειδή δεν έχει εκπληρώσει ένα ελάχιστο όριο οικονομικής βιωσιμότητας όπως αυτό έχει οριστεί από τον ίδιο τον επιχειρηματία» (Ucbasaran *et. al.*, 2012).

Μια αποτυχία γενικά θεωρείται ως η κατάσταση ή το γεγονός της μη επιτυχίας κάποιου επιθυμητού αποτελέσματος ή στόχου. Αυτό σημαίνει ότι μια αποτυχία μπορεί να ειπωθεί ότι συμβαίνει όταν ένα άτομο εκτελεί ανεπαρκώς σε σχέση με κάποιο σημαντικό καθήκον ή όταν τα πράγματα σε μια συγκεκριμένη κατάσταση δεν πηγαίνουν όπως ήταν αναμενόμενο. Από τον ορισμό αυτό είναι προφανές ότι η αποτυχία, ακόμα και οι επανειλημμένες αποτυχίες, μπορεί να θεωρηθεί φυσικό μέρος στην διαδικασία δημιουργίας μιας νέας επιχείρησης (Politis & Gabriellsson 2007). Μια ευρύτερη αλλά παρόμοια προσέγγιση, ορίζει την αποτυχία ως την «απόκλιση από αναμενόμενα και επιθυμητά αποτελέσματα» (McGrath 1999, Atsan 2016), ενώ ένας πιο «καπιταλιστικός» ορισμός θεωρεί ότι υπάρχει επιχειρηματική αποτυχία όταν μια επιχείρηση δεν επιβιώνει στο τεστ της αγοράς. Το τεστ της αγοράς είναι αυτό που συγκρίνει έσοδα και έξοδα: Εάν τα έσοδα δεν υπερβαίνουν τα κόστη έτσι ώστε να καταστήσουν μια επιχείρηση ελκυστική (σε επενδυτές) τότε η επιχείρηση έχει αποτύχει (Coelho & McClure, 2005).

3.3. Τι προκαλεί τον φόβο της επιχειρηματικής αποτυχίας.

Η εκκίνηση μιας επιχειρηματικής επιχείρησης είναι μια επικίνδυνη και αβέβαιη προσπάθεια που έχει πολύ μεγάλη πιθανότητα να τερματιστεί με πτώχευση. Ενώ ένας μικρός αριθμός επιτυχημένων επιχειρηματιών και οι επιχειρήσεις τους λαμβάνουν δυσανάλογη προσοχή από την ακαδημαϊκή κοινότητα και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, ένα θλιβερό και προβλέψιμο γεγονός είναι ότι η πλειοψηφία των επιχειρηματικών εγχειρημάτων καταλήγουν σε πτώχευση (Peng *et al.*, 2010). Άλλωστε σε όλες τις περιπτώσεις όπου υπάρχει αβεβαιότητα θα υπάρξει και αποτυχία (Ucbasaran *et. al.*, 2012).

Σημαντικές πληροφορίες για τον φόβο της επιχειρηματικής αποτυχίας και όσα τον προκαλούν μπορούμε να αντλήσουμε από μια έρευνα που διεξήχθη στο πλαίσιο του προγράμματος **FACE** Entrepreneurship της ΕΕ το οποίο αναφέρθηκε παραπάνω. Η έρευνα επικεντρωνόταν αποκλειστικά στο φαινόμενο του φόβου της αποτυχίας, πραγματοποιήθηκε

στη βάση την τεχνική των Δελφών. Η τεχνική των Δελφών αποτελεί μία μέθοδο αναζήτησης, με τη χρήση ερωτηματολογίων, των απόψεων μίας ομάδας ατόμων/ειδικών σχετικά με ένα ζήτημα, χωρίς να έχει προηγηθεί μεταξύ τους ανταλλαγή απόψεων για το υπό εκτίμηση ζήτημα. Η μέθοδος μπορεί να περιλαμβάνει περισσότερους από έναν γύρους ερωτηματολογίων, όπου σε κάθε γύρο παρουσιάζονται ανώνυμα τα αποτελέσματα των προηγούμενων. Μετά από δύο ή τρεις γύρους διαμορφώνεται η άποψη της ομάδας βάσει μέσων όρων. Η έρευνα είχε τους παρακάτω στόχους:

1. Κατανόηση των παραγόντων που πυροδοτούν τον φόβο της αποτυχίας στους υποψήφιους επιχειρηματίες
2. Κατανόηση των συνεπειών του φόβου αποτυχίας στους υποψήφιους επιχειρηματίες
3. Κατανόηση των παραγόντων που συμβάλλουν στη μείωση του φόβου αποτυχίας στους υποψήφιους επιχειρηματίες
4. Απόκτηση γνώσης σχετικά με τα μηνύματα και τις μορφές ανάπτυξης μιας αποτελεσματικής επικοινωνιακής εκστρατείας με στόχο τη μείωση του φόβου της αποτυχίας και την ενίσχυση των μελλοντικών επιχειρηματιών

Στην έρευνα των Δελφών προσκλήθηκαν 25 ειδικοί από διαφορετικές χώρες της ΕΕ, αλλά έλαβαν μέρος οι 16 που απάντησαν ένα ερωτηματολόγιο 2 σταδίων. Το πρώτο στάδιο της συλλογής δεδομένων εστίαζε σε τρεις θεματικές: 1. Στις αιτίες του φόβου της αποτυχίας, 2. Στις συνέπειες του φόβου της αποτυχίας και 3. Στις προσεγγίσεις για τη μείωση του φόβου της αποτυχίας (Delphi Study, 2015).

3.4. Οι αιτίες του φόβου της αποτυχίας

Ο φόβος της αποτυχίας συνδέεται με την αντίληψη σημαντικών, συχνά βασικών κινδύνων και φόβων που απειλούν το άτομο και αποδίδονται στην ίδρυση μιας νέας ιδιόκτητης επιχείρησης. Οι ειδικοί στην έρευνα του **FACE Entrepreneurship** αναγνώρισαν 6 κύριες κατηγορίες φόβου:

1. **Οικονομικοί φόβοι:** αυτοί περιλαμβάνουν την απώλεια εισοδήματος, την απώλεια τρόπων χρηματοδότησης του σπιτιού (και σαν συνέπεια την απώλεια του ίδιου του σπιτιού), την απώλεια της ικανότητας πληρωμής δαπανών του σπιτιού ή την απώλεια χρημάτων ή άλλων περιουσιακών στοιχείων που δαπανήθηκαν ή χρησιμοποιήθηκαν ως εγγύηση για το νέο εγχείρημα. Συνοψίζοντας ο κυριότερος φόβος προέρχεται από την πιθανότητα να καταλήξει κανείς άνεργος ή άστεγος, στην προσπάθειά του να ιδρύσει μια νέα δική του επιχείρηση.
2. **Φόβοι οι οποίοι σχετίζονται με τις επιλογές σταδιοδρομίας:** Είναι φυσικό να αισθάνεται κανείς φόβο όταν πρόκειται να εγκαταλείψει της προσπάθειες μιας ζωής σε έναν επαγγελματικό τομέα για να ξεκινήσει από την αρχή με ένα νέο εγχείρημα, καθώς σε περίπτωση αποτυχίας, υπάρχει το ενδεχόμενο να μην μπορεί να επιστρέψει στην προηγούμενη εργασία του και όλη η εκπαίδευση και η επαγγελματική του προϋπηρεσία να χαθούν μάταια.
3. **Φόβοι οι οποίοι σχετίζονται με την ικανότητα του ατόμου:** Συχνά το άτομο που ξεκινά μια νέα επιχειρηματική προσπάθεια αισθάνεται ότι δεν έχει τις απαραίτητες πληροφορίες, γνώσεις, ικανότητες και τεχνογνωσία ώστε να ξεκινήσει μια επιχείρηση και να μπορέσει να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις του νέου εγχειρήματος. Εάν δεν

υπάρχει κάποιος εμπειρογνώμονας να μπορεί να βοηθήσει τους νέους επιχειρηματίες, συχνά καταλήγουν να αισθάνονται μόνοι και να μην γνωρίζουν πώς πρέπει να συνεχίσουν.

4. **Φόβοι της απώλειας της ελευθερίας:** Ενώ μια ιδιόκτητη επιχείρηση μπορεί εκ πρώτης όψεως να φαίνεται μια απελευθερωτική εμπειρία καθώς κανείς είναι «το αφεντικό του εαυτού του», οι ειδικοί της έρευνας βρήκαν ότι υπάρχει φόβος το άτομο να αισθανθεί το αντίθετο: ότι πρόκειται να χάσει την ελευθερία του. Ο φόβος βασίζεται στο γεγονός ότι το νέο εγχείρημα μπορεί να απαιτήσει περισσότερο χρόνο και κόπο, με κίνδυνο το άτομο να αναγκαστεί να μειώσει τον χρόνο που δαπανούσε με την οικογένεια και τους φίλους του, ή να χρειαστεί να διακόψει κάποιες από τις δραστηριότητες και τις συνήθειες που είχε στο παρελθόν.
5. **Φόβοι οι οποίοι σχετίζονται με την κοινωνική αντίληψη:** Σε αυτήν την κατηγορία περιλαμβάνονται οι φόβοι για το τι μπορούν να σκεφτούν ή να πουν άλλοι για το ξεκίνημα μιας νέας εταιρείας. Οι ιδρυτές μπορεί να φοβούνται να εκτεθούν σε φίλους, οικογένεια, συνεργάτες και άλλους ανθρώπους που μπορεί να αμφιβάλλουν ή ακόμη και να υποτιμούν την ιδέα της επιχειρηματικότητας. Μια άλλη σημαντική διάσταση του φόβου, στον τομέα της κοινωνικής αντίληψης, αφορά την αντίδραση από το περιβάλλον –οικογένεια, στενοί φίλοι, συνάδελφοι ή την κοινωνία εν γένει- που μπορεί να στιγματίσει ως αποτυχημένο τον επιχειρηματία του οποίου το εγχείρημα δεν εξελίχθηκε όπως ήλπιζε.
6. **Φόβοι αυτοεκτίμησης:** Σε αυτήν την κατηγορία περιλαμβάνεται ο φόβος για τον ψυχολογικό αντίκτυπο που μπορεί να επιφέρει μια επιχειρηματική αποτυχία στο άτομο, το οποίο κινδυνεύει να χάσει την εμπιστοσύνη στις ικανότητές του, να νιώσει έλλειψη αυτοεκτίμησης και να αισθανθεί «αποτυχημένος».

Επίσης οι ειδικοί της έρευνας επισημαίνουν ότι το άτομο μπορεί να βιώσει ένα «κοκτέιλ φόβων», δηλαδή φόβους συνδυαστικά, που προέρχονται από πολλές διαφορετικές κατηγορίες. Σε αυτή την περίπτωση, το άτομο μπορεί να βιώσει το τρομακτικό αίσθημα ότι στο ενδεχόμενο της αποτυχίας μπορεί να «χαθούν τα πάντα» (Delphi Study, 2015). Τα αποτελέσματα της έρευνας του FACE συμφωνούν σε αρκετά σημεία με τη έρευνα των Cacciotti *et al.*, 2016, η οποία δημοσιεύτηκε στο Journal of Business Venturing το 2016 και στην οποία υποστηρίζουν ότι ο φόβος της αποτυχίας αποτελεί ένα φαινόμενο που σχετίζεται με αντιδράσεις γνωσιακές, συναισθηματικές και συμπεριφορικές και το οποίο αφορά το σύνολο της επιχειρηματικής διαδικασίας. Και σε αυτήν την έρευνα οι παράγοντες που πυροδοτούν τον φόβο της αποτυχίας χωρίζονται σε 7 διαφορετικές κατηγορίες που σχετίζονται με τα παρακάτω πεδία:

1. **Οικονομική ασφάλεια:** Φόβος απώλειας χρημάτων, αποταμιεύσεων και εισοδήματος. Φόβος απώλειας του τωρινού επίπεδου διαβίωσης.
2. **Προσωπική ικανότητα:** Απώλεια της ικανότητας των ιδρυτών να εκμεταλλευτούν την ευκαιρία. Απώλεια ικανότητας να εκτελέσουν τα επιχειρηματικά τους καθήκοντα και, επομένως, απώλεια της ικανότητας να καταστήσουν την επιχείρηση επιτυχημένη.
3. **Αδυναμία να χρηματοδοτήσουν την νέα επιχείρηση:** Αδυναμία δημιουργίας ή εύρεσης κεφαλαίων. Αδυναμία προσέλκυσης επενδυτών.
4. **Δυνατότητα της επιχειρηματικής ιδέας:** Ποσό «δυνατή» είναι η επιχειρηματική ιδέα; Πόσο δύσκολο είναι αυτή η ιδέα να εφαρμοστεί; Πόσο

αξίζει ή όχι αυτή η επιχειρηματική ευκαιρία; Υπάρχει αγορά για την συγκεκριμένη επιχείρηση;

5. **Κοινωνική αντίληψη:** Μια αποτυχία μπορεί να οδηγήσει σε απώλεια της εμπιστοσύνης και του σεβασμού από τον κοινωνικό περίγυρο όπως επίσης και την αμαύρωση της φήμης του επιχειρηματία στο επαγγελματικό του δίκτυο.
6. **Αδυναμία του επιχειρηματία να ανταποκριθεί:** Αδυναμία του επιχειρηματία να ανταποκριθεί στις ανάγκες των πελατών. Αδυναμία να υπερκεράσει τεχνικές δυσκολίες. Αδυναμία να εκτελέσει το επαγγελματικό του σχέδιο (business plan).
7. **Κόστος ευκαιρίας:** Μια νέα επιχείρηση θα διαταράξει την τωρινή ισορροπία μεταξύ δουλειάς και οικογενειακής ζωής. Ο ιδρυτής μιας νέας επιχείρησης δεν θα μπορεί πλέον να δαπανά αρκετό χρόνο για την οικογένεια και τους φίλους του (Cacciotti *et al*, 2016).

Τέλος, αξίζει να αναφέρουμε μια άλλη σημαντική πτυχή του φόβου της αποτυχίας όπως αναδεικνύεται μέσα από την έρευνα των McGregor & Elliot το 2005. Στην έρευνά τους αποδεικνύουν ότι τα άτομα με υψηλό φόβο αποτυχίας αναφέρουν μεγαλύτερο αίσθημα ντροπής για την εμπειρία μιας αποτυχημένης προσπάθειας, από εκείνους που διακατέχονται από χαμηλό φόβο αποτυχίας. Επίσης, τα άτομα με υψηλό φόβο αποτυχίας, ανέφεραν ότι είναι λιγότερο πιθανό να ενημερώσουν τους γονείς τους για την εμπειρία μιας ενδεχόμενης αποτυχίας, ενώ θα ήταν πιο πιθανό να μοιραστούν μαζί τους μια εμπειρία επιτυχίας (McGregor & Elliot, 2005).

3.4. Συνέπειες του φόβου αποτυχίας στους υποψήφιους επιχειρηματίες.

Οι συνέπειες του φόβου αποτυχίας όπως προκύπτει από τα αποτελέσματα της έρευνας του FACE είναι κατά κύριο λόγο αρνητικές:

Αρνητικές συνέπειες: Οι πιο κοινές συνέπειες είναι ότι, συχνά, οι υποψήφιοι επιχειρηματίες καθυστερούν πολύ την υλοποίηση του εγχειρήματός τους ή δεν την υλοποιούν ποτέ. Οι επιχειρηματίες καταλήγουν να αναλύουν υπερβολικά το εγχείρημα ή να περιμένουν την τέλεια ιδέα που τελικά δεν έρχεται ποτέ. Ο φόβος της αποτυχίας μπορεί επίσης να τους οδηγήσει να ξεκινήσουν την επιχείρηση μόνο σαν επιχείρηση μερικής απασχόλησης ή να τερματίσουν τη λειτουργία της νωρίς, χωρίς να δώσουν στην επιχείρηση τον απαραίτητο χρόνο και την ευκαιρία να αναπτυχθεί. Τέλος, έχει επισημανθεί ότι ο φόβος της αποτυχίας επηρεάζει τους ιδρυτές στη λήψη των απαραίτητων και σωστών αποφάσεων, καθώς και στη δυνατότητα τους να πείσουν και να δώσουν κίνητρα σε εργαζόμενους, πελάτες, και επενδυτές.

Ωστόσο οι ειδικοί επισημαίνουν και ορισμένες θετικές:

Θετικές συνέπειες: Στις θετικές συνέπειες του φόβου της αποτυχίας οι ειδικοί συγκαταλέγουν τη δημιουργία, στον επιχειρηματία, ενός αισθήματος επείγοντος το οποίο τον ωθεί να προσπαθήσει περισσότερο. Επίσης στην έρευνά αναφέρεται ότι η κοινωνική αντίληψη για την επιχειρηματικότητα ωθεί τους νέους επιχειρηματίες να δουλέψουν σκληρότερα ώστε να αποδείξουν σε όσους τους αμφισβητούν ότι κάνουν λάθος και ότι μπορούν να επιτύχουν. Τέλος στις θετικές συνέπειες αναφέρθηκε το γεγονός ότι όσοι έχουν το αίσθημα του φόβου της αποτυχίας επιδίδονται σε καλύτερο σχεδιασμό του επιχειρηματικού τους εγχειρήματος και ελαχιστοποιούν πιθανά ρίσκα (Delphi Study, 2015).

Αντίστοιχα και στην έρευνα των Cacciotti *et al.*, το 2016 αναγνωρίζονται θετικές και αρνητικές συνέπειες του φόβου της αποτυχίας: Στις αρνητικές συγκαταλέγονται τα αισθήματα άγχους, σύγχυσης, λύπης και κατάθλιψης που μπορεί να βιώσει ο νέος επιχειρηματίας. Όλα αυτά ενδέχεται να επηρεάσουν σε τέτοιο βαθμό ένα άτομο ώστε να αλλάξουν τη συμπεριφορά του ως προς την επιχειρηματικότητα, εν γένει, και να οδηγήσουν σε πρόωρο τερματισμό οποιαδήποτε επιχειρηματική προσπάθεια. Από την άλλη, η έρευνα επισημαίνει ότι κατά το ξεκίνημα μιας νέας επιχείρησης ο ιδρυτής μπορεί να βιώσει συναισθήματα ενθουσιασμού, θαυμασμού και ικανοποίησης, τα οποία ενδεχομένως να τον οδηγήσουν στην εντατικοποίηση των προσπαθειών του για ένα επιτυχημένο ξεκίνημα.

3.5. Αιτίες επιχειρηματικής αποτυχίας

Ο σημαντικός ρόλος των μικρομεσαίων επιχειρήσεων για τις εθνικές οικονομίες έχει επισημανθεί πολλές φορές στη βιβλιογραφία. (Lussier 1996, Gaskill *et al.*, 1993). Άλλωστε οι μικρές επιχειρήσεις έχουν αναγνωριστεί ως βασικό συστατικό για την υγεία της οικονομίας ενός έθνους. Οι μικρές επιχειρήσεις μπορούν να προσφέρουν στην οικονομία αποτελεσματικότητα, καινοτομία, ανταγωνισμό και αύξηση της απασχόλησης ενώ διαδραματίζουν βασικό ρόλο στην υγεία της οικονομίας, προσφέροντας αύξηση της απασχόλησης (Bradley & Cowder, 2004). Συνεισφέρουν επίσης στην κοινωνική ανάκαμψη και την πολιτική σταθερότητα της χώρας (Khalique *et al.*, 2011).

Είναι γεγονός, ωστόσο, ότι η έρευνα για την επιχειρηματικότητα έχει ασχοληθεί κατά κύριο λόγο με περιπτώσεις επιτυχημένων επιχειρήσεων και επιχειρηματιών, παρά με περιπτώσεις αποτυχίας (Lussier, 1996. Saravathy, 2004). Στην πραγματικότητα όμως, σε παγκόσμια κλίμακα το μεγαλύτερο ποσοστό των νέων μικρομεσαίων επιχειρήσεων αποτυγχάνει (Peterson *et al.*, 1983. Atsan, 2016. Singh *et al.*, 2007. Marom & Lussier, 2014). Η εκκίνηση μιας νέας επιχείρησης αποτελεί ένα επικίνδυνο και αβέβαιο εγχείρημα που έχει πολύ μεγάλη πιθανότητα να τερματιστεί με πτώχευση (Peng, *et al.*, 2010). Στις νέες επιχειρήσεις το ποσοστό αποτυχίας φτάνει το 70% κατά τον πρώτο χρόνο λειτουργίας και μόνο οι μισές από το 30% που απομένουν θα επιβιώσουν μετά το πέμπτο έτος λειτουργίας (Holland, 1998).

Ο σημαντικός ρόλος των μικρομεσαίων επιχειρήσεων υποδηλώνει ότι η κατανόηση των αιτιών που οδηγούν τις επιχειρήσεις τόσο σε επιτυχία όσο και σε αποτυχία είναι ζωτικής σημασίας για τη σταθερότητα και την υγεία της οικονομίας, ενώ παράλληλα δίνει τη δυνατότητα στους φορείς χάραξης πολιτικής, και στους συμβούλους επιχειρήσεων να εξυπηρετήσουν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τα συμφέροντα του χώρου των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (Gaskill *et al.*, 1993). Μια άλλη κατηγορία επαγγελματιών που επωφελείται από την κατανόηση των αιτιών τα οποία οδηγούν τις επιχειρήσεις σε αποτυχία είναι οι προμηθευτές των νέων εταιριών καθώς και όσοι θέλουν να επενδύσουν σε αυτές.

Το κενό της έρευνας για τις αιτίες της αποτυχίας των νέων επιχειρήσεων φαίνεται ότι αρχίζει να καλύπτεται τα τελευταία 35 χρόνια. Ένας επιπλέον λόγος για την έλλειψη έρευνας σχετικά με την αποτυχία είναι η απουσία των δεδομένων, καθώς οι δευτερεύουσες πηγές είναι σπάνιες. Οι κλειστές επιχειρήσεις εξαφανίζονται από τις βάσεις δεδομένων και ακόμη και εάν υπάρχουν στοιχεία για το κλείσιμο, είναι δύσκολο να διακρίνουμε μεταξύ του οικειοθελούς κλεισίματος και της αποτυχίας. Επιπλέον, οι επιχειρηματίες των αποτυχημένων επιχειρήσεων σπάνια μιλούν για τους λόγους για τους οποίους η επιχείρησή τους απέτυχε και αν το πράξουν, οι εξηγήσεις αυτές είναι πιθανό να έχουν προσωπικές ή μεροληπτικές αναδρομικές αναφορές (Shepherd & Wiklund, 2006). Από τη δεκαετία του 1980 και έπειτα

έχουν εμφανιστεί άρθρα τα οποία ερευνούν τις αιτίες που μπορεί να οδηγήσουν μια επιχείρηση είτε στην επιτυχία είτε στην αποτυχία.

Κάθε νέο ξεκίνημα ενέχει παράγοντες (εσωτερικούς και εξωτερικούς) ικανούς να εμποδίσουν την επιτυχία της νέας επιχείρησης. Εσωτερικοί ή οργανωτικοί (internal factors) είναι οι παράγοντες που ελέγχονται σε μεγάλο βαθμό από τον οργανισμό και περιλαμβάνουν έλλειψη εμπειρίας διαχείρισης και λειτουργικότητας (π.χ. σχεδιασμός, οργάνωση, καθοδήγηση και έλεγχος) περιορισμένη κατάρτιση και ανάπτυξη του προσωπικού και κακές συμπεριφορές προς τους πελάτες. Οι εξωτερικοί ή περιβαλλοντικοί είναι παράγοντες που σε μεγάλο βαθμό είναι ανεξέλεγκτοι από τον οργανισμό και περιλαμβάνουν τη μη διαθεσιμότητα εφοδιαστικής αλυσίδας, το υψηλό κόστος διανομής, τον ανταγωνισμό, το αυξανόμενο κόστος της επιχειρηματικής δραστηριότητας και την έλλειψη χρηματοδότησης (Fatoki, 2014). Μεταξύ των εσωτερικών παραγόντων, η διαχειριστική ανικανότητα ή η κακή διαχείριση αποτελούν την πρώτη αιτία αποτυχίας (Gaskill *et al.*, 1993). Η κακή διαχείριση αναφέρεται στην αποτυχία της διοίκησης να διασφαλίσει τον άμεσο εντοπισμό των προβλημάτων και την άμεση εφαρμογή των κατάλληλων λύσεων, ώστε να δοθεί στην επιχείρηση η καλύτερη δυνατή πιθανότητα επιβίωσης και ανάπτυξης (Atsan, 2016).

Οι Gaskill *et al.*, το 1993, εντόπισαν τέσσερις τομείς αποτυχίας που επηρέασαν τις μικρές επιχειρήσεις. Οι δύο πρώτοι τομείς, η αποτελεσματικότητα της διαχείρισης και η οικονομική διαχείριση έδειξαν ότι οι ιδιοκτήτες των αποτυχημένων επιχειρήσεων παραμελούσαν τον προγραμματισμό, είχαν κακές πρακτικές σε θέματα προσωπικού και στρατηγικών μάρκετινγκ και δεν διατηρούσαν επαρκή λογιστικά βιβλία. Οι υπόλοιποι δύο τομείς ήταν η ανταγωνιστικότητα της αγοράς και η ανάπτυξη και επέκταση της επιχείρησης. Παράγοντες που σχετίζονται με την αποτυχία σε αυτούς τους τομείς είναι η αδυναμία ανταγωνισμού με μεγαλύτερες επιχειρήσεις, η έλλειψη διαφοροποίησης των προϊόντων και ο ανεπαρκής έλεγχος των αποθεμάτων. Όπως σημειώνεται από τους συγγραφείς, η ικανότητα διαχείρισης ήταν κοινό θέμα σε όλους τους τομείς (Gaskill *et al.*, 1993. Knots *et al.*, 2003).

Το θέμα της έλλειψης διαχειριστικής ικανότητας επιβεβαιώνεται και από την έρευνα των Peterson *et al.*, το 1983 σε ένα δείγμα 1000 ατόμων. Τα 2/3 του δείγματος αφορούσαν ιδιοκτήτες επιχειρήσεων και το υπόλοιπο 1/3 διαχειριστές επιχειρήσεων (μάντζερ). Με ποσοστό 29,6% στους ιδιοκτήτες, 27,9% στους μάντζερ και 29,1% στο σύνολο, η έλλειψη διαχειριστικών δεξιοτήτων αναδείχθηκε ως πρώτη αιτία αποτυχίας (Peterson *et al.*, 1983).

Από την άλλη, στην έρευνά τους οι Bradley & Cowdery, το 2004, δεν σταματούν μόνο στις διαχειριστικές ικανότητες. Χωρίζουν τις αιτίες αποτυχίας σε τρεις μεγάλες κατηγορίες: το μάρκετινγκ, τη διαχείριση και τα χρηματοοικονομικά. Υποστηρίζουν ότι η έλλειψη εμπειρίας σε οποιαδήποτε από αυτές τις κατηγορίες μπορεί να οδηγήσει σε αποτυχία και πτώχευση. Στις περισσότερες περιπτώσεις, οι αιτίες αποτυχίας που σχετίζονται με αυτές τις τρεις κατηγορίες είναι η έλλειψη γνώσης και κατανόησης ή η μειωμένη προσπάθεια. Οι ερευνητές υπογραμμίζουν τη σημασία προηγούμενης διαχειριστικής εμπειρίας και δίνουν έμφαση στις ιδιότητες και τα χαρακτηριστικά που πρέπει να διακρίνουν έναν νέο επιχειρηματία: Οι νέοι επιχειρηματίες πρέπει να είναι άτομα αυτοδημιούργητα με υψηλό επίπεδο πειθαρχίας και οφείλουν να κατανοήσουν πλήρως ότι είναι οι μονοί υπεύθυνοι για την επιτυχία ή την αποτυχία της επιχείρησής τους. Δεν πρέπει επίσης να υποτιμήσουν το μέγεθος της προσπάθειας που πρέπει καταβληθεί για ένα επιτυχημένο αποτέλεσμα. Ένας επιχειρηματίας πρέπει να είναι σε θέση να διαχειριστεί το ανθρώπινο δυναμικό, τον στρατηγικό σχεδιασμό, το απόθεμα της επιχείρησης και όλες τις λειτουργικές εργασίες. Τέλος, οι επιχειρηματίες πρέπει να λαμβάνουν οικονομικές αποφάσεις για π.χ. εμπορικές πιστώσεις, λογιστικά βιβλία, μισθοδοσίες, κεφάλαια κίνησης, φόρους και κανονισμούς αλλά και να παρακολουθούν τις οικονομικές τάσεις της αγοράς. Η λίστα με τις αιτίες αποτυχίας που αναφέρουν είναι:

Μη επαρκή κεφάλαια: Πολλοί επιχειρηματίες δεν γνωρίζουν που και πως πρέπει να κάνουν αίτηση για δανειοδότηση ή πιστεύουν ότι η τράπεζα θα χρηματοδοτήσει το 100% του

εγχειρημάτων τους. Ένας υποψήφιος επιχειρηματίας πρέπει πάντα να διαθέτει ένα μέρος του κεφαλαίου, να θεωρείται αξιόπιστος από τα πιστωτικά ιδρύματα και να διαθέτει τα μέσα για να αποπληρώνει τα δάνειά του.

Απώλεια βασικού προσώπου: Πολλές μικρές επιχειρήσεις βασίζονται σε μεγάλο βαθμό σε ένα ή λίγα επιλεγμένα άτομα. Αυτά μπορεί να είναι ο ιδιοκτήτης, ένας συντάιρος, ένας επιστάτης, ένας πωλητής ή ένας τεχνικός. Ο αντίκτυπος της ενδεχόμενης απώλειας αυτού του ατόμου μπορεί να σημάνει το τέλος της επιχείρησης. Οι πιο συχνές αιτίες ενδεχόμενης απώλειας ενός ατόμου είναι η αντιδικία, ο μειωμένος μισθός, η μη παροχή ασφαλιστικών καλύψεων, η ασθένεια ή και ο θάνατος.

Έλλειψη προγραμματισμού: Ο ελλιπής σχεδιασμός ή και η παντελής απουσία του αποτελούν σημαντικές αιτίες που οι μικρές επιχειρήσεις έχουν μικρό προσδόκιμο ζωής. Η προηγηθείσα έρευνα για το προϊόν ή την υπηρεσία, η στόχευση στην αγορά όπου η επιχείρηση απευθύνεται, ο υπολογισμός του απαιτούμενου κεφαλαίου και η επιλογή της κατάλληλης τοποθεσίας αποτελούν κρίσιμους παράγοντες για τη διαμόρφωση ενός σωστού επιχειρηματικού σχεδίου.

«Πόνοι ανάπτυξης»: Ενώ μια ευκαιρία για ανάπτυξη είναι συνήθως σημάδι επιτυχίας, η γρήγορη ανάπτυξη μπορεί να οδηγήσει σε οικονομικές δυσκολίες. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις οι οποίες καθημερινά μάχονται για την επιβίωσή τους ίσως να μην είναι καλά προετοιμασμένες για μια γρήγορη επέκταση. Για να μπορέσει μια μικρή επιχείρηση να προχωρήσει σε ένα τέτοιο εγχείρημα πρέπει πρώτα να έχει κατοχυρώσει μια ισχυρή οικονομική θέση.

Κακή ταμειακή ροή: Οι κακές ταμειακές ροές αποτελούν συχνά τον μεγαλύτερο δείκτη αποτυχίας. Έλλειψη ταμειακών ροών σημαίνει ότι η επιχείρηση δεν είναι σε θέση να πληρώσει μισθούς, ασφάλειες και δάνεια. Επίσης σημαίνει ότι η εταιρία δεν μπορεί να επανεπενδύσει για μελλοντικά κέρδη και δεν μπορεί να αποπληρώσει τους προμηθευτές της. Όταν μια επιχείρηση δανείζεται για να αποπληρώσει παλιά χρέη είναι συνήθως σημάδι επικείμενης καταστροφής.

Εμπορική πίστωση: Η χρήση εμπορικών πιστώσεων είναι μια κοινή πρακτική η οποία χρησιμοποιείται από τις μικρές επιχειρήσεις για να παράσχει προσωρινή χρηματοδότηση ενώ ταυτόχρονα παίζει σημαντικό ρόλο στην ανταγωνιστικότητά τους. Εμπορική πίστωση είναι η παράδοση προϊόντων σε άλλες επιχειρήσεις επιτρέποντας τους να καθυστερήσουν τις πληρωμές για αυτά τα προϊόντα. Όμως οι εμπορικές πιστώσεις επηρεάζουν τις ταμειακές ροές, οι οποίες είναι ιδιαίτερα σημαντικές για την επιβίωση της επιχείρησης. Σε περιπτώσεις καθυστερημένης ή καθόλου αποπληρωμής των εμπορικών πιστώσεων η επιχείρηση μπορεί να οδηγηθεί σε χρεωκοπία.

Έλλειψη Τεχνολογίας: Η τεχνολογία στις επιχειρήσεις παίζει πάντα σημαντικό ρόλο στην καλή ποιότητα, την αποτελεσματικότητα και την ανθεκτικότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών που παρέχονται στους πελάτες. Οι ιδιοκτήτες πρέπει πάντα να παρέχουν στους πελάτες τους την τελευταία τεχνολογία, άσχετα από τον τομέα στον οποίο δραστηριοποιούνται. Αυτός είναι ένας από τους σημαντικότερους τρόπους για να παραμείνουν ανταγωνιστικοί. Ορισμένες εταιρίες, ωστόσο, μπορεί να μην απαιτούν τη χρήση τεχνολογίας ή ορισμένες τεχνολογίες μπορεί να αποδειχθούν ιδιαίτερα ακριβές για κάποιες επιχειρήσεις. Παρόλα αυτά όλες μπορούν να ενσωματώσουν τεχνολογίες όπως οι προσωπικοί υπολογιστές και το διαδίκτυο. Μέσω του διαδικτύου, οι επιχειρηματίες, μπορούν να απευθυνθούν σε νέες αγορές και να παρακολουθούν τις εξελίξεις στη βιομηχανία και τον ανταγωνισμό. Επίσης μπορούν να προωθήσουν μόνοι τους τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους μέσω διαφημίσεων, e-mail και direct marketing.

Φορολογικές επιβαρύνσεις και κανονισμοί: Τα βάρη που συνεπάγονται οι φορολογικοί κώδικες και οι κανονισμοί καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό την επιτυχία ή μη των μικρών επιχειρήσεων. Οι ιδιοκτήτες μικρών επιχειρήσεων δαπανούν ανυπολόγιστα πολύ χρόνο ώστε να καθορίσουν εάν ένας κανονισμός εφαρμόζεται ή όχι, εάν η επιχείρησή τους συμμορφώνεται ή όχι με τον κανονισμό και σε ποιες ενέργειες πρέπει να προβεί για να είναι σύννομη. Το ίδιο συμβαίνει και με την φορολογικές δηλώσεις, αφού για την ορθή συμπλήρωση των απαραίτητων στοιχείων στα σωστά πεδία, ο ιδιοκτήτης πρέπει πρώτα να έχει διαβάσει και να έχει κατανοήσει εκατοντάδες σελίδες οδηγιών.

