

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΤΙΤΛΟΣ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

*«Η ανάπτυξη της γυναικείας
επιχειρηματικότητας και των αγροτικών
συνεταιρισμών στην περιοχή της Πελοποννήσου»*

TITLE

*“The development of women's entrepreneurship
and rural cooperatives in the Peloponnese”*

ΦΑΡΜΑΚΗ ΜΑΡΙΑ

FARMAKI MARIA

A.M. 9116

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΗΓΟΥΜΕΝΑΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

SUPERVISOR: IGOUMENAKIS GEORGE

ΠΑΤΡΑ 2014

Περιεχόμενα

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	4
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	5
ABSTRACT	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο - Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	7
1.1. Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	7
1.2.ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	8
1.3.ΒΑΣΙΚΕΣ ΣΥΝΙΣΤΩΣΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	9
1.3.1. Η επιχείρηση.....	9
1.3.2. Διακρίσεις Επιχειρήσεων	10
1.3.3. Μορφές επιχειρήσεων	11
1.3.4. Δυσκολίες και κίνδυνοι στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας.....	12
1.3.5. Επιχειρηματικός κίνδυνος	14
1.3.6. Επιχειρηματικά κίνητρα και ευκαιρίες.....	14
1.4.ΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ.....	16
1.5.Η ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ	21
1.6.ΙΣΟΤΗΤΑ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	22
1.6.1.Ο οριζόντιος και ο κάθετος επαγγελματικός διαχωρισμός	23
1.7.ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	24
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο – ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	25
2.1. Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΑΠΟ ΤΟ 2000 ΕΩΣ ΤΟ 2010..	25
2.2. ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ (2009 -2010)..	27
2.3. ΟΙ ΒΑΣΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΟ 2011 – 2013	28
2.4. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^ο - ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	34
3.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	34
3.2. ΤΟΜΕΙΣ ΠΟΥ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΟΙ ΓΥΝΑΙΚΕΣ.....	35
3.3. ΙΣΟΤΗΤΑ ΑΝΔΡΩΝ ΚΑΙ ΓΥΝΑΙΚΩΝ	35
3.4. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	36
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ^ο – Η ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ..	37
4.1. ΑΡΧΗ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	37
4.1.1. Οι ποσοτικοί δείκτες της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων	

των Ελληνίδων.....	38
4.1.2. Η εξέλιξη της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων των Ελληνίδων προ και μετά την έναρξη της οικονομικής κρίσης	39
4.1.3. Η ηλικιακή κατανομή των Ελληνίδων επιχειρηματιών.....	40
4.2. Η ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ Η ΜΟΡΦΩΣΗ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ..	42
4.2.1. Το εκπαιδευτικό επίπεδο των Ελληνίδων επιχειρηματιών.....	42
4.3. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΓΙΑ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ..	43
4.4. ΕΜΠΟΔΙΑ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	47
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ^ο - ΑΓΡΟΤΙΚΟΙ ΓΥΝΑΙΚΕΙΟΙ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΙ	48
5.1. Η ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΓΥΝΑΙΚΕΙΟΥ ΣΥΝΕΡΓΑΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ Η ΘΕΣΜΙΚΗ ΤΟΥΣ ΜΟΡΦΗ.....	48
5.2. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΟΙ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ .	50
5.3. ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΣΩΣΤΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΕΝΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ	51
5.4. ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΕΙΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ	51
5.5. ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ – ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ ΓΙΑ ΑΓΡΟΤΙΣΣΕΣ.....	52
5.6. ΚΥΡΙΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΜΠΟΔΙΖΟΥΝ ΤΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΣΤΟΥΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥΣ	54
5.7. ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΟΥΝ ΟΙ ΓΥΝΑΙΚΕΣ ΤΗΣ ΥΠΑΙΘΡΟΥ ΣΤΗΝ ΧΩΡΑ ΜΑΣ.....	55
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 ^ο - Η ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΝΟΜΟ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	56
6.1. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ....	56
6.2. ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ	56
6.3. ΕΔΡΕΣ ΕΓΚΕΚΡΙΜΕΝΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	57
6.4. ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	58
6.5. ΓΥΝΑΙΚΕΙΟΙ ΑΓΡΟΤΙΚΟΙ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΙ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	59
6.5.1. Αγροτικός συνεταιρισμός γυναικών Αργολίδας	60
6.5.2. Αγροτικός Συνεταιρισμός Γυναικών Λακωνίας.....	60
6.5.3. Γυναικείοι Συνεταιρισμοί γυναικών Μεσσηνίας.....	61
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 ^ο – ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	62
7.1. ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	62
7.2. Η ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΚΑΙ ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΗΣ ΕΡΕΥΝΑ	62

7.3. ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ.....	63
7.3.1. Κατάρτιση Ερωτηματολογίων	63
7.3.2. Δειγματοληψία και απογραφή	63
7.4. ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ.....	64
7.5. ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ..	65
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ - ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ.....	67
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	96
ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	101
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	104

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Με την ολοκλήρωση της πτυχιακής μου εργασίας θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή μου, κύριο Ηγουμενάκη Γεώργιο, για τη συνεχή στήριξη και τις πολύτιμες συμβουλές του καθ' όλη τη διάρκεια της έρευνας και της συγγραφής της παρούσας εργασίας.

Ένα μεγάλο ευχαριστώ στους τέσσερις γυναικείους αγροτικούς συνεταιρισμούς Πελοποννήσου, που δέχτηκαν με προθυμία και άμεσα να απαντήσουν στο ερωτηματολόγιο που τους έστειλα για την ολοκλήρωση της παρούσας πτυχιακής.

Τέλος, οφείλω ένα μεγάλο ευχαριστώ στους δικούς μου ανθρώπους για τη συμπαράστασή τους, όχι μόνο κατά τη διάρκεια της εκπόνησης της εργασίας αλλά και για όλη τη διάρκεια των σπουδών μου.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στόχος αυτής της πτυχιακής ήταν η παρουσίαση της πορείας της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα και πιο συγκεκριμένα, της γυναικείας επιχειρηματικότητας, όπως αυτή παρουσιάζεται στους αγροτικούς συνεταιρισμούς της υπαίθρου αλλά ειδικότερα στην Πελοπόννησο.

Στο πρώτο κεφάλαιο μιλήσαμε για τη σημασία της επιχειρηματικότητας, τα είδη της, τις βασικές συνιστώσες της, το επιχειρηματικό σχέδιο αλλά και την ισότητα των ευκαιριών που δίνεται γενικότερα στις επιχειρήσεις.

Στο δεύτερο κεφάλαιο αναφερθήκαμε πιο συγκεκριμένα στην επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, μιλώντας για την πορεία της τα δεκατρία τελευταία χρόνια, παρουσιάζοντας με διαγράμματα τους βασικούς δείκτες της.

Το τρίτο κεφάλαιο αφορά τη γυναικεία επιχειρηματικότητα. Πιο αναλυτικά, παρουσιάσαμε τους τομείς που δραστηριοποιούνται τα τελευταία χρόνια οι γυναίκες, την ύπαρξη ισότητας μεταξύ αντρών και γυναικών αλλά και τους παράγοντες που φαίνεται να επηρεάζουν τη γυναικεία επιχειρηματικότητα.

Στο τέταρτο κεφάλαιο, γίναμε πιο συγκεκριμένοι μιλώντας για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα. Παρουσιάσαμε τους ποσοτικούς δείκτες επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων, την εξέλιξή τους, καθώς και την εκπαίδευση και τη μόρφωση των Ελληνίδων επιχειρηματιών. Επίσης μιλήσαμε για τα προγράμματα ενίσχυσης της γυναικείας επιχειρηματικότητας στη χώρα μας αλλά και για τα εμπόδια στην ανάπτυξή της.

Το πέμπτο κεφάλαιο αφορά τους αγροτικούς γυναικείους συνεταιρισμούς. Πιο συγκεκριμένα, έγινε λόγος για την ιστορική εξέλιξή τους, για τις συνεταιρικές αρχές που τους διέπουν, τις προϋποθέσεις λειτουργίας ενός συνεταιρισμού αλλά και για τις δραστηριότητές τους. Επίσης, έγινε λόγος για την εκπαίδευση που λαμβάνει η Ελληνίδα αγρότισσα αλλά και για τα προβλήματα που αντιμετωπίζει στους συνεταιρισμούς.

Στο έκτο κεφάλαιο δώσαμε κάποια παραδείγματα αγροτικών γυναικείων συνεταιρισμών από την περιοχή της Πελοποννήσου, παρουσιάζοντας προγράμματα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας, αλλά και στόχους και κριτήρια του προγράμματος. Μιλήσαμε για έδρες εγκεκριμένων επιχειρήσεων στην περιφέρεια της Πελοποννήσου, καθώς και για τον προϋπολογισμό του προγράμματος ενίσχυσης της γυναικείας επιχειρηματικότητας.

Τέλος, το έβδομο κεφάλαιο αφορούσε τη μεθοδολογία που ακολουθήθηκε στην παρούσα πτυχιακή, στην έρευνα που διεξήχθη για τις ελληνικές επιχειρήσεις και συνεταιρισμούς στην περιφέρεια της Πελοποννήσου.

ABSTRACT

The aim of this thesis was to present the progress of entrepreneurship in Greece and more specifically, female entrepreneurship, as presented in the rural agricultural cooperatives, but especially in the Peloponnese.

In the first chapter we talked about the importance of entrepreneurship, its types, and also about the essential components of the business plan and the equal opportunities that have been given to businesses in general.

In the second chapter we discussed more specifically about the entrepreneurship in Greece, talking about the course of the last thirteen years, with charts showing the main indicators.

The third chapter covers the female entrepreneurship. Specifically, we presented the areas that the women have been activated in recent years, the existence of equality between men and women and the factors that appear to influence female entrepreneurship.

In the fourth chapter, we became more specific talking about women entrepreneurship in Greece. We presented quantitative indicators of entrepreneurship in the early stage of their development, and the education and of Greek entrepreneurs. Also we talked about the aid programs of female entrepreneurship in our country and the obstacles to its development.

The fifth chapter covers the rural women cooperatives. More specifically, we talked about their historical evolution, the cooperative principles that govern them, the operating conditions of a cooperative and their activities. Also, there we discussed the training that the Greek farmer have received and also for the problems that the cooperatives have faced.

In the sixth chapter we gave some examples for rural women's cooperatives in the region of the Peloponnese, presenting programs to support entrepreneurship, but also the objectives and criteria of the program. We talked about approved firms in the region of the Peloponnese, and the budget for the program to support the female entrepreneurship.

Finally, in the seventh chapter we presented the methodology that we used in this thesis, about the research that has been conducted for Greek enterprises and cooperatives in the region of the Peloponnese.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο – Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

1.1. Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Δύο είναι τα βασικά ερωτήματα που πρέπει να θέσουμε σε ό,τι αφορά την επιχειρηματικότητα: πρώτον, για ποιο λόγο η επιχειρηματικότητα είναι σημαντική και φυσικά ποια είναι η συμβολή της στην κοινωνία και στις επιχειρήσεις.

Θα λέγαμε ότι η επιχειρηματικότητα συμβάλει στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και στην ανάπτυξη κάθε επιχειρήσεις. Σύμφωνα με έρευνες, οι χώρες που παρουσιάζουν τη μεγαλύτερη αύξηση στα ποσοστά επιχειρηματικότητας τείνουν να παρουσιάζουν και τη μεγαλύτερη μείωση των ποσοστών ανεργίας. Ειδικότερα κατά την δεκαετία του 1990, οι αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις συνέβαλαν σημαντικά στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Επίσης, η επιχειρηματικότητα συμβάλλει στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας. Πιο συγκεκριμένα, οι επιχειρήσεις που προωθούν νέες επιχειρηματικές κινήσεις δίνουν ώθηση στην παραγωγικότητα. Αυξάνουν την ανταγωνιστική πίεση αναγκάζοντας άλλες επιχειρήσεις να αντιδράσουν βελτιώνοντας τις επιδόσεις τους ή καινοτομώντας (Καραγιάννης, Α., 1999: 15-17).

Δεύτερο σημαντικό χαρακτηριστικό της επιχειρηματικότητας είναι ότι απελευθερώνει την ελευθερία, ανεξαρτησία και πρόκληση του ατόμου. Η άσκηση ενός επαγγέλματος δεν αποτελεί μόνο μέσο προσπορισμού χρημάτων. Υπάρχουν και άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή επαγγέλματος, όπως είναι η ασφάλεια, η ανεξαρτησία, η ποικιλία καθηκόντων και το ενδιαφέρον που προσφέρει η εργασία. Η επιδίωξη υψηλότερων εισοδηματικών επιπέδων μπορεί να παρακινήσει τα άτομα να θέσουν «υψηλότερους στόχους», όπως η αυτοπραγμάτωση και η ανεξαρτησία, μέσω της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Για ορισμένους οι οποίοι δεν είναι σε θέση να βρουν μια θέση εργασίας που να τους καλύπτει, η επιλογή να γίνουν επιχειρηματίες ενδεχομένως να οφείλεται σε οικονομική ανάγκη ή επίσης να τους δίνει την δυνατότητα να μπορέσουν να βελτιώσουν την θέση τους.

Οι επιχειρηματίες αποτελούν την κινητήριο δύναμη της οικονομίας της αγοράς και τα επιτεύγματά τους προσφέρουν στην κοινωνία πλούτο, θέσεις εργασίας και στους καταναλωτές ποικιλία επιλογών. Ανταποκρινόμενες στις αυξανόμενες προσδοκίες της κοινής γνώμης όσον αφορά τον αντίκτυπο των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στην κοινωνία και στο περιβάλλον, πολλές μεγάλες εταιρείες υιοθέτησαν επίσημες στρατηγικές για την εταιρική κοινωνική ευθύνη, που συνεπάγεται την προαιρετική ενσωμάτωση κοινωνικών και περιβαλλοντικών παραμέτρων στην επιχειρηματική πρακτική και στη συνεργασία με τα ενδιαφερόμενα μέρη εφόσον οι επιχειρήσεις αναγνωρίζουν πλέον ότι η υπεύθυνη επιχειρηματική στάση συμβάλλει στην επιχειρηματική επιτυχία. Η στάση αυτή μπορεί να περιλαμβάνει, για παράδειγμα, τη δέσμευση για την αύξηση της παραγωγικής δραστηριότητας κατά έναν φιλικό προς το περιβάλλον τρόπο (οικολογική αποδοτικότητα) ή για το σεβασμό των θεμάτων που συγκεντρώνουν το ενδιαφέρον των καταναλωτών και για την προώθηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας κατά έναν φιλικό προς τους καταναλωτές τρόπο. Οι ΜΜΕ επιδεικνύουν «υπεύθυνο επιχειρηματικό πνεύμα» με έναν πιο άτυπο τρόπο αλλά ωστόσο αποτελούν τον κεντρικό ιστό για πολλές κοινωνίες (Καραγιάννης, Α., 1999: 15-17).

Με βάση τα παραπάνω, η επιχειρηματικότητα συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη, στην δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και δίνει την δυνατότητα στους επιχειρηματίες να αναπτύξουν περισσότερο το επιχειρηματικό πνεύμα τους και να λάβουν την κατάλληλη στήριξη για την ανάπτυξη επιχειρηματικών δεξιοτήτων.

1.2. ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Με την επιχειρηματικότητα αντιμετωπίζονται προβλήματα που σχετίζονται με την έλλειψη ειδικευμένων στελεχών, τη δυσλειτουργία μεταξύ των τμημάτων της επιχείρησης, των εμποδίων στη ροή πληροφοριών και στη λήψη των αποφάσεων που υπάρχουν σε μια επιχείρηση. Επίσης γίνεται σωστή επιλογή ατόμων και αξιοποιούνται καλύτερα οι γνώσεις και οι δεξιότητες των εργαζομένων σε μια επιχείρηση, με αποτέλεσμα να αυξάνεται η παραγωγικότητα της επιχείρησης.

Επίσης το να είναι κανείς επιχειρηματίας σημαίνει να μάθει να διαχειρίζεται τον κίνδυνο. Με άλλα λόγια να έχει την διάθεση να πειραματισθεί και να βρει τρόπους να ελαχιστοποιεί τους κινδύνους στις οικονομικές του δραστηριότητες. Τέλος η επιχειρηματικότητα αφορά την ικανότητα του επιχειρηματία να αντιλαμβάνεται τις ευκαιρίες κέρδους και να δρα με βάση αυτές (Γκαγκάτσιος, Ι., Λελεδάκης, Γ., 2008:60-62).

Η επιχειρηματικότητα ως έννοια είναι πολυσύνθετη και δεν μπορεί να γίνει κατανοητή με ακρίβεια, αλλά ούτε μπορεί να δοθεί ένας και μόνος ορισμός. Ο πρώτος ακαδημαϊκός που αναγνώρισε τη σημασία της επιχειρηματικότητας στην παραγωγική διαδικασία ήταν ο Alfred Marshall. Το 1980, ο Alfred Marshall στο έργο του «Principles of Economics» αναγνώρισε ότι υπάρχουν τέσσερις παράγοντες στην παραγωγική διαδικασία. Οι παράγοντες αυτοί είναι, η γη, η εργασία, το κεφάλαιο και η οργάνωση. Οι τρεις πρώτοι παράγοντες (γη, εργασία και κεφάλαιο), συντονίζονται από τον τέταρτο παράγοντα, που είναι η οργάνωση. Η επιχειρηματικότητα σε αυτή την περίπτωση αποτελεί την κινητήρια δύναμη της οργάνωσης ή με άλλα λόγια, εκείνον τον παραγωγικό συντελεστή που θεμελιώνει την οικονομική σκέψη και συνδυάζει τους άλλους τρεις συντελεστές για τη διαδικασία της παραγωγής (Welsch H.P., 2004: 29).