Κακή τοποθεσία: Είναι ευρέως γνωστό ότι για τις περισσότερες επιχειρήσεις η επιλογή της τοποθεσίας είναι μια σημαντική απόφαση η οποία μπορεί να κρίνει την επιτυχία ή την αποτυχία τους. Πρέπει να ληφθούν υπόψη παράγοντες όπως η πυκνότητα του πληθυσμού, η κυκλοφορία πεζών και αυτοκινήτων, καθώς και ο αριθμός των ανταγωνιστικών και μη ανταγωνιστικών επιχειρήσεων. Η επιλογή κακής τοποθεσίας, τις περισσότερες φορές, οφείλεται σε έλλειψη έρευνας μάρκετινγκ. Συχνά οι επιχειρηματίες αποτυγχάνουν γιατί επιλέγουν την τοποθεσία είτε γιατί διαθέτουν κάπου ένα ακίνητο, είτε γιατί τους βολεύει σε σχέση με την απόσταση από το σπίτι τους.

Προσωπικά θέματα: Τα προσωπικά προβλήματα (διαζύγια ή και θέματα υγείας) πολλές φορές συνεπάγονται προβλήματα και για την επιχείρηση.

Φυσική καταστροφή: Ως καταστροφή ορίζεται οτιδήποτε συμβαίνει στον περιβάλλον συμπεριλαμβανόμενου και του θανάτου. Φυσικά ο θάνατος του επιχειρηματία θα σημάνει και το τέλος της επιχείρησης εάν είναι ο μόνος ιδιοκτήτης. Άλλες φυσικές καταστροφές θεωρούνται η φωτιά, η ανεπανόρθωτη ζημιά σε κάποια σημαντική υποδομή ή στον εξοπλισμό της επιχείρησης ή και ο θάνατος κάποιου πολύ σημαντικού υπαλλήλου.

Μη ρεαλιστικές προσδοκίες: Οι επιχειρηματίες, συχνά, πιστεύουν ότι θα επιτύχουν από την πρώτη μέρα και ότι θα έχουν σύντομα κέρδη.

Κακή τήρηση αρχείων: Η τήρηση αρχείων με ακριβή και ενημερωμένα στοιχεία πωλήσεων, εξόδων και χρεών είναι υψίστης σημασίας για την επιβίωση μιας επιχείρησης. Η μη τήρηση αρχείων καθιστά σχεδόν αδύνατο για τους επιχειρηματίες να γνωρίζουν την οικονομική κατάσταση της επιχείρησης. Υπό αυτή τη συνθήκη δεν μπορεί να υπάρξει κανένας οικονομικός σχεδιασμός.

Παράλειψη χρήσης συμβούλων: Κάποιοι ιδιοκτήτες μικρών επιχειρήσεων αμελούν να ζητήσουν βοήθεια από εξωτερικούς συνεργάτες ακόμα και αν την έχουν ανάγκη. Υπάρχουν σύμβουλοι επιχειρήσεων οι οποίοι μπορούν να προσφέρουν κατευθύνσεις και λύσεις σε μια επιχείρηση με προβλήματα. Επίσης οι επιχειρηματίες μπορούν να απευθυνθούν σε δικηγόρους, λογιστές αλλά και σε κρατικές υπηρεσίες για βοήθεια (Bradley & Cowdery, 2004).

Στη βιβλιογραφία υπάρχουν επίσης έρευνες που ασχολούνται με τις αιτίες αποτυχίας σε ένα πιο εξειδικευμένο επίπεδο. Υπάρχουν έρευνες (Knots *et al.*, 2003) για παράδειγμα οι οποίες εξετάζουν τις αιτίες αποτυχίας σε σχέση με το πώς μπορεί να τις επηρεάσει το ίδιο το προϊόν το οποίο παράγεται. Ανεξάρτητα δειγματολογικά τεστ δείχνουν ότι αποτυχημένες επιχειρήσεις (τα προϊόντα τους δεν προχώρησαν σε μαζική παράγωγη) ήταν κατώτερες από τις επιτυχημένες επιχειρήσεις όσον αφορά στους παράγοντες που σχετίζονται με το προϊόν. Τέτοιοι παράγοντες είναι η τιμή πώλησης, η μεταφορά τεχνολογίας και τεχνογνωσίας καθώς και οι διαδικασίες που ακολουθηθήκαν κατά τη φάση της εμπορευματοποίησης του προϊόντος (Knots *et al.*, 2003).

Άλλες έρευνες εξετάζουν τις αιτίες της αποτυχίας γεωγραφικά, είτε σε επίπεδο χώρας (Khalique *et al.*, 2011. Marom & Lussier, 2014), είτε σε επίπεδο περιοχής (Eke *et al.*, 2015).

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τις αιτίες της αποτυχίας παρουσιάζει το άρθρο του Robert Lussier (1996). Σε αυτό γίνεται μια βιβλιογραφική επισκόπηση 22 ακαδημαϊκών άρθρων που ερευνούν τις κυριότερες αίτιες αποτυχίας και στη συνέχεια γίνεται μια αντιπαραβολή των ευρημάτων με τις απαντήσεις 100 επιχειρηματιών που είχαν αποτύχει. Όπως επισημαίνει ο Lussier (1996: 14)

«Δεν υπάρχει μια γενικά αποδεκτή λίστα μεταβλητών που να διακρίνει την επιχειρηματική επιτυχία από την αποτυχία. Οι προηγούμενοι ερευνητές έχουν δημιουργήσει αποκλίσεις με αναφορά σε πολλές διαφορετικές μεταβλητές ως παράγοντες που συμβάλλουν στην επιτυχία ή την αποτυχία».

Οι δύο μεταβλητές οι οποίες αναφέρονται πιο συχνά σαν αιτίες αποτυχίας είναι αυτές που σχετίζονται με το κεφαλαίο (capital) και τις ικανότητες διαχείρισης (management). Από την μελέτη των 22 άρθρων ο Lussier κατέληξε σε μια λίστα με τις 15 σημαντικότερες αιτίες αποτυχίας:

1. **Κεφάλαιο (Capital):** Οι επιχειρήσεις που ξεκινούν χωρίς τα απαραίτητα κεφάλαια έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες αποτυχίας, από τις επιχειρήσεις που ξεκινούν με επαρκή κεφάλαια.
2. **Τήρηση αρχείων και οικονομικού έλεγχου:** Οι επιχειρήσεις που δεν κρατούν ενημερωμένα και ακριβή στοιχεία και δεν χρησιμοποιούν επαρκείς οικονομικούς ελέγχους έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες αποτυχίας.
3. **Επαγγελματική προϋπηρεσία στον τομέα δραστηριότητας της επιχείρησης:** Οι επιχειρήσεις οι οποίες διαχειρίζονται από άτομα χωρίς προηγούμενη προϋπηρεσία στο συγκεκριμένο τομέα δραστηριότητας της επιχείρησης έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες αποτυχίας από αυτές τις οποίες διαχειρίζονται άτομα με προϋπηρεσία.
4. **Προϋπηρεσία διαχείρισης εν γένει:** Οι επιχειρήσεις οι οποίες διαχειρίζονται από άτομα χωρίς προηγούμενη εμπειρία διαχείρισης εν γένει, έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες αποτυχίας από ότι επιχειρήσεις με έμπειρους διαχειριστές.
5. **Σχεδιασμός:** Επιχειρήσεις που δεν αναπτύσσουν ένα εξειδικευμένο επιχειρηματικό σχέδιο έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες αποτυχίας από τις επιχειρήσεις που διαθέτουν εξιδανικευμένο επιχειρηματικό σχέδιο.
6. **Σύμβουλοι επιχειρήσεων:** Οι επιχειρήσεις που δεν χρησιμοποιούν επαγγελματίες συμβούλους επιχειρήσεων έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες αποτυχίας, από τις επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν.
7. **Εκπαίδευση:** Άτομα χωρίς πανεπιστημιακή μόρφωση έχουν μεγαλύτερη πιθανότητα αποτυχίας από ότι άτομα με ένα ή περισσότερα χρόνια πανεπιστημιακής εκπαίδευσης.
8. **Προσωπικό:** Οι επιχειρήσεις οι οποίες δεν μπορούν να προσελκύσουν και να κρατήσουν ποιοτικούς υπαλλήλους έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες αποτυχίας από τις επιχειρήσεις που διαθέτουν ποιοτικό προσωπικό.
9. **Η χρονική στιγμή για το προϊόν ή την υπηρεσία:** Οι επιχειρήσεις που επιλέγουν να παράγουν προϊόντα ή να παράσχουν υπηρεσίες πολύ καινούργιες ή πολύ παλιές έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες αποτυχίας από τις επιχειρήσεις που επιλέγουν προϊόντα ή υπηρεσίες, οι οποίες βρίσκονται σε φάση ανάπτυξης.
10. **Η οικονομική χρονική στιγμή:** Οι επιχειρήσεις που ξεκινούν σε εποχές οικονομικής ύφεσης έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες αποτυχίας από εκείνες που ξεκινούν σε εποχές οικονομικής ανάπτυξης.
11. **Ηλικία:** Άτομα νεότερης ηλικίας τα οποία ξεκινούν μια επιχείρηση έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες αποτυχίας από τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας.
12. **Συνέταιροι:** Επιχειρήσεις που ξεκινούν από ένα άτομο, έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες αποτυχίας από ότι επιχειρήσεις οι οποίες ξεκινούν από περισσότερα άτομα.
13. **Γονείς:** Επιχειρηματίες των οποίων οι γονείς δεν είχαν δική τους επιχείρηση, έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες αποτυχίας από ότι επιχειρηματίες των οποίων οι γονείς υπήρξαν επίσης επιχειρηματίες.
14. **Μειονότητες:** Οι μειονότητες έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες αποτυχίας.
15. **Μάρκετινγκ:** Επιχειρηματίες που δεν διαθέτουν ικανότητες μάρκετινγκ έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες αποτυχίας.

Στον πίνακα 3.2 που ακολουθεί παρουσιάζονται οι αιτίες αποτυχίας όπως πρόεκυψαν από έρευνα σε 100 επιχειρηματίες που είχαν αποτύχει.

Κατάταξη	Ποσοστό
Μη επαρκή κεφάλαια/υψηλό πάγιο-κόστος	32%
Αργή οικονομική δραστηριότητα / ύφεση	30%
Προβλήματα πιστωτών	23%
Λιανική είσπραξη λογαριασμών	8%
Φορολογικά προβλήματα	8%
Απώλεια κύριου πελάτη	6%
Κακή διαχείριση	5%

Συνέταιροι	3%
Υπερβολική επέκταση επιχείρησης	3%
Κλοπή	3%
Προσωπικό	2%

*Πίνακας 3.2 : Αιτίες αποτυχίας σύμφωνα με τους επιχειρηματίες
Πηγή: Lussier, 1996*

Ο Lussier επισημαίνει ότι από τις 15 μεταβλητές που εντοπιστήκαν από τη βιβλιογραφία, μόνο 2 υποστηρίζονται από την έρευνα στους επιχειρηματίες: η οικονομική χρονική στιγμή με 30% και τα μη επαρκή κεφάλαια με 9% (αν διαχωριστεί από τα από υψηλά πάγια κόστη). Είναι αξιοσημείωτο ότι μόνο το 5% των επιχειρηματιών αναγνωρίζει την κακή διαχείριση σαν αιτία αποτυχίας, ωστόσο επισημαίνει ότι αποτελεί κοινή πρακτική οι άνθρωποι να κατηγορούν εξωτερικούς παράγοντες για την αποτυχία τους, παρά να αναλαμβάνουν την ευθύνη οι ίδιοι. Η επαγγελματική προϋπηρεσία στον τομέα δραστηριότητας της επιχείρησης, οι σύμβουλοι επιχειρήσεων, η εκπαίδευση, η χρονική στιγμή για το προϊόν ή την υπηρεσία, η ηλικία, οι μειονότητες, οι γονείς και το μάρκετινγκ δεν αναφέρθηκαν από κανένα επιχειρηματία από όσους συμμετείχαν στην έρευνα, ως αίτια για την αποτυχία της επιχείρησης (Lussier, 1996).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο : Μετά την αποτυχία τι;

4.1. Συνέπειες της αποτυχίας για τον επιχειρηματία.

Τι συμβαίνει με τους επιχειρηματίες όταν αποτυγχάνουν οι επιχειρήσεις τους; Ακούμε συχνά πολύ επιτυχημένους επιχειρηματίες που εκθειάζουν τις αρετές της αποτυχίας, θεωρώντας την ένα πολύτιμο εργαλείο μάθησης. Είναι όμως γεγονός ότι οι συνέπειες της αποτυχίας συχνά συνοδεύονται από πολλές ψυχολογικές, κοινωνικές και οικονομικές αναταραχές (Ucbasaran *et al.*, 2012). Η αποτυχία αποτελεί ένα σύνθετο φαινόμενο που μπορεί να έχει σοβαρή και επιζήμια επίδραση σε πολλές πτυχές της ζωής ενός επιχειρηματία (Core, 2011). Σημαντικές πτυχές του αντίκτυπου που έχει μια επιχειρηματική αποτυχία στη ζωή των επιχειρηματιών αποτυπώνει η έρευνα των Ucbasaran *et al.*, του 2012, στο κείμενο «Life after Business Failure: The Process and Consequences of Business Failure for Entrepreneurs» που παρουσίασαν στο Business School του Πανεπιστημίου του Warwick. Σε αυτήν την έρευνα μετά από επισκόπηση πολλών άρθρων της βιβλιογραφίας, κατηγοριοποιούν τις κυριότερες συνέπειες της αποτυχίας σε οικονομικές, κοινωνικές και ψυχολογικές, ενώ ταυτόχρονα επισημαίνουν παράγοντες που μπορεί να μετριάσουν τον αντίκτυπο στη ζωή των επιχειρηματιών (Ucbasaran *et al.*, 2012).

Οικονομικές συνέπειες της αποτυχίας: Η επιχειρηματική αποτυχία σίγουρα θα επιβάλει στον επιχειρηματία ένα οικονομικό κόστος υπό την μορφή απώλειας ή μείωσης του προσωπικού του εισοδήματος. Ένα άλλο οικονομικό κόστος αποτελούν τα χρέη που ενδεχομένως έχει δημιουργήσει η επιχείρηση και τα οποία θα χρειαστούν χρόνια για να αποπληρωθούν (Ucbasaran *et al.*, 2012). Στις οικονομικές συνέπειες μπορεί να προστεθεί και η ανεργία ή η δυσκολία να βρουν δουλειά μετά το κλείσιμο της επιχείρησης, όπως επισημαίνεται από επιχειρηματίες που συμμετείχαν στην ποιοτική έρευνα των Singh *et al.*, 2007 και που είχαν στο ενεργητικό τους μια επιχειρηματική αποτυχία. Στην ίδια έρευνα οι επιχειρηματίες δήλωσαν ότι εκτός από το προσωπικό τους εισόδημα απώλεσαν ιδιοκτησίες και άλλα περιουσιακά στοιχεία ενώ μια περίπτωση επιχειρηματία ανέφερε ότι είχε προσωπικές τηλεφωνικές ενοχλήσεις από παλιότερους πιστωτές του που ζητούσαν επιμόνως αποπληρωμή χρεών (Singh *et al.*, 2007). Με τη σειρά τους η απώλεια εισοδήματος και περιουσιακών στοιχείων οδήγησαν πολλούς επιχειρηματίες στην υποβάθμιση του επιπέδου διαβίωσης τους, στη μετακόμιση σε μικρότερα σπίτια, σε άλλο προάστιο ή σε άλλη πόλη (Singh, 2011).

Παράγοντες που μπορεί να μετριάσουν τις οικονομικές συνέπειες είναι για παράδειγμα, το θεσμικό πλαίσιο μέσα στο οποίο έλαβε χώρα η αποτυχία, ιδίως όσον αφορά το πτωχευτικό δίκαιο κάθε χώρας και το κατά πόσο είναι «φιλικό προς τους επιχειρηματίες» (Ucbasaran *et al.*, 2012). Ένα πτωχευτικό δίκαιο, περισσότερο «φιλικό προς τον επιχειρηματία» μπορεί να ενθαρρύνει μια πιο δραστήρια και ζωντανή ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας» (Lee *et al.*, 2007). Ένας ακόμη παράγοντας που μπορεί να μετριάσει τις οικονομικές απώλειες είναι η λειτουργία του επιχειρηματικού εγχειρήματος με βάση την «αρχή της οικονομικά προσιτής απώλειας» (affordable loss principle). Η οικονομικά προσιτή απώλεια ορίζει ότι οι υπεύθυνοι λήψης αποφάσεων εκτιμούν τι μπορούν να θέσουν σε κίνδυνο και τι είναι πρόθυμοι να χάσουν προκειμένου να ακολουθήσουν μια πορεία δράσης ή στη προκειμένη περίπτωση ένα επιχειρηματικό εγχείρημα (Sarasvathy, 2008).

Κοινωνικές συνέπειες της αποτυχίας: Η αποτυχία επιφέρει ένα σημαντικό κοινωνικό κόστος στον επιχειρηματία σε σχέση με τον αντίκτυπο που έχει στις προσωπικές και επαγγελματικές του σχέσεις (Ucbasaran *et al.*, 2012). Οι πιο κοινές συνέπειες είναι τα διαζύγια και η διατάραξη ή διάλυση των σχέσεων με στενούς φίλους και επαγγελματικούς συνεργάτες (Singh *et al.*, 2007). Το στίγμα της αποτυχίας είναι μια άλλη σημαντική κοινωνική συνέπεια την οποία πρέπει να αντιμετωπίσουν οι επιχειρηματίες και την οποία θα εξετάσουμε με περισσότερη λεπτομέρεια σε επόμενη ενότητα. Ιστορικά άλλωστε τα άτομα που υπέβαλαν αίτηση για πτώχευση, πάντα αντιμετωπίζονταν σκληρά από την κοινωνία (Efrat, 2006). Ο στιγματισμός της αποτυχίας ίσως εξηγεί και το γεγονός ότι ορισμένοι επιχειρηματίες μετά την αποτυχία, «απομακρύνονται» με δική τους πρωτοβουλία από φίλους και συγγενείς (Ucbasaran *et al.*, 2012. Singh *et al.*, 2007). Τέλος, η οικονομική δυσπραγία οδηγεί πολλούς επιχειρηματίες σε δραματική μείωση των κοινωνικών τους δραστηριοτήτων (Singh, 2011). Και σε αυτήν την περίπτωση ένας σημαντικός παράγοντας που μπορεί να μετριάσει τις κοινωνικές συνέπειες της αποτυχίας είναι το πτωχευτικό δίκαιο κάθε χώρας. Ενώ όπως είπαμε παραπάνω το νομικό πλαίσιο επηρεάζει τα οικονομικά κόστη μιας αποτυχίας, μια πτωχευτική διαδικασία περισσότερο «φιλική» προς τον επιχειρηματία ενδέχεται να έχει αντίκτυπο και στις κοινωνικές νόρμες και συμπεριφορές (Ucbasaran *et al.*, 2012). Ένα περισσότερο ανεκτικό θεσμικό και νομικό πλαίσιο δραστηριότητας των επιχειρηματιών, μπορεί να οδηγήσει και σε μια περισσότερο ανεκτική κοινωνία. Η νομοθεσία μπορεί να επικυρώσει την κοινωνική έννοια μιας πράξης, καθιστώντας έτσι την πράξη περισσότερο κοινωνικά αποδεκτή, και προκαλώντας τη διάβρωση των καθιερωμένων κανόνων (Efrat, 2006). Ένας άλλος σημαντικός παράγοντας που μπορεί να βοηθήσει στον μετριασμό των συνεπειών της αποτυχίας είναι τα επενδυτικά κεφάλαια και οι κάθε είδους επενδυτές νέων επιχειρήσεων. Σε περιβάλλοντα με ισχυρή παρουσία επενδυτικών κεφαλαίων έχει παρατηρηθεί ότι υπάρχει περισσότερο ανεκτική συμπεριφορά απέναντι στην αποτυχία (Ucbasaran *et al.*, 2012).

Ψυχολογικές συνέπειες της αποτυχίας: Σε αυτήν την κατηγορία η ανασκόπηση της βιβλιογραφίας δείχνει ότι υπάρχουν δύο αλληλένδετες ψυχολογικές συνέπειες που συνδέονται με την εμπειρία των επιχειρηματιών όσον αφορά την αποτυχία των επιχειρήσεων: συναισθηματικές συνέπειες και συνέπειες στο επίπεδο διατήρησης των κινήτρων τους (Ucbasaran *et al.*, 2012).

Σε περιπτώσεις αποτυχίας στα πιο κοινά αρνητικά συναισθήματα συμπεριλαμβάνονται τα συναισθήματα ενοχής, ντροπής, αμηχανίας, και αυτοενοχοποίησης (Cope, 2011. Shepherd, 2003). Επίσης συχνά αναφέρονται συναισθήματα θυμού, αναστάτωσης και κατάθλιψης (Singh *et al.*, 2007). Ένα κοινό χαρακτηριστικό που διέπει τη βιβλιογραφία είναι το γεγονός ότι η αποτυχία παραλληλίζεται με την απώλεια κάτι σημαντικού (προσώπου ή αντικειμένου), το οποίο με τη σειρά του πυροδοτεί το συναίσθημα την θλίψης (Ucbasaran *et al.*, 2012). Έχει ζητηθεί από επιχειρηματίες να περιγράψουν την επιχείρησή τους και την απώλειά της και οι απαντήσεις τους φανερώνουν την ύπαρξη ενός ισχυρού συναισθηματικού δεσμού με την επιχείρηση. Ορισμένοι επιχειρηματίες φτάνουν στο σημείο να αποκαλούν την επιχείρησή τους «το μωρό μου» (Singh, 2011). Η θλίψη που βιώνουν σε περίπτωση απώλειας της επιχείρησης αποτελεί μια αρνητική ανταπόκριση στην απώλεια αυτή, η οποία είναι ικανή να προκαλέσει συμπεριφορικά, βιωματικά και σωματικά συμπτώματα. Σε άλλες έρευνες έχει αναφερθεί ότι η θλίψη συνοδεύονταν από άγχος, κρίσεις πανικού, φοβίες, και σε μερικές περιπτώσεις από σωματικά συμπτώματα όπως αϋπνία, εξάντληση, υψηλή αρτηριακή πίεση και απώλεια βάρους, ενώ υπήρξαν περιπτώσεις όπου τα ψυχολογικά και συναισθηματικά αποτελέσματα της απώλειας εκδηλώθηκαν με την μορφή της κατάθλιψης, σε διάφορα επίπεδα σοβαρότητας (Singh *et al.*, 2007. Ucbasaran *et al.*,

2012). Στον ψυχολογικό τομέα εκτός από τις συναισθηματικές συνέπειες, υπάρχουν και εκείνες στο επίπεδο της διατήρησης των κινήτρων για τους επιχειρηματίες που απέτυχαν. Η απώλεια μιας επιχείρησης έχει παρατηρηθεί ότι επηρεάζει δυσμενώς την εμπιστοσύνη, την ικανότητα ανάληψης κινδύνου και την αυτοαποτελεσματικότητα ενός επιχειρηματία (Shepherd, 2003. Tripathi & Bamel, 2014). Αυτό σημαίνει ότι οι επιχειρηματίες χάνουν την εμπιστοσύνη στις ικανότητές τους και είναι λιγότερο πιθανό να ξεκινήσουν ένα νέο εγχείρημα στον επιχειρηματικό κλάδο. Δυο σημαντικοί παράγοντες που μετριάζουν τις ψυχολογικές συνέπειες είναι το επίπεδο εκπαίδευσης και η εμπειρία του επιχειρηματία. Στην έρευνα του Core (2011) αναφέρεται ότι όσοι επιχειρηματίες είχαν δημιουργήσει στο παρελθόν επιτυχημένες επιχειρήσεις μπόρεσαν να ξεπεράσουν ευκολότερα τις ψυχολογικές συνέπειες τις αποτυχίας τους.

Σε ό, τι αφορά την αντιμετώπιση της θλίψης, ο Shepherd το 2003 υποστήριξε ότι ένα άτομο ανακάμπτει από τη θλίψη όταν οι σκέψεις του σχετικά με τα γεγονότα που περιβάλλουν και οδηγούν στην απώλεια της επιχείρησης δεν παράγουν πλέον αρνητικά συναισθήματα. Στο κείμενό του προσδιορίζει τρεις στρατηγικές για την αποκατάσταση της θλίψης: τον προσανατολισμό της απώλειας (loss orientation), τον προσανατολισμό της αποκατάστασης (restoration orientation) και τον προσανατολισμό της ταλάντωσης /μετάβασης (oscillation/transition orientation). Ο προσανατολισμός της απώλειας προϋποθέτει την αντιμετώπιση της απώλειας, την επανεξέταση των γεγονότων πριν και κατά τη στιγμή της αποτυχίας και την «επεξεργασία» ορισμένων πτυχών της εμπειρίας απώλειας. Οι επιχειρηματίες που ακολουθούν τον προσανατολισμό της απώλειας μπορούν να αναζητήσουν ανθρώπους για να μιλήσουν για τη θλίψη τους, να ανακαλέσουν στη μνήμη τους λεπτομέρειες για τον τρόπο που δημιούργησαν και ανέπτυξαν την επιχείρηση και να δαπανήσουν χρόνο φέρνοντας στο νου τους τις περιστάσεις και τα γεγονότα που περιέβαλαν την αποτυχία τους. Αντιμετωπίζοντας την απώλεια με αυτόν τον τρόπο, το άτομο μπορεί να κάνει τις αρνητικές του σκέψεις και τις μνήμες του πιο προσιτές και επώδυνες, συνθήκη που με τη σειρά της επιβραδύνει τη διαδικασία της ανάκαμψης. Αντίθετα, ο προσανατολισμός της αποκατάστασης βασίζεται τόσο στην αποφυγή (π.χ. δημιουργίας νέας επιχείρησης) όσο και στην ενεργητική προληπτική αντιμετώπιση των δευτερευουσών πηγών στρες που οφείλονται στην αποτυχία (π.χ. υποβολή αίτησης για εργασία ή /και μετακίνηση σε λιγότερο ακριβή γειτονιά για την ανακούφιση από την απώλεια οικονομικών εσόδων λόγω της αποτυχίας). Ο προσανατολισμός της αποκατάστασης είναι λιγότερο απαιτητικός συναισθηματικά, αλλά επειδή συνεπάγεται καταστολή των συναισθημάτων, μπορεί να επηρεάσει δυσμενώς τη μακροπρόθεσμη ανάκαμψη από την αποτυχία. Ο προσανατολισμός της ταλάντωσης περιλαμβάνει τη μετάβαση εναλλάξ από τον προσανατολισμό απώλειας στον προσανατολισμό αποκατάστασης, γεγονός που επιτρέπει στο άτομο να ωφεληθεί από τον καθένα ξεχωριστά, ενώ παράλληλα ελαχιστοποιεί το κόστος διατήρησης του ενός, για πολύ μεγάλο χρονικό διάστημα (Shepherd, 2003. Ucbasaran *et al.*, 2012).

Η αντιμετώπιση της αποτυχίας σχετίζεται με την ελαχιστοποίηση του ψυχολογικού κόστους της αποτυχίας των επιχειρήσεων. Ορισμένοι ερευνητές ορίζουν την αντιμετώπιση της επιχειρηματικής αποτυχίας ως *τις γνωσιακές και συμπεριφορικές προσπάθειες για τη διαχείριση των δυσλειτουργικών καταστάσεων που προκαλεί η αποτυχία* και εντοπίζουν δύο βασικά είδη αντιμετώπισης: την αντιμετώπιση με επίκεντρο το πρόβλημα η οποία σχετίζεται με τη διαχείριση ενός προβλήματος που προκαλεί άγχος και ταλαιπωρία, και την αντιμετώπιση με επίκεντρο το συναίσθημα η οποία ρυθμίζει τις συναισθηματικές αντιδράσεις σε ένα πρόβλημα. Έχει επίσης διαπιστωθεί ότι η αντιμετώπιση με επίκεντρο το πρόβλημα χρησιμοποιήθηκε, στην πλειονότητα των περιπτώσεων, για την αντιμετώπιση των οικονομικών παραγόντων της αποτυχίας, όπως για παράδειγμα για τη λήψη νομικών μέτρων

με στόχο την απαλλαγή από το χρέος, για τον δανεισμό από τους φίλους και την οικογένεια, και για την πώληση περιουσιακών στοιχείων με στόχο την ελάφρυνση του χρέους. Αντίθετα, η αντιμετώπιση με επίκεντρο το συναίσθημα χρησιμοποιήθηκε για την αντιμετώπιση των ψυχολογικών συνεπειών της αποτυχίας. Οι επιχειρηματίες είτε κατέφευγαν σε στρέβλωση της πραγματικότητας και στη δημιουργία αυταπάτης (π.χ. συμπεριφορές απόσπασης /αποφυγής, στρατηγικές άρνησης) για τη μείωση της δημιουργίας αρνητικών συναισθημάτων, είτε χρησιμοποιούσαν τεχνικές αποκατάστασης, που έδιναν έμφαση στη θετική νοερή απεικόνιση, στην προσωπική επανεξέταση και στην αναπλαισίωση του γεγονότος (Singh *et al.*, 2007).

4.2. Το στίγμα της επιχειρηματικής αποτυχίας.

Επιχειρηματίες οι οποίοι έχουν αποτύχει αναγνωρίζουν ότι το στίγμα που συνδέεται με την αποτυχία ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος είναι σημαντικό. Ενδεικτικά, οι επιχειρηματίες αναφέρουν στιγματισμό από τα μέσα ενημέρωσης, από τα μέλη της οικογένειάς τους και της κοινωνίας εν γένει, και κατά τις συναλλαγές τους με τις τράπεζες και τους πιστωτές -μετά την αποτυχία (Singh, 2011). Γενικά θεωρείται ότι οποιαδήποτε αποτυχία μπορεί να στιγματίσει και να θέσει σε κίνδυνο τις προοπτικές σταδιοδρομίας των επιχειρηματιών, οπότε πρέπει και να αποφεύγεται (Cave *et al.*, 2001). Η πρώτη γνωστή μορφή στιγματισμού εντοπίζεται στην Αρχαία Ελλάδα όπου οι σκλάβοι που επιχειρούσαν να διαφύγουν χαρακτηρίζονταν με το γράμμα «Φ» από τη λέξη φυγόδικος. Κάθε μορφή στιγματισμού συνδέεται με ένα σημείο (σύμβολο ή σημάδι) που θεωρείται κατώτερο ή δυσφημιστικό (Jenkins *et al.*, 2014. Gofmann Erwing, 1963). Ιστορικά, τα άτομα που υπέβαλαν αίτηση για πτώχευση, συχνά, αντιμετωπίζονταν σκληρά από την κοινωνία. Η αρνητική αντίληψη για τους πτωχεύσαντες εκδηλωνόταν με σωφρονιστικά μέτρα που υιοθετούνταν ενάντια σε όσους αιτούνταν πτώχευσης, με υποτιμητικά δημόσια τελετουργικά εναντίον τους, και με τον περιφρονητικό τρόπο με τον οποίο οι ανώτεροι κρατικοί υπάλληλοι αναφέρονταν σε αυτούς. Αυτή η προκατάληψη για τους πτωχεύσαντες μεταφέρθηκε, μέσω της αποικιοκρατίας, και στην Αμερική, ενώ στην Ευρώπη ήταν κυρίαρχη σε ολόκληρη τη βικτοριανή εποχή και μέχρι τον 20ο αιώνα. Η αδυναμία πληρωμής των χρεών ήταν ενάντια στους κοινά αποδεκτούς κοινωνικούς κανόνες της ειλικρίνειας και προσλαμβάνονταν ως αποτέλεσμα απερίσκεπτης και αποκλίνουσας συμπεριφοράς (Efrat, 2006). Οι κοινωνίες σε μια προσπάθεια να εκφράσουν την αποδοκιμασία τους για την παρεκτροπή που συνδέεται με την προσωπική πτώχευση και να ενισχύσουν το στίγμα που συνδέεται με αυτήν, υιοθέτησαν ιστορικά νόμους πτώχευσης που υπογράμμισαν τη δόλια, σχεδόν εγκληματική συμπεριφορά του πτωχεύσαντος, εστιάζοντας στην υποτίμησή του, και επιβάλλοντάς του σημαντικές κυρώσεις. Η έμφαση που δίδεται στην παράνομη, οιονεί εγκληματική συμπεριφορά του πτωχεύσαντος αντανακλάται και στις τυπικές νομικές απαιτήσεις για την έναρξη των διαδικασιών πτώχευσης (Efrat, 2006).

Η σκληρότητα και το στίγμα που αντιμετωπίζουν από το νομικό πλαίσιο οι επιχειρηματίες οι οποίοι απέτυχαν, αντανακλάται, σε κάποιο βαθμό, και στη γενικότερη αντιμετώπισή τους από την κοινωνία (Armour & Cumming, 2008. Lee *et al.*, 2007).

Από την άλλη μεριά, ένας φιλικός προς τους επιχειρηματίες νόμος περί πτωχεύσεων, μπορεί να είναι λιγότερο αποτελεσματικός σε ένα πολιτιστικό περιβάλλον που χαρακτηρίζεται από υψηλό επίπεδο στίγματος το οποίο συνδέεται με την πτώχευση. Σε χώρες με έντονη τάση να αποφεύγουν τους κινδύνους, όπως η Ιαπωνία για παράδειγμα, (Landier, 2005. Lee *et al.*, 2007) είναι ιδιαίτερα δύσκολο να θεσπιστεί και να εφαρμοστεί ένας φιλικός προς τους επιχειρηματίες νόμος για την πτώχευση, επειδή ένας νόμος που είναι επιεικής σε

πτώχευσαντες και επιχειρήσεις, ενδέχεται να παραβιάζει άτυπες αλλά ισχυρές πολιτισμικές νόρμες. Με άλλα λόγια, το υψηλό στίγμα αποτυχίας σε μια κοινωνία περιορίζει το ρόλο του «φιλικού» πτωχευτικού δικαίου, ως προς την αλλαγή των αντιλήψεων ενώ ταυτόχρονα η επίδρασή του σχετικά με την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας θα είναι σημαντικά μικρότερη (Lee *et al.*, 2007).

Σε εργασία του Augustin Landier το 2005, επισημαίνεται ότι η ένταση της επιχειρηματικής δραστηριότητας ποικίλλει σημαντικά μεταξύ περιοχών και κλάδων, και αυτό φαίνεται να σχετίζεται με το στίγμα της αποτυχίας. Υποστηρίζει ότι ο επιχειρηματικός δυναμισμός της αμερικανικής οικονομίας βρίσκεται σε έντονη αντίθεση με τα χαμηλά επίπεδα δημιουργίας επιχειρήσεων στη Δυτική Ευρώπη και την Ιαπωνία: Το 2005 το 12,4% από ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα του ενεργού πληθυσμού των ΗΠΑ δήλωσε ότι ασχολείται με κάποιας μορφής επιχειρηματική δραστηριότητα σε πρώιμο στάδιο, ποσοστό που στη Γερμανία και τη Γαλλία δεν ξεπερνά το 5,4% και στην Ιαπωνία το 2,5%. Αν και ο Landier επιχειρεί να ερμηνεύσει τα αποτελέσματα εστιάζοντας στις εξωγενείς πολιτισμικές διαφορές, όπως τα διαφορετικά επίπεδα αποφυγής κινδύνου ή τους διάφορους θεσμικούς περιορισμούς (π.χ. φόρους, κανονιστικά πλαίσια ή διοικητικά έξοδα), εν τέλει καταλήγει ότι εμπειρικά και μη δημοσιευμένα στοιχεία υποδεικνύουν ότι ο στιγματισμός της αποτυχίας αποτελεί έναν καθοριστικό παράγοντα για τη διαμόρφωση της επιχειρηματικότητας (Landier, 2005). Υπάρχουν, επίσης, έρευνες οι οποίες υποστηρίζουν ότι τα υψηλά ποσοστά επιχειρηματικότητας και οι ανώτερες οικονομικές επιδόσεις στις Ηνωμένες Πολιτείες συνδέονται με μια υψηλότερη πολιτισμική ανοχή στην επιχειρηματική αποτυχία (Burchell & Hughes, 2006). Αναφέρουν μάλιστα ότι παρατηρείται το συχνό φαινόμενο οι φορείς χάραξης πολιτικής να κατηγορούν την αρνητική πολιτισμική στάση και την προκατάληψη κατά της αποτυχίας για τα χαμηλότερα ποσοστά επιχειρηματικότητας στην Ευρώπη και αλλού, σε σύγκριση με τις ΗΠΑ. Αυτό επιβεβαιώνει και η έρευνα των Frank Cave και Sue Eccles το 2001 στην οποία συγκρίνονται οι αντιδράσεις στην αποτυχία επιχειρηματιών από τις δυο μεριές του Ατλαντικού: από τις ΗΠΑ και από τη Μεγάλη Βρετανία. Παρόλο που οι επιχειρηματίες και στις δυο χώρες αναγνωρίζουν ότι υπάρχει στίγμα που συνδέεται με την αποτυχία της επιχείρησης (οι Βρετανοί το υποστηρίζουν πιο σθεναρά), ο φόβος της αποτυχίας -εξαιτίας του στίγματος- οδηγεί τους Βρετανούς να υιοθετήσουν επιφυλακτικότερες επιχειρηματικές στρατηγικές, με αποφυγή των κινδύνων και χαμηλότερη ανάπτυξη. Αυτό φυσικά θα έχει επιπτώσεις στη δημιουργία αξίας σε μεμονωμένες επιχειρήσεις αλλά και στην οικονομία στο σύνολό της (Cave *et al.*, 2001). Η ιδέα είναι ότι το στίγμα που συνδέεται με την αποτυχία των επιχειρήσεων στην ΕΕ είναι σχετικά υψηλότερο σε σύγκριση με τις ΗΠΑ, οδήγησε με τη σειρά του σε συγκρίσεις και προτεινόμενες αλλαγές στο νομικό πλαίσιο που περιβάλλει την εταιρική και προσωπική αφερεγγυότητα και την πτώχευση για να ευθυγραμμιστεί με αυτό των ΗΠΑ, το οποίο θεωρείται ότι προωθεί τη συχνότερη ανάληψη επιχειρηματικά επικίνδυνων προσπαθειών (Burchell & Hughes, 2006). Προς αυτήν την κατεύθυνση συνηγορεί και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή:

Στην Ευρώπη, ένα από τα σοβαρά κοινωνικά στίγματα συνδέεται με την πτώχευση. Οι νόμοι περί πτωχέσεων των ΗΠΑ επιτρέπουν στους επιχειρηματίες που αποτυγχάνουν να επαναδραστηριοποιηθούν επαγγελματικά σχετικά γρήγορα, ενώ η αποτυχία θεωρείται ότι αποτελεί μέρος της μαθησιακής διαδικασίας. Στην Ευρώπη όσοι χρεοκοπούν τείνουν να θεωρούνται «αποτυχημένοι». Αυτοί αντιμετωπίζουν μεγάλη δυσκολία να χρηματοδοτηθούν σε ένα νέο επιχειρηματικό εγχείρημα (European Commission, 1998:3).

Αδιαμφισβήτητα ένας μηχανισμός που συμβάλει στον κοινωνικό στιγματισμό των επιχειρηματιών είναι τα μέσα μαζικής ενημέρωσης (Jenkins *et.al.*, 2014). Στις ΗΠΑ, για παράδειγμα, ιδιαίτερα πριν από τη δεκαετία του 1960, τα άρθρα εφημερίδων σκιαγραφούσαν τους οφειλέτες ως απατεώνες, οι οποίοι, σε περίπτωση πτώχευσης, ταυτίζονταν με την παρακμή των κοινωνικών και ηθικών αξιών και συχνά αναφέρονταν ως κακοποιοί, κλέφτες ή ψεύτες. Αντίστοιχα, τα άρθρα εφημερίδων πριν από τη δεκαετία του 1960 απέδιδαν συνήθως τη χρεοκοπία σε καταχρήσεις του οφειλέτη. Οι αιτήσεις πτώχευσης αποδίδονταν, κυρίως, σε δόλια συμπεριφορά του οφειλέτη, όπως για παράδειγμα στην απόκρυψη περιουσιακών στοιχείων (Efrat, 2006). Όπως ομολογούν οι ίδιοι επιχειρηματίες η πτώχευση ερμηνευόταν ως η αποχώρηση από την επιχειρηματική δραστηριότητα με την ιδιοποίηση χρημάτων άλλων ανθρώπων (Singh, 2011). Μετά της δεκαετία του 1960 η ένταση αυτών των αντιλήψεων μετριάστηκε. Οι αιτήσεις για πτώχευση άρχισαν να αποδίδονται σε παράγοντες όπως η ύφεση, ο υψηλός πληθωρισμός και η ανεργία. Ο σημαντικότερος παράγοντας που ώθησε αυτήν την αλλαγή πιστεύεται ότι υπήρξε η πολιτισμική επανάσταση που συνέβη εκείνη την εποχή στις ΗΠΑ (Efrat, 2006).

Σε κάθε περίπτωση, οι επιχειρηματίες είναι υπόλογοι για την αποτυχία των επιχειρήσεών τους, ανεξάρτητα από τις συνθήκες που τη προκάλεσαν. Αυτό το εύρημα δείχνει ότι ο λόγος για τον οποίο η επιχείρηση απέτυχε έχει μικρή επιρροή στη διαδικασία του στιγματισμού. Ο επιχειρηματίας φαίνεται να στιγματίζεται από το γεγονός της αποτυχίας και μόνο (Jenkins *et.al.*, 2014) και σε αυτό συνηγορούν ακόμα και επιχειρηματίες που δεν έχουν αποτύχει ποτέ (Singh, 2011).

Το 2014, διαπιστώθηκε, επίσης, ότι η ένταση του στιγματισμού διαφέρει από χώρα σε χώρα καθώς και ότι **υπάρχουν τρεις συνθήκες** που συνδέουν την αποτυχία των επιχειρήσεων με στάσεις, κυρώσεις και συμπεριφορές στιγματισμού. Η πρώτη συνθήκη συνδέεται με την πολιτισμική θεώρηση ότι η επιχειρηματική αποτυχία είναι άξια στιγματισμού. Η δεύτερη συνθήκη συνδέεται με την αποδοχή από τους επιχειρηματίες του στιγματισμού που τους αποδίδεται από την κοινωνία και η τρίτη συνθήκη αποκαλύπτει ότι το στίγμα παρατηρείται σε μια κοινωνία μέσω των επίσημων ή άτυπων θεσμών οι οποίοι λειτουργούν ως αποθετήρια και μεταφορείς της πληροφορίας. Στην έρευνα, η πιθανότητα για ένα νέο επιχειρηματικό ξεκίνημα σχετίζεται με την ένταση του στιγματισμού άλλα και με το πόσο «ορατό» στην κοινωνία είναι το στίγμα σαν μορφή πληροφορίας. Δυο από τις υποθέσεις που επιβεβαιώνονται από την έρευνα είναι:

- Η πιθανότητα οι αποτυχημένοι επιχειρηματίες να συμμετάσχουν σε επακόλουθες αυτόνομες νεοσύστατες επιχειρήσεις είναι μεγαλύτερη σε χώρες με χαμηλό στίγμα και χαμηλή ορατότητα πληροφορίας σχετικά με προηγούμενες αποτυχίες.
- Η πιθανότητα να συμμετάσχουν αποτυχημένοι επιχειρηματίες σε νέα επιχειρηματική δραστηριότητα είναι χαμηλότερη σε χώρες με υψηλό στίγμα και υψηλή προβολή πληροφορίας σχετικά με προηγούμενες αποτυχίες (Simmons *et al.*, 2014)

Ο αυτοστιγματισμός είναι συνώνυμο της δεύτερης συνθήκης, η οποία συνδέεται με την αποδοχή από τους επιχειρηματίες του στιγματισμού που τους έχει αποδοθεί από την κοινωνία. Ο αυτοστιγματισμός αναφέρεται στην πεποίθηση των επιχειρηματιών ότι υπάρχουν αρνητικά κοινωνικά στερεότυπα για όσους αποτυγχάνουν και στην υιοθέτηση αυτών των αρνητικών πεποιθήσεων από τους ίδιους. Αυτή η διαδικασία αυτοστιγματισμού οδηγεί με τη σειρά της σε αρνητικά συναισθήματα για παράδειγμα ανικανότητας, ενώ σε αρκετές περιπτώσεις υπάρχει αλλαγή της συμπεριφοράς των επιχειρηματιών που μπορεί να οδηγήσει

ακόμα και σε κοινωνική απόσυρση-απομόνωση. Επίσης οι επιχειρηματίες αυτοκατηγορούνται γιατί πλέον δεν έχουν αρκετά χρήματα, για την απώλεια της κοινωνικής τους θέσης, για την ανεργία, για την αδυναμία επίτευξης επιχειρηματικών στόχων και την αδυναμία κάλυψης των οικογενειακών τους αναγκών, καθώς και για την ίδια την πτώχευση (Singh, 2011).

Τέλος μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζει η έρευνα των Singh *et al.*, του 2015, οι οποίοι βλέπουν τον στιγματισμό της αποτυχίας από μια διαφορετική σκοπιά καταλήγοντας και σε ένα θετικό συμπέρασμα. Πρώτον υποστηρίζουν ότι ο στιγματισμός της αποτυχίας είναι μια διαδικασία που εκτυλίσσεται με την πάροδο του χρόνου και ότι δεν αποτελεί απλώς μια ετικέτα. Δεύτερον, τονίζουν ότι η διαδικασία του στιγματισμού ξεκινά πριν και όχι μετά την αποτυχία και ότι συμβάλλει σε ένα βαθμό στην τελική αποτυχία της επιχείρησης. Τρίτον, ιδιαίτερα σημαντικό εύρημα είναι ότι ο στιγματισμός προκαλεί στους επιχειρηματίες στιγμές «επιφοίτησης» όπως τις ονομάζουν, καθώς και μεταβολές στις προσωπικές τους πεποιθήσεις που μπορεί να μετασχηματίσουν την άποψη των επιχειρηματιών για την αποτυχία από μια πολύ αρνητική σε μια θετική εμπειρία ζωής. Αυτή η μετατροπή έχει ως αποτέλεσμα οι επιχειρηματίες να εφαρμόσουν όσα σημαντικά έμαθαν από την αποτυχία τους σε επόμενες επιχειρήσεις είτε είναι δικές, είτε άλλων (Singh *et al.*, 2015).

4.3. Πτωχευτικό δίκαιο και «δεύτερη ευκαιρία»

Έχουμε ήδη αναφερθεί στις επιπτώσεις τις οποίες μπορεί να έχουν οι αλλαγές στο πτωχευτικό δίκαιο μιας χώρας σε διάφορους τομείς της επιχειρηματικότητας. Μια πτωχευτική διαδικασία λιγότερο τιμωρητική, μπορεί σε οικονομικό επίπεδο να ανακουφίσει τις οικονομικές συνέπειες για τον πτωχέυσαντα και να ενθαρρύνει περισσότερους επιχειρηματίες να δοκιμάσουν την τύχη τους, ενώ σε κοινωνικό επίπεδο μπορεί να βοηθήσει στην ελάττωση του στίγματος της αποτυχίας. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι η σκληρότητα και το στίγμα το οποίο αντιμετωπίζουν οι επιχειρηματίες που απέτυχαν από το νομικό πλαίσιο, σε ένα βαθμό αντανάκλαται και στη γενικότερη αντιμετώπισή τους από την κοινωνία. Μια πτωχευτική διαδικασία περισσότερο «φιλική» προς τον επιχειρηματία ενδέχεται να έχει αντίκτυπο και στις κοινωνικές νόρμες και συμπεριφορές, ενώ ταυτόχρονα μπορεί να αυξήσει την επιχειρηματική δραστηριότητα (Ucbasaran *et al.*, 2012; 19 – 23, Lee *et al.*, 2007).

Αναφερθήκαμε επίσης στις ανακοινώσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την ανάγκη εναρμόνισης του πτωχευτικού πλαισίου των χωρών της ΕΕ με αυτό των ΗΠΑ ώστε οι επιχειρηματίες που αποτυγχάνουν να έχουν γρήγορα ευκαιρίες επαναδραστηριοποίησης. Όσον αφορά την Ελλάδα ο Σύλλογος Ελλήνων Βιομηχάνων (ΣΕΒ) έχει ασκήσει κατά καιρούς σκληρή κριτική στο πτωχευτικό δίκαιο της χώρας. Σε ένα Special Report για το πτωχευτικό και προ-πτωχευτικό δίκαιο, τον Νοέμβριου του 2017 ο ΣΕΒ χρησιμοποιώντας στοιχεία από την Παγκόσμια Τράπεζα επισημαίνει:

Η Ελλάδα έχει από τις πλέον πολύπλοκες και αργές πτωχευτικές διαδικασίες που συμβάλλουν καθοριστικά στην καταστροφή της επιχειρηματικής αξίας. Σε αυτό το περιβάλλον, οι πτωχεύσεις το 2015 άγγιξαν μετά βίας τις 200 (ΣΕΒ, 2017β).

Όπως δείχνουν στοιχεία από την έρευνα της Παγκόσμιας Τράπεζας Doing Business 2018 η Ελλάδα κατέχει την 57^η θέση ανάμεσα σε 190 χώρες στον δείκτη Επίλυσης Πτωχεύσεων (Resolving Insolvency). Ο δείκτης αυτός μελετά τον χρόνο, το κόστος, τον ρυθμό αποκατάστασης των εξασφαλισμένων πιστωτών επιχειρήσεων σε πτώχευση, την έκβαση των διαδικασιών αφερεγγυότητας στις οποίες συμμετέχουν οι εγχώριες οντότητες, καθώς και τη

δύναμη του νομικού πλαισίου που εφαρμόζεται στη δικαστική εκκαθάριση και στη διαδικασία αναδιοργάνωσης (World Bank Group, 2017).

Αναλυτικά ο χρόνος αποκατάστασης μετριέται σε ημερολογιακά χρόνια και σε αυτά περιλαμβάνονται τυχόν προσφυγές και αιτήματα επέκτασης. Το κόστος που απαιτείται να καταβάλει ο οφειλέτης για να ανακάμψει από το χρέος υπολογίζεται ως ποσοστό (%) της αξίας περιουσίας του οφειλέτη και συμπεριλαμβάνει το ποσοστό (%) της ακίνητης περιουσίας του, τα δικαστικά τέλη, τα τέλη διαχειριστών αφερεγγυότητας, τις αμοιβές δικηγόρων, τις αμοιβές αξιολογητών και πλειστηριαστών και άλλα σχετικά τέλη. Ο ρυθμός αποκατάστασης των εξασφαλισμένων πιστωτών μετρά τα σέντ ανά δολάριο τα οποία ανακτούν οι εξασφαλισμένοι πιστωτές από το χρέος, καθώς και τη σημερινή αξία του εισπραχθέντος χρέους. Ουσιαστικά αναφέρεται στην αξία της επιχείρησης που διασώζεται και η οποία αποτελεί συνάρτηση του χρόνου της διαδικασίας. Από αυτά αφαιρούνται οι επίσημες δαπάνες της διαδικασίας αφερεγγυότητας. Τα αποτελέσματα για την επιχείρηση (επιβίωση ή όχι) επηρεάζουν τη μέγιστη τιμή που μπορεί να ανακτηθεί από τα χρέη. Τέλος μετριέται η έκβαση των διαδικασιών αφερεγγυότητας. Εάν δηλαδή η επιχείρηση συνεχίζει να λειτουργεί ή ξεκινά η πώληση σε κομμάτια των περιουσιακών της στοιχείων (World Bank Group, 2017).

Συγκεκριμένα στην Ελλάδα μια πτώχευση ολοκληρώνεται κατά προσέγγιση σε 3,5 χρόνια (με τη Σλοβακία μόνο από τις χώρες της ΕΕ, να υπερβαίνει χρονικά αυτό το όριο) και καταφέρνει να διασώσει μόλις το 35% της αξίας της επιχείρησης, όταν στις ώριμες οικονομίες της ευρωζώνης, το ποσοστό αυτό κυμαίνεται μεταξύ 80-90% καθώς η πτώχευση πραγματοποιείται σε 1-1,5 χρόνο (ΣΕΒ, 2017β).

Αξίζει να αναφέρουμε ότι η χώρα που κατέχει την 1^η θέση στον κόσμο στον δείκτη Επίλυσης Πτωχέσεων σύμφωνα με την έκθεση Doing Business 2018 της Παγκόσμιας Τράπεζας είναι η Ιαπωνία. Η διαδικασία της πτώχευσης ολοκληρώνεται σε περίπου 6 μήνες και διασώζεται το 92% της αξίας της επιχείρησης (World Bank Group, 2017). Αναφέρουμε την Ιαπωνία καθώς πρόκειται για μια ιδιαίτερη περίπτωση: Εκτός από το γεγονός ότι το στίγμα της αποτυχίας είναι πολύ έντονο στην Ιαπωνία, με αποτέλεσμα τον μεγάλο αριθμό αυτοκτονιών των αποτυχημένων επιχειρηματιών (Lancet, 2008), σύμφωνα με τις έρευνες του GEM, η Ιαπωνία είναι διαχρονικά η χώρα η οποία σε πολλούς σημαντικούς δείκτες κατατάσσεται στην τελευταία θέση παγκοσμίως. Για το 2018 ανάμεσα σε 54 χώρες καταλαμβάνει την τελευταία θέση στους παρακάτω δείκτες:

- Δείκτης επιχειρηματικών ευκαιριών τις οποίες διαβλέπουν οι πολίτες για το επόμενο εξάμηνο.
- Δείκτης ικανοτήτων, ο οποίος καταγράφει το ποσοστό του πληθυσμού που θεωρεί ότι διαθέτει τις ικανότητες, τις γνώσεις και την εμπειρία για την ανάληψη και την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας.
- Δείκτης επιχειρηματικών προθέσεων, ο οποίος καταγράφει το ποσοστό του πληθυσμού που έχει πρόθεση να ξεκινήσει ένα επιχειρηματικό εγχείρημα τα επόμενα τρία χρόνια.
- Δείκτης Επιχειρηματικού Πνεύματος του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου για την Επιχειρηματικότητα, ο οποίος καταγράφει το ποσό δραστήρια είναι η επιχειρηματικότητα στη χώρα (Global Entrepreneurship Monitor, 2018).

Όλα τα παραπάνω αναδεικνύουν ένα μεγάλο παράδοξο: Στη χώρα με τη μικρότερη ένταση επιχειρηματικότητας, αφού ένα πολύ μικρό ποσοστό του πληθυσμού ασχολείται ή έχει την

πρόθεση να ασχοληθεί επιχειρηματικά, υπάρχει το πιο αποτελεσματικό πτωχευτικό δίκαιο παγκοσμίως.

Αντίθετα, στην Ελλάδα ένας έντιμος επιχειρηματίας που έτυχε να πτωχεύσει αντιμετωπίζει πέρα από το κοινωνικό στίγμα της αποτυχίας και το βάρος των αστικών και ποινικών ευθυνών, με αποτέλεσμα να διστάζει να προχωρήσει σε πτώχευση (βλέπε ενότητα 3.1). Αυτό φυσικά έχει σαν δευτερογενή συνέπεια να επηρεάζεται ολόκληρη η οικονομική ζωή της χώρας. Όταν υγιείς επιχειρήσεις χωρίς προβλήματα εμπλέκονται σε επιχειρηματικές δραστηριότητες με επιχειρήσεις οι οποίες θα έπρεπε να έχουν ήδη πτωχεύσει είναι λογικό ότι σε βάθος χρόνου θα αντιμετωπίσουν με τη σειρά τους οικονομικά προβλήματα και πολύ πιθανό να οδηγηθούν και αυτές στην πτώχευση. Για την αποφυγή αυτού του φαύλου κύκλου ο ΣΕΒ σε μελέτη του για το πτωχευτικό δίκαιο, τονίζει την ανάγκη για νομοθετικές παρεμβάσεις του κράτους ώστε οι διαδικασίες να γίνουν απλούστερες, γρηγορότερες και αποτελεσματικότερες. Επισημαίνει δε την ανάγκη για κατοχύρωση μιας πραγματικά «δεύτερης ευκαιρίας» στην άδολη πτώχευση και υποστηρίζει ότι:

Ο κρατικός προϋπολογισμός θα είναι διπλά κερδισμένος από μια τέτοια προσέγγιση. Πρώτον, διότι θα μπορέσει να εισπράξει ποσά από επιχειρήσεις που διαφορετικά δεν θα έχουν μέλλον, και συνεπώς δεν θα έχουν φορολογητέα εισοδήματα, ούτε οι ίδιες ούτε οι εργαζόμενοι και προμηθευτές τους. Και δεύτερον, διότι θα υποβοηθηθεί η ανάκαμψη, η επιστροφή σε γρήγορους ρυθμούς ανάπτυξης και κατά προέκταση η αύξηση της φορολογητέας ύλης (ΣΕΒ, 2017β).

Και η Ευρωπαϊκή Ένωση δείχνει να έχει αντιληφθεί τη σημασία της «δεύτερης ευκαιρίας» στην επιχειρηματικότητα για όσους έχουν προχωρήσει σε άδολη πτώχευση. Σε μια έκθεση που δημοσιεύθηκε το 2015 με τίτλο «A second chance for entrepreneurs -prevention of bankruptcy, simplification of bankruptcy procedures and support for a fresh start» οι ειδικοί υποστηρίζουν ότι η νομοθεσία περί πτωχεύσεων πρέπει να εξισορροπήσει δύο αντικρουόμενα συμφέροντα: Από τη μια πλευρά, τα συμφέροντα του πιστωτή πρέπει να προστατεύονται. Από την άλλη, κάθε σύστημα πρέπει να κρατήσει ζωντανές τις βιώσιμες επιχειρήσεις και, το πιο σημαντικό, να δημιουργήσει ένα περιβάλλον που ενθαρρύνει τον επιχειρηματία να αναλάβει κινδύνους και να ξεκινήσει μια νέα επιχείρηση. Αυτό είναι πολύτιμο για τον επιχειρηματία και για την κοινωνία γενικότερα. Στην έκθεση επισημαίνεται ότι δεν πρέπει να δίνεται έμφαση μόνο σε πολιτικές δημιουργίας νέων επιχειρηματιών αλλά αντίθετα υπογραμμίζεται η ανάγκη διατήρησης του συνόλου των επιχειρηματιών στο σύστημα. Οι ειδικοί αναγνωρίζουν ότι οι επιχειρηματίες έχουν συγκεκριμένες δεξιότητες και στάσεις που δεν είναι μεταβιβάσιμες και στην Ευρώπη αντιπροσωπεύουν μικρότερο ποσοστό του πληθυσμού απ'ό, τι στις ΗΠΑ (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2015)

Σε άλλη μεγάλη έρευνα η οποία διεξήχθη σε όλες τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και εκδόθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή το 2014 με τίτλο «Bankruptcy and second chance for honest bankrupt entrepreneurs» αναφέρεται χαρακτηριστικά για τον δείκτη της φήμης ότι: «Στις περισσότερες χώρες της Ευρώπης η πτώχευση έχει ένα δυνατό κοινωνικό στίγμα το οποίο συνοδεύει το ίδιο το άτομο» (ECORYS, 2014). Η έρευνα όπως φαίνεται και από τον τίτλο της αναφέρεται στις επιπτώσεις της πτώχευσης και στις δυνατότητες τις οποίες έχουν οι επιχειρηματίες -που προχώρησαν σε άδολη πτώχευση- για μια δεύτερη ευκαιρία. Στην συγκεκριμένη έρευνα εκτός από τη φήμη (reputation), εξετάζονται επίσης ο χρόνος αποφόρτισης (discharge time) και οι ποινές (penalties). Ο χρόνος αποφόρτισης υπάρχει σε σχεδόν όλες τις ευρωπαϊκές χώρες και είναι ο χρόνος μετά την πτώχευση στον οποίο δεν επιτρέπεται στον επιχειρηματία να προχωρήσει σε νέα επιχειρηματική προσπάθεια. Οι ποινές

εντοπίζονται μόνο σε ορισμένες χώρες αλλά επιβάλλονται ανεξαιρέτως σε όλους τους πτωχεύσαντες ανεξάρτητα εάν η πτώχευση ενέχει δόλο ή όχι (ECORYS, 2014). Στόχος της έρευνας είναι να τονιστεί η ανάγκη να διευκολυνθούν οι έντιμοι επιχειρηματίες οι οποίοι πτώχευσαν χωρίς δόλο ώστε να έχουν μια «δεύτερη ευκαιρία» στην επιχειρηματικότητα. Προτείνει, έτσι, μια σειρά από μέτρα δίνοντας έμφαση στην απλούστευση των διαδικασιών και του πτωχευτικού δικαίου καθώς και στη διαγραφή χρεών και φορολογικών βαρών. Η ΕΕ εξέδωσε σύσταση για όλα τα κράτη μέλη της, στόχος της οποίας αποτελεί:

να ενθαρρύνει τα κράτη μέλη να θεσπίσουν ένα πλαίσιο που θα καθιστά δυνατή την αποτελεσματική αναδιάρθρωση των βιώσιμων επιχειρήσεων με οικονομικές δυσχέρειες και θα παρέχει στους έντιμους επιχειρηματίες μια δεύτερη ευκαιρία, προωθώντας κατά τον τρόπο αυτό την επιχειρηματικότητα, τις επενδύσεις και την απασχόληση και συμβάλλοντας στη μείωση των εμποδίων στην ομαλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2014:67).

Η σύσταση αυτή εκδόθηκε, καθώς πανευρωπαϊκά το 25% των επιχειρήσεων που προσχωρεί σε πτώχευση, δραστηριοποιείται σε περισσότερες από μία χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, γεγονός που αναδεικνύει την ανάγκη για μια κοινή και ενιαία γραμμή αντιμετώπισης των πτωχεύσεων (ECORYS, 2014).

4.4. Επιχειρηματική αποτυχία και μάθηση

Η σημασία της «δεύτερης ευκαιρίας» για τους έντιμους επιχειρηματίες εντοπίζεται και σε έναν ακόμη λόγο: Ακαδημαϊκές μελέτες υποστηρίζουν ότι οι επιχειρηματίες μπορούν να διδαχθούν από την αποτυχία των επιχειρήσεων όταν είναι σε θέση να χρησιμοποιήσουν πληροφορίες σχετικά με τους λόγους για τους οποίους η επιχείρησή τους απέτυχε (ανατροφοδότηση) και να αναθεωρήσουν τις υπάρχουσες γνώσεις τους σχετικά με τον τρόπο αποτελεσματικής διαχείρισης της δικής τους επιχείρησης (Shepherd, 2003. Sitkin, 1992. Ucbasaran *et al.*, 2012). Φαίνεται ότι η διαδικασία μάθησης από την αποτυχία των επιχειρήσεων ωφελεί επίσης την κοινωνία, μέσω της εφαρμογής αυτής της γνώσης σε μεταγενέστερες επιχειρήσεις (Shepherd, 2003).

Η αποτυχία μιας επιχείρησης είναι ένα «σαφές μήνυμα» ότι κάτι πήγε στραβά και παρακινεί τα άτομα να δώσουν προσοχή στην κατανόηση του τι πήγε στραβά (Sitkin, 1992). Όμως, η αποτυχία δεν είναι πάντα επιβλαβής. Στην οργανωτική ζωή μπορεί ορισμένες φορές να είναι επιβλαβής, αλλά ορισμένες φορές είναι αναπόφευκτη και άλλες ακόμη και ωφέλιμη (Edmondson, 2011). Η σπουδαιότητα της αποτυχίας έγκειται στην ικανότητά της να αμφισβητεί τις τρέχουσες πρακτικές και διαδικασίες, εφιστώντας την προσοχή σε προηγουμένως παραγνωρισμένα προβλήματα και ασυνέπειες, τροφοδοτώντας με αυτόν τον τρόπο μια διαδικασία στην οποία οι παλιοί τρόποι αντίληψης, σκέψης και δράσης ανατρέπονται, και αντικαθίστανται από νέους (Sitkin, 1992). Εάν ένα βασικό όφελος από την αποτυχία είναι ότι παρέχει μια ευκαιρία μάθησης, τότε εύλογα θα περιμέναμε μεταγενέστερες επιχειρήσεις που ανήκουν σε επιχειρηματίες που έχουν αποτύχει να αποδίδουν καλύτερα (Ucbasaran *et al.*, 2012). Αυτό βέβαια δεν σημαίνει αυτόματα ότι όσο περισσότερες αποτυχίες έχει στο ιστορικό του ένας επιχειρηματίας, τόσο μεγαλύτερες είναι οι πιθανότητες να επιτύχει σε μια νέα προσπάθεια. Οι επιχειρηματίες μαθαίνουν με τη συνεχή ενημέρωση ενός υποκειμενικού αποθέματος γνώσεων οι οποίες συγκεντρώθηκαν με βάση το συνδυασμό των επιτυχιών και των αποτυχιών του παρελθόντος (Yamakawa *et al.*, 2010).

Από τη βιβλιογραφία αναδεικνύονται δυο ακόμα σημαντικοί λόγοι για τη χορήγηση στους αδύωως πτωχεύσαντες επιχειρηματίες, μιας «δεύτερης ευκαιρίας». Οι επιχειρηματίες που έχουν βιώσει την αποτυχία είναι αναμφισβήτητα περισσότερο προετοιμασμένοι για τις δοκιμασίες της επιχειρηματικότητας, από εκείνους που έχουν απολαύσει μόνο επιτυχίες ή από τους υποψήφιους επιχειρηματίες που δεν έχουν βιώσει ακόμα τη συχνά σκληρή πραγματικότητα και τα έντονα «σημεία πίεσης» της επιχειρηματικής διαδικασίας. Τα ισχυρά και θετικά διδάγματα από την αποτυχία μπορούν να δώσουν στους επιχειρηματίες μια αναζωογονημένη εμπιστοσύνη στις ικανότητές τους και μια ευρύτερη, πιο εξελιγμένη βάση πληροφόρησης και γνώσης (Core, 2011).

Τέλος, εκτός από περισσότερο προετοιμασμένοι, οι επιχειρηματίες οι όποιοι βιώσαν την αποτυχία φαίνεται να παρουσιάζουν βελτίωση και στην ικανότητα εντοπισμού νέων ευκαιριών. Σύμφωνα με τα στοιχεία πρόσφατης έρευνας, τα άτομα τα οποία είναι εξοπλισμένα με τα κατάλληλα γνωστικά εργαλεία, μπορούν να επωφεληθούν από τις επιχειρησιακές τους αποτυχίες αναπτύσσοντας μια ενισχυμένη ικανότητα να εντοπίζουν νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες (Mueller & Shepherd, 2016).

Στο πρόγραμμα LIFE, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή επιχείρησε να αναδείξει επιτυχημένες επιχειρηματικές προσπάθειες οι οποίες πρόεκυψαν από τη γνώση που αποκτήθηκε από μια προηγούμενη επιχειρηματική αποτυχία (European Commission, 2015)

4.5. Δυσκολίες της μαθησιακής διαδικασίας μετά από μια αποτυχία

Είναι σημαντικό να τονίσουμε ότι η μάθηση από την αποτυχία δεν αποτελεί ούτε εύκολη ούτε αυτόματη διαδικασία (Tripathi & Bamel, 2014). Όπως τονίζει η Amy Edmondson στο άρθρο της στο *Harvard Business Review* τον Απρίλιο του 2011, η σοφία της μάθησης από την αποτυχία είναι αναμφισβήτητη, ωστόσο, οι περιπτώσεις στις οποίες αυτό γίνεται σωστά είναι σπάνιες. Ακόμα και αν μιλάμε για μεγάλους οργανισμούς όπου καταναλώνεται χρόνος, πόροι και προσωπικό προσπαθώντας να ανακαλύψουν τι πήγε στραβά σε μια οργανωτική αποτυχία, στο τέλος συνήθως δεν επέρχεται καμιά πραγματική αλλαγή στον τρόπο λειτουργίας του οργανισμού (Edmondson, 2011). Οι στάσεις και οι ενέργειες που απαιτούνται για μια αποτελεσματική ανίχνευση και ανάλυση των αποτυχιών είναι ελλιπής στις περισσότερες εταιρείες, ενώ ταυτόχρονα υποεκτιμάται η ανάγκη ανάπτυξης συγκεκριμένων στρατηγικών εκμάθησης. Η Edmondson υποστηρίζει ακόμα, ότι σημαντικό εμπόδιο για τη μάθηση είναι η απόδοση ευθυνών και τονίζει ότι η ανοχή αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για κάθε οργανισμό που επιθυμεί να εξάγει γνώση από μια αποτυχία. Σημαντικό ρόλο σε αυτή την κατεύθυνση πρέπει να έχουν οι ηγέτες κάθε οργανισμού οι οποίοι πρέπει να δημιουργήσουν και να ενισχύσουν μια κουλτούρα που εξουδετερώνει το παιχνίδι τις απόδοσης ευθυνών και κάνει τους ανθρώπους να αισθάνονται άνετα, ενώ ταυτόχρονα τους παρακινεί να αναδείξουν τις αιτίες της αποτυχίας και να πάρουν μαθήματα από αυτήν. Το σημαντικό σε μια αποτυχία είναι να καταλάβουμε τι συνέβη όχι «ποιος φταίει» (Edmondson, 2011).