Έχουν αναπτυχθεί διάφορες μορφές επιχειρηματικότητας, η ύπαρξη και το πλήθος των οποίων έχει την εξήγησή του στις πολλαπλές διαστάσεις που έχει λάβει ο επιχειρηματικό τομέας, αλλά και στη σύγχυση που υπάρχει αναφορικά με τα διακριτικά γνωρίσματα και την ανάγκη ύπαρξης των μορφών αυτών επιχειρηματικότητας. Οι λόγοι που οδηγούν στο διαχωρισμό της επιχειρηματικότητας είναι πολλοί και συνήθως έχουν τις ρίζες τους στους λόγους ευκολίας θεωρητικής ανάλυσης ή ερμηνείας του φαινομένου.

Σύμφωνα με τους Clamp και Alhamis (2010), η επιχειρηματικότητα διακρίνεται σε δύο είδη: την παραδοσιακή επιχειρηματικότητα των επιχειρήσεων και την κοινωνική επιχειρηματικότητα (social entrepreneurship). Ο παραδοσιακός επιχειρηματίας αναλαμβάνει τους κινδύνους για την ανάπτυξη της επιχειρηματικής του δραστηριότητας, με σκοπό το ίδιο όφελος. Από την άλλη πλευρά, η κοινωνική επιχειρηματικότητα επιθυμεί να συνδυάσει τη φιλοσοφία και τον τρόπο σκέψης των επιχειρήσεων με την ικανοποίηση των κοινωνικών αναγκών, μέσα από τη δημιουργία του ατόμου. Οι επιτυχημένοι κοινωνικοί επιχειρηματίες αντιλαμβάνονται τη σημαντικότητα της αποτελεσματικής χρήσης όλων των πόρων που διαθέτει η επιχείρηση, ώστε να ικανοποιηθούν οι προσδοκίες των επενδυτών, ταυτόχρονα όμως εξισορροπώντας τις προσδοκίες του κοινωνικού συνόλου για μια βελτίωση της ποιότητας της ζωής του και τη δημιουργία θέσεων εργασίας με μια σχετική σταθερότητα. Εκτός από τα ανωτέρω είδη, μπορεί να προσαρτηθεί και ένα τρίτο είδος, το οποίο ονομάζεται συνεργατική (cooperative) επιχειρηματικότητα (Clamp, C., and Alhamis, I., 2010:168-9).

Επίσης, οι Γκαγκάτσιος και Λελεδάκης, αναγνωρίζουν ως διακριτά είδη επιχειρηματικότητας την αμιγή και μικτή επιχειρηματικότητα. Πιο συγκεκριμένα:

Α) Η αμιγής επιχειρηματικότητα εξασκείται χωρίς ο επιχειρηματίας να διαθέτει άλλα παραγωγικά μέσα (π.χ. μηχανήματα), αλλά μόνο από την προσωπική του συμβολή. Κεντρικό ρόλο παίζει η προσωπικότητα του με όλα τα χαρακτηριστικά της, τα οποία εκφράζονται με τη σύλληψη για αξιοποίηση μιας νέας παραγωγικής ιδέας. Η αμιγής επιχειρηματικότητα περιλαμβάνει εκείνες τις δραστηριότητες που δεν μπορούν εξίσου με τον επιχειρηματία να πραγματοποιηθούν από μισθωτούς εργαζομένους ή άλλους φορείς (π.χ. δημόσιες υπηρεσίες). Ωστόσο η επιχειρηματικότητα με αυτή τη μορφή δεν συναντάται συχνά στην πραγματική οικονομική ζωή. Όταν ο επιχειρηματίας αναλαμβάνει δράση, τις περισσότερες φορές, είναι υποχρεωμένος για διάφορους λόγους να αναλάβει δραστηριότητες που θα μπορούσαν να αναληφθούν από άλλα άτομα χωρίς να μειωθεί το αποτέλεσμα της επιχειρηματικότητας του. Έτσι στην πράξη ο ρόλος του επιχειρηματία εκπληρώνεται με μία από τις μορφές της μικτής επιχειρηματικότητας.

Β) Η μικτή επιχειρηματικότητα, ασκείται όταν ο επιχειρηματίας δραστηριοποιείται αναλαμβάνοντας και ρόλους που εύκολα μπορούν να υλοποιηθούν από άλλα άτομα ή φορείς της οικονομίας (διοικητικά στελέχη, τραπεζικό σύστημα κ.λπ.). Το είδος αυτό διακρίνεται σε επιχειρηματικότητα εργαζομένων και επιχειρηματικότητα κεφαλαιούχων.

- **Η μικτή επιχειρηματικότητα εργαζομένων** περιλαμβάνει δραστηριότητες οι οποίες θα μπορούσαν να αναληφθούν από άλλα άτομα χωρίς να μειωθεί η αποτελεσματικότητα της επιχείρησης. Συνήθως αυτό το είδος επιχειρηματικότητας εφαρμόζεται σε περιπτώσεις που ο επιχειρηματίας ιδρύει μια επιχείρηση. Η μικτή επιχειρηματικότητα σήμερα τείνει να εκλείψει γιατί:
 - Ο επιχειρηματίας είναι δύσκολο να είναι τέλειος γνώστης διαφόρων ειδικών θεμάτων.
 - Το εκπαιδευτικό σύστημα παρέχει αυτές τις γνώσεις σε άτομα πρόθυμα να εργασθούν. Αρά αυτό που απαιτείται είναι η σωστή επιλογή προσωπικού.
 - Είναι πιο αποδοτικό να αφιερώνει το χρόνο στην ανακάλυψη μιας νέας ευκαιρίας για κέρδος.
- **Μικτή επιχειρηματικότητα κεφαλαιούχων**, ασκεί το άτομο που προχωρά στην αξιοποίηση της επιχειρηματικής ιδέας του, παρέχοντας κεφάλαια στην υπό ίδρυση ή νεοϊδρυθείσα επιχείρηση του. Αυτή η μορφή τείνει σήμερα να περιορισθεί γιατί:
 - Αυξάνονται οι δυνατότητες άντλησης κεφαλαίων από το χρηματοπιστωτικό σύστημα και τα διάφορα σχήματα επιχειρηματικής συνεργασίας.
 - Η διάκριση ρόλων και προτιμήσεων μεταξύ κεφαλαιούχων και επιχειρηματιών – επενδυτών έχει γίνει πιο φανερή (Γκαγκάτσιος, Ι., Λελεδάκης, Γ., 2008:60-62).

1.3. ΒΑΣΙΚΕΣ ΣΥΝΙΣΤΩΣΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

1.3.1. Η επιχείρηση

Η επιχείρηση αποτελεί μια παραγωγική - οικονομική μονάδα, με την έννοια ότι συνδυάζει και αξιοποιεί τους συντελεστές παραγωγής (εργασία, κεφάλαιο, γνώση, τεχνολογία κ.λπ.), προκειμένου να παράγει προϊόντα ή υπηρεσίες, με σκοπό τη διάθεση τους μέσω του μηχανισμού της αγοράς στους καταναλωτές. Αποτελεί, δηλαδή, την οργάνωση που παράγει πλούτο, με την έννοια των αγαθών με τα οποία ικανοποιούνται ανθρώπινες ανάγκες. Ταυτόχρονα όμως συμμετέχει σε κάθε οικονομική δραστηριότητα, αφού, προκειμένου για παράδειγμα να παράγει, παίζει τους ρόλους του επενδυτή, του καταναλωτή, του αποταμιευτή, του δανειζόμενου, κ.λπ. (Μπουράντας, Δ., κ.ά., 1999: 25).

Από την προηγούμενη περιγραφή είναι σαφές ότι η επιχείρηση αποτελεί μια κατ' εξοχήν παραγωγική μονάδα. Είναι, όμως όλες οι παραγωγικές μονάδες, επιχειρήσεις; Το δημόσιο ερευνητικό ίδρυμα, το δημόσιο λύκειο αποτελούν αναμφισβήτητα παραγωγικές μονάδες, είναι όμως επιχειρήσεις; Η απάντηση είναι ασφαλώς όχι. Σε τι λοιπόν διαφέρουν από το ιδιωτικό νοσοκομείο ή σχολείο, τα οποία είναι επιχειρήσεις; Δύο είναι τα κύρια χαρακτηριστικά που διακρίνουν τις επιχειρήσεις από τις υπόλοιπες παραγωγικές μονάδες.

- Πρώτο, η επιχείρηση παράγει προϊόντα ή υπηρεσίες τα οποία τα διαθέτει έναντι μιας αξίας ανταλλαγής μέσω του μηχανισμού της αγοράς. Έτσι, η ύπαρξη της εξαρτάται από την ικανότητα να αποκτήσει έσοδα και κέρδη μέσω του μηχανισμού αυτού. Οι παραγωγικές μονάδες που δεν είναι επιχειρήσεις δε διαθέτουν τα προϊόντα με αυτόν τον τρόπο (έναντι μιας αξίας ανταλλαγής μέσω του μηχανισμού της αγοράς) και η επιβίωσή τους δεν εξαρτάται από αυτό.
- Δεύτερο, απ' όσα προηγήθηκαν προκύπτει ότι η επιχείρηση συνδέεται με την ανάληψη κινδύνου. Αυτό σημαίνει ότι η λειτουργία μιας επιχείρησης ή μια επιχειρηματική δραστηριότητα συνδέεται με πιθανότητα κέρδους ή ζημίας (Μπουράντας, Δ., κ.ά., 1999: 25).

1.3.2. Διακρίσεις Επιχειρήσεων

Αναφορικά με τη διάκριση των επιχειρήσεων και τον τρόπο διαχωρισμού τους, έχουν προταθεί κάποια κριτήρια. Από την κατηγορία και το είδος της επιχείρησης θα εξαρτηθεί η μορφή οργάνωσης και ο τύπος της διοίκησης που θα εφαρμοσθεί. Η κατηγοριοποίηση των επιχειρήσεων που βασίζονται σε διάφορα κριτήρια, όπως, οικονομικά, νομικά οργανωτικά κτλ. συνοψίζεται όπως παρακάτω:

Ανάλογα με το μέγεθός τους, οι επιχειρήσεις διακρίνονται σε :

- Μικρές
- Μεσαίες
- Μεγάλες

Εκτός από το μέγεθος μερικά ακόμα βασικά κριτήρια κατάταξης των επιχειρήσεων είναι βάσει: α) ενιαίου κύκλου εργασιών, β) του ετήσιου μέσου όρου του αριθμού των εργαζομένων και γ) την αξία των στοιχείων του ισολογισμού.

Ανάλογα με το αντικείμενο απασχόλησής τους οι επιχειρήσεις διακρίνονται σε τρεις βασικές κατηγορίες και η κάθε μια υποδιαιρείται σε άλλες. Έτσι με βάση αυτό το κριτήριο διακρίνονται σε:

- ❖ Πρωτογενούς ή αρχικής παραγωγής (π.χ. γεωργικές, αλιευτικές, επιχειρήσεις εξόρυξης ορυκτού και μεταλλευμάτων κ.α.)
- ❖ Δευτερογενούς παραγωγής (μεταποιητικές επιχειρήσεις, βιοτεχνίες και βιομηχανίες)
- ❖ Τριτογενούς παραγωγής (επιχειρήσεις κυκλοφορίας αγαθών, υπηρεσίες εμπορικές, τουριστικές τράπεζες κ.λπ.) (Τζωρτζάκη Κ. & Α. Τζωρτζάκη, 1992: 79-80).

Αναφορικά με το φορέα και τη νομική τους μορφή κάθε επιχείρηση είναι νομικό πρόσωπο ιδιωτικού δικαίου το οποίο λειτουργεί με συντονισμένες ενέργειες για την επίτευξη του κέρδους. Σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία οι επιχειρήσεις διακρίνονται σε ατομικές και εταιρικές. Οι εταιρικές επιχειρήσεις χωρίζονται σε προσωπικές, σε εταιρίες κεφαλαίου, συνεταιρισμούς και κοινοπραξίες. Οι προσωπικές εταιρίες διακρίνονται σε ομόρρυθμες, ετερόρρυθμες και αφανής.

Το χαρακτηριστικό των ατομικών και προσωπικών επιχειρήσεων είναι η απεριόριστη ευθύνη των φυσικών προσώπων που τις αποτελούν. Δηλαδή σε περίπτωση δυσμενών καταστάσεων όπως πτώχευση δεσμεύεται εκτός από την περιουσία της επιχείρησης και η

προσωπική περιουσία των ιδιοκτητών. Ενώ στις επιχειρήσεις κεφαλαίου όπως είναι η ανώνυμη εταιρία η ευθύνη περιορίζεται στην εταιρική περιουσία. Απαραίτητη προϋπόθεση για τη σύσταση οποιασδήποτε μορφής εταιρίας είναι η σύνταξη καταστατικού και για συγκεκριμένους τύπους επιχειρήσεων είναι απαραίτητη και η παρουσία συμβολαιογράφου ενώ για άλλους πάλι αρκεί μόνο ένα ιδιωτικό έγγραφο. Ο βασικός στόχος όλων των τύπων επιχειρήσεων είναι η μεγιστοποίηση της αξία τους δηλαδή η δημιουργία πλούτου, η αύξηση και ο πολλαπλασιασμός του αρχικού κεφαλαίου (Τζωρτζάκη Κ. & Α. Τζωρτζάκη, 1992: 79-80).

1.3.3. Μορφές επιχειρήσεων

Μια από τις αρχικές κρίσιμες αποφάσεις που χρειάζεται να λάβει ο επίδοξος επιχειρηματίας αφορά στην επιλογή του κατάλληλου εταιρικού σχήματος, δηλαδή της νομικής μορφής της επιχείρησής του. Πολύ νωρίς πρέπει να αποφασίσει αν πρόκειται να στηριχθεί αποκλειστικά στις δικές του δυνάμεις, οπότε να συστήσει ατομική επιχείρηση, ή να συνεργαστεί με ένα ή περισσότερα πρόσωπα, ώστε να ιδρύσει εταιρεία. Κάθε τύπος επιχείρησης έχει ειδικά χαρακτηριστικά, πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα, ενώ εξυπηρετεί διαφορετικές ανάγκες και στόχους. Πιο συγκεκριμένα: (Γεωργιάδης, Π., 2008: 11-13)

α) Ατομική Επιχείρηση: Στις ατομικές επιχειρήσεις, ιδρυτής, ιδιοκτήτης και διαχειριστής ταυτίζονται. Η επιχειρηματική δραστηριότητα ασκείται από ένα άτομο, το οποίο έχει τη συνολική ευθύνη για τις αποφάσεις. Η μορφή αυτή είναι πολύ διαδεδομένη σε μικρές και μεσαίες αγροτικές, βιοτεχνικές και εμπορικές επιχειρήσεις, όπου η προσωπική συμμετοχή και εποπτεία είναι πολύ σημαντικές. Κύριο πλεονέκτημά της είναι η αυτονομία και η ευελιξία στις επιχειρηματικές αποφάσεις, ενώ το βασικό μειονέκτημα είναι η απεριόριστη ευθύνη του ιδιοκτήτη (οι υποχρεώσεις της επιχείρησης επεκτείνονται και στα προσωπικά περιουσιακά στοιχεία του).

β) Εταιρεία: Εταιρεία προκύπτει όταν δύο ή περισσότερα πρόσωπα, φυσικά ή νομικά, αναλαμβάνουν με σύμβαση αμοιβαία υποχρέωση να επιδιώξουν με κοινές εισφορές κοινό σκοπό. Οι εταιρείες χαρακτηρίζονται από εμπορικότητα και αποτελούν νομικές προσωπικότητες, δηλαδή:

- Υποχρεούνται σε τήρηση εμπορικών βιβλίων.
- Μπορούν να κηρύσσονται σε πτώχευση.
- Έχουν ικανότητα δικαίου (είναι φορείς δικαιωμάτων και υποχρεώσεων).
- Έχουν επωνυμία, έδρα, ιθαγένεια και περιουσία.

Οι πιο συνηθισμένες μορφές εταιρειών είναι:

β1) Ομόρρυθμη Εταιρεία (Ο.Ε.): Η ομόρρυθμη εταιρεία είναι προσωπική εταιρεία, της οποίας όλα τα μέλη ευθύνονται απεριόριστα με όλη τους την περιουσία και εξ ολοκλήρου (αλληλέγγυα) για τις εταιρικές δραστηριότητες και υποχρεώσεις. Είναι εμπορική, έχει νομική προσωπικότητα, επωνυμία και εταιρική περιουσία, ενώ η ευθύνη των εταίρων για τα εταιρικά χρέη είναι απεριόριστη, δηλαδή ευθύνονται όλοι όχι μόνο μέσω των εισφορών τους, αλλά και μέσω των ατομικών τους περιουσιών.