Επίσης, η θλίψη από μια επιχειρηματική αποτυχία, έχει σημαντικά αρνητικό αντίκτυπο στη δυνατότητα άντλησης γνώσης. Για να επιτευχθεί η αναπτυξιακή μάθηση θα πρέπει να μπορέσει ο επιχειρηματίας να ξεπεράσει τα αρνητικά συναισθήματα και τα συναισθήματα απώλειας που προκύπτουν μετά από την αποτυχία της επιχείρησης (COPE 2011). Ο Shepherd το 2003 υποστηρίζει ότι τα άτομα με υψηλά επίπεδα θλίψης μαθαίνουν λιγότερο από τις πληροφορίες για την απώλεια μιας επιχείρησης από εκείνα με χαμηλά επίπεδα θλίψης. Συσχετίζει μάλιστα τη θλίψη με τον αριθμό των πληροφοριών που υπάρχουν

για τους λόγους της αποτυχίας και υποστηρίζει ότι η παρεμβολή της θλίψης στη μάθηση είναι μεγαλύτερη σε υψηλά επίπεδα πληροφοριών, παρά σε χαμηλά επίπεδα πληροφοριών. Η θλίψη, δηλαδή, εμποδίζει το άτομο να επεξεργαστεί μεγάλα επίπεδα πληροφορίας (Shepherd, 2003).

Ένας άλλος σημαντικός παράγοντας είναι η στάση κάθε επιχειρηματία απέναντι στην αποτυχία. Όπως επισημαίνει η Διαμάντω Πολίτη το 2008, μόνο τα άτομα με θετική σκέψη απέναντι στην αποτυχία μπορούν να αντλήσουν γνώση από αυτή. Στην έρευνά της έλαβαν μέρος «επιχειρηματίες συνήθειας», επιχειρηματίες δηλαδή που είχαν δημιουργήσει πολλές επιχειρήσεις στο παρελθόν και νέοι επιχειρηματίες οι οποίοι δεν είχαν δραστηριοποιηθεί ποτέ επιχειρηματικά στο παρελθόν. Οι «επιχειρηματίες συνήθειας» όχι μόνο έδειξαν μια θετικότερη στάση απέναντι στην αποτυχία αλλά ταυτόχρονα απέδωσαν την εκτεταμένη εμπειρία τους στη γνώση που είχε προκύψει από προηγούμενες αποτυχίες (Politis, 2008). Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει και το άρθρο των Tripathi & Bamel του 2014 το οποίο ασχολείται αποκλειστικά με παράγοντες που επηρεάζουν τη δυνατότητα μάθησης από την επιχειρηματική αποτυχία. Στο άρθρο αναφέρονται 8 παράγοντες:

1. **Το υψηλότερο επίπεδο αυτό-αποτελεσματικότητας σχετίζεται θετικά με το υψηλότερο επίπεδο μάθησης από την αποτυχία.** Αυτό-αποτελεσματικότητα εννοείται η πίστη τη οποία έχουν τα άτομα στους εαυτούς του και στις ικανότητές τους. Υψηλά επίπεδα αυτό-αποτελεσματικότητας συνεπάγονται επίσης υψηλότερα επίπεδα επιμονής σε ένα άτομο. Αυτό το χαρακτηριστικό είναι πολύ σημαντικό για έναν επιχειρηματία ώστε να μπορέσει να διδαχτεί από την αποτυχία, καθώς ένας επιχειρηματίας με υψηλότερα επίπεδα αισιοδοξίας και επιμονής θα συνεχίσει να προσπαθεί, παρά τις αποτυχίες. Η πίστη του στις ικανότητές του σε συνδυασμό με την αισιοδοξία και την επιμονή του θα διασφαλίσουν ότι ο επιχειρηματίας θα συνεχίσει να αγωνίζεται να προσπαθεί να λύσει τα προβλήματα που εμφανίζονται και να διατηρεί τα επίπεδα απόδοσής του ακόμη και στα χειρότερα σενάρια.
2. **Η αιτία της αποτυχίας θα επηρεάσει αρνητικά ή θετικά τη σχέση μεταξύ της αυτό-αποτελεσματικότητας και της μάθησης από την αποτυχία ενός επιχειρηματία.** Για μια αποτυχία οι λόγοι θα είναι είτε εσωτερικοί, είτε εξωτερικοί. Οι εσωτερικοί λόγοι σχετίζονται με τις περιπτώσεις στις οποίες ο επιχειρηματίας θα μπορούσε να κάνει κάτι για να αποφύγει την αποτυχία, ενώ στους εξωτερικούς λόγους ο επιχειρηματίας δεν έχει κανένα έλεγχο πάνω στους λόγους που τον οδήγησαν στην αποτυχία. Οι άνθρωποι έχουν την τάση να κατηγορούν εξωτερικούς λόγους για την αποτυχία τους, ώστε να αποποιηθούν την ευθύνη και να κρατήσουν ψηλά την αυτοεκτίμησή τους. Σε αυτήν την περίπτωση ακόμα και αν έχουν υψηλή αυτό-αποτελεσματικότητα η μαθησιακή εμπειρία από την αποτυχία είναι πολύ περιορισμένη. Σε αντίθετη περίπτωση, όταν δηλαδή οι επιχειρηματίες αποδίδουν σε εσωτερικούς λόγους την αποτυχία, οδηγούνται σε ενισχυμένη μάθηση, ιδιαίτερα αν συνδυαστεί με υψηλά επίπεδα αυτό-αποτελεσματικότητας.
3. **Ο τύπος αποτυχίας θα επηρεάσει θετικά ή αρνητικά τη σχέση μεταξύ της αυτο-αποτελεσματικότητας και της μάθησης από την αποτυχία ενός επιχειρηματία.** Υπάρχουν οι μικρές αποτυχίες και οι μεγάλες. Οι μικρές αποτυχίες αναφέρονται στις καθημερινές ή συνηθισμένες αποτυχίες οι οποίες θα μπορούσαν να σχετίζονται με τη λειτουργία της επιχείρησης και οι μεγάλες αποτυχίες είναι αυτές που προκαλούν σημαντικά τις αντιλήψεις και τις παραδοχές ενός επιχειρηματία. Εάν οι αποτυχίες

είναι μεγάλες και είναι ενάντια στις πεποιθήσεις και τις παραδοχές του επιχειρηματία, μπορούν να τον οδηγήσουν να αποφύγει να εξετάσει αυτό το είδος αποτυχίας ως μαθησιακή εμπειρία.

4. **Η προηγούμενη εμπειρία ενός επιχειρηματία θα επηρεάσει θετικά τη μάθηση από την αποτυχία ενός επιχειρηματία.** Οι επιχειρηματίες με μικρή ή καθόλου εμπειρία εξαντλούν τις προσπάθειές τους στην -με κάθε τρόπο- αποφυγή της αποτυχίας ή προσπαθούν να επιλύσουν ένα πρόβλημα προσωρινά. Αντίθετα, οι επιχειρηματίες με προηγούμενη εμπειρία στην αποτυχία θα αφιερώσουν περισσότερο χρόνο ώστε να κατανοήσουν τι συνέβη και να διδαχθούν από αυτό.
5. **Ένα ανεπίσημο δίκτυο θα επηρεάσει θετικά την εκμάθηση ενός επιχειρηματία από την αποτυχία.** Στη ζωή ενός επιχειρηματία υπάρχουν επίσημα και ανεπίσημα κοινωνικά δίκτυα. Ανεπίσημα δίκτυα θεωρούνται οι άνθρωποι με τους οποίους ο επιχειρηματίας έχει συναισθηματικό δέσιμο, όπως οικογένεια, φίλοι και συνάδελφοι. Από την άλλη, υπάρχουν τα επίσημα δίκτυα ανθρώπων που αναφέρονται στους ανθρώπους με τους οποίους δεν υπάρχει συναισθηματικό δέσιμο αλλά υπάρχουν επαγγελματικοί δεσμοί και εμπορικές συναλλαγές. Ένα δυνατό ανεπίσημο δίκτυο ανθρώπων μπορεί, σε περίπτωση αποτυχίας, να στηρίξει έναν επιχειρηματία συναισθηματικά, ώστε να ξεπεράσει γρήγορα τη θλίψη και τα αρνητικά του συναισθήματα ενώ παράλληλα τον βοηθά να διατηρήσει μια θετική στάση απέναντι στην αποτυχία. Η θετική στάση θεωρείται κρίσιμος παράγοντας για τη μαθησιακή διαδικασία.
6. **Ένα ανεπίσημο δίκτυο που δίνει τη σωστή ανατροφοδότηση συνδέεται άμεσα με μια λειτουργική μάθηση από την αποτυχία.** Ένα ανεπίσημο δίκτυο μπορεί να βοηθήσει έναν επιχειρηματία να μάθει από την αποτυχία, αν εκτός από τη συναισθηματική στήριξη του παρέχει και τις σωστές πληροφορίες γύρω από τους λόγους που τον οδήγησαν στην αποτυχία. Η σωστή πληροφόρηση με τη σειρά της οδηγεί σε μια λειτουργική μαθησιακή διαδικασία.
7. **Ένα επίσημο δίκτυο θα έχει άμεση θετική επίδραση στη μάθηση από την αποτυχία ενός επιχειρηματία.** Ο επιχειρηματίας μπορεί να λάβει σημαντικές γνώσεις γύρω από την αποτυχία και από το επίσημο δίκτυο ανθρώπων, όπως από προηγούμενους πελάτες και ανταγωνιστές. Αν για παράδειγμα ο επιχειρηματίας κατηγορούσε για την αποτυχία του την οικονομική ύφεση και οι ανταγωνιστές του τον ενημερώσουν ότι ύφεση δεν υπάρχει θα τον αναγκάσουν να αναπλαισιώσει την αποτυχία του και να αποκτήσει τη σωστή γνώση.
8. **Ο κοινωνικός στιγματισμός της αποτυχίας σχετίζεται αρνητικά με τη μάθηση από την αποτυχία ενός επιχειρηματία.** Οι πολιτισμικοί, κοινωνικοί και θεσμικοί κανόνες μπορούν να επηρεάσουν σημαντικά τη διαδικασία μάθησης από την αποτυχία. Οι επιχειρηματίες είναι ένα μέρος της κοινωνίας και υπάρχει η απαίτηση από αυτούς να τηρούν τους θεσμικούς και τους κοινωνικούς κανόνες. Σε γενικές γραμμές οι κοινωνίες υποστηρίζουν τις επιτυχίες και αποδοκιμάζουν τις αποτυχίες. Αυτό σημαίνει ότι όταν ένας επιχειρηματίας αποτύχει, κατακλύζεται από συναισθήματα όπως η ντροπή, η ενοχή και η αμηχανία. Αυτά τα αρνητικά

συναισθήματα αποτελούν σημαντικό εμπόδιο στη μαθησιακή διαδικασία (Tripathi & Bamel, 2014).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο : Μεθοδολογία Έρευνας

5.1 Μεθοδολογία

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να εντοπιστούν οι αντιλήψεις που επικρατούν ανάμεσα στους Κρητικούς επιχειρηματίες για ορισμένα ζητήματα που φαίνεται να επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα. Το θεωρητικό πλαίσιο και η βιβλιογραφική επισκόπηση που προηγήθηκε είχαν στόχο να παράσχουν τα απαραίτητα εφόδια για την κατανόηση του υπό εξέταση ζητήματος και για τη διαμόρφωση του κατάλληλου εργαλείου μέτρησης (ερωτηματολογίου) που χρησιμοποιήθηκε στη έρευνα. Οι ερωτήσεις διατυπώθηκαν με τέτοιο τρόπο ώστε να καλύπτουν όσο τον δυνατόν πληρέστερα τα τέσσερα ερευνητικά ερωτήματα στα οποία εστιάζει η έρευνα:

- Τι φοβίζει τους κρητικούς επιχειρηματίες σήμερα ως προς τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεών τους και πόσο φοβούνται μια επιχειρηματική αποτυχία;
Οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου που εξετάζουν το συγκεκριμένο ερώτημα είναι οι : 9, 10, 11,14 και 23.
- Υπάρχει το στίγμα της αποτυχίας σήμερα; Αν ναι, σε τι βαθμό και πόσο μπορεί να επηρεάσει το πνεύμα της επιχειρηματικότητας;
Οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου που εξετάζουν το συγκεκριμένο ερώτημα είναι οι : 15, 16, 17,18, 19 και 24.
- Πόσα γνωρίζουν οι επιχειρηματίες για το πτωχευτικό δίκαιο και πώς αυτό, στην υπάρχουσα μορφή του, μπορεί να επηρεάσει την επιχειρηματικότητα;
Οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου που εξετάζουν το συγκεκριμένο ερώτημα είναι οι : 20, 21, και 22.
- Μπορεί μια αποτυχία να προσφέρει πολύτιμη γνώση και μαθήματα ώστε να πετύχουμε καλύτερα αποτελέσματα σε μια ενδεχόμενη μελλοντική επιχειρηματική δραστηριότητα;
Οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου που εξετάζουν το συγκεκριμένο ερώτημα είναι οι : 25, 26 και 27.

Το ερωτηματολόγιο της έρευνας αποτελείται από ερωτήσεις ταξινομημένες σε πέντε ενότητες. Η πρώτη ενότητα περιλαμβάνει κοινωνικοδημογραφικές μεταβλητές, στο πλαίσιο των οποίων -μεταξύ άλλων- ερωτάται το φύλο του επιχειρηματία, το μέγεθος της επιχείρησης (βάσει του αριθμού των εργαζομένων), τα χρόνια της λειτουργίας της, ο τομέας δραστηριότητας, κ.ά. Έπειτα ακολουθούν οι 4 ενότητες οι οποίες αφορούν τα ζητήματα προς εξέταση. Ως εργαλείο μέτρησης επιλέχθηκε η κατασκευή ερωτηματολογίου με τη μέθοδο της αυτοσυμπλήρωσης, χωρίς την επίβλεψη συνεντευκτών.

Το ερωτηματολόγιο επελέγη διότι προσφέρει μεγάλη ευελιξία και προσαρμοστικότητα ως προς τους τρόπους που μπορούν να εκφραστούν οι ερωτήσεις (Αποστολάκης, 2017). Το σύνολο των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου είναι 27. Από αυτές 21 είναι ερωτήσεις είναι κλειστού τύπου ενώ υπάρχουν και 6 ερωτήσεις κλίμακας σημαντικού διαφορισμού στις οποίες μετράμε τη στάση των ερωτώμενων απέναντι σε δυο εκ διαμέτρου αντίθετες απόψεις.

Για την κατασκευή του ερωτηματολογίου έγινε χρήση της διαδικτυακής εφαρμογής Google Forms, η οποία επελέγη γιατί προσφέρει μεγάλη ευελιξία στον τρόπο με τον οποίο μπορεί να διατυπωθεί κάθε ερώτηση αλλά και στο τρόπο με τον οποίο θα αποτυπωθούν, θα

συλλεχτούν και έπειτα θα αναλυθούν οι απαντήσεις των συμμετεχόντων. Μετά την κατασκευή του ερωτηματολογίου η εφαρμογή εξάγει ένα link το οποίο μπορεί να αποσταλεί διαδικτυακά και οδηγεί απευθείας στη φόρμα συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου. Οι δε απαντήσεις καταχωρούνται και ενημερώνονται σε πραγματικό χρόνο. Τα αποτελέσματα αποτυπώνονται με μορφή διαγραμμάτων ενώ, για μια λεπτομερέστερη ανάλυση μπορούν και να εξαχθούν σε φύλλο επεξεργασίας excel.

Η συμμετοχή στην έρευνα ήταν εθελοντική, ενώ πάνω από τη διεύθυνση του link υπήρχε ένα μικρό κείμενο το οποίο ενημέρωνε τους επισκέπτες για την έρευνα, τους στόχους της, την ταυτότητα του ερευνητή και του φορέα. Ενημέρωνε επίσης για τη διασφάλιση της προστασίας των προσωπικών δεδομένων, τα οποία χρησιμοποιούνται αποκλειστικά και μόνο για τους σκοπούς της συγκεκριμένης έρευνας.

Προτού αναρτηθεί το link του ερωτηματολογίου διεξήχθη μια πιλοτική έρευνα με την συμμετοχή πέντε τυχαίων επιχειρηματιών, ώστε αρχικά να μπορέσουμε να επιβεβαιώσουμε την ορθή λειτουργία του ερωτηματολογίου και να μπορέσουμε, παράλληλα, να έχουμε μια ανατροφοδότηση ως προς τυχόν ασάφειες ή παραλείψεις που έπρεπε να διορθωθούν πριν την έναρξη της έρευνας.

Οι απαντήσεις συγκεντρώθηκαν από τον Σεπτέμβριο του 2018 έως και τα μέσα Φεβρουαρίου του 2019.

5.2. Το δείγμα και οι δυσκολίες της έρευνας

Αρχικός στόχος της έρευνας ήταν να στοχεύσει στους επιχειρηματίες που είχαν ήδη βιώσει την αποτυχία καθώς θεωρήσαμε ότι θα ήταν σε θέση να περιγράψουν την εμπειρία τους δίνοντάς μας ενδιαφέροντα στοιχεία για αυτήν, και για τον τρόπο με τον οποίο τη βίωσαν. Δυστυχώς η πρόσβαση σε αυτή τη μερίδα των επιχειρηματιών αποδείχθηκε αδύνατη καθώς αφενός δεν υπήρχε καμία επίσημη καταγραφή όσων έχουν αποτύχει επιχειρηματικά και αφετέρου ακόμη και αν υπήρχε η δυνατότητα να εντοπιστούν, όσοι έχουν αποτυχίες στον επαγγελματικό τους βίο, συνήθως αποφεύγουν να μιλούν για αυτές (Shepherd & Wiklund, 2006). Επομένως, η αμέσως επόμενη επιλογή για τη δημιουργία του δείγματος ήταν να απευθυνθούμε σε επιχειρήσεις εν λειτουργία της Κρήτης, στις οποίες η πρόσβαση αποδείχτηκε σαφώς ευκολότερη.

Αρχικά, όπως συνηθίζεται σε αρκετές έρευνες, απευθυνθήκαμε σε επιχειρηματίες από το στενό αλλά και το ευρύτερο περιβάλλον. Η αρχική ανταπόκριση από τη μεριά τους ήταν πολύ μεγάλη και ενθαρρυντική για τη συνέχεια. Μετά από παράκλησή μας, οι επιχειρηματίες που γνωρίζαμε προώθησαν το link της έρευνας σε άλλους επιχειρηματίες με τους οποίους συνεργάζονται (μέθοδος της χιονοστιβάδας) και σε σύντομο χρονικό διάστημα είχαμε συγκεντρώσει τις πρώτες 42 απαντήσεις. Έτσι καλλιεργήθηκε η ελπίδα ότι το δείγμα θα συνέχιζε να αυξάνεται με τον ίδιο έντονο ρυθμό, αλλά δυστυχώς αυτό δεν συνέβη. Στη συνέχεια και επειδή δεν ήταν δυνατή η πρόσβαση σε λίστες επιχειρηματιών και στα στοιχεία τους, η προσέγγιση του υπό μελέτη πληθυσμού έπρεπε να επιτευχθεί μέσω της επαφής με περισσότερο επίσημα κανάλια επικοινωνίας. Επομένως, έγινε προσπάθεια μέσω της αποστολής ηλεκτρονικού ταχυδρομείου να έρθουμε σε επαφή με τα Εμπορικά και Βιομηχανικά Επιμελητήρια των Νομών της Κρήτης, καθώς επίσης και με ενώσεις, σωματεία και ομοσπονδίες επιχειρηματιών από όλο το νησί. Η ευκολία αποστολής και συμπλήρωσης του ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου οδήγησε -όπως αποδείχτηκε λανθασμένα- στο συμπέρασμα ότι σύντομα θα είχα ανταπόκριση από κάποιον από αυτούς τους φορείς. Δυστυχώς, για λόγους τους οποίους υποψιαζόμασταν αλλά επιβεβαιώθηκαν στην επομένη

και τελευταία προσπάθεια συγκέντρωσης απαντήσεων, δεν υπήρξε καμία ανταπόκριση για συμμετοχή στην έρευνα από επίσημους φορείς.

Όπως αποδείχτηκε, ο πιο αποτελεσματικός τρόπος συγκέντρωσης απαντήσεων για την έρευνά μας, ήταν να επισκεφτούμε προσωπικά επιχειρήσεις με εκτυπωμένα ερωτηματολόγια τα οποία συμπλήρωναν μόνοι τους οι επιχειρηματίες, και τα οποία καταχωρούσαμε έπειτα, ηλεκτρονικά στην εφαρμογή Google Forms. Τα ερωτηματολόγια ήταν εκτυπωμένα όπως ακριβώς παρουσιάζονταν και στην ηλεκτρονική μορφή με όλες τις πληροφορίες για την έρευνα και τις ερωτήσεις, και φυσικά συμπληρώνονταν ανώνυμα. Με τη μέθοδο αυτή, υπήρξε μεγάλη ανταπόκριση ακόμη και στις περιπτώσεις, που μετά από συνεννόηση με τον ίδιο τον επιχειρηματία, στέλναμε στην προσωπική του ηλεκτρονική διεύθυνση τον σύνδεσμο της έρευνας για να το συμπληρώσει όποτε εκείνος επιθυμούσε.

Από το σύνολο των 214 συμπληρωμένων ερωτηματολογίων της έρευνας περίπου τα δυο τρίτα προήρθαν από προσωπική επαφή. Η προσωπική επαφή με τους επιχειρηματίες εκτός από αποτελεσματική μέθοδο συγκέντρωσης απαντήσεων, υπήρξε μια πραγματικά αποκαλυπτική εμπειρία. Στην συντριπτική πλειοψηφία των περιπτώσεων οι επιχειρηματίες εμφανίστηκαν χαμογελαστοί και πρόθυμοι να συνεισφέρουν, ενώ σε πολλές περιπτώσεις έδειξαν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την έρευνα και κυρίως για τα αποτελέσματά της.

Σε καθαρά ανθρώπινο επίπεδο κάποιοι επιχειρηματίες μετά τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου, μας μιλούσαν για τις επιχειρηματικές δυσκολίες τις οποίες αντιμετωπίζουν, ενώ αρκετοί έκαναν παρατηρήσεις για το ίδιο το ερωτηματολόγιο. Από αυτές τις παρατηρήσεις επιβεβαιώθηκαν για εμάς και οι λόγοι της μη συμμετοχής των επίσημων φορέων στην έρευνα αλλά και γιατί δεν λειτούργησε αποτελεσματικά η μέθοδος τις χιονοστιβάδας, ως τρόπος προσέγγισης του δείγματος. Σχεδόν όλες οι παρατηρήσεις που ακούσαμε από επιχειρηματίες σχετίζονταν με το ίδιο το θέμα της έρευνας. Η εντύπωση η οποία αποκομίσαμε από τις παρατηρήσεις τους ήταν ότι η συμπλήρωση του συγκεκριμένου ερωτηματολογίου δεν αποτελούσε ευχάριστη εμπειρία. Για τους επιχειρηματίες, ο φόβος της αποτυχίας, το στίγμα της αποτυχίας και το πτωχευτικό δίκαιο σίγουρα δεν αποτελούν ούτε δημοφιλή, ούτε ευχαρίστα ζητήματα προς συζήτηση ακόμα και σε θεωρητικό και ερευνητικό επίπεδο. Όπως αναφέρθηκε ήδη παραπάνω, οι επιχειρηματίες των αποτυχημένων επιχειρήσεων σπάνια μιλούν για τους λόγους για τους οποίους η επιχείρησή τους απέτυχε, ενώ γενικά θεωρείται ότι πρέπει να επιδιώκεται να αποφευχθεί οποιαδήποτε αποτυχία διότι μπορεί να στιγματίσει και να θέσει σε κίνδυνο τις προοπτικές σταδιοδρομίας των επιχειρηματιών (Shepherd & Wiklund 2006. Cave *et al.*, 2001).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο : Αποτελέσματα Έρευνας

6.1. Εμπειρικά Αποτελέσματα

Στην έρευνα συμμετείχαν συνολικά 214 επιχειρηματίες οι οποίοι μπορούν να περιγραφούν στα δημογραφικά τους στοιχεία από τις απαντήσεις τους στο πρώτο μέρος του ερωτηματολογίου, από το οποίο προκύπτει μια έμφυλη άνιση κατανομή με τους άνδρες επιχειρηματίες να καταλαμβάνουν σχεδόν τα 2/3 των συμμετεχόντων. Σημαντική είναι και η ηλικιακή επικράτηση των επιχειρηματιών 31-50 ετών που καταλαμβάνουν επίσης περίπου τα 2/3 των συμμετεχόντων. Στην εκπαίδευση διακρίνεται μια ισορροπία μεταξύ δευτεροβάθμιας και τριτοβάθμιας, που ωστόσο μαζί καταλαμβάνουν το συντριπτικό 83,2% των συμμετεχόντων. Αξιο αναφοράς είναι το ποσοστό των επιχειρηματιών με εμπειρία άνω των 15 ετών, που αντιστοιχεί στο μισό και πλέον των συμμετεχόντων.

Αναλυτικά στην ερευνά μας συμμετείχαν 136 Άντρες, ποσοστό 63,6% και 78 Γυναίκες, ποσοστό 36,4%. Το αποτέλεσμα αυτό είναι πολύ κοντά στο ποσοστό που παρατηρείται στις πανελλήνιες έρευνες του IOBE, που θέλει το 40% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων να είναι πλέον γυναίκες. Το αντίστοιχο ποσοστό των γυναικών για το 2013 ήταν μόλις στο 29% (IOBE, 2018).

Όσον αφορά την ηλικία των επιχειρηματιών οι οποίοι απάντησαν στις ερωτήσεις μας: Μεταξύ των 20-30 Ετών ήταν το 11,7% των επιχειρηματιών. Μεταξύ 31-50 Ετών το 63,1%, και 51-60 Ετών το 19,6% . Άνω των 61 Ετών ήταν το 5,6% των επιχειρηματιών. Και στην περίπτωση της ηλικίας των επιχειρηματιών τα ευρήματα μας συμφωνούν με τις έρευνες σε πανελλήνιο επίπεδο. Χαρακτηριστικά η έρευνα του IOBE για το 2018 αναφέρει ότι οι δύο στους τρεις επιχειρηματίες προέρχονται από τις πιο παραγωγικές ηλικίες μεταξύ 25 και 44 ετών, ενώ η μέση ηλικία είναι τα 35 έτη (IOBE, 2018).

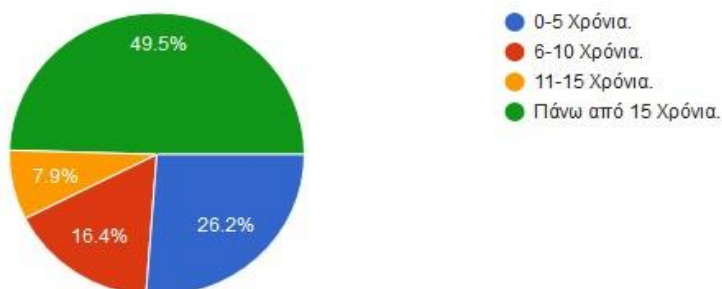
Στην περίπτωση του εκπαιδευτικού επιπέδου των επιχειρηματιών η ταύτιση των αποτελεσμάτων με τις έρευνες του IOBE είναι πραγματικά αξιοπρόσεκτη αφού στις περισσότερες κατηγορίες η διαφορά με τη έρευνα μας είναι μικρότερη από 0,5%. Το εκπαιδευτικό επίπεδο των συμμετεχόντων στην έρευνα μας ήταν: Πρωτοβάθμια εκπαίδευση (5,6%), Δευτεροβάθμια εκπαίδευση (41,6%), Τριτοβάθμια εκπαίδευση (41,6%), Μεταπτυχιακό-Διδακτορικό (11,2%) . Τα αντίστοιχα ποσοστά σε πανελλήνιο επίπεδο είναι δευτεροβάθμια εκπαίδευση (γυμνάσιο – λύκειο) 41,7%, τριτοβάθμια εκπαίδευση 41,7% και μεταπτυχιακή εκπαίδευση 11,5%. (IOBE, 2018).

Η Επαγγελματική Προϋπηρεσία των επιχειρηματιών ήταν: Από 0-5 Χρόνια 11,2%, από 6-10 Χρόνια 17,8%, 11-15 Χρόνια 17,3% και πάνω από 15 Χρόνια 53,7%

Ενδιαφέρον παρουσιάζουν, επίσης, οι απαντήσεις των επιχειρηματιών για τα έτη λειτουργίας της επιχείρησής τους, οι οποίες αποτυπώνονται στο διάγραμμα 6.1 που ακολουθεί.

5. Πόσο καιρό λειτουργεί η επιχείρησή σας;

214 responses



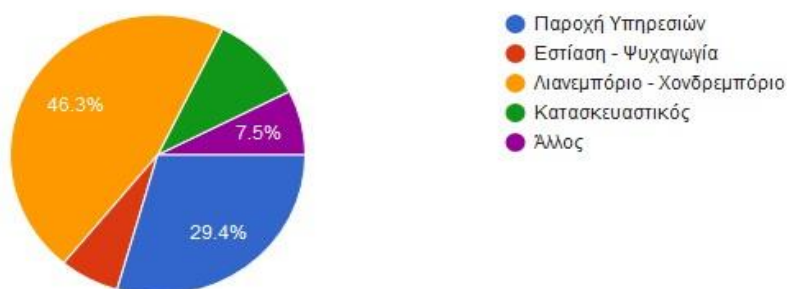
Διάγραμμα 6.1

Από τους 214 ερωτώμενους οι 91 (42,6%), δήλωσαν ότι η επιχείρησή τους λειτουργεί από 0-10 χρόνια. Αυτό σημαίνει ότι σχεδόν οι μισοί επιχειρηματίες που συμμετείχαν στην έρευνα ξεκίνησαν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα από την έναρξη της οικονομικής κρίσης του 2008 και έπειτα. Ειδικότερα οι 56 από τους 91 δήλωσαν ότι η επιχείρηση λειτουργεί μόνο τα τελευταία 5 χρόνια. Όπως φαίνεται από τα αποτελέσματα η οικονομική κρίση εκτός από τα πολλά προβλήματα για τις επιχειρήσεις μπορεί να δημιουργήσει παράλληλα και επιχειρηματικές ευκαιρίες. Η πλειοψηφία βέβαια των επιχειρηματιών (57,4%) δήλωσε ότι η επιχείρησή του λειτουργεί περισσότερο από 11 χρόνια.

Ο τομέας δραστηριότητας της πλειοψηφίας (46,3%) των επιχειρήσεων ήταν το Λιανεμπόριο – Χονδρεμπόριο με 99 συμμετέχουσες επιχειρήσεις. Ακολουθούν 63 (29,4%) επιχειρήσεις στον τομέα της παροχής υπηρεσιών, 22 (10,28%) στον κατασκευαστικό τομέα και 14 (6,54%) στον τομέα της εστίασης. Τέλος, 16 επιχειρηματίες δήλωσαν άλλον τομέα απασχόλησης.

6. Ποιος είναι ο τομέας δραστηριότητας της επιχείρησής σας;

214 responses



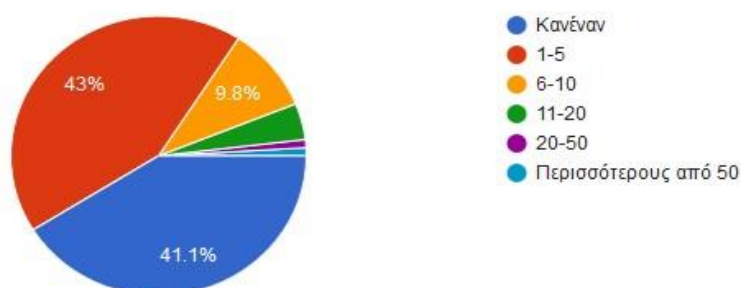
Διάγραμμα 6.2

Αναφορικά με τον αριθμό των υπαλλήλων που απασχολούν, όλες σχεδόν οι επιχειρήσεις οι οποίες συμμετείχαν στην έρευνα θεωρούνται μικρομεσαίες. Από τις 214 επιχειρήσεις οι 201 (το 93,9% του συνόλου) απασχολούν από 0 έως 10 εργαζόμενους. Ειδικότερα, κανένα υπάλληλο δεν είχε το 41,1% των επιχειρήσεων, ενώ από 1 έως 5 και από 6 έως 10 υπαλλήλους είχαν αντίστοιχα το 43% και το 9,8% των επιχειρήσεων. Τέλος, 9 επιχειρήσεις

(4.2%) είχαν από 10-20 υπαλλήλους, και μόνο 2 (0,93%) απασχολούσαν από 20 έως 50 εργαζόμενους και επίσης 2 περισσότερους από 50 υπαλλήλους.

7. Πόσους υπαλλήλους απασχολεί η επιχείρησή σας;

214 responses

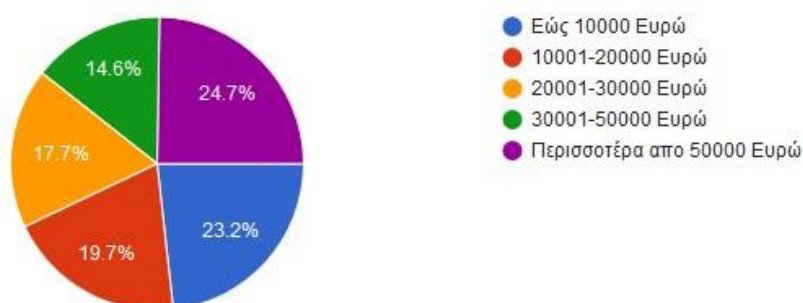


Διάγραμμα 6.3

Σε ερώτηση για τον κύκλο εργασιών των επιχειρήσεων το έτος που προηγείτο της έρευνας, πήραμε 198 απαντήσεις από τους 214 συμμετέχοντες (καθώς η απάντηση σε αυτήν την ερώτηση δεν ήταν υποχρεωτική). Τα αποτελέσματα σε αυτήν την περίπτωση ήταν σχεδόν μοιρασμένα με το 24,7% των επιχειρήσεων να δηλώνει κύκλο εργασιών άνω των 50.001 ευρώ, το 14,6% κύκλο από 30.001-50000, και το 17,7% από 20.001-30.000. Στα χαμηλότερα επίπεδα, το 19,7% δήλωσε κύκλο εργασιών από 10.001-20.000 ευρώ και τέλος το 23,2% κύκλο από 0-10000 ευρώ.