Αποτελεί απλή μορφή εταιρείας, συστήνεται εύκολα και έχει χαμηλό συντελεστή φορολόγησης. Από την άλλη πλευρά, η διάλυσή της μπορεί να επέλθει λόγω διαφωνιών και αντιπαράθεσεων μεταξύ των εταίρων.

Για την ίδρυση ομόρρυθμης εταιρείας πρέπει να συμπράξουν δύο τουλάχιστον μέρη, τα οποία, κατά την έκφραση του νόμου, υποχρεούνται αμοιβαίως στην επιδίωξη κοινού

σκοπού. Τα ιδρυτικά μέλη της ομόρρυθμης εταιρείας μπορεί να είναι φυσικά ή νομικά πρόσωπα. Τα φυσικά πρόσωπα πρέπει να έχουν συμπληρώσει το δέκατο όγδοο έτος της ηλικίας τους. Συμμετοχή ανηλίκου στην ίδρυση προσωπικής εταιρείας επιτρέπεται μόνο κατόπιν δικαστικής άδειας. (Παναγιώτης Γεωργιάδης, 2008: 11-13)

β2) Ετερόρρυθμη Εταιρεία (Ε.Ε.): Αυτός ο τύπος εταιρείας προτιμάται όταν μεταξύ των εταίρων περιλαμβάνονται πρόσωπα που δεν επιθυμούν να ευθύνονται αλληλέγγυα και απεριόριστα, δηλαδή με ολόκληρη την προσωπική τους περιουσία. Τα μέλη της ετερόρρυθμης εταιρείας ευθύνονται για τις δραστηριότητες και τα χρέη μόνο μέχρι του ποσού της εισφοράς τους. Η ετερόρρυθμη εταιρεία έχει εμπορική επωνυμία. Ένας ή περισσότεροι εταίροι (ετερόρρυθμοι) έχουν περιορισμένη ευθύνη και συμβάλλουν με χρήματα ή καθετί που έχει περιουσιακή αξία, κάτι που αποτυπώνεται και στο καταστατικό. Ένας ή περισσότεροι εταίροι (ομόρρυθμοι) έχουν απεριόριστη και εξ ολοκλήρου ευθύνη και μπορούν να χαρακτηριστούν ως απλοί χρηματοδότες.

β3) Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε.): Η εταιρεία περιορισμένης ευθύνης επιλέγεται όταν κανένας εταίρος δεν επιθυμεί να διακινδυνεύσει την προσωπική του περιουσία. Πρόκειται για εταιρεία κεφαλαιουχικού τύπου και το κεφάλαιό της διαιρείται σε «μερίδια συμμετοχής ή εταιρικά μερίδια». Οι εταίροι έχουν περιορισμένη ευθύνη και οι αποφάσεις λαμβάνονται κατά πλειοψηφία (από τους εταίρους που εκπροσωπούν πλέον του μισού του συνολικού εταιρικού κεφαλαίου). Υπάρχουν συγκεκριμένοι όροι δημοσιότητας τόσο κατά την ίδρυσή της, όσο και καθ' όλη τη διάρκεια ζωής της (Γεωργιάδης, Π., 2008: 11-13).

β4) Ανώνυμη Εταιρεία (Α.Ε.): Η ανώνυμη εταιρεία είναι εμπορική κεφαλαιουχική εταιρεία, της οποίας το κεφάλαιο διαιρείται σε ισότιμα και μεταβιβάσιμα μερίδια (μετοχές). Αυτό σημαίνει ότι η μεταβίβαση της εταιρικής ιδιότητας είναι καταρχήν ελεύθερη και οποιαδήποτε μεταβολή στο πρόσωπο των εταίρων (πτώχευση, απαγόρευση, θάνατος) δεν επηρεάζει την εταιρεία. Οι μετοχές διακρίνονται: ως προς το περιεχόμενο σε κοινές και προνομιούχες (με ή χωρίς ψήφο) και ως προς τον τρόπο μεταβίβασης σε ανώνυμες και ονομαστικές (μη εισηγμένες και εισηγμένες στο χρηματιστήριο). Όλοι οι εταίροι (μέτοχοι) ευθύνονται μέχρι του ποσού της εισφοράς τους. Η Α.Ε. απαιτεί σχετικά μεγάλο κεφάλαιο για την ίδρυσή της, οι αποφάσεις λαμβάνονται κατά πλειοψηφία και υπάρχουν συγκεκριμένοι όροι δημοσιότητας τόσο κατά την ίδρυσή της, όσο και καθ' όλη τη διάρκεια ζωής της (συνήθως 50 έτη).

1.3.4. Δυσκολίες και κίνδυνοι στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας

Η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, ιδίως όταν αφορά στην ίδρυση και τη λειτουργία μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων, συχνά αναστέλλεται εξαιτίας πλήθους δυσκολιών και εμποδίων, τα οποία είναι κοινά για τα κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης και συνοψίζονται ως εξής:

- Διοικητικές δυσκολίες και γραφειοκρατία κατά την έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας ή/και κατά τη λειτουργία της επιχείρησης.
- Δυσκολία συγκέντρωσης τουλάχιστον του αρχικού κεφαλαίου.
- Δυσκολίες που προέρχονται από το ύψος της φορολογίας και τις κοινωνικές – ασφαλιστικές επιβαρύνσεις για τους αυτοαπασχολούμενους (ή τους δυνάμει αυτοαπασχολούμενους).
- Δυσκολίες αντιμετώπισης του ανταγωνισμού εντός της Ε.Ε., αλλά και διεθνώς.

- Προβλήματα που δημιουργούνται από τον σχετικό αποκλεισμό ομάδων πληθυσμού από την ανάπτυξη επιχειρηματικότητας. Τέτοιες ομάδες είναι οι εθνοτικές μειονότητες, οι γυναίκες, τα νεαρά άτομα κ.ά.

- Προβλήματα γεωγραφικού αποκλεισμού.

- Ελλείψεις σε γενικότερη γνώση και αντίληψη περί επιχειρηματικότητας και εναλλακτικών λύσεων, καθώς και εμπόδια που έχουν να κάνουν με τις ανάγκες σε εξειδικευμένη γνώση, εκπαίδευση – κατάρτιση και δεξιότητες.

- Κίνδυνοι (οικονομική ανασφάλεια, κοινωνική κατακραυγή) και αποθάρρυνση που προέρχονται από την προοπτική μιας επιχειρηματικής αποτυχίας, σε σχέση με τις πιθανότητες και το μέγεθος της αναμενόμενης ανταμοιβής από μια επιτυχή επιχειρηματική δραστηριοποίηση.

- Προτίμηση για το καθεστώς του μισθωτού αντί για αυτό του αυτοαπασχολούμενου (Γεωργιάδης, Π., 2008:19).

Όσον αφορά στους κινδύνους που όλες οι επιχειρηματικές δραστηριότητες, αντιμετωπίζουν, οι συνηθέστερες κατηγορίες είναι οι ακόλουθες:

- κίνδυνος από μεταβολές των τιμών της αγοράς (market risk)
- κίνδυνος πιστοδότησης (credit risk)
- λειτουργικός κίνδυνος (operational risk)
- κίνδυνος παραβατικότητας (legal risk)
- κίνδυνος ρευστότητας (liquidity risk) κ.λπ.

Πιο συγκεκριμένα, θα λέγαμε ότι οι κίνδυνοι που μπορούν να συναντηθούν διακρίνονται ανάλογα με: Α) την προέλευσή τους και Β) τη φύση τους.

Α) Ανάλογα με την προέλευσή τους οι κίνδυνοι χωρίζονται σε:

i) ενδογενείς ως προς την επιχείρηση (δηλ. κίνδυνοι που σχετίζονται άμεσα με την λειτουργία της επιχείρησης) και **ii) εξωγενείς** ως προς την επιχείρηση (δεν σχετίζονται με την λειτουργία της επιχείρησης και προέρχονται από το εξωτερικό οικονομικό περιβάλλον της επιχείρησης) (Webb., P., Webb., S., 2004: 43).

Β) Ανάλογα με την φύση τους διακρίνονται στους κινδύνους που :

i) μπορούν να υπολογιστούν με μαθηματικό τρόπο (υπολογίζονται συγκεκριμένα με την θεωρία πιθανοτήτων και επίσης μπορούν να ασφαλιστούν και να συμπεριληφθούν στο κόστος λειτουργίας της επιχείρησης) και **ii)** σε αυτούς που δεν μπορούν να υπολογιστούν με μαθηματικό τρόπο.

Εκτός από τους παραπάνω κινδύνους υπάρχει και ο κίνδυνος από αυξημένα πάγια έξοδα. Παράγοντες που μπορούν να προκαλέσουν αυτόν τον κίνδυνο είναι οι εξής:

- 1) χαμηλότερες πωλήσεις από τις αναμενόμενες,
- 2) υποβίβαση των μικτών περιθωρίων κέρδους,
- 3) κακή διαχείριση της εισροής χρήματος,
- 4) απώλειες της εταιρίας και
- 5) θεμελιώδεις αλλαγές στην αγορά (Webb., P., Webb., S., 2004: 43).

Πέρα από την συνηθισμένη έννοια του κινδύνου υπάρχουν και οι ελεγχόμενοι κίνδυνοι οι οποίοι βοηθούν στην ανάπτυξη της επιχείρησης. Ο κάθε επιχειρηματίας αντιμετωπίζει τον κάθε κίνδυνο με διαφορετικό τρόπο. Υπάρχει ο επιχειρηματίας ο οποίος θα

επιδιώξει τον κίνδυνο με προσδοκία μεγάλου κέρδους αλλά και ο επιχειρηματίας ο οποίος δεν θα προσπαθήσει να τον αντιμετωπίσει.

Για την επίτευξη των επιχειρηματικών στόχων, αλλά και για την ανταγωνιστική βιωσιμότητα της επιχείρησης, πρέπει οι κίνδυνοι αυτοί να αναγνωρισθούν, να εντοπισθούν, να εκτιμηθεί σωστά το μέγεθός τους και στη συνέχεια να διαχειριστούν μέσα από συγκεκριμένες στρατηγικές και πρακτικές, ώστε ο συνολικός κίνδυνος, που αντιμετωπίζει η επιχείρηση να ελαχιστοποιηθεί και να είναι μέσα σε χρηματοοικονομικά αποδεκτό από τη διοίκησή της πλαίσιο (Webb., P., Webb., S., 2004: 43).

1.3.5. Επιχειρηματικός κίνδυνος

Στους παράγοντες, που συντελούν στον επιχειρηματικό κίνδυνο, περιλαμβάνονται οι τιμές των προϊόντων και των πρώτων υλών, το κόστος της εργασίας, οι γενικές οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες (π.χ. τα εισοδήματα), οι προτιμήσεις των καταναλωτών, η εξέλιξη της τεχνολογίας, οι πρωτοβουλίες των ανταγωνιστών κ.ά. Γενικά, μπορεί να επισημανθεί ότι, δεν υπάρχει επιχειρηματική δραστηριότητα χωρίς κίνδυνο. Οι επιχειρήσεις δέχονται να αναλάβουν τους κινδύνους αυτούς γιατί εκτιμούν ως μεγαλύτερη πιθανότητα ότι, θα εισπράξουν κέρδη από τη δραστηριότητά τους αυτή. Μάλιστα, όταν ο κίνδυνος είναι μεγάλος, τότε δέχονται να τον αναλάβουν όταν η προσδοκία είναι ότι θα επιτύχουν υψηλά κέρδη. Η κλιμάκωση της έντασης του κινδύνου δεν είναι ίδια για όλες τις επιχειρήσεις (Κιόχος, Π., κ.ά., 2003: 85-89).

Όλες οι επιχειρηματικές δραστηριότητες, αντιμετωπίζουν αυξημένους κινδύνους. Οι συνηθέστερες κατηγορίες τέτοιων επιχειρηματικών κινδύνων είναι οι ακόλουθες: κίνδυνος από μεταβολές των τιμών της αγοράς (market risk), κίνδυνος πιστοδότησης (credit risk), λειτουργικός κίνδυνος (operational risk), κίνδυνος παραβατικότητας (legal risk), κίνδυνος ρευστότητας (liquidity risk) κ.λπ.

Για την επίτευξη των επιχειρηματικών στόχων, αλλά και για την ανταγωνιστική βιωσιμότητα της επιχείρησης, πρέπει οι κίνδυνοι αυτοί να αναγνωρισθούν, να εντοπισθούν, να εκτιμηθεί σωστά το μέγεθός τους και στη συνέχεια να διαχειριστούν μέσα από συγκεκριμένες στρατηγικές και πρακτικές, ώστε ο συνολικός κίνδυνος, που αντιμετωπίζει η επιχείρηση να ελαχιστοποιηθεί και να είναι μέσα σε χρηματοοικονομικά αποδεκτό από τη διοίκησή της πλαίσιο (Καύχος, Π., κ.ά., 2003: 85-89).

1.3.6. Επιχειρηματικά κίνητρα και ευκαιρίες

Η είσοδος στον επιχειρηματικό στίβο είναι πάντα μια δύσκολη απόφαση, η οποία εξαρτάται από μια σειρά παραγόντων. Κάποιοι από αυτούς τους παράγοντες είναι ευρύτερα πολιτισμικοί, με την έννοια ότι αφορούν τις γενικότερες στάσεις και αντιλήψεις απέναντι στην επιχειρηματική δραστηριότητα που επικρατούν σε μια κοινωνία σε μια συγκεκριμένη περίοδο. Ανεξάρτητα από το αν ο επίδοξος ή νέος επιχειρηματίας έχει σαφή συνείδηση αυτού του πολιτισμικού πλαισίου ή όχι, η απόφασή του δεν μπορεί παρά να επηρεάζεται από αυτό, τουλάχιστον σε κάποιο βαθμό (Ιωαννίδης, Σ., 2013:39-40).

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

άλλα λόγια, για παράγοντες οι οποίοι αφορούν αποκλειστικά το άτομο και την επιλογή επιχειρηματικής δραστηριοποίησης για την οποία είτε προβληματίζεται, είτε έχει ήδη αποφασίσει να ακολουθήσει.

Από κοινού, οι πολιτισμικοί και οι προσωπικοί παράγοντες μπορεί να θεωρηθεί ότι προσδιορίζουν τις προδιαθέσεις για επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Ωστόσο, από μόνες τους οι προδιαθέσεις δεν είναι απαραίτητο να οδηγήσουν στην δραστηριοποίηση. Για να συμβεί αυτό, ο επίδοξος επιχειρηματίας πρέπει να έχει τα κατάλληλα κίνητρα, κάποιον λόγο δηλαδή ώστε, με βάση τις προδιαθέσεις, να αποφασίσει να κάνει το βήμα προς τον επιχειρηματικό στίβο. Όπως θα φανεί στη συνέχεια, το ζήτημα των κινήτρων είναι σημαντικό γιατί συνδέεται άμεσα με τον τύπο της δραστηριότητας που θα ξεκινήσει ο επιχειρηματίας.

Τόσο οι προδιαθέσεις, όσο και τα κίνητρα, επηρεάζονται από τον οικονομικό κύκλο. Μολονότι η αναφορά σε πολιτισμικούς και προσωπικούς παράγοντες φαίνεται να υπονοεί ότι η επιχειρηματική δραστηριοποίηση είναι ανεξάρτητη από την οικονομική συγκυρία μέσα στην οποία ενεργοποιείται, αυτό δεν σημαίνει ότι οι παράγοντες αυτοί δεν επηρεάζονται από την οικονομική συγκυρία, άρα ότι ενεργοποιούνται με διαφορετικό τρόπο σε διαφορετικές φάσεις του οικονομικού κύκλου (Ιωαννίδης, Σ., 2013: 39-40).