8. Ποιος ήταν, κατά προσέγγιση, ο κύκλος εργασιών της επιχείρησής σας για το προηγούμενο έτος;

198 responses



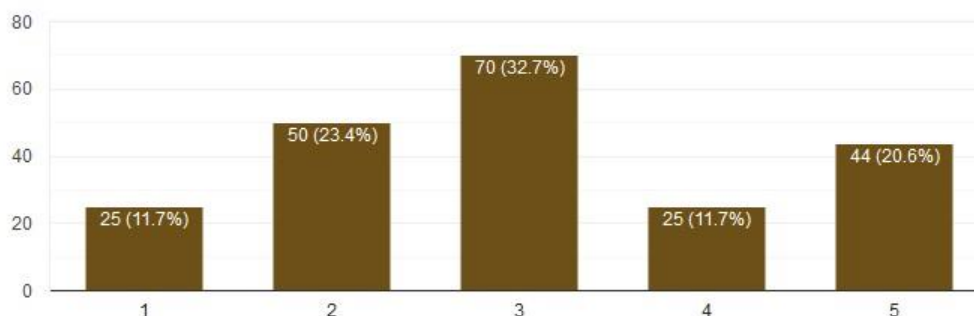
Διάγραμμα 6.4

Σε ερώτηση τύπου κλίμακας σημαντικού διαφορισμού για το πόσο φοβούνται οι επιχειρηματίες για το μέλλον της επιχείρησής τους είχαμε μια ισοκατανομή στις απαντήσεις με σχεδόν μοιρασμένα ποσοστά κοντά στο 33% σε αυτούς που δείχνουν να μην φοβούνται, στους ουδέτερους στον φόβο και σε αυτούς που φοβούνται πολύ. Στα δυο άκρα της κλίμακας αντιστοιχούσαν οι δυο αντίθετες στάσεις. Στο νούμερο 1 υπήρχε η στάση «Δεν φοβάμαι καθόλου» και στο νούμερο 5 η εντελώς αντίθετη στάση «Φοβάμαι πολύ». Η πλειοψηφία

των επιχειρηματιών σε ποσοστό 32,7%, έδειξε να τηρεί μια ουδέτερη στάση ως προς τον φόβο για το μέλλον της επιχείρησής του (στήλη νούμερο 3):

9. Φοβάστε για το μέλλον της επιχείρησής σας;

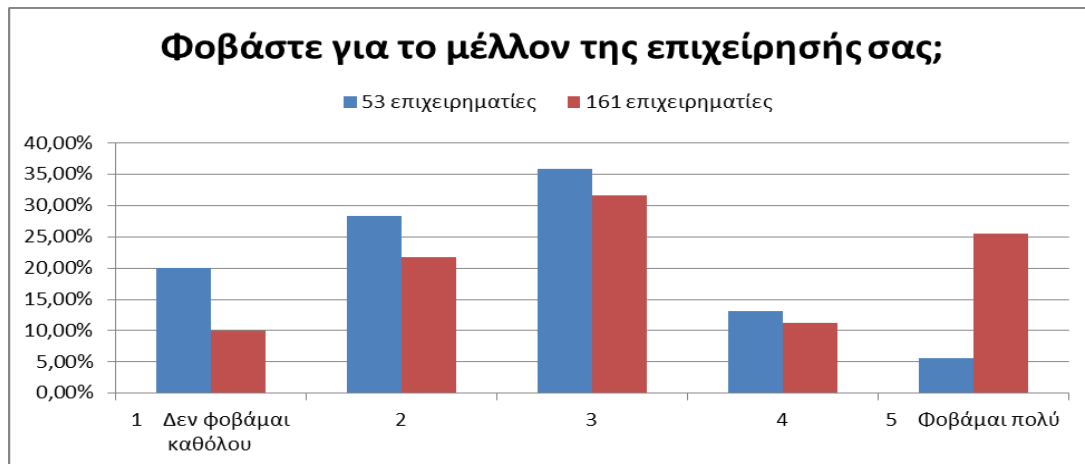
214 responses



Διάγραμμα 6.5

Προς τη στάση «Δεν φοβάμαι καθόλου» (1 και 2 της κλίμακας) είχαμε 75 απαντήσεις (το 35,1 %) ενώ αντίστοιχα προς τη στάση «Φοβάμαι πολύ» (4 και 5 της κλίμακας) απάντησαν 69 (32,3%) επιχειρηματίες. Αν απομονώσουμε αποκλειστικά τις απαντήσεις στα δυο άκρα της κλίμακας 1 και 5, η στάση «Φοβάμαι πολύ» συγκεντρώνει σχεδόν διπλάσιο ποσοστό απαντήσεων 20,6% έναντι του 11,7% της στάσης «Δεν φοβάμαι καθόλου». Σε αυτό μια εξήγηση μπορεί να είναι, όπως έχει επισημάνει και ο πρόεδρος του Εμπορικού Επιμελητηρίου Αθηνών Γιάννης Χατζηθεοδοσίου, ότι «τα 2/3 των επιχειρήσεων της χώρας, βρίσκονται σε ζώνη οριακής επιβίωσης» με συνέπεια φυσικά να αυξάνεται και ο φόβος για το μέλλον τους. Από την άλλη μεριά, σε κάποιους μπορεί να κάνει εντύπωση το νούμερο των 75 (35,1%) επιχειρηματιών οι οποίοι δείχνουν μικρό ή καθόλου φόβο (1 και 2 της κλίμακας). Μια εξήγηση σε αυτό, μπορεί να είναι τα μεγάλα ποσοστά αυτοπεποίθησης τα οποία όπως είδαμε δείχνουν διαχρονικά οι Έλληνες επιχειρηματίες, ενώ κατά την προσωπική επαφή που είχαμε στη συλλογή των απαντήσεων κάποιοι μας εξέφρασαν προφορικά μια συγκρατημένη αισιοδοξία για τις μελλοντικές οικονομικές εξελίξεις στη χώρα. Η κατάσταση άλλωστε στην οποία βρίσκεται η οικονομία κάθε χώρας παίζει σημαντικό ρόλο για τη διαμόρφωση και την ένταση της επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι απαντήσεις των επιχειρηματιών αν τους χωρίσουμε σε δυο ομάδες. Η πρώτη ομάδα είναι αυτή των 53 επιχειρηματιών οι οποίοι είχαν δημιουργήσει και άλλες επιχειρήσεις στον παρελθόν. Η δεύτερη ομάδα αποτελείται από τους υπόλοιπους 161 επιχειρηματίες οι οποίοι απάντησαν ότι η τωρινή τους επιχείρηση είναι η μονή τους επιχειρηματική προσπάθεια. Οι απαντήσεις τους φαίνονται ομαδοποιημένες στο διάγραμμα 6.6 παρακάτω. Από διάγραμμα φαίνεται ότι η προηγούμενη επιχειρηματική εμπειρία παίζει ρόλο στο τρόπο με τον οποίο αντιδρούν οι επιχειρηματίες στον φόβο για το μέλλον της επιχείρησής τους. Οι επιχειρηματίες για παράδειγμα χωρίς προηγούμενη εμπειρία επιδεικνύουν φόβο για το μέλλον της επιχείρησής τους σε πολύ μεγαλύτερα ποσοστά (25,46%) από τους επιχειρηματίες με εμπειρία (5,66%). Ταυτόχρονα οι επιχειρηματίες με εμπειρία απάντησαν ότι δεν φοβούνται καθόλου σε πολύ μεγαλύτερα ποσοστά (19,98%) από τους 161 οι οποίοι δεν είχαν δημιουργήσει άλλη επιχείρηση στο παρελθόν (9,94%).

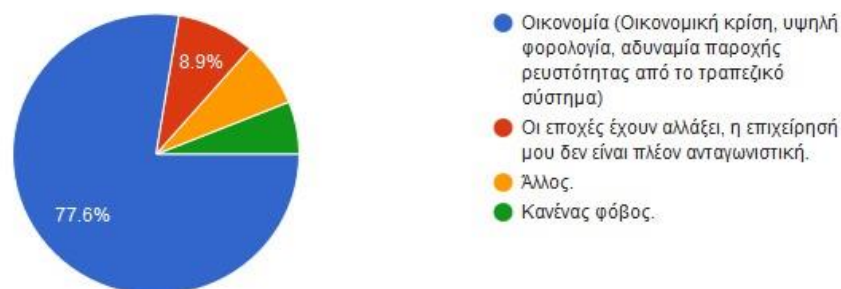


Διάγραμμα 6.6

Σε επόμενη ερώτηση μας για το ποιος είναι ο μεγαλύτερος φόβος για την επιχείρησή σας, η πλειονότητα των επιχειρηματιών εστίασε στις οικονομικές παραμέτρους, όπως στην οικονομική κρίση, την υψηλή φορολογία και την αδυναμία παροχής ρευστότητας από το τραπεζικό σύστημα. Όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα 6.6, οι 166 από τους 214 (το 77,6%) απάντησαν την οικονομία, 19 επιχειρηματίες (8,9%) αναγνώρισαν ως πηγή φόβου την αλλαγή του επιχειρηματικού περιβάλλοντος της εταιρίας και 16 (7,5%) δήλωσαν κάποιο άλλο φόβο. Τέλος ένα ποσοστό 6,07% των επιχειρηματιών, δήλωσε ότι δεν έχει κανένα φόβο για την επιχείρησή του. Η επιλογή της οικονομίας ως τον κυριότερο φόβο για μια ενδεχόμενη αποτυχία της επιχείρησής τους, επιβεβαιώνει την εξωτερική προέλευση του φόβου – από παράγοντες εξωγενείς της επιχείρησης και των δυνατοτήτων της. Επίσης η απάντηση φαίνεται να συσχετίζει άμεσα τον φόβο με την οικονομική κρίση καθώς στον παράγοντα της οικονομίας περιλαμβάνονται ζητήματα που σχετίζονται με την τραπεζική φερεγγυότητα, την αδυναμία παροχής ρευστότητας και τις αλλαγές στο φορολογικό πλαίσιο.

10. Ποιος είναι ο μεγαλύτερος φόβος για την επιχείρησή σας;

214 responses

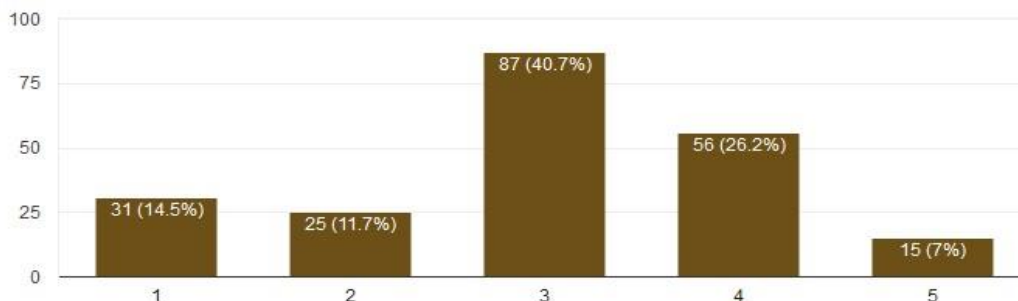


Διάγραμμα 6.7

Όσο για τις μελλοντικές προοπτικές ανάπτυξης της επιχείρησης οι επιχειρηματίες σε ερώτηση κλίμακας στάσης σημαντικού διαφορισμού από 1 έως 5 με το 1 να αντιστοιχεί στη στάση «Δεν νομίζω ότι υπάρχουν προοπτικές ανάπτυξης» και το 5 στην αντίθετη στάση «Η επιχείρησή μου θα αναπτυχθεί εντυπωσιακά» πήραμε τις απαντήσεις που απεικονίζονται παρακάτω στο διάγραμμα 6.8.

11. Ποιες πιστεύετε ότι είναι οι μελλοντικές προοπτικές ανάπτυξης της επιχείρησής σας;

214 responses



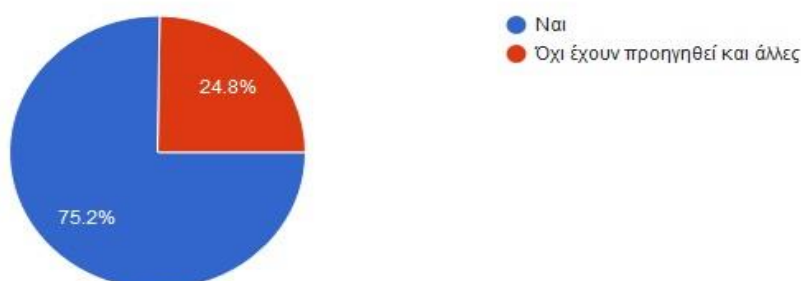
Διάγραμμα 6.8

Η πλειοψηφία των επιχειρηματιών σε ποσοστό 40,7% του συνόλου διατηρούν μια ουδέτερη στάση ως προς τις προοπτικές ανάπτυξης, ενώ μετά από σχεδόν μια δεκαετία οικονομικής κρίσης είναι ελπιδοφόρο το γεγονός ότι στην δεύτερη θέση με 33,2% επιχειρηματίες έρχονται οι απαντήσεις 4 και 5 της κλίμακας οι οποίες αντιστοιχούν προς την θετικότερη στάση «Η επιχείρησή μου θα αναπτυχθεί εντυπωσιακά». Η περισσότερο αρνητική στάση «Δεν νομίζω ότι υπάρχουν προοπτικές ανάπτυξης» οι οποία αντιστοιχεί στις θέσεις της κλίμακας 1 και 2 απαντήθηκαν από το 26,2% των συμμετεχόντων. Εάν απομονώσουμε αποκλειστικά τα δυο άκρα της κλίμακας 1 και 5, η αρνητική στάση «Δεν νομίζω ότι υπάρχουν προοπτικές ανάπτυξης», συγκέντρωσε διπλάσιο ποσοστό 14,5%, έναντι της θετικής στάσης με 7%.

Οι επιχειρηματίες σε ποσοστό 75,2% ή 161 από τους 214 απάντησαν ότι η τωρινή τους επιχείρηση ήταν η πρώτη τους επιχειρηματική προσπάθεια ενώ 53 επιχειρηματίες, ποσοστό 24,8% δήλωσαν ότι είχε προηγηθεί και άλλη επιχείρηση στο παρελθόν. Από τους 53 οι οποίοι είχαν ξαναπροσπαθήσει, 16,98% δήλωσαν ότι είχαν προηγηθεί περισσότερες από δυο προσπάθειες, 56,61% δήλωσαν ότι είχαν προηγηθεί δυο προηγούμενες επιχειρήσεις, ενώ το 26,41% είχε ξαναπροσπαθήσει άλλη μία φορά.

12. Η τωρινή επιχείρησή σας είναι η πρώτη σας επιχειρηματική προσπάθεια;

214 responses

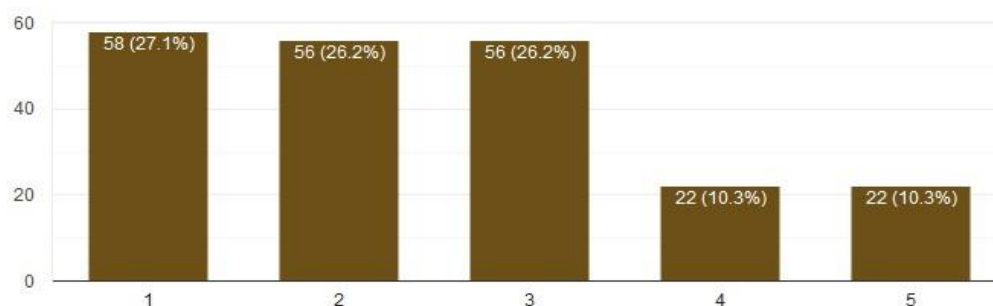


Διάγραμμα 6.9

Μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι απαντήσεις των επιχειρηματιών στην ερώτηση, πόσο φοβούνται μια ενδεχόμενη επιχειρηματική αποτυχία, και αποτυπώνονται στο διάγραμμα 6.10.

14. Πόσο φοβάστε μια ενδεχόμενη επιχειρηματική αποτυχία;

214 responses



Διάγραμμα 6.10

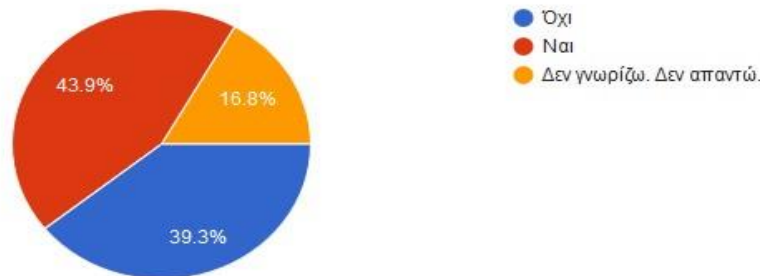
Η ερώτηση είναι κλίμακας στάσης σημαντικού διαφορισμού από 1 έως 5 με το 1 να αντιστοιχεί στη στάση «Δεν φοβάμαι καθόλου. Αν αποτύχω θα ξαναπροσπαθήσω» και το 5 στην αντίθετη στάση «Φοβάμαι πολύ. Αν αποτύχω δεν μπορώ να ξαναπροσπαθήσω». Αυτοί οι οποίοι υιοθετούν περισσότερο την θετική στάση «Δεν φοβάμαι καθόλου. Αν αποτύχω θα ξαναπροσπαθήσω», 1 και 2 της κλίμακας αντιστοιχούν στο 53,3% του συνόλου, ή 114 από τους 214 επιχειρηματίες. Από την άλλη μεριά, την περισσότερο αρνητική στάση «Φοβάμαι πολύ. Αν αποτύχω δεν μπορώ να ξαναπροσπαθήσω» 4 και 5 της κλίμακας απάντησαν ποσοστό 20,6% των επιχειρηματιών. Ουδέτερη στάση ως προς τον φόβο της αποτυχίας, κράτησε ποσοστό 26,2% των ερωτηθέντων

Τα αποτελέσματα στη συγκεκριμένη ερώτηση παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον, καθώς οι επιχειρηματίες που δηλώνουν ότι φοβούνται μια ενδεχόμενη επιχειρηματική αποτυχία περιορίζονται μόλις στο 20,6% των συμμετεχόντων, ενώ στην έρευνα του IOBE (2017-2018 Ετήσια Έκθεση Επιχειρηματικότητας) όπως είδαμε στο θεωρητικό πλαίσιο (βλέπε σελ. 16) το 70,4% την Ελλήνων φοβάται την επιχειρηματική αποτυχία. Η διάφορα των 50 ποσοστιαίων μονάδων θα μπορούσε να θεωρηθεί φυσιολογική αφού αναφερόμαστε σε διαφορετικούς πληθυσμούς όμως το αντίστοιχο ποσοστό στην έρευνα του IOBE το οποίο αναφέρεται αποκλειστικά μόνο σε επιχειρηματίες, όπως και στη δική μας περίπτωση, είναι εξίσου υψηλό αγγίζοντας το 64,4%. Και σε αυτήν την περίπτωση η διαφορά των 43.8 ποσοστιαίων μονάδων ανάμεσα στις δυο έρευνες θα μπορούσε να αποδοθεί στο γεγονός ότι η έρευνα του IOBE είναι πανελλαδική και όχι τοπική. **Εάν δεν πρόκειται για τυχαίο εύρημα, αυτό θα σήμαινε ότι σε τοπικό επίπεδο οι επιχειρηματίες της Κρήτης (οι οποίοι πήραν μέρος στην έρευνα μας) επιδεικνύουν μια διαφορετική κουλτούρα ως προς τον φόβο της επιχειρηματικής αποτυχίας, η οποία είναι πολύ διαφορετική από τους επιχειρηματίες στην υπόλοιπη Ελλάδα. Σε κάθε περίπτωση αποτελεί ένα ενδιαφέρον εύρημα που χρήζει περαιτέρω διερεύνησης.**

Ένας από τους σημαντικότερους λόγους για την διεξαγωγή αυτής της έρευνας ήταν να διερευνήσουμε την ύπαρξη του στίγματος της αποτυχίας στο τοπικό πλαίσιο της Κρήτης. Ρωτήσαμε επομένως αν πιστεύουν ότι ένας επιχειρηματίας που έχει αποτύχει σε μια επιχειρηματική προσπάθεια, αντιμετωπίζει το στίγμα της αποτυχίας από την Ελληνική κοινωνία; Οι απαντήσεις φαίνονται στο διάγραμμα 6.11.

15. Πιστεύετε ότι ένας επιχειρηματίας ο οποίος έχει αποτύχει σε μια επιχειρηματική προσπάθεια, αντιμετωπίζει το στίγμα της αποτυχίας από την Ελληνική κοινωνία;

214 responses



Διάγραμμα 6.11

Οι απόψεις στο συγκεκριμένο ζήτημα φαίνεται να διίστανται, με ποσοστό 43,9%, των επιχειρηματιών να απαντούν θετικά στην ύπαρξη του στίγματος έναντι ποσοστού 39,3% οι οποίοι απάντησαν αρνητικά. Δεν γνωρίζω, δεν απαντώ επέλεξε το 16,8%.

Το αποτέλεσμα προκάλεσε για ακόμη μια φορά το ενδιαφέρον αφού σύμφωνα με τη βιβλιογραφία και τις ανακοινώσεις του ΣΕΒ (2017β), το ποσοστό υπέρ της άποψης ότι οι επιχειρηματίες αντιμετωπίζουν το στίγμα της αποτυχίας αναμενόταν σημαντικά μεγαλύτερο. Μια ερμηνεία για αυτήν την απόκλιση θα μπορούσε να σχετιστεί με το γεγονός ότι η έρευνα μας αντικατοπτρίζει μόνο τις αντιλήψεις που επικρατούν στις τάξεις των επιχειρηματιών και όχι τις βιωματικές τους εμπειρίες αποτυχίας, καθώς από ερώτησή μας προέκυψε ότι οι 161 από τους 214 επιχειρηματίες απάντησαν ότι η τωρινή τους επιχείρηση ήταν η πρώτη τους επιχειρηματική προσπάθεια ενώ μόνο 53 επιχειρηματίες δήλωσαν ότι είχε προηγηθεί και άλλη επιχείρηση στο παρελθόν. Αυτό σημαίνει ότι η πλειονότητα των επιχειρηματιών στους οποίους απευθυνθήκαμε δεν έχει βιώσει καμία επιχειρηματική αποτυχία, και επομένως ούτε τον στιγματισμό.

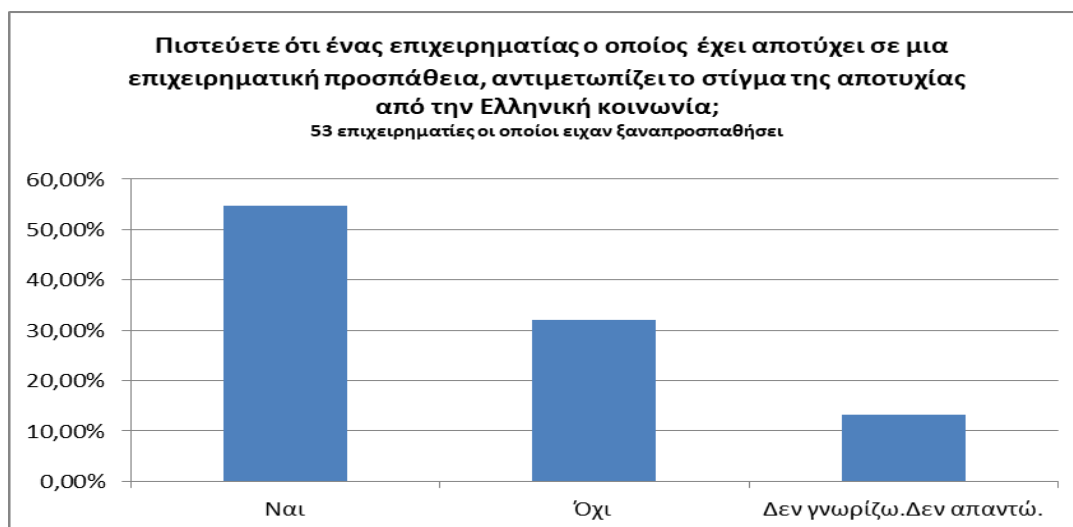
Ωστόσο, στην ανάλυση μας για το στίγμα της αποτυχίας τα ποσοστά μεταβάλλονται αν περιορίσουμε την έρευνά μας στους 161 επιχειρηματίες που δεν έχουν ξανά-επιχειρήσει στο παρελθόν και φαίνονται στο διάγραμμα 6.12.



Διάγραμμα 6.12

Σε αυτήν την περίπτωση οριακά με 41,62% έναντι 40,37% υπερτερεί η άποψη ότι οι επιχειρηματίες που έχουν αποτύχει, ΔΕΝ αντιμετωπίζουν το στίγμα της αποτυχίας από την ελληνική κοινωνία. Δεν γνωρίζω, δεν απαντώ επέλεξε το 18,01%.

Αντίστοιχη ανάλυση δεδομένων για τους 53 επιχειρηματίες που απάντησαν ότι είχαν ξαναπροσπαθήσει επιχειρηματικά στο παρελθόν, επιβεβαίωσαν τα ποσοστά της συνολικής έρευνας ενώ εμφάνισαν σημαντικά μεγαλύτερη ποσοστιαία διαφορά. Από τους 53 επιχειρηματίες, το 54,72% δήλωσε ότι πιστεύει πως ο επιχειρηματίας βιώνει το στίγμα σε περίπτωση αποτυχίας, ενώ την αντίθετη άποψη υποστήριξε το 32,08% των επιχειρηματιών. Δεν γνωρίζω, δεν απαντώ επέλεξε το 13,2%.



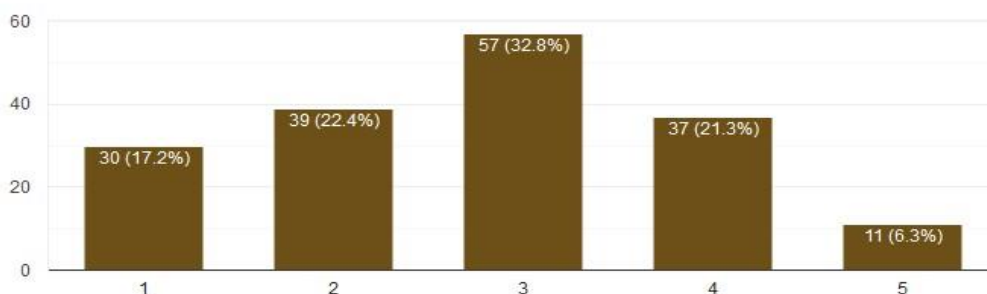
Διάγραμμα 6.13

Και σε αυτήν την περίπτωση των 53 επιχειρηματιών, πρέπει να θυμόμαστε ότι το γεγονός ότι είχαν ξαναπροσπαθήσει και άλλη φορά στο παρελθόν μπορεί να μην οφείλεται απαραίτητα σε λόγους αποτυχίας με την στενή έννοια της χρεωκοπίας. Όπως έχουμε αναφέρει και στο θεωρητικό πλαίσιο ένας επιχειρηματίας μπορεί να διακόψει την λειτουργία μιας επιχείρησης για διάφορους λόγους. Για παράδειγμα ειδικά σε μονοπρόσωπες επιχειρήσεις λόγοι υγείας μπορεί να οδηγήσουν σε διακοπή λειτουργίας της επιχείρησης, ενώ αρκετοί επιχειρηματίες μπορεί να προχωρήσουν σε πώληση μια επιχείρησης με σκοπό για να δημιουργήσουν μια άλλη.

Στις επόμενες δυο ερωτήσεις διερευνήσαμε την ένταση του στίγματος της αποτυχίας όπως την αντιλαμβάνονται οι επιχειρηματίες καθώς και πόσο μπορεί να τους επηρεάσει σε μια επομένη επιχειρηματική προσπάθεια. Όσον αφορά την ένταση του φαινομένου η ερώτηση ήταν εάν πιστεύουν ότι υπάρχει το στίγμα της αποτυχίας, πόσο έντονο το θεωρούν ως φαινόμενο; Η απάντηση σε αυτήν την ερώτηση δεν ήταν υποχρεωτική αφού ήταν σε συνδυασμό με την προηγούμενη ερώτηση όπου ρωτήσαμε για την ύπαρξη του στίγματος της αποτυχίας. Με δεδομένο ότι μόνο 94 επιχειρηματίες απάντησαν θετικά για την ύπαρξη του στίγματος, περιμέναμε 94 απαντήσεις και για την ένταση του φαινομένου. Από πολλούς επιχειρηματίες αυτό δεν έγινε κατανοητό και τελικά ο αριθμός των απαντήσεων ανήλθε στις 174. Διάγραμμα 6.14

16. Εάν πιστεύετε ότι υπάρχει το στίγμα της αποτυχίας, ποσό έντονο θεωρείτε ότι είναι το φαινόμενο;

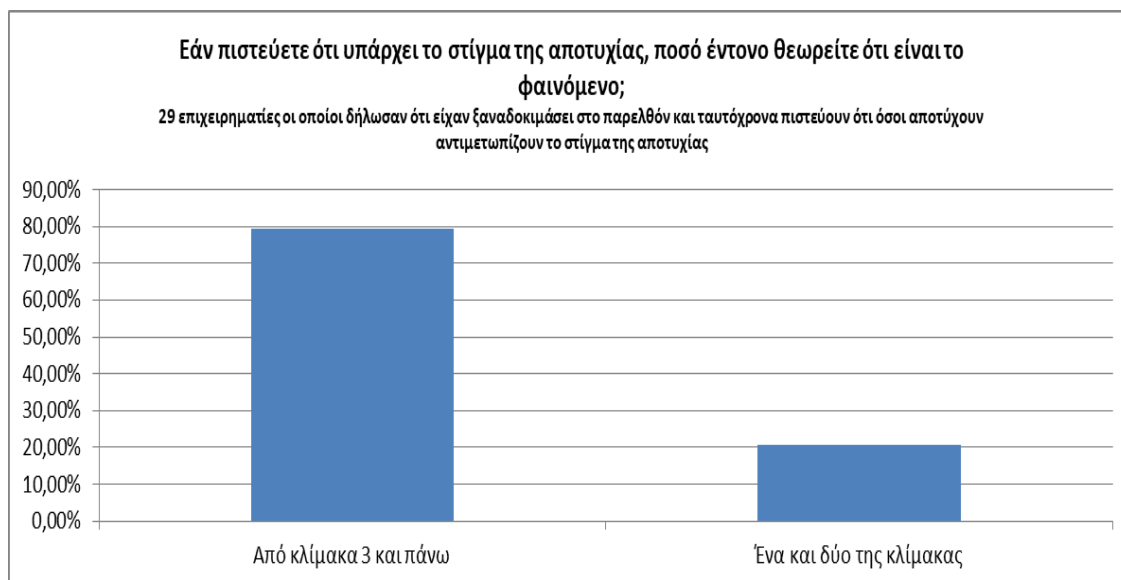
174 responses



Διάγραμμα 6.14

Η ερώτηση είναι κλίμακας στάσης σημαντικού διαφορισμού από 1 έως 5 με το 1 να αντιστοιχεί στην στάση «**Ελάχιστα**» και το 5 στην αντίθετη στάση «**Υπερβολικά έντονο**». Αυτοί οι οποίοι υιοθετούν περισσότερο την θετική στάση «**Ελάχιστα**», 1 και 2 της κλίμακας αντιστοιχούν στο 39,6% του συνόλου, ή 69 από τους 174 επιχειρηματίες. Από την άλλη μεριά, την περισσότερο αρνητική στάση «**Υπερβολικά έντονο**» 4 και 5 της κλίμακας απάντησε το 27,6%. Τέλος ποσοστό 32,8% των επιχειρηματιών πιστεύουν ότι η ένταση του φαινομένου δεν είναι ούτε μικρή αλλά ούτε και υπερβολικά έντονη. Από την ανάλυση των δεδομένων προκύπτει ένα ενδιαφέρον στοιχείο για την ένταση του φαινομένου του στιγματισμού.

Είναι χαρακτηριστικό ότι από τους 29 επιχειρηματίες οι οποίοι δήλωσαν ότι είχαν ξαναδοκιμάσει στο παρελθόν και ταυτόχρονα πιστεύουν ότι όσοι αποτύχουν αντιμετωπίζουν το στίγμα της αποτυχίας, οι 23 (ποσοστό 79,31%) δήλωσαν ότι η ένταση του στιγματισμού είναι από το 3 της κλίμακας και πάνω, όπως φαίνεται στο παρακάτω διάγραμμα 6.15.



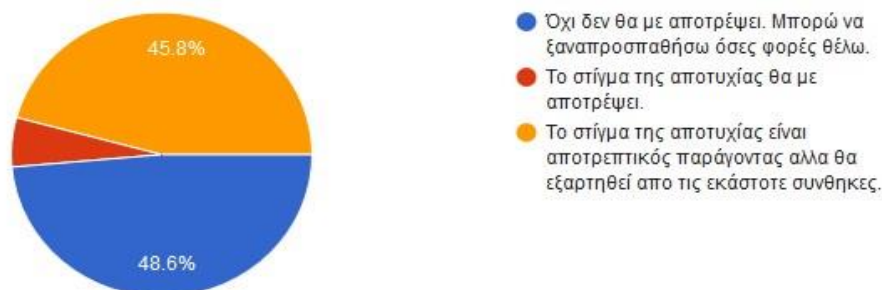
Διάγραμμα 6.15

Αν υποθέσουμε ότι οι 29 επιχειρηματίες είχαν πραγματικά αποτύχει, είχαν δηλαδή χρεοκοπήσει, τότε από τη μια μεριά είναι ανησυχητικό το γεγονός ότι σε ποσοστό 79,3% δήλωσαν από ότι βίωσαν το στίγμα της αποτυχίας στην έντονη μορφή του. Από την άλλη βέβαια είναι παρήγορο το γεγονός ότι αν και βίωσαν έντονα το στιγματισμό, αυτοί επέμειναν, ξαναπροσπάθησαν και κατάφεραν να δημιουργήσουν μια νέα επιχείρηση. **Από το παραπάνω προκύπτει ότι ο επιχειρηματικός κόσμος ο οποίος συμμετείχε στην παρούσα έρευνα και είχε πρότερη επιχειρηματική εμπειρία, φαίνεται να έχει βιώσει έντονα το στίγμα της αποτυχίας το οποίο ωστόσο δεν κρίθηκε ικανό να τον αποθαρρύνει από μια νέα επιχειρηματική προσπάθεια.**

Αυτό ακριβώς προσπάθησε να αποτυπώσει και η επομένη ερώτηση της έρευνας: «Πιστεύετε ότι το στίγμα της αποτυχίας μπορεί να είναι αποτρεπτικός παράγοντας για μια νέα επιχειρηματική προσπάθεια;» Τα αποτελέσματα της έρευνας φαίνονται παρακάτω στο διάγραμμα 6.15 και επιβεβαιώνουν την παραπάνω υπόθεση: Είναι πραγματικά ενθαρρυντικό ότι μόνο 12 επιχειρηματίες (5.6%), δήλωσαν ότι το στίγμα της αποτυχίας θα τους απέτρεπε από το να κάνουν μια νέα επιχειρηματική προσπάθεια. Από την άλλη μεριά 104 (48,6%) δήλωσαν καθαρά ότι το στίγμα δεν θα τους αποτρέψει από το να ξαναπροσπαθήσουν. Ένα σημαντικό ποσοστό 45,8% (98 από τους 214 επιχειρηματίες) αναγνώρισε ότι το στίγμα της αποτυχίας είναι αποτρεπτικός παράγοντας αλλά κάθε προσπάθεια θα εξαρτηθεί από τις εκάστοτε συνθήκες.