Οι προδιαθέσεις βεβαίως δεν αρκούν για να ωθήσουν κάποιον στην επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Για να συμβεί αυτό πρέπει επίσης το άτομο να έχει κίνητρο να πράξει ανάλογα. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο γίνεται διάκριση ανάμεσα σε δύο τύπους επιχειρηματικότητας, ανάλογα με τα κίνητρα τα οποία κινητοποιούν την απόφαση του ατόμου να εισέλθει στον επιχειρηματικό στίβο:

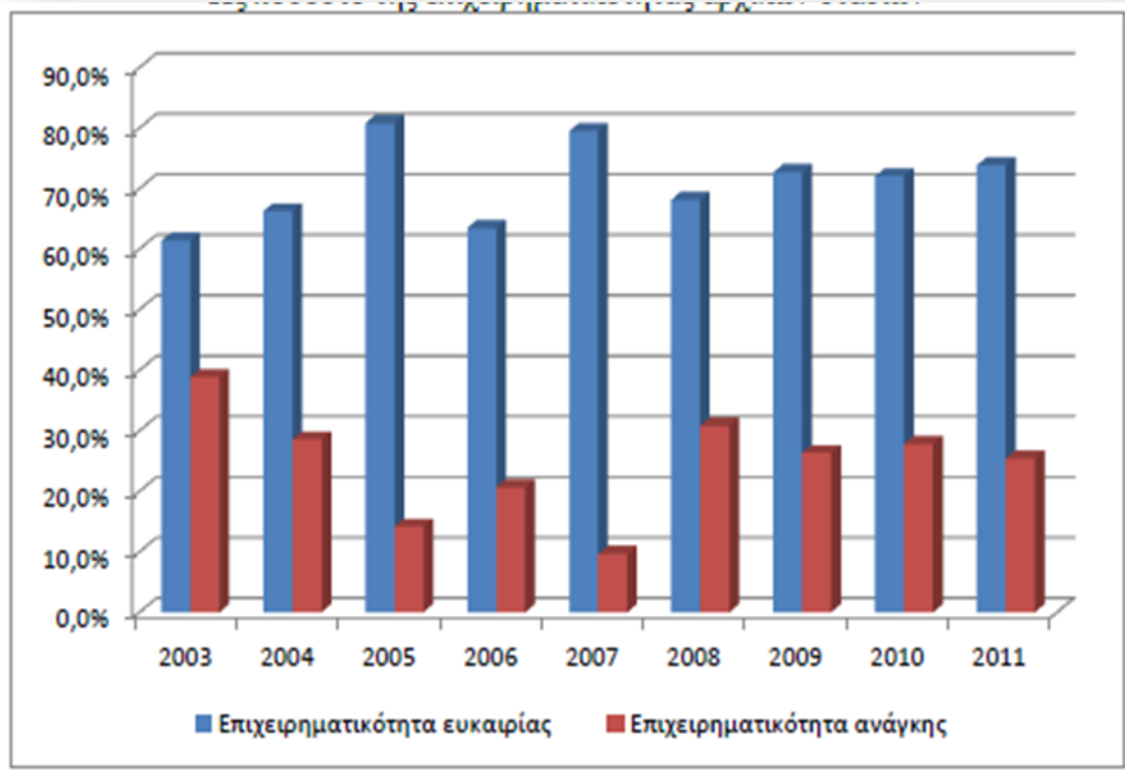
α) **Η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας**, που αναφέρεται στην επιχειρηματικότητα που έχει ως κίνητρο κυρίως την αξιοποίηση μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας που εντοπίζεται από το άτομο και αξιολογείται στο πλαίσιο του οικονομικού περιβάλλοντός του και προκρίνεται ικανή είτε να οδηγήσει σε αύξηση του εισοδήματός του, είτε να προσφέρει εργασιακή ανεξαρτησία. Για τον Schumpeter (1934), η αναγνώριση της ευκαιρίας οφείλεται στην εξαιρετική ικανότητα του επιχειρηματία (entrepreneur) να μετασχηματίζει την αγορά (Schumpeter, J., 1934: 65), για τον Rotter (1966), στην ανάγκη του επιχειρηματία να βρίσκεται στο κέντρο της εξουσίας και για άλλους στη διαρκή επιδίωξη του κέρδους. (Rotter, J.B., 1966: 80) οι Shaver & Scott (1991), εμβάθυναν περισσότερο στα ψυχογραφικά χαρακτηριστικά του επιχειρηματία, την κλίση και την τάση του να μετασχηματίζει με πρακτικές μεθόδους μια ευκαιρία σε επιχείρηση (Shaver, K. G. & Scott, L. R., 1991: 23-45).

β) **Η επιχειρηματικότητα ανάγκης**, που αναφέρεται στην περίπτωση όπου το άτομο ωθείται στην ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας λόγω έλλειψης άλλων επιλογών εργασίας, δυσαρέσκειας με την υπάρχουσα απασχόληση, φόβου για πιθανή απόλυση βραχυπρόθεσμα με στόχο απλώς τη διατήρηση του εισοδήματός του, το οποίο προφανώς «απειλείται» με συρρίκνωση (Ιωαννίδης, Σ., 2013: 47-51).

Οι δύο αυτοί τύποι αποτελούν στην πραγματικότητα δύο ακραίους πόλους, καθώς διάφορες περιπτώσεις μπορεί να κινούνται ανάμεσα στα δύο άκρα (Ιωαννίδης, Σ., 2013: 47-51).

Αν η ύφεση έχει πράγματι επηρεάσει την κατανομή της νέας επιχειρηματικότητας ανάμεσα σε αυτή που κινητοποιείται από την ανάγκη και εκείνη που κινητοποιείται από την ευκαιρία, αυτό θα πρέπει να αντανakλάται στη διαχρονική εξέλιξη αυτής της κατανομής. Τα σχετικά δεδομένα παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 1.1. που ακολουθεί.

Διάγραμμα 1.1. Εξέλιξη κατανομής σε επιχειρηματικότητα ανάγκης και ευκαιρίας - Ως ποσοστό της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων



Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

Η σχετική δυναμική των δύο κινήτρων είναι λοιπόν σαφής. Σε όλη την περίοδο 2003-7, τα χρόνια δηλαδή της οικονομικής ευημερίας στην Ελλάδα, εκδηλώνεται η τάση αύξησης της επιχειρηματικότητας ευκαιρία και, κυρίως, μείωσης της επιχειρηματικότητας ανάγκης – και τα δύο εκφρασμένα ως ποσοστά της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων που καταγράφεται κάθε έτος.

Με άλλο λόγο, η οικονομική μεγέθυνση δημιουργούσε ευκαιρίες και έτσι αύξανε το ποσοστό των επίδοξων/νέων επιχειρηματιών που κινητοποιούνταν για την εκμετάλλευση ευκαιριών, αντί της εξασφάλισης του βιοπορισμού τους. Είναι επίσης σαφής η αντιστροφή της τάσης από το 2008 και στη συνέχεια, στην περίοδο δηλαδή της κρίσης. Στην περίοδο αυτή, το ποσοστό των επίδοξων/νέων επιχειρηματιών που κινητοποιούνται από την ανάγκη είναι μεγαλύτερο από το παρελθόν. Και όπως ήδη αναφέρθηκε παραπάνω, αυτό δεν μπορεί παρά να έχει επιπτώσεις και στην ποιοτική πλευρά των νέων επιχειρημάτων (Ιωαννίδης, Σ., 2013: 47-51).

1.4. ΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

Το επιχειρηματικό σχέδιο είναι ένα εργαλείο επικοινωνίας σχεδιασμένο έτσι ώστε να μεταδίδει πληροφορίες στους πιθανούς παραλήπτες του, που μπορεί να είναι οι ακόλουθοι:

- **Δυνητικοί επενδυτές:** Το επιχειρηματικό σχέδιο μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την άντληση εξωτερικής χρηματοδότησης. Λειτουργεί ως το όχημα με το οποίο ο επιχειρηματίας θα προσελκύσει εταιρίες κεφαλαίων επιχειρηματικού κινδύνου ή ανεξάρτητους επενδυτές

(π.χ. τράπεζες, «επιχειρηματικοί άγγελοι») καθώς και νέους μετόχους σε όλες τις φάσεις της επιχειρηματικής διαδικασίας. Ένα βασικό πλεονέκτημα του επιχειρηματικού σχεδίου είναι ότι βοηθά τον επιχειρηματία να προσεγγίσει μεγάλο αριθμό δυνητικών επενδυτών με ταχύτητα, κάτι που δεν θα ήταν εύκολο χωρίς την ύπαρξη του. Για τον επενδυτή, από την άλλη πλευρά, το επιχειρηματικό σχέδιο είναι απαραίτητο καθώς του δίνει τη δυνατότητα να εκτιμήσει την επιχειρηματική πρόταση και τις δυνατότητες υλοποίησης της πριν ακόμη πραγματοποιηθεί η επένδυση. Επιπλέον, μέσω των επιχειρηματικών σχεδίων, οι επενδυτές δύνανται να αξιολογήσουν και να συγκρίνουν μεγάλο αριθμό επιχειρηματικών προτάσεων σε μικρό χρονικό διάστημα (Βουδούρη, Ε., 2008: 5).

- **Επιχειρηματίας, διοικητική ομάδα, προσωπικό:** Το επιχειρηματικό σχέδιο αποτελεί την γραπτή έκφραση της στρατηγικής της επιχείρησης. Ως το αποτέλεσμα μιας διαδικασίας σχεδιασμού μπορεί να βοηθήσει τον επιχειρηματία να γνωρίσει καλύτερα την επιχείρηση του και να διευκολύνει τη διοικητική ομάδα στην πορεία προς τους στόχους. Μπορεί επίσης να αποτελέσει ένα μέσο για τη λήψη στρατηγικών αποφάσεων καθώς και τη βάση ελέγχου και παρακολούθησης της επιχειρηματικής δραστηριότητας, ύστερα από την υλοποίηση της, ώστε να διαπιστώνεται η συμμόρφωση προς την επιλεγόμενη στρατηγική. Συνοπτικά λοιπόν το επιχειρηματικό σχέδιο μπορεί να συμβάλλει στη συνεχή βελτίωση της επιχείρησης.

- **Δυνητικοί συνεργάτες:** Το επιχειρηματικό σχέδιο χρησιμοποιείται ως εργαλείο προώθησης με την έννοια ότι αποτελεί μια ολοκληρωμένη παρουσίαση της επιχείρησης σε προμηθευτές, πελάτες και συνεργάτες στρατηγικής σημασίας (συμμαχίες, συγχωνεύσεις, κ.λπ.). Υπό αυτήν την έννοια, ένα επιχειρηματικό σχέδιο μπορεί να χρησιμοποιηθεί και για την προσέλκυση ικανών στελεχών από την αγορά εργασίας. Τέλος, δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις που το επιχειρηματικό σχέδιο απευθύνεται σε κρατικούς φορείς είτε με σκοπό την άντληση χρηματοδότησης, είτε ως μέσο παρουσίασης της εταιρίας για τη σύναψη συνεργασιών, κ.λπ.

Το ύφος που θα υιοθετηθεί κατά τη συγγραφή του επιχειρηματικού σχεδίου διαφοροποιείται ανάλογα με το είδος του παραλήπτη στον οποίο απευθύνεται. Επομένως πριν τη συγγραφή ενός επιχειρηματικού σχεδίου απαραίτητος είναι ο σαφής προσδιορισμός του παραλήπτη-αναγνώστη του (Βουδούρη, Ε., 2008: 5).

Η δομή του Επιχειρηματικού Σχεδίου

Μία ενδεικτική μορφή ενός καλού Επιχειρηματικού Σχεδίου θα πρέπει να περιέχει τις παρακάτω παραγράφους:

1. Εξώφυλλο

Πρέπει να είναι καλαίσθητο, αλλά σοβαρό και να καθιστά σαφές ότι πρόκειται για επιχειρηματικό σχέδιο. Να περιλαμβάνει το λογότυπο της επιχείρησης και η πλήρης επωνυμία της.

2. Διοικητική Περίληψη (ή Σύνοψη)

Είναι ιδιαίτερα σημαντική καθώς αποτελεί την πρώτη εντύπωση του αναγνώστη (συνήθως κάποιος «εν δυνάμει» χρηματοδότης / επενδυτής). Με βάση αυτή θα αποφασιστεί από τους ενδιαφερόμενους αν αξίζει να διαβαστεί το Επιχειρηματικό Σχέδιο. Σκοπός της είναι να διεγείρει το ενδιαφέρον του αναγνώστη, χωρίς όμως να είναι φλύαρη (max 500 λέξεις). Γράφεται στο τέλος, αφού ολοκληρωθεί το υπόλοιπο Επιχειρηματικό Σχέδιο για να μπορεί να το περιγράψει με σαφήνεια και πληρότητα (Χαραλαμπίδης Γ., 2008:17-22).

3. Περιεχόμενα

Διευκολύνουν τον αναγνώστη να εντοπίσει τα κεφάλαια που τον ενδιαφέρουν. Αποτυπώνονται αναλυτικά, αναδεικνύοντας κάθε επιμέρους τμήμα του Επιχειρηματικού Σχεδίου χωρίς να δημιουργούν σύγχυση.

4. Πίνακες

Πρέπει να παρουσιάζεται αναλυτικά μία κατάσταση με τους Πίνακες που υφίστανται εντός του Σχεδίου ανά κεφάλαιο.

5. Γραφήματα

Πρέπει να παρουσιάζεται αναλυτικά μία κατάσταση με τα Γραφήματα που υφίστανται εντός του Σχεδίου ανά κεφάλαιο.

6. Εισαγωγή

Είναι ίσως το σημαντικότερο μέρος του Σχεδίου καθώς εμπεριέχει την κεντρική του ιδέα. Πρέπει να απαντάει σύντομα και ουσιαστικά στα 5 βασικά ερωτήματα: Τι, Πού, Πώς, Πότε, Γιατί. Ειδικότερα:

- Αποστολή (Τι): καθορισμός του τι είναι η επιχείρηση και τι θέλει να καταφέρει μακροπρόθεσμα (σκοπός της).
- Συνεισφορά (Γιατί): Τεκμηρίωση της ηθικής της σκοπιμότητας και της διαφοροποίησής της από τον ανταγωνισμό.
- Μέθοδος (Πώς): Σύντομη περιγραφή του τρόπου επίτευξης του σκοπού.
- Τόπος – Χρόνος δραστηριοποίησης (Πού, Πότε): Πού είναι η έδρα της επιχείρησης, η περιοχή δραστηριοποίησης και πότε δραστηριοποιείται (Χαραλαμπίδης Γ., 2008:17-22).

7. Εξωτερική ανάλυση

Η εξωτερική ανάλυση περιλαμβάνει την εξέταση του εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης: I. Του Ευρύτερου Μάκρο Περιβάλλοντος και II. Του Ανταγωνιστικού Μίκρο-Περιβάλλοντος:

I. Το ευρύτερο Μάκρο Περιβάλλον:

- ✓ Political (Πολιτικό & Νομικό Περιβάλλον)
- ✓ Economic (Οικονομικό Περιβάλλον)
- ✓ Social (Κοινωνικό Περιβάλλον)
- ✓ Technological (Τεχνολογικό Περιβάλλον)
- ✓ Demographic (Δημογραφικό Περιβάλλον)
- ✓ Global (Παγκόσμιο Περιβάλλον)

II. Το ανταγωνιστικό Μίκρο Περιβάλλον:

- ✓ Πιθανότητα εισόδου νέων ανταγωνιστών
- ✓ Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών
- ✓ Διαπραγματευτική δύναμη πελατών
- ✓ Απειλή από τα υποκατάστατα προϊόντα ή υπηρεσίες
- ✓ Ένταση του υπάρχοντος ανταγωνισμού

- ✓ Διαπραγματευτική δύναμη συμμάχων
- ✓ Συσχετισμοί με τα συμπληρωματικά προϊόντα ή υπηρεσίες

8. Εσωτερική ανάλυση

Σε αυτή την ενότητα πρέπει να γίνεται μια λεπτομερής περιγραφή της επιχείρησης. Η ενότητα αυτή χωρίζεται σε τρία κύρια μέρη:

I. Περιγραφή της επιχείρησης όπου σε γενικές γραμμές, περιγράφονται:

- + Νομιμοποίηση-τύπος επιχείρησης: ιδιοκτησιακό καθεστώς, τύπος επιχείρησης, άδειες και εξουσιοδοτήσεις
- + Είδος επιχείρησης: εμπορία, κατασκευή, υπηρεσίες
- + Αν είναι νέα, ανεξάρτητη επιχείρηση, υποκατάστημα, επέκταση, franchise κ.λπ.
- + Ό,τι άλλο είναι γνωστό για τους εξωτερικούς πόρους της επιχείρησης (outside sources), όπως προμηθευτές, χονδρέμποροι, τράπεζες, στρατηγικοί συνεργάτες, κ.λπ.

II. Προϊόντα ή / και υπηρεσίες που θα προσφέρονται. Εδώ είναι απαραίτητη η περιγραφή των προϊόντων / υπηρεσιών, με έμφαση στα οφέλη που θα αποκομίσουν οι καταναλωτές από αυτά /αυτές. Οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες γνωρίζουν καλά τι περιμένουν οι πελάτες τους. Συνοπτικά, θα πρέπει να περιέχονται τα εξής:

- + τι πουλάει η επιχείρηση
- + πώς αυτό ωφελεί τον καταναλωτή
- + τι διαφορετικό παρουσιάζουν τα προϊόντα / υπηρεσίες της συγκεκριμένης επιχείρησης
- + τι έχει μεγάλη ζήτηση (Χαραλαμπίδης Γ., 2008:17-22).

III. Επιλογή τοποθεσίας της επιχείρησης και παράγοντες επιλογής τοποθεσίας. Η τοποθεσία της επιχείρησης είναι ένα κρίσιμο σημείο για την επιτυχία ή την αποτυχία της επιχείρησης. Η τοποθεσία πρέπει να βρίσκεται «γύρω» απ' τους πελάτες. Οι ερωτήσεις που πρέπει να απαντηθούν κατά τη δημιουργία αυτού του τμήματος είναι οι εξής:

- + Ποιες είναι οι ανάγκες όσον αφορά την τοποθεσία;
- + Τι είδους χώρος χρειάζεται;
- + Πόσος χώρος χρειάζεται;
- + Ποια είναι η επιθυμητή περιοχή ή / και το επιθυμητό κτίριο;
- + Είναι εύκολα προσβάσιμο το κτίριο στέγασης της επιχείρησης;
- + Υπάρχει δημόσια συγκοινωνία;
- + Γίνονται δημογραφικές αλλαγές ή αλλαγές στην αγορά;

9. Επιλογή, προσδιορισμός και υλοποίηση στρατηγικής

Σε αυτή την ενότητα θα αναλυθεί το πώς τρέπει να αναπτύσσονται σε ένα επιχειρηματικό σχέδιο οι μελλοντικές στρατηγικές και πλάνα. Οι κύριες κατηγορίες της ενότητας είναι:

I. Στρατηγική Προϊόντων (Product strategy). Σε αυτό το μέρος περιγράφεται η στρατηγική που θα ακολουθηθεί για τα προϊόντα, όσον αφορά τα παρακάτω στοιχεία:

- + Υπόσχεση του προϊόντος (π.χ. ακριβό και ποιοτικό, φτηνό, εύχρηστο κλπ.)

- ✚ Χαρακτηριστικά (π.χ. απορρυπαντικό σε μικρό μέγεθος, με βαλβίδα ασφαλείας για χρωματιστά ρούχα κλπ.)
- ✚ Διαφοροποίηση από τα άλλα προϊόντα της αγοράς
- ✚ Μοναδικότητα (Unique Selling Proposition / USP) τι το μοναδικό έχει να προσφέρει το προϊόν (Χαραλαμπίδης Γ., 2008:17-22).

II. Πλάνο Marketing (Marketing Plan). Το marketing είναι ένα ζωτικό κομμάτι της Επιχείρησης. Το πόσο καλά έχει τοποθετηθεί μια επιχείρηση στην αγορά είναι αυτό που –σε συνδυασμό, βέβαια, με κάποια άλλα- θα κρίνει τελικά, την επιτυχία ή όχι της επιχείρησης. Το πλάνο marketing πρέπει να αρχίζει με μια σύντομη περίληψη των στόχων της επιχείρησης, της θέσης που επιθυμεί να κατέχει ανάμεσα στις άλλες του χώρου (positioning) και της ομάδας-στόχου της. Επίσης, εδώ πρέπει να περιγραφούν:

- ✚ Η συμπεριφορά καταναλωτή
- ✚ Το προϊόν
- ✚ Η τιμή
- ✚ Η διανομή
- ✚ Η προώθηση.

III. Πωλήσεις. Θα πρέπει να περιλαμβάνεται η πορεία των πωλήσεων των τελευταίων ετών (τα σχεδιαγράμματα βοηθούν πολύ), θα πρέπει να υπάρχει πρόβλεψη των πωλήσεων για τα επόμενα έτη και πρόβλεψη της συνολικής αγοράς. Για τις προβλέψεις, χρειάζεται πάντα να γίνονται κάποιες υποθέσεις. Αυτές πρέπει να διατυπώνονται με σαφήνεια και να είναι ρεαλιστικές (Χαραλαμπίδης Γ., 2008:17-22).

9. Διοικητικό Πλάνο (Management Plan)

Η διοίκηση μίας επιχείρησης συνεπάγεται πολλές ευθύνες. Η πεποίθηση «είμαι αφεντικό του εαυτού μου» είναι απλουστευτική και σε καμία περίπτωση δεν ισχύει. Η διοίκηση θέτει τις βάσεις για την επιτυχία της επιχείρησης. Οι άνθρωποι, τα μηχανήματα και οι διάφορες λεπτομέρειες της επιχείρησης χρειάζονται συντονισμό, εκπαίδευση και οργάνωση στο χώρο και το χρόνο (time and space management). Η προνοητικότητα είναι το μεγαλύτερο πλεονέκτημα ενός σωστά δομημένου διοικητικού πλάνου. Επίσης, πρέπει να απαντηθούν τα παρακάτω ερωτήματα:

- I. Ποιες αδυναμίες υπάρχουν σε διοικητικό επίπεδο;
- II. Ποιος ή ποιοι θα αναλάβουν τη διοίκηση;
- III. Ποια είναι τα καθήκοντα τους;
- IV. Είναι ξεκάθαρες και κατανεμημένες οι ευθύνες;
- V. Ποιες είναι οι ανάγκες σε προσωπικό;
- VI. Ποιο θα είναι το μισθολογικό καθεστώς;
- VII. Τι προνόμια, πριμ παραγωγικότητας, διακοπές και αργίες θα προσφέρονται;
- VIII. Πώς και πότε θα γίνεται η εκπαίδευση και από ποιους;

10. Οικονομικό πλάνο

Σε αυτή την ενότητα παρουσιάζεται η οικονομική κατάσταση της επιχείρησης. Τα στοιχεία προς παρουσίαση είναι των προηγούμενων ετών, αλλά περιλαμβάνονται και προβλέψεις (π.χ. επιτόκια, αλλαγές στην αγορά, φορολογία, έξοδα κ.λπ.) για τα επόμενα

χρόνια. Αυτό σημαίνει ότι πρέπει να γίνουν πάλι κάποιες υποθέσεις με ρεαλιστικό χαρακτήρα. Ένα οικονομικό πλάνο πρέπει να περιλαμβάνει τα παρακάτω:

I. Ισολογισμός (ενδεικτικό για το τρέχον και το επόμενο τουλάχιστον έτος)

II. Ανάλυση χρηματοροών (μία εικόνα για τις ταμειακές εισροές και εκροές)

III. Κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης (μία εικόνα των εσόδων, εξόδων, κερδών ή ζημιών της επιχείρησης)

IV. Break-even Analysis (οι πωλήσεις που πρέπει να γίνουν για να καλυφθεί το κόστος της επιχείρησης) (Χαραλαμπίδης Γ., 2008:17-22).

11. Επίλογος

Πρέπει να περιλαμβάνεται μία σύνοψη του πονήματος με ανάδειξη της καλής προοπτικής της επιχείρησης.

12. Πηγές

Εμπεριέχονται όλες οι πηγές που χρησιμοποιήθηκαν (δευτερογενείς).

13. Παραρτήματα



Σχέδιο 1.2.: Η ανάπτυξη του Επιχειρηματικού Σχεδίου

1.5. Η ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Το επιχειρηματικό σχέδιο αποτελεί ένα πολύ σημαντικό εργαλείο για τον επιχειρηματία, τα στελέχη της επιχείρησης αλλά και τους δυνητικούς επενδυτές καθώς:

- Παρέχει τη δυνατότητα καλύτερου προγραμματισμού και σχεδιασμού στον επιχειρηματία
- Χρησιμεύει ως μηχανισμός παρακολούθησης της πορείας της επιχείρησης
- Μπορεί να αποτελέσει τη βάση για τη λήψη στρατηγικών αποφάσεων
- Βοηθά στην εκτίμηση της βιωσιμότητας της επιχείρησης
- Αποτελεί χρήσιμο βοήθημα για την προσέλκυση δυνητικών επενδυτών και τη συγκέντρωση κεφαλαίου
- Συμβάλλει στον εντοπισμό ευκαιριών και τον ανασχεδιασμό των λειτουργιών σε περίπτωση λαθών.

Στην Ελλάδα, η σύνταξη ενός επιχειρηματικού σχεδίου για την ίδρυση και τη λειτουργία μιας επιχείρησης, θεωρείτο μέχρι πρόσφατα μη απαραίτητη. Κυριότεροι λόγοι για την αντίληψη αυτή είναι η απουσία φορέων που χρηματοδοτούν τα αρχικά στάδια λειτουργίας μιας επιχείρησης (εταιρίες κεφαλαίου επιχειρηματικών συμμετοχών, θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων κ.λπ.), η έλλειψη ενδιαφέροντος από τον τραπεζικό τομέα και η περιορισμένη έως ανύπαρκτη κατάρτιση των υποψήφιων νέων επιχειρηματιών.

Τα τελευταία χρόνια όμως, επειδή το επιχειρηματικό περιβάλλον έχει βελτιωθεί, έχουν αναπτυχθεί ενδιάμεσοι φορείς υποστήριξης της επιχειρηματικότητας, και υλοποιείται σημαντικός αριθμός χρηματοδοτούμενων προγραμμάτων στήριξης των επιχειρήσεων, η ανάγκη σύνταξης επιχειρηματικού σχεδίου αυξάνεται ολοένα, παρά τις αδυναμίες των επιχειρηματιών να συντάξουν ένα αξιόλογο επιχειρηματικό σχέδιο (Σαϊτάκης, Α., Μαυρογιάννης, Γ. 2007: 22).

1.6. ΙΣΟΤΗΤΑ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Όλοι οι πολίτες της Ευρωπαϊκής Ένωσης έχουν πολλά δικαιώματα, τα οποία μπορεί να μην τα γνωρίζουν. Η κοινοτική νομοθεσία προβλέπει ότι δεν πρέπει να γίνονται σε βάρος των εργαζομένων διακρίσεις με βάση το φύλο και πρέπει να τους μεταχειρίζονται ισότιμα και να παρέχουν τα ίδια δικαιώματα και τις ίδιες ευκαιρίες στο χώρο εργασίας.

Η έννοια της ισότητας μεταξύ ανδρών και γυναικών αποτελεί θεμελιώδη αρχή του Κοινοτικού Δικαίου και αφορά όλους τους τομείς της κοινωνικής ζωής, μέρος της οποίας είναι αναμφισβήτητα ο κόσμος της εργασίας. Επιπρόσθετα, στα θεμελιώδη δικαιώματα των εργαζομένων που περιλαμβάνει ο Ευρωπαϊκός Κοινωνικός Χάρτης, ο οποίος υπογράφηκε το 1961 αποτελεί μία από τις Συνθήκες του Συμβουλίου της Ευρώπης που προστατεύει τα ανθρώπινα δικαιώματα. Η ισότητα αυτή πρεσβεύεται για όλους τους τομείς, καθώς και για όλες τις επιμέρους διαδικασίες ένταξης ή εξέλιξης στην απασχόληση (Κιούρτσης, Κ., 2011, www.blogs.sch.gr/kkiourtsis/files/2011/07/Θ.Ε.-3.11.pdf, Γυναικεία Επιχειρηματικότητα – Ίσες Ευκαιρίες).

Τρεις είναι οι σημαντικές αρχές που υποχρεούνται να ακολουθούν όλα τα κράτη – μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης:

1. Αρχή της ίσης αμοιβής. Η αρχή της ίσης αμοιβής δηλώνει ότι η ίση εργασία ή η εργασία ίσης αξίας πρέπει να αμείβεται με τον ίδιο τρόπο. Επίσης, όταν χρησιμοποιείται σύστημα επαγγελματικής κατάταξης για τον καθορισμό των αμοιβών, το σύστημα αυτό

πρέπει να βασίζεται σε κοινά κριτήρια για τους εργαζόμενους άνδρες και γυναίκες και να επιβάλλεται κατά τρόπο που να αποκλείει τις διακρίσεις που βασίζονται στο φύλο.

2. Αρχή της ίσης μεταχείρισης στα επαγγελματικά συστήματα κοινωνικής ασφάλισης. Η αρχή της ίσης μεταχείρισης δηλώνει την απαγόρευση κάθε διάκρισης στον τομέα αυτόν και καθορίζει κανόνες εφαρμογής της παρούσας οδηγίας.

3. Αρχή της ίσης μεταχείρισης ανδρών και γυναικών ως προς την πρόσβαση στην απασχόληση, την επαγγελματική κατάρτιση και προώθηση και τις συνθήκες εργασίας. Η ίση μεταχείριση καθώς και οι ίσες ευκαιρίες αποτελούν σημαντικό θεμελιώδες δικαίωμα για όλους (Κιούρτσης, Κ., 2011, www.blogs.sch.gr/kkiourtsis/files/2011/07/Θ.Ε.-3.11.pdf, Γυναικεία Επιχειρηματικότητα – Ίσες Ευκαιρίες).

Ισότητα ανδρών και γυναικών σημαίνει να υπάρχει ίση μεταχείριση και ίσες ευκαιρίες στην καθημερινή ζωή όλων ανεξαρτήτως φύλου, γεγονός που υποστηρίζεται τόσο από τους νόμους της χώρας μας όσο και από τους νόμους της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Στο πλαίσιο της επίτευξης της ισότητας των ευκαιριών μεταξύ γυναικών και ανδρών έχουν τεθεί σε εφαρμογή μεταξύ άλλων και τα πενταετή **Προγράμματα Κοινωνικής Δράσης για τις Γυναίκες** από το 1982 και τα οποία περιλαμβάνουν τους παρακάτω γενικούς στόχους:

- Ένταξη της ισότητας στον ευρωπαϊκό κοινωνικό διάλογο μεταξύ των εργοδοτών και των συνδικαλιστικών οργανώσεων, καθώς και προσπάθεια επίτευξης συνεργασίας και αλλαγής της νοοτροπίας σε όλα τα επίπεδα.
- Κατάργηση των διακρίσεων στην αγορά εργασίας, στήριξη των γυναικείων προσπαθειών απασχόλησης και γενικότερα, της ισότητας στην οικονομία.
- Το συνδυασμό εργασίας – νοικοκυριού – οικογενειακής ζωής μέσα από την εξατομίκευση των κοινωνικών παροχών.
- Την ίση συμμετοχή ανδρών – γυναικών κατά τη λήψη των αποφάσεων.
- Τη στήριξη και πλήρη εφαρμογή του Ευρωπαϊκού Δικαίου, καθώς και την παροχή πληροφοριών για την ισότητα των ευκαιριών.
- Την ενίσχυση της παρακολούθησης, καθώς και της αξιολόγησης του προγράμματος Δράσης.

Η Ευρωπαϊκή Στρατηγική και τα Διαρθρωτικά Ταμεία βοηθούν στην ανάπτυξη της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας και όλα τα κράτη μέλη δίνουν ιδιαίτερη προσοχή στα εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες που επιθυμούν να συγκροτήσουν νέες επιχειρήσεις ή να αυτοαπασχοληθούν (Κιούρτσης, Κ., 2011, www.blogs.sch.gr/kkiourtsis/files/2011/07/Θ.Ε.-3.11.pdf, Γυναικεία Επιχειρηματικότητα – Ίσες Ευκαιρίες).

1.6.1. Ο οριζόντιος και ο κάθετος επαγγελματικός διαχωρισμός

Ο επαγγελματικός διαχωρισμός διακρίνεται σε **οριζόντιο και κάθετο** [Vertical – Horizontal Segregation]. Ο οριζόντιος διαχωρισμός αφορά την παρουσία ανδρών και γυναικών σε συγκεκριμένους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, ενώ ο κάθετος στις διαφορετικές θέσεις ιεραρχίας ανδρών και γυναικών στο εσωτερικό των κλάδων. Είναι γεγονός ότι υφίσταται η ύπαρξη οριζόντιου διαχωρισμού που αναπαράγει τη διάκριση σε «ανδρικά» και «γυναικεία» επαγγέλματα και που οδηγεί στον αποκλεισμό των γυναικών από κάποια επαγγέλματα και τη συγκέντρωσή τους σε χαμηλά αμειβόμενες εργασίες γεγονός που αποτελεί εμπόδιο στη μείωση της ανεργίας (Πηλαβάκη, Α., 2007: 38-40).

Ο επαγγελματικός διαχωρισμός είναι η τάση των ανδρών και των γυναικών να συγκεντρώνονται σε διαφορετικά επαγγέλματα. Απόλυτος επαγγελματικός διαχωρισμός υφίσταται όταν οι άνδρες και οι γυναίκες εργάζονται σε εντελώς διαφορετικά επαγγέλματα. Αντίστοιχα, δεν υφίσταται επαγγελματικός διαχωρισμός όταν η αναλογία των ανδρών και των γυναικών σε κάθε επάγγελμα είναι ίδια με την αναλογία των δύο φύλων στη συνολική απασχόληση.

Ο επαγγελματικός διαχωρισμός έχει σημαντικές επιπτώσεις στο επίπεδο της ισότητας των δύο φύλων, ιδιαίτερα αν οι γυναίκες αποκλείονται από συγκεκριμένα επαγγέλματα ως αποτέλεσμα των κατά φύλο (έμφυλων) διακρίσεων. Οι διακρίσεις μπορούν να εκδηλωθούν τόσο από την πλευρά των εργοδοτών (π.χ. κατά τις προσλήψεις και τις προαγωγές προσωπικού) όσο και από την πλευρά των καταναλωτών (π.χ. κατά την επιλογή επαγγελματιών-συνεργατών για την αγορά αγαθών ή την παροχή υπηρεσιών).

Είναι χαρακτηριστικό ότι σε γενικές γραμμές η διάκριση των επαγγελμάτων σε ανδρικά και γυναικεία ισχύει σε όλες τις χώρες, ανεξαρτήτως πολιτικού συστήματος, θρησκείας, κοινωνικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος. Η διάκριση αυτή είναι:

α. Οριζόντια (δηλαδή ισχύει για το είδος των επαγγελμάτων) και

β. Κάθετη (δηλαδή ισχύει για τη θέση στην ιεραρχία που υπάρχει σε ένα επάγγελμα).

Στην οριζόντια διάκριση των επαγγελμάτων η ανδρική εργασία κατανέμεται σε πολύ περισσότερα επαγγέλματα σε αντίθεση με τη γυναικεία που συγκεντρώνεται σε πολύ λιγότερα. Η διάκριση ανδρικών και γυναικείων επαγγέλματα έχει δυσμενείς επιπτώσεις στην αγορά εργασίας. Η τάση συγκέντρωσης γυναικών σε ορισμένα επαγγέλματα και ο χαρακτηρισμός κάποιων επαγγελμάτων ως γυναικείων εξακολουθεί να υπάρχει. Έτσι διαιωνίζονται οι διακρίσεις και οι μισθολογικές διαφορές. Το 60% των γυναικών εργαζομένων φαίνεται να απορροφάται σε έξι κλάδους:

- υγεία (17%)
- εκπαίδευση (11%)
- δημόσια διοίκηση (7%)
- λιανικό εμπόριο (13%)
- εργασίες γραφείου (7%)
- ξενοδοχεία και εστιατόρια (5%).