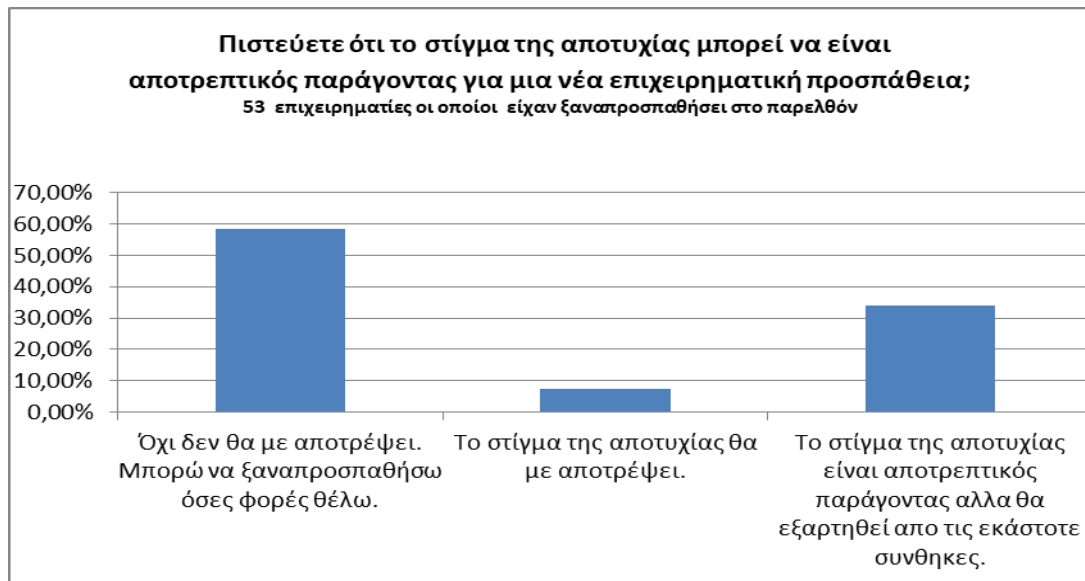
17. Πιστεύετε ότι το στίγμα της αποτυχίας μπορεί να είναι αποτρεπτικός παράγοντας για μια νέα επιχειρηματική προσπάθεια;

214 responses



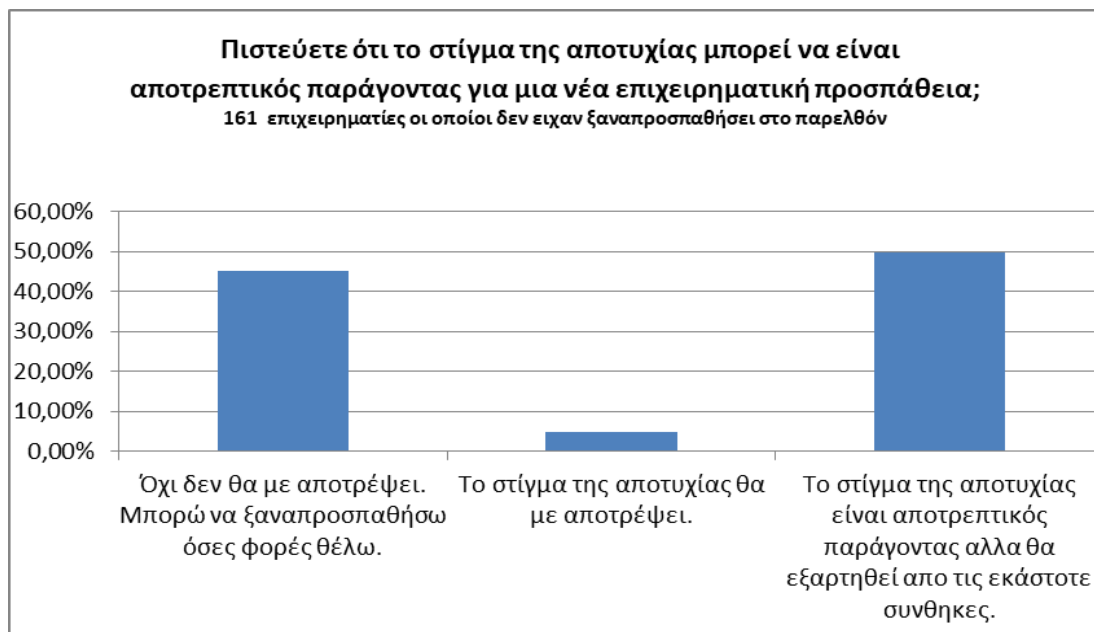
Διάγραμμα 6.16

Ένα πολύ ενδιαφέρον στοιχείο προκύπτει αν εστιάσουμε στους 161 επιχειρηματίες που δεν έχουν αποτύχει ποτέ, σε σχέση με τους 53 επιχειρηματίες που έχουν βιώσει την εμπειρία της αποτυχίας και έχουν ξαναπροσπαθήσει. Από τους 53, οι 31 επιχειρηματίες (58,49%) δήλωσαν ότι το στίγμα δεν θα τους αποτρέψει και 18 (το 33,96%) ότι το στίγμα της αποτυχίας αποτελεί αποτρεπτικό παράγοντα αλλά κάθε προσπάθεια θα εξαρτηθεί από τις εκάστοτε συνθήκες. Μόνο το 7,54% των επιχειρηματιών δήλωσε ρητά ότι το στίγμα της αποτυχίας θα τους αποτρέψει για ένα ενδεχόμενο εγχείρημα στο μέλλον.



Διάγραμμα 6.17

Στους 161 οι οποίοι δεν είχαν αποτύχει ποτέ, τα ποσοστά αλλάζουν σημαντικά. Στην πρώτη θέση με 49,68% περνά η απάντηση ότι το στίγμα της αποτυχίας είναι αποτρεπτικός παράγοντας αλλά κάθε προσπάθεια θα εξαρτηθεί από τις εκάστοτε συνθήκες και στη δεύτερη θέση με 45,34% (73 επιχειρηματίες) η απάντηση ότι το στίγμα δεν θα τους αποτρέψει.



Διάγραμμα 6.18

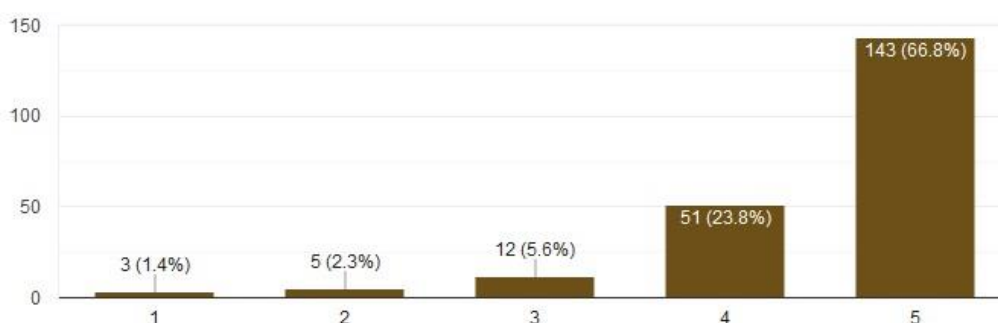
Όπως δείχνουν τα δεδομένα όσοι έχουν αποτύχει στο παρελθόν δείχνουν πιο εξοικειωμένοι με το στίγμα της αποτυχίας και περισσότερο αποφασισμένοι να μην το αφήσουν να τους αποτρέψει από το να ξαναπροσπαθήσουν όσες φορές θέλουν.

Στο θεωρητικό πλαίσιο έγινε εκτενής αναφορά στην έρευνα «Bankruptcy and second chance for honest bankrupt entrepreneurs» η οποία χρηματοδοτήθηκε και εκδόθηκε από την Ευρωπαϊκή Ένωση το 2014. Η έρευνα, όπως φαίνεται και από τον τίτλο της, αναφέρεται στις

επιπτώσεις της πτώχευσης και στις δυνατότητες τις οποίες έχουν οι επιχειρηματίες -που προχώρησαν σε άδολη πτώχευση- για μια δεύτερη ευκαιρία. Στη συγκεκριμένη έρευνα γίνεται μια απευθείας σύνδεση του στιγματισμού με την έννοια της φήμης (reputation): «Στις περισσότερες χώρες της Ευρώπης η πτώχευση έχει ένα δυνατό κοινωνικό στίγμα το οποίο συνοδεύει το ίδιο το άτομο» (ECORYS, 2014). Με βάση αυτήν την έρευνα και λόγω της σύνδεσης του στιγματισμού με την αμαύρωση της φήμης θελήσαμε να ρωτήσουμε τους επιχειρηματίες πόσο σημαντική θεωρούν τη φήμη για ένα επιχειρηματία; Τα αποτελέσματα είναι εντυπωσιακά και φαίνονται στο διάγραμμα 6.19 που ακολουθεί:

18. Πόσο σημαντική θεωρείτε ότι είναι η φήμη για έναν επιχειρηματία;

214 responses



Διάγραμμα 6.19

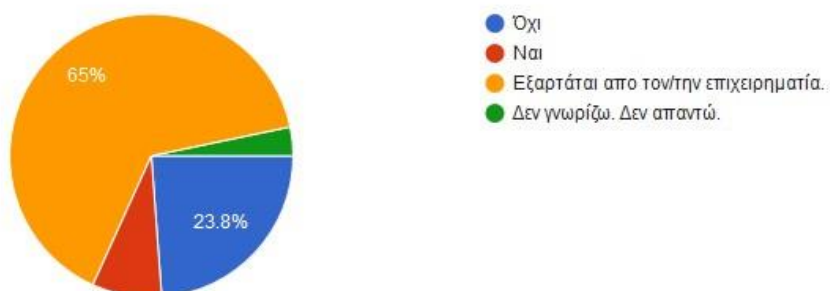
Η ερώτηση είναι κλίμακας στάσης σημαντικού διαφορισμού από 1 έως 5, με το 1 να αντιστοιχεί στη στάση «**Καθόλου σημαντική**» και το 5 στην αντίθετη στάση «**Πάρα πολύ σημαντική**». Η συντριπτική πλειοψηφία (194 από τους 214 επιχειρηματίες) απάντησε ότι η φήμη για έναν επιχειρηματία είναι πάρα πολύ σημαντική (4 και 5 της κλίμακας). Τα ποσοστά δείχνουν ότι οι επιχειρηματίες ανησυχούν πραγματικά για τη φήμη τους. Εάν κάνουμε τη σύνδεση μεταξύ της επιχειρηματικής αποτυχίας και της αμαύρωσης της φήμης του επιχειρηματία, θα παρατηρήσουμε ότι οι απαντήσεις των επιχειρηματιών παρουσιάζουν σημαντικές διαφοροποιήσεις σε σχέση με τις απαντήσεις για την ύπαρξη του στίγματος της αποτυχίας. Αυτό φανερώνει ότι οι επιχειρηματίες φαίνεται να μην συνδέουν άμεσα την έννοια της φήμης με τον κοινωνικό στιγματισμό. Ίσως μια ερμηνεία να συνδέεται με την άποψη των επιχειρηματιών ότι η έννοια της φήμης δεν σχετίζεται τόσο με το γενικότερο κοινωνικό σύνολο, όσο με το στενότερο επαγγελματικό τους δίκτυο, όπως τους συνεργάτες, τους προμηθευτές και τους ανταγωνιστές τους. Όπως συμβαίνει και σε άλλους επαγγελματικούς κλάδους, υπάρχει μια «εσωτερική γνώση» που αναφέρεται σε φήμες και σχόλια τα οποία στην πλειοψηφία τους δεν είναι ευρέως γνωστά στην κοινωνία, άλλα ανταλλάσσονται μεταξύ επιχειρηματιών και αφορούν άλλους επιχειρηματίες, με τους οποίους μπορεί να συνεργάζονται, να ανταγωνίζονται ή απλώς να συνυπάρχουν στην ίδια αγορά. Σε κάθε περίπτωση ένα ερώτημα το οποίο θα διερευνούσε την έννοια της φήμης και κατά ποσό η αμαύρωσή της από μια επιχειρηματική αποτυχία συνδέεται με τον κοινωνικό στιγματισμό, θα παρουσίαζε μεγάλο ενδιαφέρον σε μια μετέπειτα έρευνα.

Στην επομένη ερώτηση στόχος ήταν να διερευνήσουμε την ισχύ των θέσεων που εντοπίστηκαν στη βιβλιογραφία ότι η κοινή γνώμη αντιμετωπίζει την πτώχευση ως αποχώρηση από τον επιχειρηματικό στίβο αλλά έπειτα από την ιδιοποίηση των χρημάτων άλλων ανθρώπων (Singh, 2011), ότι όσοι πτωχεύουν αντιμετωπίζονται σαν απατεώνες και ότι

η αίτηση για πτώχευση συνιστά μια δόλια συμπεριφορά που σκοπό έχει την απόκρυψη περιουσιακών στοιχείων (Efrat, 2006). Σε αντίστοιχο πλαίσιο, η δική μας ερώτηση διερευνούσε την ενδεχόμενη συσχέτιση από την κοινή γνώμη, της επιχειρηματικής αποτυχίας με την απάτη.

19. Πιστεύετε ότι μεγάλο μέρος της κοινής γνώμης αντιμετωπίζει έναν αποτυχημένο επιχειρηματία σαν απατεώνα;

214 responses



Διάγραμμα 6.20

Οι απαντήσεις προκάλεσαν εντύπωση, καθώς οι ίδιοι οι επιχειρηματίες σε ποσοστό 65% (139 από τους 214) απάντησαν ότι εάν θα αντιμετωπιστεί ή όχι, ένας αποτυχημένος επιχειρηματίας σαν απατεώνας από την κοινή γνώμη, εξαρτάται από τον ίδιο τον επιχειρηματία. **Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι οι επιχειρηματίες αναγνωρίζουν ότι οι πράξεις και οι συμπεριφορές τους κατά την διάρκεια της επιχειρηματικής τους δράσης, «ελέγχονται» με κάποιο τρόπο από την κοινωνία και έτσι καθορίζουν τον τρόπο με τον οποίο θα αντιμετωπιστούν σε περίπτωση αποτυχίας.** Αρνητικά απάντησε το 23,8%, καταφατικά το 7,9% και τέλος, δεν γνωρίζω δεν απαντώ το 3,3%. Ένα άλλο ενδιαφέρον στοιχείο που πρόκυψε από την ανάλυση των δεδομένων είναι ότι από τους 17 επιχειρηματίες που απάντησαν καταφατικά αποδεχόμενοι ότι η κοινή γνώμη αντιμετωπίζει έναν αποτυχημένο επιχειρηματία ως απατεώνα, περισσότεροι από τους μισούς προέρχονται από αυτούς τους 53 επιχειρηματίες που δήλωσαν ότι είχαν στο παρελθόν και άλλα επιχειρηματικά εγχειρήματα.

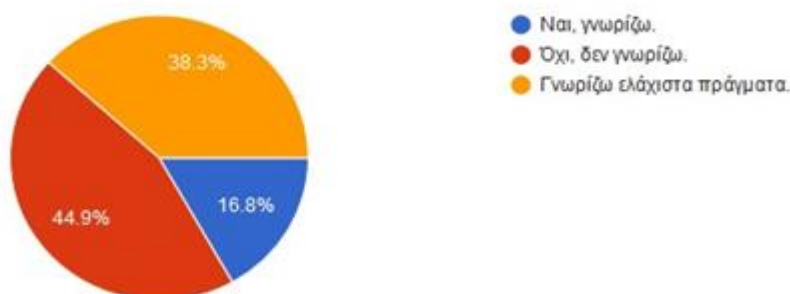
Οι επόμενες τρεις ερωτήσεις της έρευνας διατυπώθηκαν με σκοπό να διερευνηθούν οι αντιλήψεις των επιχειρηματιών για το πτωχευτικό δίκαιο της χώρας. Στο θεωρητικό πλαίσιο υπογραμμίστηκε πολλές φορές η σημασία του πτωχευτικού δικαίου και ο τρόπος με τον οποίο επηρεάζει την επιχειρηματικότητα της κάθε χώρας. Ειδικότερα στην Ελλάδα, ο ΣΕΒ αλλά και άλλες ενώσεις επιχειρηματιών αναφέρονται συχνά στην ανάγκη τροποποιήσεων και αλλαγών στο νομικό πλαίσιο το οποίο διέπει τις πτωχεύσεις με σκοπό όπως υποστηρίζουν τη «διάσωση μεγάλης αξίας (των επιχειρήσεων) και πολλών θέσεων εργασίας» (ΣΕΒ, 2017β).

Η πρώτη ερώτηση διερευνούσε τις γνώσεις των επιχειρηματιών για τις προβλέψεις του πτωχευτικού δικαίου της Ελλάδας. Όπως φαίνεται παρακάτω στο διάγραμμα 6.21, μόνο το 16,8% (36 από τους 214) απάντησε ότι γνωρίζει τις διατάξεις του. Το μεγαλύτερο ποσοστό 44,9%, δήλωσε πλήρη άγνοια και το 38,3% απάντησε ότι γνωρίζει ελάχιστα πράγματα για το ζήτημα. Με μια πρώτη ματιά τα ποσοστά δεν προκαλούν εντύπωση αφού το μεγαλύτερο μέρος των επιχειρηματιών, 161 από τους 214 επιχειρηματίες, δεν χρειάστηκε ποτέ να ασχοληθεί με το πτωχευτικό δίκαιο.

Όμως το πραγματικά εντυπωσιακό γεγονός είναι ότι αν εστιάσουμε μόνο στους 53 επιχειρηματίες που δήλωσαν ότι είχαν ξαναπροσπαθήσει επιχειρηματικά στο παρελθόν, τα ποσοστά είναι ακόμα χειρότερα. Αυτοί που έχουν ξανάεπιχειρήσει, απαντούν σε υψηλότερα ποσοστά ότι έχουν πλήρη άγνοια για το πτωχευτικό δίκαιο, σε σχέση με αυτούς που δεν έχουν προσπαθήσει ποτέ ξανά στο παρελθόν. Σε αυτήν την περίπτωση το 51% των επιχειρηματιών απάντησε ότι δεν γνωρίζει τίποτα και το 32% ότι γνωρίζει ελάχιστα πράγματα.

20. Γνωρίζετε τι προβλέπει το πτωχευτικό δίκαιο της Ελλάδας για μια επιχείρηση σε περίπτωση πτώχευσης;

214 responses



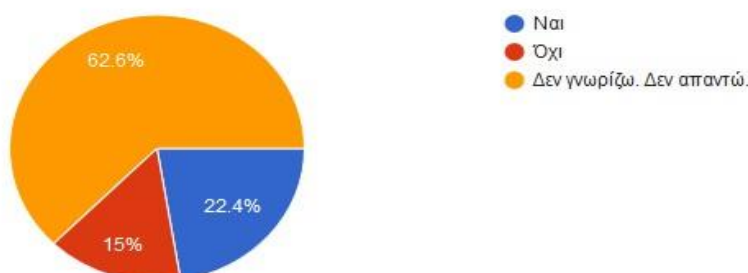
Διάγραμμα 6.21

Από τις απαντήσεις διαφαίνεται μια γενικότερη αδιαφορία των επιχειρηματιών να ενημερωθούν για τους νόμους του πτωχευτικού δικαίου, η οποία εν μέρη μπορεί να οφείλεται στη γενικότερη αποστροφή των ανθρώπων για την αποτυχία. Αυτό ίσως να ερμηνεύει τα μικρότερα ποσοστά σε όσους έχουν ήδη τουλάχιστον μια αποτυχία στο παρελθόν.

Η άγνοια των επιχειρηματιών για το πτωχευτικό δίκαιο αντικατοπτρίζεται και στις απαντήσεις τους στην επομένη ερώτησή μας: Ρωτήσαμε τους επιχειρηματίες αν πιστεύουν ότι το πτωχευτικό δίκαιο της Ελλάδας μπορεί να είναι αποτρεπτικός παράγοντας για μια επιχείρηση με προβλήματα να προχωρήσει σε πτώχευση; Τα αποτελέσματα φαίνονται στο διάγραμμα 6.22.

21. Πιστεύετε ότι το πτωχευτικό δίκαιο της Ελλάδας μπορεί να είναι αποτρεπτικός παράγοντας για μια επιχείρηση με προβλήματα να προχωρήσει σε πτώχευση;

214 responses



Διάγραμμα 6.22

Στην ερώτηση αν πιστεύουν ότι το πτωχευτικό δίκαιο μπορεί να αποτελεί αποτρεπτικό παράγοντα για μια επιχείρηση να προχωρήσει σε πτώχευση, το 62,6% των επιχειρηματιών δηλώνει άγνοια ή αρνείται να απαντήσει. Θετική απάντηση έδωσε το 22,4% και αρνητική το 15% των επιχειρηματιών.

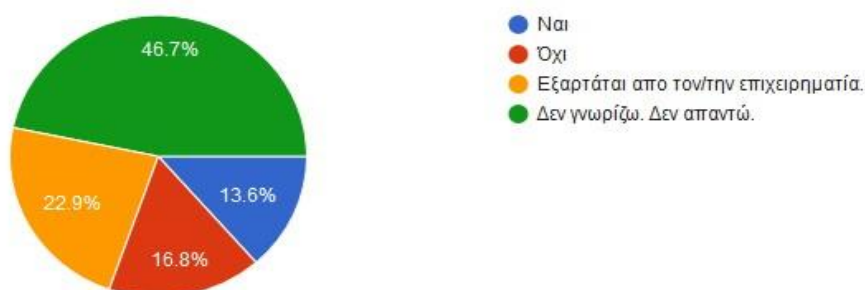
Αντίστοιχες τιμές εμφανίζουν τα ποσοστά και στους 53 επιχειρηματίες με επιχειρηματικό παρελθόν. Η πλειοψηφία δήλωσε ότι δεν γνωρίζει (62,26%), το 22,64% απάντησε καταφατικά και το 15,1% απάντησε αρνητικά. Η υπερβολικά μεγάλη άγνοια των επιχειρηματιών που καταγράφεται στην έρευνα για το πτωχευτικό δίκαιο της χώρας, δεν μας επιτρέπει να ελέγξουμε τις τοποθετήσεις των στελεχών οικονομικών φορέων της χώρας υπέρ της αποθάρρυνσης. Είναι όμως άξιο προσοχής το γεγονός ότι από το 22,4% των ερωτηθέντων που απάντησε καταφατικά σε αυτήν την ερώτηση το 75% (36 από τους 48) είναι επιχειρηματίες οι οποίοι δεν έχουν ξανά-επιχειρήσει στο παρελθόν.

Επίσης, ένα ακόμη ενδιαφέρον στοιχείο αναδεικνύεται κατά την ανάλυση των δεδομένων αν δούμε συνδυαστικά τα αποτελέσματα των απαντήσεων στις δυο τελευταίες ερωτήσεις, 20 και 21. Από τους 36 επιχειρηματίες που δήλωσαν ότι γνωρίζουν τι προβλέπει το πτωχευτικό δίκαιο της Ελλάδας για μια επιχείρηση σε περίπτωση πτώχευσης, το 52,8% απάντησε ότι το πτωχευτικό δίκαιο δεν αποτελεί αποτρεπτικό παράγοντα για μια επιχείρηση με προβλήματα να προχωρήσει σε πτώχευση. Την αντίθετη άποψη, ότι το πτωχευτικό δίκαιο είναι όντως αποτρεπτικός παράγοντας υποστήριξαν 14 επιχειρηματίες ή το 38,9%.

Η τελευταία ερώτηση για το ίδιο ζήτημα επιχειρεί να διερευνήσει μια ενδεχόμενη σύνδεση της επιχειρηματικής αποτυχίας με την απάτη, στις ίδιες τις προβλέψεις του πτωχευτικού κώδικα. Και πάλι όπως φαίνεται στο διάγραμμα 6.23, η πλειοψηφία των επιχειρηματιών 46,7% δήλωσε άγνοια ή αρνήθηκε να απαντήσει. Την άποψη ότι ο πτωχευτικός κώδικας της Ελλάδας αντιμετωπίζει όντως τον αποτυχημένο επιχειρηματία ως απατεώνα υποστήριξε το 13,6% ενώ το 16,8% αρνήθηκε αυτήν την τοποθέτηση.

22. Πιστεύετε ότι το πτωχευτικό δίκαιο της Ελλάδας αντιμετωπίζει έναν επιχειρηματία ο οποίος έχει αποτύχει σαν απατεώνα;

214 responses



Διάγραμμα 6.23

Μεγάλη έκπληξη προκαλεί ότι στη δεύτερη θέση με ποσοστό 22,9% βρέθηκε η απάντηση ότι ο τρόπος με τον οποίο θα αντιμετωπιστεί από το πτωχευτικό δίκαιο της χώρας εξαρτάται από τον ίδιο τον επιχειρηματία. Όπως μπορεί να γίνει εύκολα αντιληπτό η συγκεκριμένη επιλογή δεν ήταν η αναμενόμενη καθώς ο τρόπος με τον οποίο αντιμετωπίζονται οι πολίτες από τον νόμο με βάση την αρχή της ισονομίας δεν θα

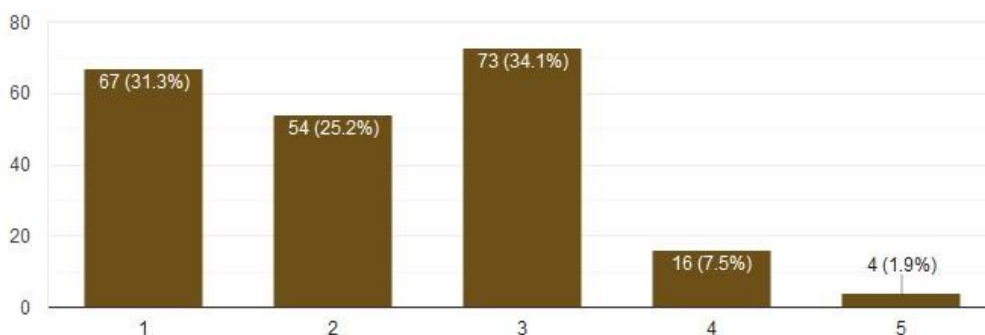
πρέπει να μεταβάλλεται. Αν και όλοι οι πολίτες είναι ίσοι απέναντι στο νόμο, οι 49 από τους 214 επιχειρηματίες που συμμετείχαν στην έρευνα φαίνεται να υποστηρίζουν ότι στην πράξη συμβαίνει το αντίθετο. Αυτή η πεποίθηση -η οποία έχει αναπτυχθεί σε ένα μέρος των επιχειρηματιών και επομένως σε ένα μέρος της κοινωνίας- ότι οι νόμοι ισχύουν για κάποιους άλλα δεν ισχύουν για κάποιους άλλους, είναι ένα φαινόμενο που θα έπρεπε να απασχολήσει έντονα τους επιχειρηματίες, τους νομοθέτες, το σύνολο των πολιτών και προπάντων των πολιτικών.

Οι πέντε τελευταίες ερωτήσεις της έρευνας επιχειρούν να εξετάσουν τι συμβαίνει μετά από μια επιχειρηματική αποτυχία και πώς αυτή επηρεάζει τους επιχειρηματίες. Ειδικότερα θελήσαμε να ρωτήσουμε τους επιχειρηματίες πόσο εύκολο είναι να επιχειρήσουν ξανά στο μέλλον και αν η αποτυχία, εκτός από κατάρρα, μπορεί να αποδειχτεί και ευχή για ένα επιχειρηματία.

Η πρώτη ερώτηση ήταν: «Πόσο εύκολο πιστεύετε ότι είναι το ξεκίνημα μιας νέας επιχειρηματικής προσπάθειας μετά από μια αποτυχία;» και ως ερώτηση επίσης κλίμακας στάσης σημαντικού διαφορισμού προσέφερε απαντήσεις από το 1 έως το 5, με το 1 να αντιστοιχεί στη στάση «*Καθόλου εύκολο*» και το 5 στην αντίθετη στάση «*Πολύ εύκολο*». Η μεγάλη πλειοψηφία των συμμετεχόντων, υιοθέτησε την αρνητική στάση «*Καθόλου εύκολο*» (1 και 2 της κλίμακας). Το ποσοστό τους φτάνει στο 56.5%, ή 121 από τους 214 επιχειρηματίες. Από την άλλη μεριά, μόνο 19 επιχειρηματίες, ποσοστό 9,4% πιστεύουν ότι το ξεκίνημα μιας νέας επιχειρηματικής προσπάθειας μετά από μια αποτυχία είναι «*Πολύ εύκολο*» (4 και 5 της κλίμακας). Την πιο ουδέτερη στάση, νούμερο 3 της κλίμακας απάντησαν 73 επιχειρηματίες, (ποσοστό 34,1%). Όπως φαίνεται και από το διάγραμμα 6.24, αυτή ήταν και η δημοφιλέστερη απάντηση.

23. Πόσο εύκολο πιστεύετε ότι είναι το ξεκίνημα μιας νέας επιχειρηματικής προσπάθειας μετά από μια αποτυχία;

214 responses

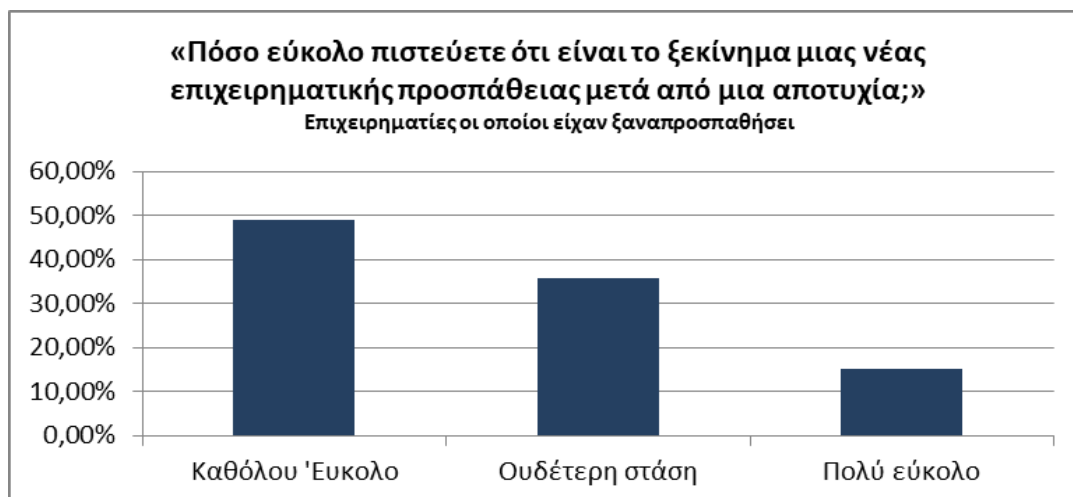


Διάγραμμα 6.24

Από την κατανομή των απαντήσεων είναι φανερό ότι στη μεγάλη τους πλειοψηφία οι επιχειρηματίες πιστεύουν ότι είναι πολύ δύσκολο να προσπαθήσει κανείς ξανά μετά από μια επιχειρηματική αποτυχία.

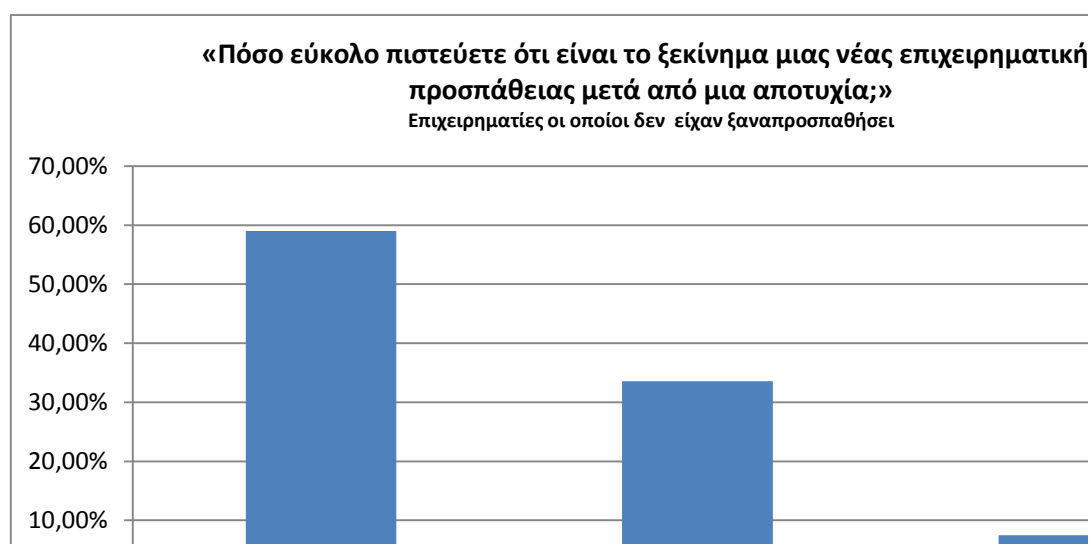
Ένα δεύτερο ενδιαφέρον στοιχείο προκύπτει αν, και πάλι, χωρίσουμε τις ομάδες των επιχειρηματιών σε αυτούς που έχουν ξαναπροσπαθήσει στο παρελθόν και σε όσους δεν έχουν ξαναπροσπαθήσει και ξαναδούμε τα ποσοστά των απαντήσεων.

Αυτοί οι οποίοι είχαν ξαναπροσπαθήσει απάντησαν «*Καθόλου εύκολο*» (1 και 2 της κλίμακας) σε ποσοστό 49,05%, «*Πολύ εύκολο*» (4 και 5 της κλίμακας) σε ποσοστό 15.1% και την ουδέτερη στάση 3 της κλίμακας επέλεξε το 35,85%. Διάγραμμα 6.25.



Διάγραμμα 6.25

Στο παρακάτω διάγραμμα 6.26 ακολουθούν τα αντίστοιχα ποσοστά των 161 επιχειρηματιών που δεν είχαν αποτύχει ποτέ στο παρελθόν. Αντίστοιχα έχουμε για την στάση «Καθόλου εύκολο» 59%, για τη στάση «Πολύ εύκολο», 7,46% και για την ουδέτερη στάση 33,54%.



Διάγραμμα 6.26

Από τα αποτελέσματα προκύπτει ότι οι επιχειρηματίες που δεν έχουν ξαναπροσπαθήσει στο παρελθόν πιστεύουν εντονότερα 59% έναντι 49%, ότι ΔΕΝ είναι καθόλου εύκολο να ξαναπροσπαθήσουν μετά από μια αποτυχία. Από την άλλη μεριά οι επιχειρηματίες που έχουν ξαναπροσπαθήσει στο παρελθόν υποστηρίζουν τη στάση «Πολύ εύκολο» να ξαναπροσπαθήσουν μετά από αποτυχία σε ποσοστό 15%, διπλάσιο από το 7,45% της άλλης ομάδας.

Από την ανάλυση φαίνεται ότι η προηγούμενη επιχειρηματική εμπειρία παίζει σημαντικό ρόλο στον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρηματίες αντιμετωπίζουν τη δυνατότητα επανεκκίνησης μετά από μια επιχειρηματική αποτυχία. Αντίθετα όσοι δεν έχουν αποτύχει ποτέ, επιδεικνύουν περισσότερο φόβο προς το άγνωστο και τρομακτικό για αυτούς συναίσθημα της αποτυχίας, και τις μετέπειτα συνέπειες του.

Σε συνέχεια της παραπάνω ερώτησης, ζητήσαμε από τους επιχειρηματίες να μας απαντήσουν ποια πιστεύουν ότι είναι η μεγαλύτερη δυσκολία που θα αντιμετωπίσουν μετά από μια αποτυχία, σε μια νέα επιχειρηματική προσπάθεια.

Όπως φαίνεται και στο διάγραμμα 6.27, στην πρώτη θέση των απαντήσεων με μεγάλη διαφορά από τις επόμενες, ήρθε η απάντηση που σχετίζεται με τους οικονομικούς παράγοντες της αποτυχίας. Για 137 επιχειρηματίες, ποσοστό 64% του συνόλου, η εύρεση νέων κεφαλαίων είναι η μεγαλύτερη δυσκολία η οποία θα αντιμετωπίσουν εάν θελήσουν να κάνουν μια νέα επιχειρηματική προσπάθεια μετά από μια αποτυχία. Στη δεύτερη θέση των απαντήσεων με ποσοστό 16,8% (36 επιχειρηματίες) ήρθε η εύρεση νέας επιχειρηματικής ιδέας. Είναι εύλογο μετά από μια επιχειρηματική αποτυχία όσοι θελήσουν να κάνουν ένα νέο ξεκίνημα, να προσπαθήσουν να βρουν μια νέα επιχειρηματική ιδέα και να μην ξαναδοκιμάσουν εκεί οπου έχουν ήδη αποτύχει. Η απώλεια της καλής φήμης στην αγορά ήταν η τρίτη δημοφιλέστερη απάντηση με ποσοστό 12,6% (27 επιχειρηματίες) ενώ στην προτελευταία θέση ήρθε η απάντηση άλλη δυσκολία με 3,7%. Στην τελευταία θέση ήρθε η απάντηση ότι η μεγαλύτερη δυσκολία που πιστεύουν ότι θα αντιμετωπίσουν είναι το στίγμα της αποτυχίας με ποσοστό μόλις 2,8%, δηλαδή μόνο 6 στους 214 επιχειρηματίες.

24. Μετά από μια αποτυχία, ποια πιστεύετε ότι είναι η μεγαλύτερη δυσκολία που θα αντιμετωπίσετε σε μια νέα επιχειρηματική προσπάθεια;

214 responses



Διάγραμμα 6.27

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα, το στίγμα της αποτυχίας δεν φαίνεται να ανησυχεί σχεδόν καθόλου τους επιχειρηματίες στην περίπτωση που θέλουν να ξαναδοκιμάσουν. Ακόμα και αν περιορίσουμε την έρευνα στα 53 άτομα που είχαν ξαναπροσπαθήσει επιχειρηματικά στο παρελθόν, η κατάταξη και τα ποσοστά των απαντήσεων είναι παρόμοια. Το 60,4% απαντά εύρεση νέων κεφαλαίων, το 20,75% εύρεση νέας επιχειρηματικής ιδέας, το 15,1% την απώλεια της καλής φήμης στην αγορά και μόλις το 3,75% το στίγμα της αποτυχίας. **Για την κοινωνία της Κρήτης αυτό μπορεί να θεωρηθεί ένα ευχάριστο αποτέλεσμα αφού παρά το γεγονός ότι σε προηγούμενες ερωτήσεις (ερωτήσεις 15 και 17 του ερωτηματολογίου) οι επιχειρηματίες αναγνωρίζουν ότι υπάρχει το στίγμα της αποτυχίας και ότι αποτελεί αποτρεπτικό παράγοντα, φαίνεται να μην το αντιλαμβάνονται σαν την μεγαλύτερη δυσκολία την οποία θα αντιμετωπίσουν σε μια ενδεχόμενη νέα επιχειρηματική προσπάθεια.**

Ενδιαφέρον παρουσιάζει επίσης το γεγονός ότι οι επιχειρηματίες φαίνεται να αποδίδουν μεγαλύτερη βαρύτητα στη σημασία της φήμης παρά στη έννοια του στίγματος της

αποτυχίας. Είδαμε στην ερώτηση ότι το 12,6% απέδωσε μεγαλύτερη σημασία στη φήμη έναντι του 2,8% που απάντησε το στίγμα της αποτυχίας.

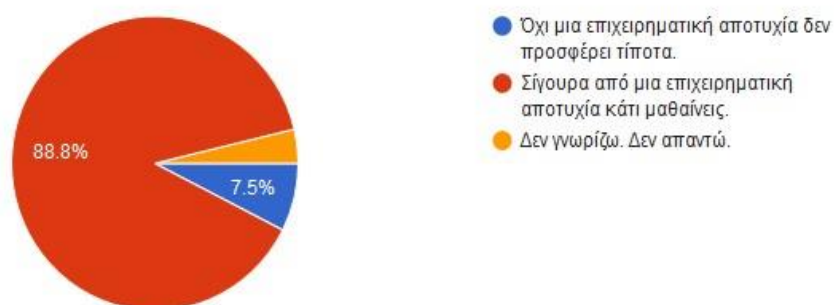
Ακόμα και αν θεωρήσουμε ότι η απώλεια της φήμης στην αγορά αποτελεί μια μορφή στιγματισμού του επιχειρηματία, τότε αθροιστικά με το στίγμα της αποτυχίας το ποσοστό μπορεί μεν να ανεβαίνει στο 15,4% αλλά και πάλι καταλαμβάνει μόλις την τρίτη θέση με τις μεγαλύτερες δυσκολίες που θα αντιμετωπίσουν οι επιχειρηματίες μετά από μια αποτυχία, σε μια νέα επιχειρηματική προσπάθεια. Τελικά, για τους επιχειρηματίες του δείγματος μας, ούτε η απώλεια της φήμης, ούτε το επιχειρηματικό στίγμα (ακόμα και συνδυαστικά) δεν φαίνεται να είναι οι σοβαρότεροι αποτρεπτικοί παράγοντες για μια νέα επιχειρηματική προσπάθεια.

Στις τελευταίες 3 ερωτήσεις της έρευνας θελήσαμε να ελέγξουμε κατά πόσο αντιλαμβάνονται οι επιχειρηματίες ότι η επιχειρηματική αποτυχία εκτός από δεινά μπορεί να έχει και θετικά αποτελέσματα για τους ίδιους αλλά και για μια μελλοντική τους επιχειρηματική προσπάθεια.

Το πρώτο ερώτημα επιχειρεί να διερευνήσει τη συσχέτιση της επιχειρηματικής αποτυχίας με τη γνώση και την εμπειρία που αποκομίζει ο επιχειρηματίας. Οι απαντήσεις των επιχειρηματιών φαίνονται στο διάγραμμα 6.28. Η συντριπτική πλειοψηφία (88,8% των επιχειρηματιών) αναγνώρισε ότι σίγουρα μετά από μια επιχειρηματική αποτυχία κάτι μαθαίνει: **Έπειτα από μια επιχειρηματική αποτυχία παράγεται γνώση και εξαρτάται από τον ίδιο τον επιχειρηματία πώς και αν θα τη χρησιμοποιήσει στο μέλλον.** Ένα ποσοστό 7,5% των επιχειρηματιών απάντησε ότι μια επιχειρηματική αποτυχία δεν προσφέρει τίποτα και τέλος ένα 3.7% απάντησε δεν γνωρίζω/δεν απαντώ.

25. Πιστεύετε ότι μια επιχειρηματική αποτυχία μπορεί να προσφέρει πολύτιμα μαθήματα στον επιχειρηματία;

214 responses



Διάγραμμα 6.28

Σκοπός της επόμενης ερώτησης ήταν να ελέγξουμε αν εκτός από γνώση μια επιχειρηματική αποτυχία μπορεί να «σκληραγωγήσει» κατά κάποιο τρόπο έναν επιχειρηματία ώστε να είναι σε θέση να ανταποκριθεί καλύτερα στο ιδιαίτερα απαιτητικό επιχειρηματικό περιβάλλον. Οι απαντήσεις φαίνονται στο διάγραμμα 6.29 που ακολουθεί.

26. Πιστεύετε ότι οι επιχειρηματίες οι οποίοι έχουν βιώσει μια αποτυχία είναι περισσότερο προετοιμασμένοι για να αντιμετωπίσουν τις δυσκολίες μιας νέας επιχειρηματικής προσπάθειας;

214 responses



Διάγραμμα 6.29

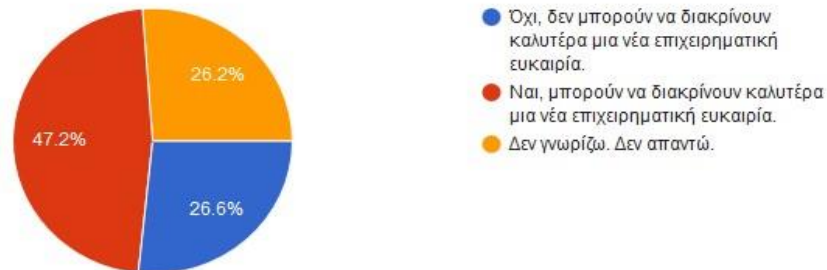
Η μεγάλη πλειοψηφία των απαντήσεων με ποσοστό 56,5%, δηλαδή οι 121 από τους 214 επιχειρηματίες απάντησαν ότι όσοι έχουν βιώσει μια αποτυχία γνωρίζουν περισσότερα, αλλά κάθε επιχειρηματική προσπάθεια έχει τις δικές της δυσκολίες. Ότι είναι περισσότερο προετοιμασμένοι και γνωρίζουν τι πρέπει να προσέξουν περισσότερο, απάντησε το 35,5% των επιχειρηματιών (76 επιχειρηματίες). Ότι δεν είναι περισσότερο προετοιμασμένοι και θα αντιμετωπίσουν ξανά δυσκολίες απάντησε μόλις το 5,1%, και δεν γνωρίζω/ δεν απαντώ, απάντησε το 2,8%.

Από τις απαντήσεις φαίνεται ότι οι επιχειρηματίες αναγνωρίζουν σε όσους έχουν αποτύχει στο παρελθόν την ύπαρξη παραπάνω γνώσης συγκριτικά με έναν νέο επιχειρηματία, αλλά ταυτόχρονα το 56,5% πιστεύει ότι αυτό από μόνο του δεν θα τους οδηγήσει απαραίτητα στην επιτυχία, αφού κάθε επιχειρηματική προσπάθεια έχει τις δικές της δυσκολίες. Το ποσοστά δεν δείχνουν καμιά σημαντική μεταβολή ούτε ανάμεσα στους 53 επιχειρηματίες που δήλωσαν ότι έχουν ξαναπροσπαθήσει επιχειρηματικά στο παρελθόν, κάτι το οποίο σημαίνει ότι τα αποτελέσματα στην συγκεκριμένη ερώτηση επιβεβαιώνονται και από τους επιχειρηματίες που έχουν επιχειρήσει στην πράξη μια νέα επιχειρηματική προσπάθεια.

Η τελευταία ερώτηση θέλησε αν ελέγξει αν τα άτομα μπορούν να επωφεληθούν από τις επιχειρησιακές τους αποτυχίες αναπτύσσοντας μια ενισχυμένη ικανότητα να εντοπίζουν νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες, όπως υποστηρίζει και η έρευνα των Mueller & Shepherd (2016). Σε αυτό το πλαίσιο ρωτήσαμε τους συμμετέχοντες αν πιστεύουν ότι οι επιχειρηματίες που έχουν βιώσει μια αποτυχία μπορούν να διακρίνουν καλύτερα μια νέα επιχειρηματική ευκαιρία. Στο παρακάτω διάγραμμα 6.30 της τελευταίας ερώτησης του ερωτηματολογίου μας φαίνονται η απαντήσεις των επιχειρηματιών. Οι 101 από τους 214 επιχειρηματίες (47,2%) επιβεβαιώνουν τα ευρήματα της έρευνας των Mueller & Shepherd (2016) αφού απάντησαν ότι οι επιχειρηματίες που έχουν βιώσει μια αποτυχία μπορούν να διακρίνουν καλύτερα μια νέα επιχειρηματική ευκαιρία. Αρνητικά απάντησε το 26,6% και δεν γνωρίζω/ δεν απαντώ το 26,2%.

27. Πιστεύετε ότι οι επιχειρηματίες οι οποίοι έχουν βιώσει μια αποτυχία μπορούν να διακρίνουν καλύτερα μια νέα επιχειρηματική ευκαιρία;

214 responses

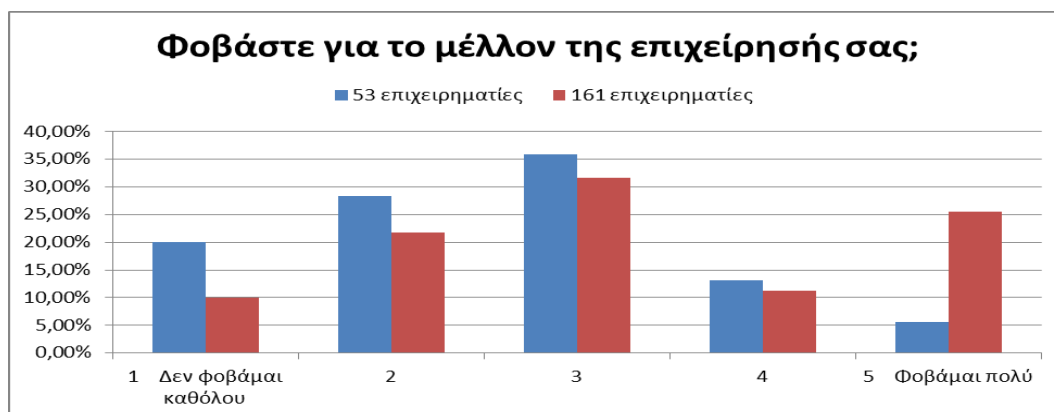


Διάγραμμα 6.30

Τα αποτελέσματα αποκτούν ιδιαίτερο ενδιαφέρον αν εστιάσουμε και πάλι μόνο τους 53 επιχειρηματίες που έχουν επιχειρήσει ξανά στο παρελθόν. Σε αυτήν την περίπτωση το 47,2% του συνόλου εκτοξεύεται στο εντυπωσιακό 69,8%, με τους 37 από τους 53 επιχειρηματίες να δηλώνουν ότι όσοι έχουν βιώσει μια αποτυχία μπορούν να διακρίνουν καλύτερα μια νέα επιχειρηματική ευκαιρία. Αρνητικά απάντησε το 15,1% και δεν γνωρίζω δεν απαντώ άλλο ένα 15.1%. **Είναι ιδιαίτερα σημαντικό το γεγονός ότι άτομα που έχουν βιώσει την αποτυχία και έχουν ξαναδοκιμάσει σε νέα επιχείρηση απαντούν σε ποσοστό 69,8% καταφατικά σε αυτήν την ερώτηση, επιβεβαιώνοντας τα ευρήματα των Mueller & Shepherd (2016).**

6.2 Chi-square test.

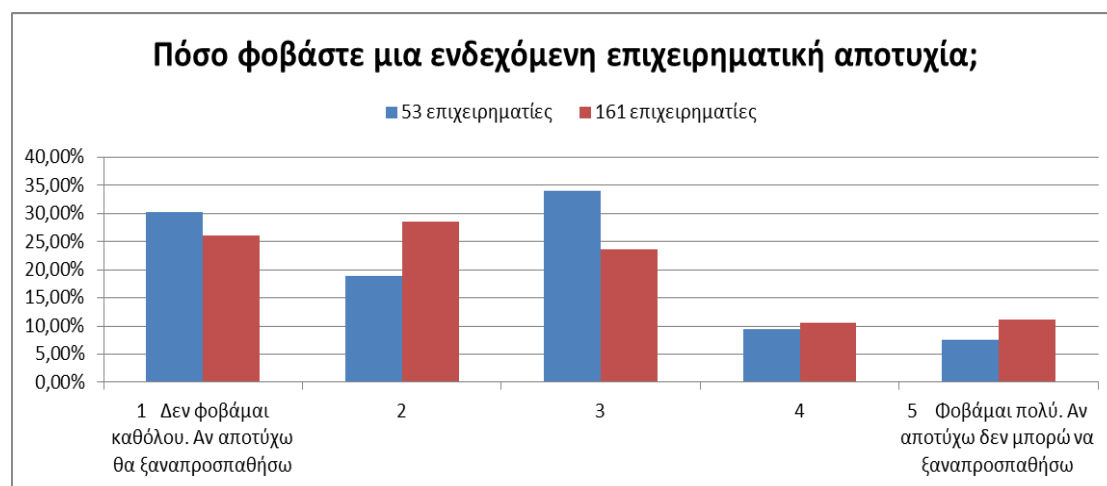
Θέλοντας να ελέγξουμε τη συνάφεια της πρότερης επιχειρηματικής δραστηριότητας και του φόβου της αποτυχίας, εφαρμόσαμε το στατιστικό κριτήριο χ^2 (x- τετράγωνο – chi-square test) σε δυο ερωτήσεις της έρευνας. Η πρώτη ήταν η ερώτηση: «Φοβάστε για το μέλλον της επιχείρησής σας;». Υπενθυμίζουμε ότι από τους 214 συμμετέχοντες στην έρευνα οι 53 επιχειρηματίες είχαν δημιουργήσει και άλλες επιχειρήσεις στο παρελθόν, ενώ 161 απάντησαν ότι η τωρινή επιχείρηση ήταν η πρώτη τους επιχειρηματική προσπάθεια. Συνοπτικά στο παρακάτω διάγραμμα 6.31, φαίνονται ομαδοποιημένες οι απαντήσεις που πήραμε από τις δυο ομάδες επιχειρηματιών στην συγκεκριμένη ερώτηση.



Διάγραμμα 6.31

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα από το chi-square τεστ, φαίνεται ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των απόψεων των 53 και των 161 επιχειρηματιών, σε σχέση με το πόσο φοβούνται για το μέλλον της επιχείρησής τους ($\chi^2=10,388, d.f.:4, p= .034$). Αυτό σημαίνει ότι η σχέση ανάμεσα στην προηγούμενη επιχειρηματική εμπειρία και στο φόβο που νιώθουν οι επιχειρηματίες για το μέλλον της επιχείρησής τους βρέθηκε ισχυρή και στατιστικά σημαντική. Μια πιθανή εξήγηση για αυτήν την ισχυρή συνάφεια μεταξύ των δυο μεταβλητών ίσως να σχετίζεται με το γεγονός ότι η προηγούμενη επιχειρηματική εμπειρία, βοηθά τους επιχειρηματίες να αναπτύξουν μια επιχειρηματική νοοτροπία και μια ικανότητα επίλυσης προβλημάτων, οι οποίες με τη σειρά τους, αυξάνουν την ικανότητά τους να εντοπίζουν και να επιλύουν πιθανά προβλήματα, καθώς και να εκμεταλλεύονται τις ευκαιρίες που προκύπτουν για την ανάπτυξη της επιχείρησής τους (Ucbasaran *et al.*, 2003. Politis, 2008). Σε κάθε περίπτωση η πρότερη επιχειρηματική εμπειρία φαίνεται να επιδρά θετικά στην ενδυνάμωσή τους και την απαλλαγή τους από το συναίσθημα του φόβου και την ανασφάλεια για το επιχειρηματικό τους αύριο.

Η δεύτερη ερώτηση στην οποία εφαρμόσαμε το στατιστικό κριτήριο του χ^2 ήταν το κατά πόσο φοβούνται οι επιχειρηματίες μια ενδεχόμενη επιχειρηματική αποτυχία. Στο διάγραμμα 6.32 φαίνονται οι απαντήσεις που λάβαμε και από τις δυο ομάδες επιχειρηματιών.



Διάγραμμα 6.32

Σε αυτήν την περίπτωση και σύμφωνα με τα αποτελέσματα από το chi-square τεστ, φαίνεται ότι ΔΕΝ υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των απόψεων των 53 και των 161 επιχειρηματιών, σε σχέση με το πόσο φοβούνται μια ενδεχόμενη επιχειρηματική αποτυχία, ($\chi^2(4)=3,879, d.f.:4, p= .423$). Το γεγονός ότι δεν υπάρχει σημαντική στατιστική συσχέτιση ανάμεσα στην προηγούμενη επιχειρηματική εμπειρία και στο φόβο μια ενδεχόμενης επιχειρηματικής αποτυχίας σημαίνει ότι οι αυτές οι δυο μεταβλητές είναι ανεξάρτητες μεταξύ τους. Ο φόβος των επιχειρηματιών μπροστά σε ένα τόσο σημαντικό γεγονός όπως είναι μια επιχειρηματική αποτυχία δεν φαίνεται να επηρεάζεται από τυχόν προηγούμενη επιχειρηματική δραστηριότητα. Ωστόσο, ακόμα και αν ο φόβος της αποτυχίας φαίνεται να μην διαφέρει για τις δυο κατηγορίες επιχειρηματιών, η βιβλιογραφία επισημαίνει διαφορές στη στάση των επιχειρηματιών απέναντι στην αποτυχία μετά το ίδιο το συμβάν. Αρκετές έρευνες (Politis, 2008. Ucbasaran *et al.*, 2003. Sitkin, 1992) υποστηρίζουν ότι οι έμπειροι επιχειρηματίες διατηρούν θετικότερη στάση απέναντι στην αποτυχία από ό, τι οι αρχάριοι επιχειρηματίες, καθώς την αντιμετωπίζουν ως μια πολύτιμη και σημαντική πηγή μάθησης η οποία μπορεί να οδηγήσει σε θετικά αποτελέσματα μακροπρόθεσμα.

6.3. Συμπεράσματα

Δεδομένου ότι στα χρόνια της κρίσης ο φόβος της αποτυχίας φαίνεται να αυξήθηκε κατά 20 ποσοστιαίες μονάδες σε πανελλαδικό επίπεδο και σε συνδυασμό με την ελληνική «πρωτιά» στους δείκτες φόβου της αποτυχίας παγκοσμίως (IOBE 2018) και τα πολυάριθμα «λουκέτα» των μικρομεσαίων επιχειρήσεων που ακολούθησαν την έναρξη της κρίσης (ΚΕΠΕ 2015), η παρούσα έρευνα επέλεξε να εστιάσει στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις διερευνώντας τη συσχέτισή τους με τον φόβο της αποτυχίας και του ενδεχόμενου στιγματισμού που απορρέει από αυτήν. Ιδιαιτερότητα της έρευνας είναι το πεδίο της, καθώς εστιάζει αποκλειστικά στην περιφέρεια της Κρήτης επιχειρώντας να μελετήσει τις απόψεις των κρητικών επιχειρηματιών για ζητήματα που σχετίζονται με μια ενδεχόμενη αποτυχία και τον τρόπο διαχείρισής της. Παράλληλα, εκκινώντας από τις σημαντικές επικρίσεις που δέχεται ο πτωχευτικός κώδικας από οικονομικούς φορείς της χώρας (Χατζηθεοδοσίου 2017) στην παρούσα έρευνα επιχειρήσαμε να διερευνήσουμε τον βαθμό εξοικείωσης των επιχειρηματιών με τις πτωχευτικές διατάξεις καθώς και τη γνώμη τους για τη συνεισφορά τους στην επιβίωση των επιχειρήσεων που βρίσκονται σε κίνδυνο. Τα παραπάνω ζητήματα διερευνήθηκαν βάσει μιας ποσοτικής δειγματοληπτικής έρευνας μέσω της αυτό-συμπλήρωσης ενός ερωτηματολογίου. Το τελικό δείγμα αποτελείται από 214 επιχειρηματίες μικρομεσαίων επιχειρήσεων της Κρήτης. Αν και ορισμένα από τα ευρήματα της έρευνας παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον, είναι σημαντικό να τονιστεί ότι η έρευνα δεν είναι αντιπροσωπευτική οπότε τα αποτελέσματά της δεν μπορούν να γενικευτούν στο σύνολο των επιχειρηματιών της Κρήτης. Αποτελούν επομένως απλώς ενδείξεις και τροφή για σκέψη και περαιτέρω διερεύνηση.

Εντύπωση προκαλεί το γεγονός ότι από τους 214 ερωτώμενους το 42.6% , δήλωσε ότι η επιχείρησή τους λειτουργεί από 0-10 χρόνια. Αυτό σημαίνει ότι σχεδόν οι μισοί επιχειρηματίες που συμμετείχαν στην έρευνα ξεκίνησαν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα από την έναρξη της οικονομικής κρίσης του 2008 και έπειτα, συνθήκη που επιβεβαιώνει ότι η οικονομική κρίση εκτός από τα πολλά προβλήματα για τις επιχειρήσεις μπορεί να δημιουργήσει παράλληλα και επιχειρηματικές ευκαιρίες, επιτρέποντας αλλαγές σταδιοδρομίας και προωθώντας νέα επαγγελματικά εγχειρήματα. Σημαντικός παράγοντας ωστόσο για τη δημιουργία χιλιάδων επιχειρήσεων εν μέσω της οικονομικής κρίσης είναι παράλληλα και η έλλειψη άλλων επιλογών απασχόλησης, σε συνδυασμό με τα υψηλά ποσοστά ανεργίας. Για παράδειγμα το 2016 το 41% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων (περίπου 160 χιλιάδες άτομα) προχώρησε σε ένα επιχειρηματικό εγχείρημα από ανάγκη, ενώ αυτοί που διέκριναν μια επιχειρηματική ευκαιρία η οποία αποτέλεσε και το κίνητρό τους ανήλθαν στο 36,1% (σε περίπου 140 χιλιάδες άτομα) (IOBE,2017). Οι αντίστοιχοι μέσοι όροι των χωρών καινοτομίας βρίσκονται στο 53.5% για την επιχειρηματικότητα ευκαιρίας και στο 22,9% στην επιχειρηματικότητα ανάγκης (IOBE, 2018). Σταδιακά βέβαια και με την πάροδο της οικονομικής κρίσης η κατάσταση φαίνεται να ομαλοποιείται αφού το αντίστοιχο ποσοστό για το 2017 έπεσε στο 29% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων (περίπου 90 χιλιάδες άτομα που ξεκίνησαν ένα επιχειρηματικό εγχείρημα από ανάγκη), ενώ το 37% διέκρινε κάποια επιχειρηματική ευκαιρία (περίπου 120 χιλιάδες άτομα) ποσοστό που παρουσιάζει ελάχιστη αύξηση από το περασμένο έτος (IOBE, 2018).

Ένα από τα πιο ενδιαφέροντα ευρήματα της έρευνας είναι ότι οι επιχειρηματίες της Κρήτης δείχνουν να διατηρούν προς τον φόβο της αποτυχίας μια συμπεριφορά πολύ διαφορετική από αυτή που περιγράφεται στις πανελλήνιες έρευνες του IOBE για την επιχειρηματικότητα. Η διαφορά των 43,8 ποσοστιαίων μονάδων σε αντίστοιχη ερώτηση της έρευνας του IOBE (2018) σε επιχειρηματίες όλης της επικράτειας είναι αξιοπρόσεκτη και

αξίζει περαιτέρω διερεύνησης. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον, επίσης, θα είχε να γνωρίζαμε πως απάντησαν οι επιχειρηματίες της Κρήτης στην αντίστοιχη ερώτηση της έρευνας του IOBE.

Τα αποτελέσματα δείχνουν επίσης ότι οι επιχειρηματίες που συμμετείχαν στην παρούσα έρευνα, στην πλειοψηφία τους, πιστεύουν ότι ένας επιχειρηματίας που αποτυγχάνει αντιμετωπίζει το στίγμα της αποτυχίας από την Ελληνική κοινωνία. Όσον αφορά την ένταση του στιγματισμού, ωστόσο, η πλειοψηφία των επιχειρηματιών πιστεύει ότι δεν είναι σημαντική. Άξιο συζήτησης είναι ότι οι 29 επιχειρηματίες που δήλωσαν ότι είχαν ξαναδοκιμάσει στο παρελθόν και ταυτόχρονα πιστεύουν ότι όσοι αποτύχουν αντιμετωπίζουν το στίγμα της αποτυχίας, απάντησαν σε ποσοστό 79,31%, ότι η ένταση του στιγματισμού είναι από το 3 της κλίμακας και πάνω. Επομένως όσοι υποστηρίζουν την ύπαρξή του στίγματος και παράλληλα έχουν επιχειρηματικό παρελθόν που ενδεχομένως να περιλαμβάνει μια αποτυχία αξιολογούν σημαντικά την έντασή του.

Ταυτόχρονα οι επιχειρηματίες σε ποσοστό 45,8% αναγνωρίζουν ότι το στίγμα της αποτυχίας μπορεί να αποτελέσει αποτρεπτικό παράγοντα, αλλά παράλληλα υποστηρίζουν ότι η επιτυχία κάθε μελλοντικού εγχειρήματος θα εξαρτηθεί από τις εκάστοτε συνθήκες. Μόνο ένα 5,6% ομολογεί ότι το στίγμα της αποτυχίας θα τους αποτρέψει κατηγορηματικά από μια νέα επιχειρηματική προσπάθεια. Η πλειοψηφία, σε ποσοστό 48,6%, δηλώνει ότι το στίγμα της αποτυχίας δεν πρόκειται να σταθεί εμπόδιο και να τους αποτρέψει από μελλοντικά επιχειρηματικά σχέδια. Είναι επίσης σημαντικό να τονίσουμε ότι όσοι επιχειρηματίες είχαν προηγούμενη επιχειρηματική εμπειρία δείχνουν να είναι περισσότερο αποφασισμένοι να μην αφήσουν το στίγμα να τους αποτρέψει, ενώ ταυτόχρονα πιστεύουν ότι η επανεκκίνηση μετά από μια αποτυχία είναι περισσότερο εύκολη σε σχέση με τους επιχειρηματίες οι οποίοι δεν είχαν ξαναπροσπαθήσει στο παρελθόν.

Στις ερωτήσεις που αφορούν το πτωχευτικό δίκαιο της Ελλάδας οι επιχειρηματίες στην συντριπτική τους πλειοψηφία ομολόγησαν ότι έχουν πλήρη άγνοια ή στην καλύτερη περίπτωση ότι γνωρίζουν ελάχιστα στοιχεία για τις διατάξεις του. Εντύπωση προκαλεί η απάντηση του 22,9% των επιχειρηματιών που δήλωσε ότι ο τρόπος με τον οποίο θα αντιμετωπιστεί ένας επιχειρηματίας από τον νόμο εξαρτάται από τον ίδιο τον επιχειρηματία, συνθήκη που φαίνεται να αιτιολογεί εν μέρει την αποδυνάμωση του επιχειρηματικού δικαίου εν γένει και την αποστασιοποίηση των επιχειρηματιών από τις διευκολύνσεις που μπορεί να προσφέρει το νομικό πλαίσιο: Η άγνοια και η έλλειψη εμπιστοσύνης στην πτωχευτική διαδικασία ίσως εξηγούν την άρνηση των επιχειρήσεων με προβλήματα να ακολουθήσουν την πτωχευτική διαδικασία αφού ακόμα και κατά την περίοδο της οικονομικής κρίσης ελάχιστες επιχειρήσεις στην Ελλάδα επέλεξαν να ακολουθήσουν τις προβλέψεις του πτωχευτικού κώδικα (ΕΛΣΤΑΤ, 2019).

Τέλος οι επιχειρηματίες που συμμετείχαν στην παρούσα έρευνα, στην συντριπτική τους πλειοψηφία απάντησαν ότι από μια αποτυχία παράγεται γνώση η οποία μπορεί να βοηθήσει σε μια νέα επιχειρηματική προσπάθεια χωρίς όμως να παραγνωρίζουν το γεγονός ότι κάθε νέο εγχείρημα έχει τις δικές του ιδιαιτερότητες και δυσκολίες. Με μικρή πλειοψηφία απάντησε επίσης ότι ένας επιχειρηματίας που έχει αποτύχει στο παρελθόν μπορεί να διακρίνει καλύτερα μια νέα επιχειρηματική ευκαιρία, προσθέτοντας αξία στις εμπειρίες της επαγγελματικής αποτυχίας.

Οι ιδιαιτερότητες της ελληνικής επιχειρηματικής πραγματικότητας και δει της κρητικής, όπως προκύπτουν από τις παραπάνω τοποθετήσεις των συμμετεχόντων στην έρευνα, εάν μελετηθούν και πλαισιωθούν από περισσότερη έρευνα και γνώση θα μπορούσαν να συμβάλλουν σημαντικά στη δημιουργία ενός θεσμικού πλαισίου φιλικότερου στον μικρομεσαίο επιχειρηματία που να στηρίζει σημαντικά την ελληνική οικονομία. Η ενθάρρυνσή του τόσο οικονομικά, γραφειοκρατικά και φορολογικά φαίνεται να είναι καίριας

σημασίας καθώς οι φόβοι για τη διαμόρφωση των εξωγενών συνθηκών του περιβάλλοντος είναι στη πρώτη θέση στους φόβους αποτυχίας των επιχειρηματιών της Κρήτης που συμμετείχαν στην έρευνα. Επομένως η ρύθμιση ασταθειών φαίνεται να μπορεί να ενθαρρύνει σημαντικά επιχειρηματικές δραστηριότητες δεύτερης ευκαιρίας, ενισχύοντας επιχειρηματίες οι οποίοι πέρα από το οικονομικό ρίσκο έχουν να αντιμετωπίσουν, καθώς φαίνεται, και το στίγμα της αποτυχίας. Ευτυχές θα ήταν αν η έρευνα και τα ευρήματά της μπορούσαν να οδηγήσουν σε συστάσεις πολιτικής τόσο στο νομικό και θεσμικό πλαίσιο, όσο και στο οικονομικό και το ευρύτερα κοινωνικό, ώστε να διευκολυνθεί η ελληνική επιχειρηματικότητα, να απλοποιηθούν οι γραφειοκρατικές της αγκυλώσεις ιδιαίτερα αναφορικά στο πτωχευτικό δίκαιο και να απαλλαγθεί η, σχετικά μικρή, κοινωνία της Κρήτης από ρατσιστικές προκαταλήψεις γύρω από το δίπολο επιτυχίας- αποτυχίας. Αν κάθε εγχείρημα αντιμετωπίζεται ως εμπειρία που σε κάθε περίπτωση μπορεί να οδηγήσει σε οφέλη – αν όχι οικονομικά σίγουρα σε επίπεδο απόκτησης γνώσης- οι Έλληνες πιθανόν να προχωρούν ευκολότερα σε επιχειρηματικά εγχειρήματα συνθήκη που μπορεί να ευνοήσει την ελληνική οικονομία εν γένει.

6.4 Επίλογος

Από το πρώτο εισαγωγικό κεφάλαιο της έρευνας αναφερθήκαμε στο γεγονός ότι έμπνευση για την εκπόνηση της συγκεκριμένης εργασίας ήταν το άρθρο του πρόεδρου του Επαγγελματικού Επιμελητηρίου Αθήνας Γιάννη Χατζηθεοδοσίου στο Αθηναϊκό Μακεδονικό Πρακτορείο Ειδήσεων τον Νοέμβριο του 2017. Τα ζητήματα του φόβου και του στίγματος της αποτυχίας, της αναποτελεσματικότητας του πτωχευτικού δικαίου της χώρας, καθώς και η σημασία της παροχής μιας «δεύτερης ευκαιρίας» σε αδόλωτα πτωχεύσαντες επιχειρηματίες υπήρξαν επίσης σημαντικά κίνητρα που προκάλεσαν το ερευνητικό ενδιαφέρον, ιδιαίτερα σε μια περίοδο όπου η οικονομική κρίση οδήγησε πανελλαδικά χιλιάδες μικρομεσαίες επιχειρήσεις σε λουκέτο. Πέρα όμως από το ακαδημαϊκό ενδιαφέρον για τους σκοπούς της έρευνας, υπήρξε σε προσωπικό επίπεδο έντονη περιέργεια και ανθρώπινο ενδιαφέρον να ανακαλύψω πως αντιδρούν οι συνάνθρωποι μου ντόπιοι Κρητικοί επιχειρηματίες σε αυτά τα σημαντικά ζητήματα.