Το αντίστοιχο 60% των ανδρών εργαζομένων επικεντρώνεται σε περισσότερους από 15 κλάδους. Οι μισθοί των γυναικών σε σχέση με αυτούς των ανδρών διαχρονικά βελτιώνονται, σε όλες σχεδόν τις χώρες, χωρίς όμως να εξαλείφονται οι διαφορές (Πηλαβάκη, Α., 2007: 38-40).

1.7. ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Τα σημαντικότερα δικαιώματα σε ό,τι αφορά την απασχόληση και την εργασία είναι:

• **Ίση αμοιβή για ίση εργασία:** σε όλες της χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η αμοιβή μεταξύ δύο εργαζομένων διαφορετικού φύλου θα πρέπει να είναι ίση για ίση εργασία. Διαφορετικές μπορεί να είναι εάν οφείλονται σε παράγοντες όπως τα προσόντα, η εμπειρία, κ.λπ.

• **Ίση αμοιβή για εργασία ίσης αξίας:** Οι συλλογικές συμβάσεις είναι υποχρεωμένες να σέβονται το δικαίωμα ίσης αμοιβής για εργασία ίσης αξίας. Θεωρείται παραβίαση του δικαιώματος ίσης αμοιβής αν προκύψουν μικρότερες αμοιβές, για ομάδες που αποτελούνται κατά μεγάλο ποσοστό ή ολοκληρωτικά από γυναίκες (Siropolis, N., 2001: 111).

• **Ίση μεταχείριση στον εργασιακό χώρο:** Απαγορεύονται οι διακρίσεις με βάση το φύλο. Από τον Οκτώβριο του 2005, αναγνωρίζεται και εξασφαλίζεται η σεξουαλική παρενόχληση ως μορφή διακριτικής μεταχείρισης, προστατεύονται οι γυναίκες που επανέρχονται στην εργασία τους έπειτα από άδεια μητρότητας και θεμελιώνει το δικαίωμα του άνδρα για άδεια πατρότητας.

• **Πρόσβαση στην απασχόληση:** Θέσεις που απευθύνονται σε άτομα του ενός φύλου δεν θα πρέπει να υφίστανται αφού αντιτίθεται στο κοινοτικό δίκαιο. Κατά την πρόσληψη εργαζομένων, δεν θα πρέπει να γίνεται διάκριση μεταξύ ανδρών και γυναικών από μέρους των εργοδοτών.

• **Επαγγελματική κατάρτιση:** Το δικαίωμα αυτό έχουν όλοι οι πολίτες, και των δύο φύλων, με ιδιαίτερη ευαισθησία στους νέους, τις γυναίκες και τα μειονεκτούντα άτομα.

• **Προαγωγές:** Οι εργαζόμενοι πρέπει να κρίνονται με κριτήρια όπως η αρχαιότητα, οι επιδόσεις, οι δεξιότητες, η εκπαίδευση και σίγουρα όχι το φύλο τους.

• **Ασφάλεια και Υγεία στον εργασιακό χώρο:** θα πρέπει να προβλέπεται από τον εργοδότη η λήψη μέτρων, αν οι συνθήκες εργασίας συνεπάγονται κίνδυνο έκθεσης σε επικίνδυνους παράγοντες. Αν η γυναίκα εργάζεται κυοφορεί ή είναι λεχώνα, δικαιούται ένα επίπεδο υγείας και ασφάλειας (Siropolis, N., 2001: 111).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο- ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

2.1. Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΑΠΟ ΤΟ 2000 ΜΕΧΡΙ ΤΟ 2010

Το επίπεδο επιχειρηματικότητας μιας χώρας, σύμφωνα με τους διεθνείς οργανισμούς θεωρείται ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες που καθορίζουν την οικονομική ανάπτυξη, την ανταγωνιστικότητα και την απασχόληση για μια ευνοημένη κοινωνία.

Την 1^η Ιανουαρίου 2002 η Ελλάδα, και οι άλλες έντεκα τότε χώρες της ευρωζώνης απέκτησαν κοινό νόμισμα, το ευρώ. Η ένταξης της Ελλάδας στη ζώνη του ευρώ έγινε το 2001 μετά την επιτυχή πορεία σύγκλισης των δημοσιονομικών μεγεθών. Η Ελλάδα μετά την έλευσή της στην ΟΝΕ και σε συνδυασμό με το θετικό οικονομικό κλίμα που επικρατούσε εκείνη την περίοδο προχωρούσε με αποφασιστικότητα προς τον χώρο των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων προσπαθώντας να θέσει τις βάσεις για μια αναπτυγμένη και γερή οικονομία (Ιωαννίδης, Σ., 2004, <http://www.gemconsortium.org/docs/download/508>, Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα).

Πιο συγκεκριμένα, το 2003 το 6,8% του πληθυσμού ηλικίας 18 και 64 δήλωσαν ότι βρίσκονταν στη φάση της εκκίνησης ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος. Με βάση αυτόν τον Δείκτη Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας, η χώρα μας κατέλαβε τη 16^η θέση ανάμεσα στις 31 χώρες που έλαβαν μέρος στην έρευνα του 2003 και βρισκόταν στο ίδιο επίπεδο με μια σειρά άλλων ανεπτυγμένων, κυρίως ευρωπαϊκών, χωρών. Ωστόσο, σε αντίθεση με τις περισσότερες από αυτές τις χώρες, η Ελλάδα εμφανίζει ένα υψηλό ποσοστό

Επιχειρηματικότητα Ανάγκης, δηλαδή η επιχειρηματική δραστηριότητα που εκδηλώνεται επειδή ο επιχειρηματίας δεν έχει άλλη δυνατότητα βιοπορισμού. Ταυτόχρονα, η επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα εμφανίζεται εξαιρετικά «ρηχή», με την έννοια ότι είναι σε πολύ μεγάλο βαθμό προσανατολισμένη σε προϊόντα και υπηρεσίες που απευθύνονται στον τελικό καταναλωτή, παρά σε άλλες επιχειρήσεις.

Για τον λόγο αυτό, η χώρα μας παρουσιάζει μεγάλο πρόβλημα στον τομέα της Εταιρικής Επιχειρηματικότητας, τον βαθμό δηλαδή καινοτομικότητας των καθιερωμένων επιχειρήσεων. Εδώ η Ελλάδα καταλαμβάνει μόλις την 33^η θέση στην παγκόσμια κατάταξη ανάμεσα σε 40 χώρες. Ωστόσο αξίζει να σημειωθεί ότι το έλλειμμα της καινοτομικότητας φαίνεται ότι αφορά κυρίως τα ΜΜΕ. Με άλλα λόγια η εταιρική επιχειρηματικότητα φαίνεται ότι αποτελεί στην Ελλάδα χαρακτηριστικό σχετικά μεγάλων επιχειρήσεων (Ιωαννίδης, Σ., 2004, <http://www.gemconsortium.org/docs/download/508>, Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα).

Το 2006 η εικόνα της επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα αρχίζει και αλλάζει. Το θετικό γεγονός της ποσοτικής αύξησης της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ελλάδα συνοδεύεται ωστόσο από απώλειες στην ποιοτική διάσταση που αναφέρεται στα κίνητά της.

Πιο συγκεκριμένα, το 2006 ενισχύεται η επιχειρηματικότητα ανάγκης, το ποσοστό των ατόμων δηλαδή που στράφηκαν στην επιχειρηματική δραστηριότητα λόγω έλλειψης άλλων δυνατοτήτων ικανοποιητικής απασχόλησης. Επομένως ένα μεγάλο μέρος της ανόδου της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ελλάδα το 2006, οφείλεται σε άνοδο αυτής της επιχειρηματικότητας και όχι της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας. Καθοριστικός παράγοντας λοιπόν, στην εκδήλωση επιχειρηματικής συμπεριφοράς στην Ελλάδα δεν είναι μόνο ο όγκος των ευκαιριών που υπάρχουν στην ελληνική οικονομία, αλλά και η ίδια η επιθυμία του ατόμου να γίνει επιχειρηματίας και άρα να αναζητήσει πιο προσεκτικά τον χώρο στον οποίο θα μπορούσε να δραστηριοποιηθεί επικερδώς. Διαφοροποιείται έτσι σε σχέση με τον μέσο Ευρωπαϊό επιχειρηματία, ο οποίος επιθυμεί κυρίως μεγαλύτερη εργασιακή ανεξαρτησία, παρά να δείχνει δυσαρεστημένος από το επίπεδο ζωής που του εξασφαλίζει το τρέχον εισόδημά του (Ιωαννίδης, Σ., 2004, <http://www.gemconsortium.org/docs/download/508>, Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα).

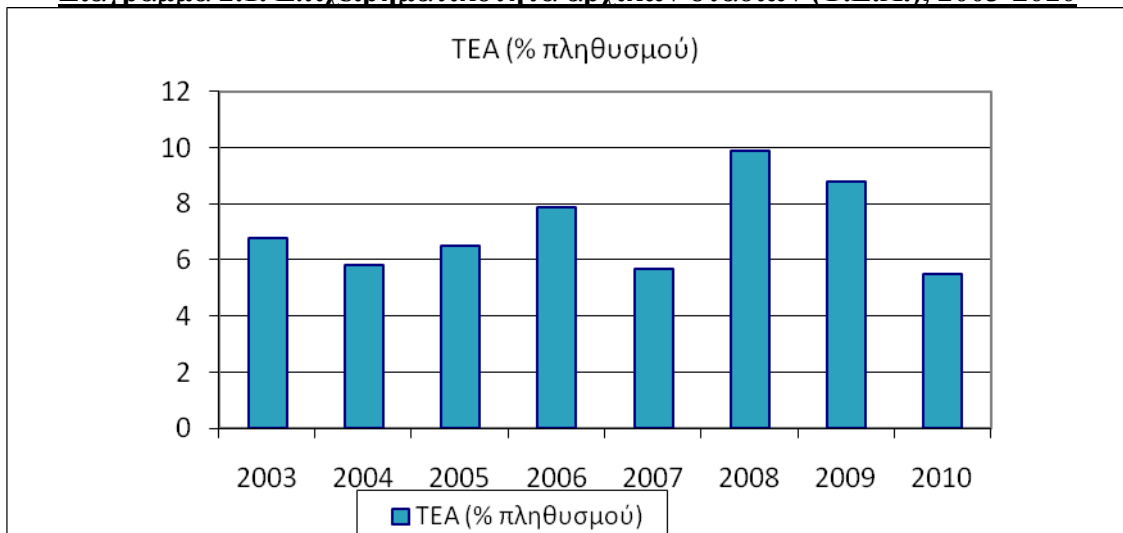
Από τις αρχές του 2008 μέχρι και το τέλος του 2009 η οικονομική κατάσταση στον ευρωπαϊκό χώρο αλλάζει ριζικά, γεγονός που επηρεάζει όχι μόνο την επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα αλλά το γενικό κλίμα σε όλες τις αγορές διεθνώς. Η παγκόσμια οικονομία επηρεάστηκε σημαντικά από την χρηματοπιστωτική κρίση γεγονός που οδήγησε σε αστάθεια το τραπεζικό σύστημα διεθνώς με αποτέλεσμα την κάμψη των επενδύσεων, του διεθνούς εμπορίου και ύφεση στις πιο σημαντικές οικονομίες του κόσμου.

Αν και η κρίση στις παγκόσμιες αγορές αρχικά, δεν επηρέασε άμεσα την ελληνική οικονομία, τα αποτελέσματα της οικονομικής αρρυθμίας έπληξαν την εγχώρια οικονομική δραστηριότητα και τη νέα επιχειρηματικότητα οι οποίες εμφάνισαν στασιμότητα. Πιο συγκεκριμένα, το 35% των επιχειρηματικών προσπαθειών στράφηκαν στην επιχειρηματική δράση λόγω έλλειψης άλλων δυνατοτήτων απασχόλησης, δηλαδή από ανάγκη. Επιβεβαιώθηκε έτσι στην Ελλάδα το φαινόμενο σύμφωνα με το οποίο σε περιόδους κρίσης καταγράφεται άνοδος της αυτοαπασχόλησης. Οι λόγοι που οδηγούν σε αυτό είναι είτε η έλλειψη άλλων επιλογών εργασίας είτε η δυσαρέσκεια από την υπάρχουσα εργασία εξαιτίας των χαμηλών απολαβών γεγονός που οδηγεί στην αναζήτηση νέας (Παππάς, Β., 2009, <http://epixeirein.gr/2009/12/29/η-ελληνική-επιχειρηματικότητα-στα-πρ/>, Η ελληνική επιχειρηματικότητα στα πρόθυρα της κρίσης).

Λόγω της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, ο ρυθμός μεγέθυνσης της οικονομίας γύρισε σε αρνητικό πρόσημο το 2009, για πρώτη φορά από το 1993. Από τα τέλη του 2009 και αρχές 2010, εξαιτίας της κρίσης και ορισμένων περιττών δαπανών μέχρι και τις εκλογές του 2009, η ελληνική οικονομία αντιμετωπίζει σοβαρά προβλήματα, καθώς έχει το δεύτερο μεγαλύτερο ετήσιο έλλειμμα κρατικού προϋπολογισμού και το δεύτερο μεγαλύτερο δημόσιο χρέος στην Ευρώπη. Αποτέλεσμα όλων αυτών ήταν η αβεβαιότητα των οικονομικών συνθηκών που επηρέασε αποφασιστικά την επιχειρηματική δράση.

Τα παρακάτω στοιχεία δείχνουν την επιχειρηματική δραστηριότητα που παρατηρήθηκε τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα, σύμφωνα με τον Δείκτη Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (Total Entrepreneurial Activity – TEA). Στην ουσία ο δείκτης αυτός μετρά τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων σε μια χώρα, γεγονός που αποτελεί και την πιο εμφανή μορφή επιχειρηματικής δραστηριότητας. Αποτελεί μέτρο των ατόμων που είτε βρίσκονται στη φάση έναρξης μιας επιχείρησης (start – up) είτε διοικούν μια νέα επιχείρηση κατά τα τελευταία 3,5 χρόνια (Παππάς, Β., 2009, <http://epixeirein.gr/2009/12/29/η-ελληνική-επιχειρηματικότητα-στα-πρ/>, Η ελληνική επιχειρηματικότητα στα πρόθυρα της κρίσης).

Διάγραμμα 2.1. Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων (T.E.A.), 2003-2010



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

2.2. ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ (2009 -2010)

Δεδομένης της δύσκολης οικονομικής κατάστασης στην οποία έχει επέλθει η χώρα μας, οι επιχειρηματίες είναι φυσικό να φοβούνται τα μεγάλα «ανοίγματα» στην αγορά. Δεν συμβαίνει όμως το ίδιο και με τους νέους επιχειρηματίες, που αν και γνωρίζουν την ισχύουσα κατάσταση, παράτα επιθυμούν να μπουν στον χώρο των επιχειρήσεων. Όσον αφορά στους τελευταίους και σύμφωνα με στοιχεία του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας (GEM), ο βαθμός δυσκολίας σχετικά με την ίδρυση και την ανάπτυξη μιας επιχείρησης το 2010 έχει αυξηθεί έναντι του 2009. Η επίπτωση της κρίσης στον αριθμό των επιχειρηματικών ευκαιριών είναι φανερές και περισσότερο απαισιόδοξες εμφανίζονται οι γυναίκες από τους άντρες. Σύμφωνα με τα τελευταία στατιστικά στοιχεία του GEM, το 75,6% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων θεωρούν, σχετικά πιο δύσκολη, τη δημιουργία νέας επιχείρησης σε σχέση με το 69% των επιχειρηματιών το 2009. Αυτό βέβαια δεν τους σταματά στο να ξεκινήσουν μια δική τους επιχείρηση και να ελπίζουν σε μεγάλα κέρδη (Ιωαννίδης, Σ., Χατζηχρήστου, Σ., 2012,

Όσον αφορά στις ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις, οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες εμφανίζονται πιο συγκρατημένοι και τα δύο έτη (2009-2010). Και γι' αυτούς οι προοπτικές για ένα πιο κερδοφόρο μέλλον με περισσότερη εργασιακή απασχόληση είναι μάλλον αρνητικές.

	Καθιερωμένοι Επιχειρηματίες		Επιχειρηματίες Αρχικών Σταδίων	
	2009	2010	2009	2010
Περισσότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες	3,90%	3,50%	3,00%	12,60%
Σχετικά περισσότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες	6,70%	3,90%	6,90%	11,30%
Περίπου ίσες επιχειρηματικές ευκαιρίες	19,30%	11,20%	33,90%	12,70%
Σχετικά λιγότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες	21,30%	18,00%	16,50%	27,00%
Λιγότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες	48,90%		39,80%	
	63,30%		36,40%	
Σύνολο	100	100	100	100

Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM
Πίνακας 2.1.

Όπως γίνεται φανερό και από τον παραπάνω πίνακα 2.1., οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες είναι εμφανώς πιο συγκρατημένοι και απογοητευμένοι από την πορεία της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα. Ενώ το 2009 εμφανίζονται σαφώς πιο αισιόδοξοι, το 2010 τα ποσοστά πέφτουν αρκετά, ενώ αυτό που μας κάνει εντύπωση είναι η αύξηση του ποσοστού σε αυτούς που πιστεύουν ότι το 2010 και μετά οι επιχειρηματικές ευκαιρίες θα είναι λιγότερες.

Αντίθετα είναι τα πράγματα για τους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων, οι οποίοι προσδοκούν για μια καλύτερη χρονιά από το 2010 και μετά. Περισσότερες ευκαιρίες για το μέλλον πιστεύουν ότι θα έχουν το 12,6% των ερωτηθέντων σε αντίθεση με το 3,0% του 2009. Ομοίως, και το 2010 που το ποσοστό πέφτει στο 36,4% από το 39,8%, σε όσους πιστεύουν ότι οι επιχειρηματικές δραστηριότητες θα είναι λιγότερες τα επόμενα χρόνια (Ιωαννίδης, Σ., Χατζηχρήστου, Σ., 2012, http://mokep.unipi.gr/article_elements/meletes_ereynes/GEM_2010-11_final_ppt.pdf, Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2010 – 2011).

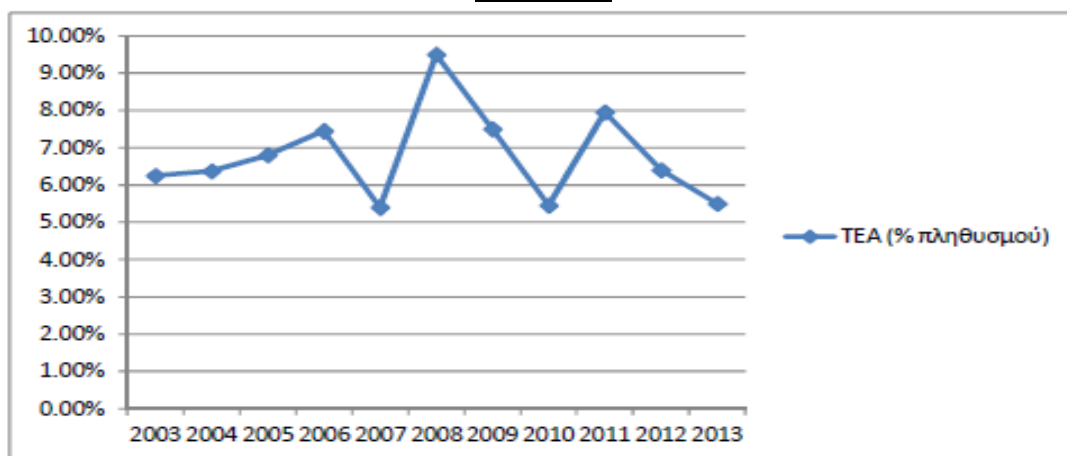
2.3. ΟΙ ΒΑΣΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΟ 2011 – 2013

Το ποσοστό του πληθυσμού που βρισκόταν σε φάση εκκίνησης επιχειρηματικής δραστηριότητας το 2012 ήταν 6,5%. Το ποσοστό αυτό είναι σημαντικά χαμηλότερο από το 8% που είχε καταγραφεί το προηγούμενο έτος για την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων. Προφανώς, η πτώση του δείκτη δεν είναι άσχετη από τη δεινή οικονομική κατάσταση στην οποία βρίσκεται η χώρα, καθώς η ύφεση συρρικνώνει τις επιχειρηματικές πρωτοβουλίες που θεωρούνται βιώσιμες. Έτσι, ενώ το 2011 η Ελλάδα κατατασσόταν στην 4η υψηλότερη θέση

ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας, το 2012 βρίσκεται στην 12η θέση. Μάλιστα, τα πρώτα στοιχεία από την έρευνα του 2013 καταγράφουν μια περαιτέρω πτώση του δείκτη στο 5,5% (Ιωαννίδης, Σ., Γιωτόπουλος, Ι., 2014:9-10).

Στην Ελλάδα πάνω από ένα τρίτο (36,32%) των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων προέρχονταν το 2012 από το ηλικιακό κλιμάκιο 25-34 ετών. Πρόκειται για θετικό γεγονός, καθώς μπορεί να υποτεθεί ότι οι νεότερες ηλικίες φέρνουν μαζί τους στον επιχειρηματικό στίβο νέες ιδέες και διάθεση πειραματισμού. Ωστόσο, ακόμα και αν αξιολογήσει κανείς θετικά αυτό το στοιχείο, είναι βέβαιο ότι αυτό που εξηγεί την τάση είναι η μεγάλη ανεργία των νέων στη χώρα μας, που απωθεί όλο και μικρότερες ηλικίες από την ελπίδα της εύρεσης μισθωτής εργασίας και, άρα, τις στρέφει προς κάποιου είδους αυτόνομης επιχειρηματικής δραστηριοποίησης.

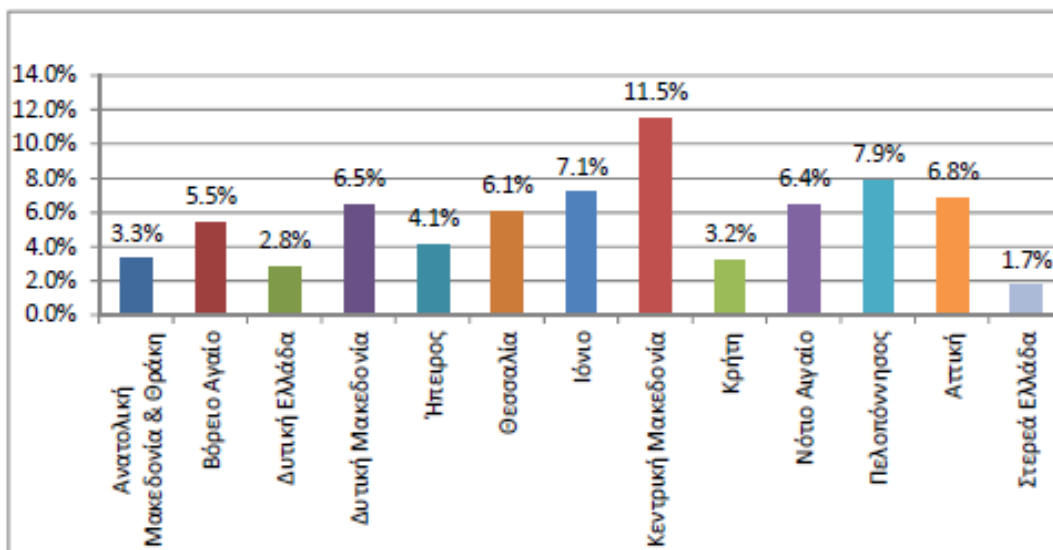
Διάγραμμα 2.2. Εξέλιξη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων (TEA) ως % του πληθυσμού



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Η ανάλυση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων σε περιφερειακό επίπεδο είναι εξίσου υψηλής σπουδαιότητας καθώς είναι εύλογο να υποτεθεί ότι μεγάλες διαφορές στον συγκεκριμένο δείκτη δεν θα εμφανίζονται μόνο μεταξύ χωρών, αλλά και μεταξύ των περιφερειών εντός της ίδιας χώρας. Τοπικοί πολιτισμικοί παράγοντες, αλλά κυρίως το επίπεδο οικονομικής ανάπτυξης κάθε περιφέρειας, δεν μπορεί παρά να επηρεάζουν την έφεση των ατόμων να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά. Με βάση τα αποτελέσματα που προέκυψαν ο δείκτης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κυμαίνεται από 11.6% στην Κεντρική Μακεδονία (η υψηλότερη τιμή), σε 1,7% στη Στερεά Ελλάδα (η χαμηλότερη). Αξίζει να επισημανθεί ότι μόνο σε δύο από τις υπόλοιπες περιφέρειες ο δείκτης υπερβαίνει σημαντικά τον εθνικό μέσο όρο (Δυτ. Μακεδονία 11,1% και Πελοπόννησος 7,9%) (Ιωαννίδης, Σ., Γιωτόπουλος, Ι., 2014:9-10).

Διάγραμμα 2.3. Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά περιφέρεια, 2012



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

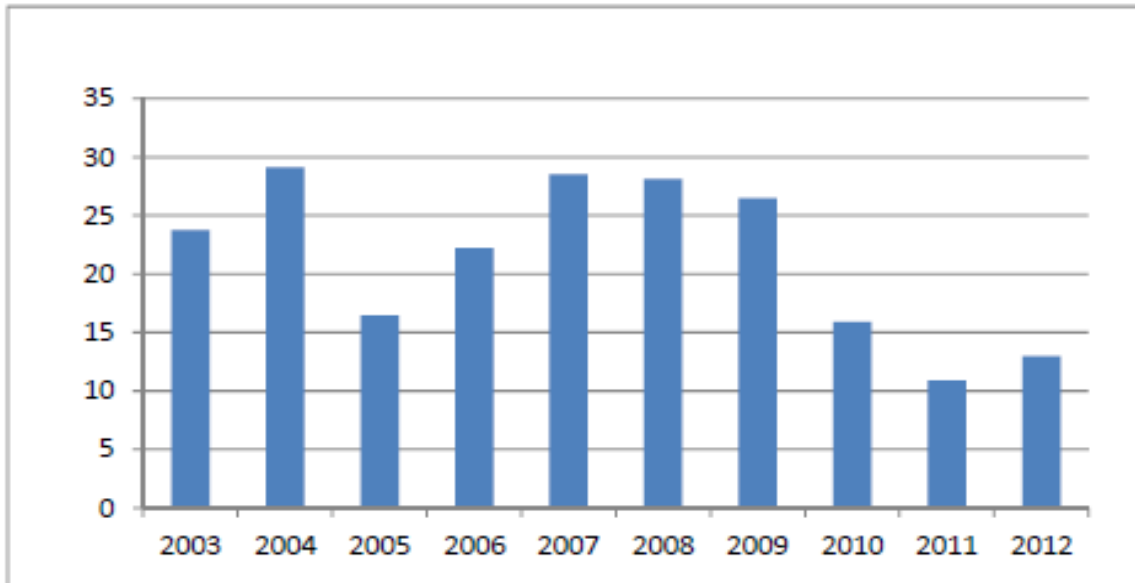
2.2.1. Επιχειρηματικές προδιαθέσεις και κίνητρα

Η ανάλυση των επιχειρηματικών προδιαθέσεων και αντιλήψεων εστιάζει σε παράγοντες που διακρίνονται σε δύο κατηγορίες: σε πολιτισμικούς, με την έννοια ότι αναφέρονται στη γενική στάση μιας κοινωνίας απέναντι στην επιχειρηματική δραστηριότητα και σε προσωπικούς, που αναφέρονται στο πώς βλέπει το ίδιο το άτομο το ζήτημα της επιχειρηματικής του δραστηριοποίησης.

Στους πολιτισμικούς παράγοντες δεν προκαλεί εντύπωση η επίδοση της Ελλάδας στη κοινωνική καταξίωση και σεβασμό προς τους επιτυχημένους επιχειρηματίες. Σε μια χώρα όπου κυριαρχούν οι μικρές επιχειρήσεις και όπου η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα παραμένει ισχυρότατη παρά την κρίση, είναι λογικό να αντιμετωπίζονται με σεβασμό εκείνοι που έχουν επιτύχει στον επιχειρηματικό στίβο. Αντιθέτως, η Ελλάδα καταγράφει σταθερά τη χαμηλότερη επίδοση μεταξύ των χωρών καινοτομίας στην προβολή επιτυχημένων περιπτώσεων επιχειρηματικότητας από τα μέσα ενημέρωσης (Ιωαννίδης, Σ., Γιωτόπουλος, Ι., 2014:11-13).

Οι αντιλήψεις στην Ελλάδα σχετικά με την ύπαρξη επιχειρηματικών ευκαιριών εντός του επόμενου εξαμήνου καταγράφουν με ποσοστό 12,9% μια από τις χαμηλότερες επιδόσεις παγκοσμίως για το 2012. Η επίπτωση της μακροχρόνιας ύφεσης της ελληνικής οικονομίας στο σχετικό δείκτη είναι βέβαια αναμενόμενη. Ωστόσο, σε σχέση με την περίοδο 2008-2011 παρατηρείται μια σαφής αντιστροφή της πτωτικής τάσης (π.χ. το 2011 ήταν 10,9%).

Διάγραμμα 2.4. Επιχειρηματικές ευκαιρίες το επόμενο εξάμηνο (% πληθυσμού)

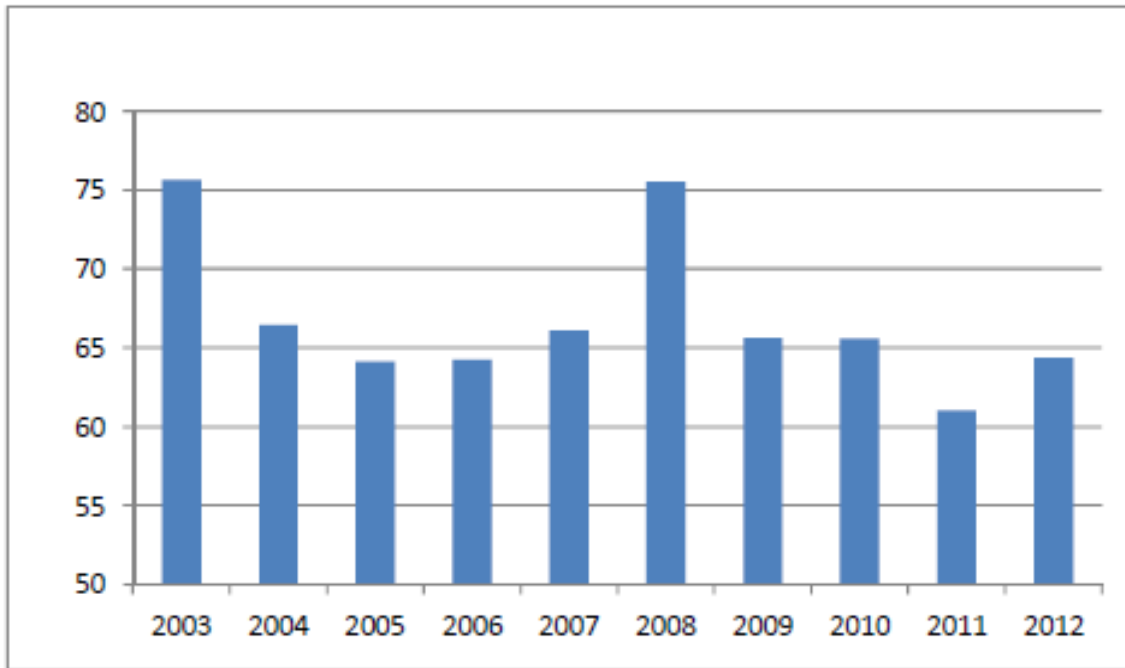


Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Φαίνεται λοιπόν ότι καταγράφεται μια τάση ανάκαμψης της οικονομίας, καθώς περισσότερα άτομα από ό,τι στο παρελθόν διαπιστώνουν ότι υπάρχουν επιχειρηματικές ευκαιρίες γύρω τους.

Καθώς η οικονομία συρρικνωνόταν, όλο και λιγότερα άτομα εκτιμούσαν ότι η επιχειρηματική δραστηριοποίηση θα ήταν σε θέση να εξασφαλίσει στον επιχειρούντα υψηλότερο εισόδημα, εργασιακή ασφάλεια και ανεξαρτησία, όλα δηλαδή τα θεωρούμενα ως θετικά επακόλουθα της επιχειρηματικότητας ως επαγγελματικής επιλογής. Ωστόσο, και εδώ έχει ενδιαφέρον η επίδοση του δείκτη κατά το 2012. Το 64,4% του δείγματος απαντά ότι η επιχειρηματικότητα είναι καλή επιλογή σταδιοδρομίας, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό το 2011 ήταν μόνο 61%. Η αύξηση αυτή υποδηλώνει μια θετικότερη εκτίμηση για τις προοπτικές βιωσιμότητας νέων εγχειρημάτων σε σύγκριση με το παρελθόν, άρα την εκτίμηση ότι οι προοπτικές της οικονομίας αναμένεται να βελτιωθούν (Ιωαννίδης, Σ., Γιωτόπουλος, Ι., 2014:11-13).

Διάγραμμα 2.5. Επιχειρηματικότητα: καλή επιλογή σταδιοδρομίας (% πληθυσμού)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

2.4. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Το πλέον βασικό θέμα για μια νέα επιχείρηση είναι η χρηματοδότηση της ρευστότητάς της. Στη σημερινή οικονομική κρίση, που οι εξελίξεις τρέχουν και οι συναλλαγές κυλάνε αργά, το πιο σημαντικό θέμα στις νέες επιχειρήσεις είναι η διαχείριση της ρευστότητάς τους. Στατιστικά, νέες επιχειρήσεις κλείνουν όχι λόγω έλλειψης κερδοφορίας, αλλά κυρίως λόγω έλλειψης ρευστότητας.