Μέσω της αναζήτησης δεικτών επιχειρηματικότητας διεθνών αλλά και ελληνικών οργανισμών όπως το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας (GEM) και το Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE), αναδείχθηκε η ιδιαίτερη σημασία της μικρομεσαίας επιχειρηματικότητας για την παγκόσμια οικονομία και ακόμη περισσότερο για την Ελλάδα. Παράλληλα, οι σημαντικές επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης που ξεκίνησε το 2008 αναζητήθηκαν επίσης σε ποσοτικούς δείκτες (ποσοστά ανεργίας, αριθμός λουκέτων σε επιχειρήσεις κ.λπ.). Βιβλιογραφικά μελετήθηκαν επίσης και όλα τα επιμέρους ζητήματα τα οποία μας κίνησαν τον ενδιαφέρον. Αναλύσαμε σε βάθος την έννοια της αποτυχίας και του φόβου της αποτυχίας, από τις αίτιες οι οποίες τις προκαλούν μέχρι και τις συνέπειες τους για ένα επιχειρηματία που τις βιώνει. Εξετάσαμε επίσης τις συνέπειες του στίγματος της αποτυχίας στον επιχειρηματία καθώς και τη σημασία του πτωχευτικού συστήματος κάθε χώρας και τον τρόπο με τον οποίο μπορεί να απορροφήσει και να εξομαλύνει τις συνέπειες μια οικονομικής κρίσης στον επιχειρηματικό κόσμο. Τέλος αναλύσαμε τους λόγους για τους οποίους είναι σημαντικό να δίνεται στους αδόλωτα πτωχεύσαντες επιχειρηματίες μια «δεύτερη ευκαιρία» στον επιχειρηματικό στίβο.

Σκοπός μας αρχικά για την εξαγωγή ακριβέστερων συμπερασμάτων, ήταν να διεξάγουμε μια ποσοτική έρευνα με τη χρήση ηλεκτρονικών ερωτηματολόγιων αυτό-συμπλήρωσης και να απευθυνθούμε αποκλειστικά σε επιχειρηματίες οι οποίες είχαν αποτύχει σε μία τουλάχιστον προηγούμενη επιχειρηματική προσπάθεια. Σύντομα ανακαλύψαμε ότι η πρόσβαση σε αυτήν την μερίδα επιχειρηματιών ήταν πολύ δύσκολη, καθώς δεν υπήρχε καμία

επίσημη καταγραφή όσων έχουν αποτύχει επιχειρηματικά. Αυτός είναι και ο σημαντικότερος λόγος που η συντριπτική πλειοψηφία της βιβλιογραφίας η οποία ασχολείται με το ζήτημα της επιχειρηματικής αποτυχίας αφορούσε ποιοτικές μελέτες με χρήση συνεντεύξεων από ένα πολύ μικρό αριθμό επιχειρηματιών που είχαν βιώσει την αποτυχία. Λόγω των προβλημάτων καταγραφής και πρόσβασης του συγκεκριμένου πληθυσμού, εν τέλει απευθύνθηκα σε 214 εν ενεργεία επιχειρηματίες, το ένα τέταρτο εκ των οποίων όπως αποδείχτηκε είχε δημιουργήσει και άλλη ή άλλες επιχειρήσεις στο παρελθόν.

Πέρα από το θέμα της πρόσβασης στην κατάλληλη μερίδα επιχειρηματιών ένα άλλο πρόβλημα που αντιμετωπίσαμε ήταν αυτό της συμμετοχής. Ενώ το ερωτηματολόγιο ήταν περιορισμένο σε έκταση και σε ηλεκτρονική μορφή (χρήση της εφαρμογής Google Forms) με την μορφή ενός λίνκ μέσω e-mail, στο οποίο μπορούσε κανείς να μπει και να το συμπληρώσει σε λίγα λεπτά και παρά το γεγονός ότι το αποστείλαμε σε πολλές δεκάδες επιχειρήσεων αλλά και σε ομάδες, σωματεία και συλλόγους επιχειρηματιών, η συμμετοχή ήταν πολύ μικρότερη από την αναμενόμενη. Για τη συγκέντρωση της πλειοψηφίας των απαντήσεων, ο πιο αποτελεσματικός τρόπος ήταν η κατ'ιδίαν επίσκεψη σε επιχειρήσεις με εκτυπωμένα ερωτηματολόγια τα οποία συμπλήρωναν μόνοι τους οι επιχειρηματίες, και τα οποία έπειτα συλλέγαμε και καταχωρούσαμε ηλεκτρονικά στην εφαρμογή Google Forms. Η εντύπωση που αποκομίσαμε από τις παρατηρήσεις των επιχειρηματιών κατά την προσωπική επαφή, ήταν ότι η συμπλήρωση του συγκεκριμένου ερωτηματολογίου που εστίαζε στην αποτυχία δεν αποτελούσε ευχάριστη εμπειρία, συνθήκη που θα μπορούσε να δικαιολογήσει εν μέρει τη χαμηλή απόκριση μέσω email. Υπήρξαν βέβαια και περιπτώσεις επιχειρηματιών οι οποίοι αρνήθηκαν τη συμμετοχή στην έρευνα λόγω περιορισμένου χρόνου. Ένας πιθανός τρόπος πρόσβασης με ενδεχόμενα υψηλότερα ποσοστά απόκρισης θα μπορούσε να επιτευχθεί μέσω της χρήσης των κοινωνικών δικτύων αφού καθώς φαίνεται στην Ελλάδα οι επιχειρήσεις εστιάζουν πλέον πολύ περισσότερο στα social media.

Υπάρχουν φυσικά πράγματα τα οποία αν ξανακάναμε την διπλωματική από την αρχή ίσως να κάναμε διαφορετικά. Αν θέλαμε για παραδείγματα διατηρήσουμε το κριτήριο ότι οι επιχειρηματίες θα έπρεπε να έχουν βιώσει τουλάχιστον μια επιχειρηματική αποτυχία τότε θα πραγματοποιούσαμε μια ποιοτική έρευνα με την μορφή συνεντεύξεων σε μια μικρή ομάδα περίπου 10 επιχειρηματιών. Στην βιβλιογραφία παρατηρήσαμε ότι αυτό συμβαίνει πολύ συχνά σε αντίστοιχες έρευνες για την αποτυχία αφού είναι κοινά αποδεκτό ότι η πρόσβαση σε μια μεγάλη ομάδα επιχειρηματιών οι οποίοι έχουν αποτύχει, για την διενέργεια ποσοτικών ερευνών, είναι πολύ δύσκολη διεθνώς. Επίσης επειδή για λογούς χρόνου, μεγάλο μέρος της βιβλιογραφικής επισκόπησης ολοκληρώθηκε μετά την κατασκευή και διανομή του ερωτηματολογίου, υπήρξαν μερικά λάθη και παραλείψεις στην διατύπωση των ερωτήσεων. Για παράδειγμα θα μπορούσαμε να είχαμε ρωτήσει τους επιχειρηματίες για το αν η επιχείρησή τους δημιουργήθηκε από ανάγκη ή επειδή διέκριναν μια επιχειρηματική ευκαιρία. Αυτό πιστεύω θα ήταν ένα ενδιαφέρον και σημαντικό στοιχείο το οποίο θα πρόσθετε στην έρευνα μας, ειδικά όσον αφορά τους επιχειρηματίες οι οποίοι δημιούργησαν την επιχείρησή τους κατά τα χρόνια της κρίσης.

Όσον αφορά τα ευρήματα της έρευνας αυτό που μας έκανε ιδιαίτερη εντύπωση και χρήζει περαιτέρω διερεύνησης είναι οι απαντήσεις των επιχειρηματιών στην ερώτηση «Πόσο φοβάστε μια ενδεχόμενη επιχειρηματική αποτυχία;» Οι επιχειρηματίες που δηλώνουν ότι φοβούνται μια ενδεχόμενη επιχειρηματική αποτυχία περιορίζονται μόλις στο 20,6% των συμμετεχόντων, ενώ στην έρευνα του IOBE (2017-2018 Ετήσια Έκθεση Επιχειρηματικότητας) σε αντίστοιχο δείγμα επιχειρηματιών ολόκληρης της επικράτειας, το ποσοστό φτάνει στο 64,4%. Η διαφορά αυτή αξίζει να διερευνηθεί και να μελετηθεί αν υπάρχει κάποια διασύνδεση μεταξύ αυτής της διαφοράς και του είδους ή της μορφής των επιχειρήσεων που επιλέγουν οι κρητικοί επιχειρηματίες (πχ συγκεκριμένος οικονομικός κλάδος) ή και του τρόπου του επιχειρείν. Ακόμα περισσότερο ενδιαφέρον θα παρουσίαζε μια κοινωνιολογική προσέγγιση στην έρευνα η οποία θα μελετούσε μια πιθανή συσχέτιση μεταξύ του φόβου της αποτυχίας των επιχειρηματιών και της κρητικής εντοπιότητας. Θα μπορούσε άραγε να επηρεάζει η κοινωνική πλαισίωση, τα ήθη, τα έθιμα, η νοοτροπία και τα ιδιαίτερα πολιτισμικά χαρακτηριστικά των κρητικών επιχειρηματιών το αίσθημα του φόβου τους και τη στάση τους απέναντι στην αποτυχία; Μια ενδεχόμενη μελλοντική έρευνα θα μπορούσε να

μελετήσει επίσης αιτιακές συνδέσεις σε ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα του πληθυσμού επιτρέποντας την αναγωγή των ευρημάτων στο σύνολο των επιχειρηματιών της Κρήτης, συνθήκη που στην παρούσα έρευνα δεν κατέστη δυνατόν να επιτευχθεί.

Βιβλιογραφία

Ελληνική Βιβλιογραφία

Αποστολάκης, Α. (2017). Μάθημα «Μεθοδολογία έρευνας» Διάλεξη 8^η MBA for Engineers, ΤΕΙ Κρήτης.

ΕΛΣΤΑΤ, (2019) ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ: ΚΗΡΥΧΘΕΙΣΕΣ ΠΤΩΧΕΥΣΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ: Έτος 2017, Διεύθυνση Κοινωνικών Στατιστικών Τμήμα Στατιστικών Δικαιοσύνης και Δημόσιας Τάξης, Πειραιάς, 12 Απριλίου 2019.

Ευρωπαϊκή Επιτροπή, (1996). Σύσταση Ευρωπαϊκής Επιτροπής 19^η Απριλίου 1996. *Επίσημη εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης*, Τεύχος 107, σελ.4, 30 Απριλίου 1996.

Ευρωπαϊκή Επιτροπή, (2003α). Ανακοίνωση Ευρωπαϊκής Επιτροπής. *Επίσημη εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης*, C 118, σελ.5, 20 Μαΐου 2003.

Ευρωπαϊκή Επιτροπή, (2003β). Σύσταση Ευρωπαϊκής Επιτροπής. *Επίσημη εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης*, L 124, σελ.36, 20 Μαΐου 2003.

Ευρωπαϊκή Επιτροπή, (2006) *Ο νέος ορισμός των ΜΜΕ*, Εκδόσεις για τις επιχειρήσεις και την οικονομία, Ιούνιος 2006.

Ευρωπαϊκή Επιτροπή, (2014). Σύσταση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης L74, σελ.67 της 14/3/2014. Για μια νέα προσέγγιση για την επιχειρηματική αποτυχία και την αφερεγγυότητα. Βρυξέλλες.

Ευρωπαϊκή Επιτροπή, (2017) Annual report on European SMEs 2016/2017, EU publications, Νοέμβριος 2017.

ΙΝΑΝΕΠ, (2016), Ινστιτούτο Ανάπτυξης Επιχειρηματικότητας, **Ο φόβος της αποτυχίας και η πορεία προς την επιχειρηματικότητα**, <http://entre.gr/o-fovov-tis-apotuxia-kai-i-poreia/> (πρόσβαση 12/12/18).

IOBE, (2016). *Επιχειρηματικότητα 2015-16: Κρίσιμη καμπή για την αναπτυξιακή δυναμική του επιχειρηματικού συστήματος*. Νοέμβριος 2016, Αθήνα: IOBE

IOBE, (2017). *Ετήσια Έκθεση Επιχειρηματικότητας 2016-2017: Σε κάμψη η νέα επιχειρηματικότητα*, Νοέμβριος 2017, Αθήνα: IOBE.

IOBE, (2018). *Ετήσια Έκθεση Επιχειρηματικότητας 2017-2018: Λιγότερα νέα εγχειρήματα, βελτίωση στις προοπτικές απασχόλησης*, Νοέμβριος 2018, Αθήνα: IOBE.

ΚΕΠΕ (2015) Ελληνική Οικονομία. *Μηνιαίο Δελτίο Οικονομικών Εξελίξεων*, Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών, Τεύχος Ιουλίου 2015.

ΣΕΒ, (2017α, 5 Ιουλίου). *Ο Σφυγμός του Επιχειρείν*. Τεύχος 9 http://www.sev.org.gr/Uploads/Documents/50414/SR_Business_Pulse_2017.pdf (πρόσβαση 22/12/18).

ΣΕΒ, (2017β, 21 Νοεμβρίου). *Πτωχευτικό δίκαιο: «δεύτερη ευκαιρία» ή αργός θάνατος για τις επιχειρήσεις και την οικονομία*; Τεύχος 16. http://www.sev.org.gr/Uploads/Documents/50637/SPECIAL_REPORT_ptoxeftiko21_11_2017.pdf (πρόσβαση 23/12/18).

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ, ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΛΛΗΛΕΓΓΥΗΣ, (2017), *Ειδικό Τεύχος: Αποτελέσματα της Ηλεκτρονικής Καταγραφής του Συνόλου των Επιχειρήσεων και των Εργαζομένων – Μισθωτών με σχέση εργασίας Ιδιωτικού Δικαίου*, Τμήμα Αξιοποίησης Δεδομένων, Τεκμηρίωσης & Ανάλυσης, της Δ/σης Προγραμματισμού και Συντονισμού, Επιθεώρησης Εργασιακών Σχέσεων της Κεντρικής Υπηρεσίας του Σ.ΕΠ.Ε. Ομάδα Διαχείρισης του Πληροφοριακού Συστήματος ΕΡΓΑΝΗ, Οκτώβριος 2017.

Χατζηθεοδοσίου, Γ. (2017, 27 Νοεμβρίου). Η «Δεύτερη Ευκαιρία» και η επανεκκίνηση της οικονομίας. *ΑΠΕ-ΜΠΕ*. <http://www.amna.gr/articlep/208663/> (πρόσβαση 23/12/18).

Kimig & Συμεωνίδης, (2013, 20 Δεκεμβρίου). Ο φόβος της αποτυχίας στην ίδρυση επιχειρήσεων. *DW*. <http://www.dw.com/el/%CE%BF-%CF%86%CF%8C%CE%B2%CE%BF%CF%82-%CF%84%CE%B7%CF%82-%CE%B1%CF%80%CE%BF%CF%84%CF%85%CF%87%CE%AF%CE%B1%CF%82-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%AF%CE%B4%CF%81%CF%85%CF%83%CE%B7-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%AE%CF%83%CE%B5%CF%89%CE%BD/a-17308481> (πρόσβαση 23/12/18).

Ξένη Βιβλιογραφία

Amway (2013), Amway Global Entrepreneurship Report 2013, Encouraging Entrepreneurs – Eliminating the Fear of Failure, GfK Nuremberg, Germany.

Armour and Cumming (2008). Bankruptcy Law and Entrepreneurship, *American Law and Economics Review* 10(2): 303-350.

Atsan, N. (2016). Failure Experiences of Entrepreneurs: Causes and Learning Outcomes, *Procedia. Social and Behavioral Sciences* 235: 435 – 442.

Bradley, D., & Cowdery, C. (2004). Small business: causes of bankruptcy. *Small Business Advancement National Center, University of Central Arkansas, College of Business Administration, Research Paper*.

Burchell Brendan & Hughes Alan, 2006. "The stigma of failure: An international comparison of failure tolerance and second chancing," *Working Papers wp334*, Centre for Business Research, University of Cambridge.

Cacciotti, Gabriella, Hayton, James C., Mitchell, J. Robert and Giazitzoglu, Andreas. (2016) A reconceptualization of fear of failure in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 31 (3): 302-325.

Cave, F. D., Eccles, S.A., Rundle, M., (2001). An exploration of attitudes to entrepreneurial failure: a learning experience or an indelible stigma? *Proceedings of the 2001 Babson College-Kauffman Foundation Entrepreneurship Research Conference*: Jonkoping, Sweden, May.

Coelho, P. R. P., & McClure, J. E. 2005. Learning from failure. *Mid-American Journal of Business*, 20: 13-20.

Commission of the European Communities, (1998), Communication from the Commission to the Council: Fostering Entrepreneurship in Europe: Priorities for the future, COM(1998) 222 final/2 , Brussels.

Cope, J. (2011). Entrepreneurial learning from failure: An interpretative phenomenological analysis. *Journal of Business Venturing*, 26: 604-623.

Delphi Study, (2015), FACE Entrepreneurship, Failure Aversion Change in Europe. REPORT OF THE FACE PROJECT DELPHI RESULTS by Prof. Dr. Jan Brinckmann.

ECORYS (2014). Bankruptcy and second chance for honest bankrupt entrepreneurs. *Final report*. Rotterdam.

Edmondson, A.C., (2011). Strategies for learning from failure. *Harvard business review*, 89(4): 48-55.

Efrat, R. (2006). The Evolution of Bankruptcy Stigma, *Theoretical Inquiries in Law* 7: 365-393.

Eke, C., Aigbavboa, C., Thwala, W. (2015): An investigation of the major causes of failure in construction small businesses_ A case study of the Gauteng Province, South Africa, *Proceedings of 3rd International Conference of Computing Engineering and Enterprise Management*: 67-70.

European Commission (1998), Fostering Entrepreneurship in Europe: Priorities for the future. Communication From the Commission to the Council.

European Commission, (2011). *Enterprise and Industry Directorate General. Report of the expert group. A second chance for entrepreneurs: Prevention of bankruptcy procedures and support for a fresh start*. Brussels.

European Commission, (2015). Learning from Failure in a collaborative Entrepreneurship network. http://cordis.europa.eu/project/rcn/194270_en.html (πρόσβαση 25/1/19).

European Commission, (2017). *Annual report on European SMEs 2016/2017*, EU publications, November 2017.

European Commission, (2018). *Annual report on European SMEs 2017/2018*, EU publications, November 2018.

Fatoki, O. (2014). The causes of the failure of new small and medium enterprises in South Africa. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(20): 922–927

Gaskill, L.R., H.E. Van Auken, and R.A. Manning (1993), "A Factor Analytic Study of the Perceived Causes of Small Business Failure," *Journal of Small Business Management* 31: 18-31.

Global Entrepreneurship Monitor, (2007). *Executive Report 2007*. Global Entrepreneurship Research Association, London Business School, Regents Park, London NW1 4SA, UK.

Global Entrepreneurship Monitor, (2017). *Global Report 2016/2017*. Global Entrepreneurship Research Association, London Business School, Regents Park, London NW1 4SA, UK.

Global Entrepreneurship Monitor, (2018). *Global Report 2017/2018*. Global Entrepreneurship Research Association, London Business School, Regents Park, London NW1 4SA, UK.

Goffman, Erving. (1963). *Stigma: Notes on the Management of Spoiled Identity*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Holland, R. (1998), *Planning Against a Business Failure*. University of Tennessee Agricultural Development Centre Knoxville.

Jenkins, Anna; Hellerstedt, Karin; Hunter, Erik; and Davidsson, Per (2014). "Stigmatization of failed Entrepreneurs Prevalence and Solutions" *Frontiers of Entrepreneurship Research*: Vol. 34: Iss. 5, Article 2.

Khalique, Muhammad, Abu Hassan Bin Md Isa, Nassir Shaari, Jamal Abdul, and Adel Ageel (2011) "Challenges faced by the small and medium enterprises (SMEs) in Malaysia: an intellectual capital perspective." In *International Journal of Current Research* 3, no. 6 (2011): 398-401.

Knotts, T. L., Jones, S. C., & Udell, G. G. (2003). Small Business Failure: The Role of Management Practices and Product Characteristics. *Journal of Business & Entrepreneurship*, 15 (2): 48-63.

Lancet, 2008. *The Lancet Journal*. Jun 21, 2008. Volume 371 Number 9630: 2057-2144.

Landier, A. (2005). *Entrepreneurship and the stigma of failure*. Working Paper presented at New York University, New York.

- Lussier, R. N. (1996). Reasons why small businesses fail: and how to avoid failure. *The Entrepreneur Executive*, Vol. 1, No. 2: 10–17.
- Marom, S.; Lussier, R.N. (2014). A business success versus failure prediction model for small businesses in Israel. *Bus. Econ. Res.* 2014, 4: 63–81.
- McGrath, R. G. 1999. Falling forward: Real options reasoning and entrepreneurial failure. *Academy of Management Review*, 24: 13-30.
- McGregor, H.A., & Elliot, A.J. (2005). The shame of failure: Examining the link between fear of failure and shame. *Personality & Social Psychology Bulletin*, 31(2): 218–231.
- Mueller, B. & Shepherd, D. (2016). Making the Most of Failure Experiences: Exploring the Relationship Between Business Failure and the Identification of Business Opportunities. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 40 (3): 457–487.
- Peng, Mike W. and Yamakawa, Yasuhiro and Lee, Seung-Hyun, Bankruptcy Laws and Entrepreneur-Friendliness, (2010). *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 34, Issue 3: 517-530.
- Peterson *et al.*, (1983) Peterson, R. A., G. Kozmetsky and N. M. Ridgway (1983). Perceived causes of small business failures: A research note. *American Journal of Small Business*, 8(1): 15-18.
- Politis, D. (2008). Does prior start-up experience matter for entrepreneurs' learning? A comparison between novice and habitual entrepreneurs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(3), 472-489.
- Politis, Diamanto and Gabrielsson, Jonas, (2007) "Entrepreneurs Attitudes Towards Failure – an Experiential Learning Approach" *Frontiers of Entrepreneurship Research*: Vol. 27: Iss. 6, Article 3.
- Sarasvathy, Saras D., (2004) "The questions we ask and the questions we care about: reformulating some problems in entrepreneurship research," *Journal of Business Venturing*, Elsevier, vol. 19(5): 707-717.
- Sarasvathy, S. D. (2008). *New horizons in entrepreneurship. Effectuation: Elements of entrepreneurial expertise*. Northampton, MA, US: Edward Elgar Publishing.
- Shepherd, D. A. (2003). Learning from business failure: Propositions of grief recovery for the self-employed. *Academy of Management Review*, 28: 318-328.
- Shepherd Dean A. and Wiklund Johan, (2007), "*Successes and Failures at Research on Business Failure and Learning from It*", *Foundations and Trends in Entrepreneurship*: Vol. 2: No. 5: 1-35.

Simmons, Sharon and Wiklund, Johan and Levie, Jonathan (2014). Stigma and business failure : implications for entrepreneurs' career choices. *Small Business Economics*, 42 (3): 485-505.

Singh, S., Corner, P., & Pavlovich, K. (2007). Coping with entrepreneurial failure. *Journal of Management & Organization*, 13: 331-344.

Singh, S., Corner, P.D., Pavlovich, K., 2015. Failed, not finished: a narrative approach to understanding venture failure stigmatization. *J. Bus. Ventur.* 30 (1): 150–166.

Sitkin, S. B. (1992). Learning through failure: The strategy of small losses. *Research in Organizational Behavior*, 14: 231-266.

Startups.be (2017). Project LIFE – Learning Incrementally from Failed Entrepreneurship <https://ec.europa.eu/research/participants/documents/downloadPublic?documentIds=080166e5afc3796d&appId=PPGMS> (πρόσβαση 23/12/18).

Ucbasaran, D. et. al. (2003). “Does entrepreneurial experience influence opportunity identification?”, *The Journal of Private Equity*, Vol. 7, pp. 7-14.

Ucbasaran, D. et. al., (2012). *Life after Business Failure: The Process and Consequences of Business Failure for Entrepreneurs*. *Journal of Management* Vol. 39 No. 1, January 2013: 163-202.

World Bank Group, (2017). *Flagship Report*. Doing Business 2018Q Comparing Business Regulation for Domestic Firms in 190 Economies, Washington.

Yamakawa, Y., Peng, M.W. and Deeds, D.L. (2010), “Revitalizing and learning from failure for future entrepreneurial growth”, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Vol. 30 No. 6: 1-11.

Παράρτημα

Ερωτηματολόγιο Έρευνας

Το ερωτηματολόγιο αυτό δημιουργήθηκε στο πλαίσιο της διπλωματικής εργασίας του μεταπτυχιακού φοιτητή Μιχάλη Κουβίδη για το Διατμηματικό Πρόγραμμα «Οργάνωση και Διοίκηση για Μηχανικούς» των Σχολών Τεχνολογικών Εφαρμογών και Οικονομίας και Διοίκησης του ΤΕΙ Κρήτης. Η διπλωματική εργασία έχει τίτλο «Τι φοβούνται οι μικρομεσαίοι επιχειρηματίες στην Κρήτη. Το κοινωνικό στίγμα της αποτυχίας και οι συνέπειες στο πνεύμα επιχειρηματικότητας». Σκοπός της εργασίας είναι να διερευνήσει α) τι φοβούνται οι κρητικοί επιχειρηματίες, β) αν πιστεύουν ότι υπάρχει το στίγμα της αποτυχίας και σε τι βαθμό, και γ) με ποιους τρόπους μια επιχειρηματική αποτυχία και ο κοινωνικός στιγματισμός, μπορούν να επηρεάσουν το πνεύμα της επιχειρηματικότητας. Τα ερωτηματολόγια θα υποβληθούν ΑΝΩΝΥΜΑ και τα στοιχεία θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για τους σκοπούς της έρευνας, και θα παραμείνουν εμπιστευτικά. Για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου θα χρειαστείτε περίπου 5 λεπτά. Ευχαριστούμε ειλικρινά για τον πολύτιμο χρόνο σας.

* Υποχρεωτική απάντηση

1. Είστε άνδρας ή γυναίκα; *

- Άνδρας
- Γυναίκα

2. Ποια είναι η ηλικία σας; *

- 20-30
- 31-40
- 41-50
- 51-60
- Πάνω από 60

3. Ποιο είναι το επίπεδο εκπαίδευσής σας; *

- Πρωτοβάθμια εκπαίδευση (Δημοτικό).
- Δευτεροβάθμια εκπαίδευση (Γυμνάσιο-Λύκειο).
- Τριτοβάθμια εκπαίδευση (Πανεπιστήμιο- ΑΤΕΙ).
- Κάτοχος μεταπτυχιακού ή διδακτορικού τίτλου.
- Καμιά εκπαίδευση.

4. Πόσα χρόνια επαγγελματικής προϋπηρεσίας έχετε; *

- 0-5 Χρόνια.
- 6-10 Χρόνια.
- 11-15 Χρόνια.
- Πάνω από 15 Χρόνια.

5. Πόσο καιρό λειτουργεί η επιχείρησή σας; *

- 0-5 Χρόνια.
- 6-10 Χρόνια.
- 11-15 Χρόνια.
- Πάνω από 15 Χρόνια.

6. Ποιος είναι ο τομέας δραστηριότητας της επιχείρησής σας; *

- Παροχή Υπηρεσιών
- Εστίαση - Ψυχαγωγία
- Λιανεμπόριο - Χονδρεμπόριο
- Κατασκευαστικός
- Άλλος

7. Πόσους υπαλλήλους απασχολεί η επιχείρησή σας; *

- Κανέναν
- 1-5
- 6-10
- 11-20
- 20-50
- Περισσότερους από 50

8. Ποιος ήταν, κατά προσέγγιση, ο κύκλος εργασιών της επιχείρησής σας για το προηγούμενο έτος;

- Έως 10000 Ευρώ
- 10001-20000 Ευρώ
- 20001-30000 Ευρώ
- 30001-50000 Ευρώ
- Περισσότερα από 50000 Ευρώ

9. Φοβάστε για το μέλλον της επιχείρησής σας; *

	1	2	3	4	5
Δεν φοβάμαι καθόλου	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Φοβάμαι πολύ					

10. Ποιος είναι ο μεγαλύτερος φόβος για την επιχείρησή σας; *

- Οικονομία (Οικονομική κρίση, υψηλή φορολογία, αδυναμία παροχής ρευστότητας από το τραπεζικό σύστημα)
- Οι εποχές έχουν αλλάξει, η επιχείρησή μου δεν είναι πλέον ανταγωνιστική.
- Άλλος.
- Κανένας φόβος.

11. Ποιες πιστεύετε ότι είναι οι μελλοντικές προοπτικές ανάπτυξης της επιχείρησής σας; *

	1	2	3	4	5
Δεν νομίζω ότι υπάρχουν προοπτικές ανάπτυξης	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Η επιχείρηση μου θα αναπτυχθεί εντυπωσιακά.					

12. Η τωρινή επιχείρησή σας είναι η πρώτη σας επιχειρηματική προσπάθεια; *

- Ναι
- Όχι έχουν προηγηθεί και άλλες

13. Εάν όχι, πόσες επιχειρηματικές προσπάθειες είχαν προηγηθεί;

- Μία
- Δύο
- Περισσότερες από δύο

14. Πόσο φοβάστε μια ενδεχόμενη επιχειρηματική αποτυχία; *

		1	2	3	4	5		
Δεν φοβάμαι καθόλου. Αν αποτύχω θα ξαναπροσπαθήσω			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Φοβάμαι πολύ. Αν αποτύχω δεν μπορώ να ξαναπροσπαθήσω.

15. Πιστεύετε ότι ένας επιχειρηματίας ο οποίος έχει αποτύχει σε μια επιχειρηματική προσπάθεια, αντιμετωπίζει το στίγμα της αποτυχίας από την Ελληνική κοινωνία; *

- Όχι
- Ναι
- Δεν γνωρίζω. Δεν απαντώ.

16. Εάν πιστεύετε ότι υπάρχει το στίγμα της αποτυχίας, ποσό έντονο θεωρείτε ότι είναι το φαινόμενο;

		1	2	3	4	5		
Ελάχιστα		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Υπερβολικά έντονο	

17. Πιστεύετε ότι το στίγμα της αποτυχίας μπορεί να είναι αποτρεπτικός παράγοντας για μια νέα επιχειρηματική προσπάθεια; *

- Όχι δεν θα με αποτρέψει. Μπορώ να ξαναπροσπαθήσω όσες φορές θέλω.
- Το στίγμα της αποτυχίας θα με αποτρέψει.
- Το στίγμα της αποτυχίας είναι αποτρεπτικός παράγοντας αλλά θα εξαρτηθεί από τις εκάστοτε συνθήκες.

18. Πόσο σημαντική θεωρείτε ότι είναι η φήμη για έναν επιχειρηματία; *

		1	2	3	4	5		
Καθόλου σημαντική		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Πάρα πολύ σημαντική	

19. Πιστεύετε ότι μεγάλο μέρος της κοινής γνώμης αντιμετωπίζει έναν αποτυχημένο επιχειρηματία σαν απατεώνα; *

- Όχι
- Ναι
- Εξαρτάται από τον/την επιχειρηματία.
- Δεν γνωρίζω. Δεν απαντώ.

20. Γνωρίζετε τι προβλέπει το πτωχευτικό δίκαιο της Ελλάδας για μια επιχείρηση σε περίπτωση πτώχευσης; *

- Ναι, γνωρίζω.
- Όχι, δεν γνωρίζω.
- Γνωρίζω ελάχιστα πράγματα.

21. Πιστεύετε ότι το πτωχευτικό δίκαιο της Ελλάδας μπορεί να είναι αποτρεπτικός παράγοντας για μια επιχείρηση με προβλήματα να προχωρήσει σε πτώχευση; *

- Ναι
- Όχι
- Δεν γνωρίζω. Δεν απαντώ.

22. Πιστεύετε ότι το πτωχευτικό δίκαιο της Ελλάδας αντιμετωπίζει έναν επιχειρηματία ο οποίος έχει αποτύχει σαν απατεώνα; *

- Ναι
- Όχι
- Εξαρτάται από τον/την επιχειρηματία.
- Δεν γνωρίζω. Δεν απαντώ.

23. Πόσο εύκολο πιστεύετε ότι είναι το ξεκίνημα μιας νέας επιχειρηματικής προσπάθειας μετά από μια αποτυχία; *

1 2 3 4 5

Καθόλου εύκολο. Πολύ εύκολο.

24. Μετά από μια αποτυχία, ποια πιστεύετε ότι είναι η μεγαλύτερη δυσκολία που θα αντιμετωπίσετε σε μια νέα επιχειρηματική προσπάθεια; *

- Εύρεση νέων κεφαλαίων.
- Εύρεση νέας επιχειρηματικής ιδέας.
- Το στίγμα της αποτυχίας.
- Το γεγονός ότι πλέον δεν έχω καλή φήμη στην αγορά.
- Άλλη δυσκολία.

25. Πιστεύετε ότι μια επιχειρηματική αποτυχία μπορεί να προσφέρει πολύτιμα μαθήματα στον επιχειρηματία; *

- Όχι μια επιχειρηματική αποτυχία δεν προσφέρει τίποτα.
- Σίγουρα από μια επιχειρηματική αποτυχία κάτι μαθαίνεις.
- Δεν γνωρίζω. Δεν απαντώ.

26. Πιστεύετε ότι οι επιχειρηματίες οι οποίοι έχουν βιώσει μια αποτυχία είναι περισσότερο προετοιμασμένοι για να αντιμετωπίσουν τις δυσκολίες μιας νέας επιχειρηματικής προσπάθειας; *

- Ναι είναι περισσότερο προετοιμασμένοι. Γνωρίζουν τι πρέπει να προσέξουν περισσότερο.
- Όχι δεν είναι περισσότερο προετοιμασμένοι. Θα αντιμετωπίσουν ξανά δυσκολίες.
- Γνωρίζουν περισσότερα, αλλά κάθε επιχειρηματική προσπάθεια έχει τις δικές της δυσκολίες.
- Δεν γνωρίζω. Δεν απαντώ.

27. Πιστεύετε ότι οι επιχειρηματίες οι οποίοι έχουν βιώσει μια αποτυχία μπορούν να διακρίνουν καλύτερα μια νέα επιχειρηματική ευκαιρία; *

- Όχι, δεν μπορούν να διακρίνουν καλύτερα μια νέα επιχειρηματική ευκαιρία.
- Ναι, μπορούν να διακρίνουν καλύτερα μια νέα επιχειρηματική ευκαιρία.
- Δεν γνωρίζω. Δεν απαντώ.