Ο έλεγχος της ρευστότητας και η καλή διαχείριση των διαθέσιμων μετρητών είναι το πλέον κρίσιμο θέμα. Χρήσιμο είναι να τεθούν ακόμη και πιστωτικά όρια. Ενδεικτικά, οι πληρωμές θα πρέπει να γίνονται όσο το δυνατόν αργότερα, ενώ οι εισπράξεις το συντομότερο δυνατό. Η παρακολούθηση θα πρέπει να γίνεται μέσω δεικτών, όπως οι ημέρες αποπληρωμής και οι ημέρες εισπραξής. Τα αποθέματα θα πρέπει το συντομότερο να μετατρέπονται σε πωλήσεις. Οι νέοι πελάτες θα πρέπει να ελέγχονται για την πιστοληπτική τους ικανότητα, οι πληρωμές να απαιτούνται στην ώρα τους και τα όποια θέματα προκύπτουν να επιλύονται στη στιγμή.

Ο πιο κρίσιμος παράγοντας επιβίωσης για μια νέα επιχείρηση που προσπαθεί να εδραιωθεί στο χώρο, είναι να επιλέξει την πλέον πρόσφορη πηγή χρηματοδότησης. Οι πηγές για χρηματοδότηση που είναι διαθέσιμες σε επιχειρήσεις, είναι:

- **Seed Capital**

Seed Capital ή Κεφάλαιο Σποράς, είναι μικρή χρηματοδότηση για έναρξη επιχείρησης που δίνεται συνήθως σε ειδικές κατηγορίες πληθυσμού, όπως οι νέοι ή οι άνεργοι. Τα κύρια χαρακτηριστικά των δράσεων αυτών είναι ότι το κεφάλαιο είναι αρκετά μικρό (15 έως 50 χιλ ευρώ), προκαταβάλλεται, και προορίζεται να καλύψει τα λειτουργικά έξοδα του πρώτου έτους λειτουργίας της εταιρείας, ώστε να υπάρξει χρόνος για την επιχειρηματική ανάπτυξη της ιδέας. Ενδεικτικά, υπάρχουν δράσεις τόσο του Δημοσίου (Πρόγραμμα NEE του ΟΑΕΔ)

όσο και του ιδιωτικού τομέα (TheOpenFund), για διάφορους τομείς της οικονομίας (παραδοσιακά προϊόντα, πληροφορική, κ.α.).

Η διαδικασία είναι αρκετά απλή, και η υποβολή μπορεί να γίνει από οποιονδήποτε ενδιαφερόμενο. Ωστόσο, οι δράσεις αυτές δεν είναι ανοικτές καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, ενώ όσον αφορά τα δημόσια προγράμματα (ΟΑΕΔ), υπάρχουν και μερικά προαπαιτούμενα όπως σεμινάρια και κάρτα ανεργίας (Κουζόφ, Σ., 2012, <http://www.startupgreece.gov.gr/el/content/που-θα-βρω-χρηματοδότηση-για-την-επιχειρησή-μου,Που θα βρω χρηματοδότηση για την επιχείρησή μου;>).

- **Τράπεζες**

Οι τράπεζες είναι η παραδοσιακή πηγή χρηματοδότησης για υφιστάμενες επιχειρήσεις. Όταν οι τράπεζες δανείζουν νέες επιχειρήσεις, οι δανειολήπτες υποχρεώνονται στο να παρέχουν σημαντικές εγγυήσεις, όπως την ίδια την ακίνητη τους περιουσία. Επίσης, οι τράπεζες μπορεί να περιορίσουν τη χρηματοδότηση, εντός συγκεκριμένων ορίων (π.χ. δάνειο για κεφάλαιο κίνησης, έως 100 χιλ. ευρώ). Επίσης, οι τράπεζες θα θελήσουν να κατανοήσουν τη δουλειά, και συνήθως ζητούν να δουν το επιχειρηματικό σχέδιο. Καθώς μια αίτηση για τραπεζική χρηματοδότηση θα μελετηθεί από πολλά κλιμάκια που το κάθε ένα θα ελέγχει διαφορετικά θέματα, είναι ιδιαίτερα σημαντικό το επιχειρηματικό σχέδιο να είναι όσο το δυνατόν πληρέστερο, ώστε να αποφευχθούν οι όποιες καθυστερήσεις.

Επίσης, οι τράπεζες σήμερα είναι σε πολύ δύσκολη κατάσταση. Καθώς έχουν πολλά δάνεια που δεν αποπληρώνονται, αυτό τις κάνει ιδιαίτερα προσεκτικές, και σίγουρα θα χρειαστεί και πειθώ για να δοθεί ένα δάνειο. Επίσης, δύσκολα θα εγκριθεί και ένα νέο δάνειο. Οι τράπεζες από εδώ και πέρα θα εστιάζουν ολοένα και περισσότερο στην ποιότητα του χαρτοφυλακίου τους, με κύριο μέλημα τους την αποπληρωμή του δανείου (Κουζόφ, Σ., 2012, <http://www.startupgreece.gov.gr/el/content/που-θα-βρω-χρηματοδότηση-για-την-επιχειρησή-μου,Που θα βρω χρηματοδότηση για την επιχείρησή μου;>).

- **Venture capital**

Οι επενδυτές Κεφαλαίων Επιχειρηματικού Κινδύνου (Venture Capital - VC) ενδιαφέρονται μόνο για επιχειρηματικές ιδέες με μεγάλη προοπτική ανάπτυξης και με ομάδα έμπειρη και φιλόδοξη, ικανή να μετατρέψει την επιχειρηματική της πρόταση σε μια επικερδή εταιρεία. Στην Ελλάδα υπάρχει και σχετικός σύνδεσμος επιχειρήσεων, που διοργανώνει και το VC Forum.

Το VC είναι μια μεσο-μακροπρόθεσμη χρηματοδότηση έναντι ποσοστού συμμετοχής στο κεφάλαιο της επιχείρησης. Το μέγεθος της συμμετοχής σχετίζεται με τον αναμενόμενο κίνδυνο και κέρδη της επιχείρησης. Γενικώς, όσο πιο προωθημένη είναι η επιχειρηματική ιδέα και όσο πιο γρήγορα μπορεί να αποφέρει κέρδη, τόσο πιο μικρό είναι το μερίδιο καθώς ο κίνδυνος της επιχειρηματικής αποτυχίας ελαχιστοποιείται.

Η διαδικασία της επένδυσης, από την αρχική αποτίμηση της επιχειρηματικής ιδέας μέχρι και την επένδυση στην εταιρεία, μπορεί να απαιτήσει από ένα μήνα έως και ένα χρόνο, αλλά συνήθως διαρκεί τρεις έως έξι μήνες. Η όλη διαδικασία της εισόδου ενός VC στο μετοχικό κεφάλαιο είναι χρονοβόρα και σίγουρα θα χρειαστούν κάποια έξοδα. Το πιο σημαντικό είναι να μην αποσπάσει την επιχείρηση από τις κύριες δραστηριότητες της (Κουζόφ, Σ., 2012, <http://www.startupgreece.gov.gr/el/content/που-θα-βρω-χρηματοδότηση-για-την-επιχειρησή-μου,Που θα βρω χρηματοδότηση για την επιχείρησή μου;>).

- **ΕΣΠΑ**

Το ΕΣΠΑ είναι το ελληνικό πρόγραμμα που διοχετεύει στην Ελλάδα τα κονδύλια της Ευρωπαϊκής Ένωσης που προορίζονται για εξομάλυνση των ανισοτήτων μεταξύ των περιφερειών της ΕΕ. Στα πλαίσια του ΕΣΠΑ, η εκάστοτε κυβέρνηση διαμοιράζει χρηματοδοτήσεις στοχευμένες στην Εμπορία, Μεταποίηση ή Πρωτογενή παραγωγή (αλιεία, γεωργία κ.λπ.). Οι υποβολές διεξάγονται σε χρονικά περιορισμένες περιόδους υποβολών, που προαναγγέλλονται από τα εκάστοτε αρμόδια Υπουργεία. Η αξιολόγηση των προτάσεων γίνεται μαζικά, δημοσιεύονται τα αποτελέσματα και στη συνέχεια δίνεται διορία ενός έως τριών ετών για την υλοποίησή τους. Η χρηματοδότηση είναι ένα ποσοστό της επένδυσης ή φοροαπαλλαγές (συνήθως κατά 40-60%), με προαπαιτούμενο τα εξοφλημένα παραστατικά των δαπανών, τα οποία εξετάζονται με επιτόπιους ελέγχους.

Το μεγάλο πλεονέκτημα του ΕΣΠΑ είναι η διαθεσιμότητα του, αλλά καθώς η χρηματοδότηση έπεται των δαπανών, δεν είναι ιδιαίτερα χρήσιμο για νέες επιχειρήσεις. Ωστόσο, είναι μια ιδιαίτερα ελκυστική επιλογή για να συνδυαστεί με έναν ή περισσότερους από τους λοιπούς τρόπους χρηματοδότησης (τράπεζα, venture capital κ.α.). Καθώς η διαδικασία είναι ιδιαίτερα γραφειοκρατική, είναι θεμιτό η όλη υπόθεση να ανατεθεί σε ειδικευμένα γραφεία συμβούλων, ώστε η όλη επένδυση να ολοκληρωθεί απρόσκοπτα.

- **Ομογένεια**

Τέλος, με την τρέχουσα κρίση έχει δραστηριοποιηθεί και η Ελληνική ομογένεια, και έχει δημιουργήσει νέες δράσεις, όπως το Hellenic Award, και αφορά άτομο δάνειο έως 500 χιλ ευρώ, με αποπληρωμή εντός της πενταετίας (Κουζόφ, Σ., 2012, http://www.startupgreece.gov.gr/el/content/που-θα-βρω-χρηματοδότηση-για-την-επιχειρήση-μου,Που_θα_βρω_χρηματοδότηση_για_την_επιχείρηση_μου;).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο - ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

3.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται αύξηση του ποσοστού συμμετοχής του γυναικείου εργατικού δυναμικού στον αντίστοιχο πληθυσμό εργάσιμης ηλικίας, με μείωση του ποσοστού αυτού για τον ανδρικό πληθυσμό.

Από τη δεκαετία του '70 άρχισαν οι γυναίκες να επιλέγουν την επιχειρηματική καριέρα ως εναλλακτική επιλογή και την επόμενη δεκαετία εμφανίστηκαν οι περισσότερες γυναίκες επιχειρηματίες. Κατά τη διαδικασία διερεύνησης της γυναικείας επιχειρηματικότητας συναντώνται αρκετές δυσκολίες αφού κάθε προσπάθεια κατανόησής της συνάδει με αντικειμενικούς αλλά και υποκειμενικούς παράγοντες.

Οι άνδρες φαίνεται να ξεκινούν την επιχείρησή τους επενδύοντας το διπλάσιο κεφάλαιο σε σχέση με τις γυναίκες (*Global Entrepreneurship Monitor, 2005*) ενώ οι περισσότερες γυναίκες επιχειρηματίες στρέφονται σε επιχειρήσεις τού τριτογενούς τομέα και κυρίως στο λιανικό εμπόριο, αυτή η επιλογή των γυναικών δεν ξενίζει αφού παραδοσιακά αποτελούν γυναικείου τύπου επιχειρήσεις. Όσον αφορά τους λόγους έναρξης της επιχειρηματικής δραστηριότητας το μεγαλύτερο ποσοστό των γυναικών επιθυμεί καλύτερο εισόδημα και εξασφάλιση της προσωπικής τους ανεξαρτησίας (Βασιλειάδης, Α. κ.ά., 2007: 7-9).

Αναλύοντας την επιχειρηματικότητα ευκαιρίας και ανάγκης παρατηρούμε πως μόνο το 56,6% των γυναικών έχουν ως κίνητρο την εκμετάλλευση μιας ευκαιρίας ενώ η επίδοση αυτή αποτελεί την χαμηλότερη από όλες τις ευρωπαϊκές χώρες.

Ενθαρρυντικό είναι το γεγονός ότι οι γυναίκες υπερτερούν σε σχέση με τους άντρες στην χρήση νέων τεχνολογιών και διαδικασιών, από την άλλη όμως είναι πιο απαισιόδοξες ως προς την εξέλιξη της επιχείρησής τους σε επίπεδο απασχόλησης αφού 60% είναι το ποσοστό αυτών που θεωρούν ότι θα δημιουργήσουν νέες θέσεις εργασίας μέσα στην επόμενη πενταετία, το αντίστοιχο ποσοστό για τους άνδρες είναι 80%.

Τέλος, έρευνες εμφανίζουν τις γυναίκες να είναι αρκετά επιφυλακτικές στην ανάληψη επιχειρηματικού ρίσκου και να προτιμούν τις ασφαλείς στρατηγικές με μηδενική αβεβαιότητα εμποδίζοντας έτσι τον ρυθμό ανάπτυξης της επιχείρησής τους (Βασιλειάδης, Α. κ.ά., 2007: 7-9).

3.2. ΤΟΜΕΙΣ ΠΟΥ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΟΙ ΓΥΝΑΙΚΕΣ

Το γεγονός ότι οι γυναίκες βρίσκονται, κυρίως, συγκεντρωμένες σε «γυναικείες δουλειές», συσχετίζεται με τη διαπίστωση ότι ασχολούνται κατά κανόνα με έργα που περιλαμβάνουν ευθύνες έναντι των άλλων.

Κοινωνικά επαγγέλματα όπως το νοσοκομειακό προσωπικό, δάσκαλοι και καθηγητές, δύο υποκατηγορίες των «επιστημονικών, τεχνικών, ελεύθερων και άλλων σχετικών επαγγελμάτων», δύο υποκατηγορίες κακοπληρωμένες-ιδίως, άμα σκεφθεί κανείς το επίπεδο κατάρτισης που προϋποθέτουν. Στην κατηγορία αυτή, παντού στον κόσμο, υπεραντιπροσωπεύονται οι γυναίκες. Άλλα κακοπληρωμένα επαγγέλματα: νηπιαγωγούς και βρεφοκόμους και τις ασχολούμενες με τη βοήθεια γερόντων. Η αύξηση της γυναικείας εργασίας μείωσε την άτυπη φροντίδα στο πλαίσιο των οικογενειών, πράγμα που δημιουργεί στις δουλειές αυτές συνθήκες χαμηλών μισθών, ταχείας εναλλαγής του προσωπικού και μείωσης της ποιότητας των υπηρεσιών κοινωνικής αρωγής.

Το μοτίβο, όμως, της βοήθειας δεν περιορίζεται για τις γυναίκες μόνο στα «κοινωνικά» επαγγέλματα. Εθνογραφικές μελέτες έχουν δείξει ότι οι γραμματείς, συνήθως γυναίκες, θεωρείται ότι πρέπει να προστατεύουν τα αφεντικά τους από το στρες και να δημιουργούν ευχάριστο και καθησυχαστικό περιβάλλον. Οι σερβιτόρες ενθαρρύνονται να είναι ευχάριστες και συμπαθητικές. Το προσωπικό καμπίνας στις αεροπορικές εταιρίες αναμένεται να είναι ηρωϊκό, υπό συνθήκες κρίσεως, ευχάριστο, όταν σερβίρει τα ποτά. Οι γυναίκες βοηθοί των δικηγόρων σε δύσκολες δίκες υποτίθεται ότι τους στηρίζουν σαν μητέρες.

3.3. ΙΣΟΤΗΤΑ ΑΝΔΡΩΝ ΚΑΙ ΓΥΝΑΙΚΩΝ

Η ίση μεταχείριση καθώς και οι ίσες ευκαιρίες αποτελούν σημαντικό θεμελιώδες δικαίωμα για όλους. Ισότητα ανδρών και γυναικών σημαίνει να υπάρχει ίση μεταχείριση και ίσες ευκαιρίες στην καθημερινή ζωή όλων ανεξαρτήτως φύλου, γεγονός που υποστηρίζεται τόσο από τους νόμους της χώρας μας όσο και από τους νόμους της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Κιούρτσης, Κ., 2011: 6-7).

Στο πλαίσιο της επίτευξης της ισότητας των ευκαιριών μεταξύ γυναικών και ανδρών έχουν τεθεί σε εφαρμογή μεταξύ άλλων και τα πενταετή **Προγράμματα Κοινωνικής Δράσης για τις Γυναίκες** από το 1982 και τα οποία περιλαμβάνουν τους παρακάτω γενικούς στόχους.

- Ένταξη της ισότητας στον ευρωπαϊκό κοινωνικό διάλογο μεταξύ των εργοδοτών και των συνδικαλιστικών οργανώσεων, καθώς και προσπάθεια επίτευξης συνεργασίας και αλλαγής της νοοτροπίας σε όλα τα επίπεδα.
- Κατάργηση των διακρίσεων στην αγορά εργασίας, στήριξη των γυναικείων προσπαθειών απασχόλησης και γενικότερα, της ισότητας στην οικονομία.
- Το συνδυασμό εργασίας – νοικοκυριού – οικογενειακής ζωής μέσα από την εξατομίκευση των κοινωνικών παροχών.
- Την ίση συμμετοχή ανδρών – γυναικών κατά τη λήψη των αποφάσεων.
- Τη στήριξη και πλήρη εφαρμογή του Ευρωπαϊκού Δικαίου, καθώς και την παροχή πληροφοριών για την ισότητα των ευκαιριών.
- Την ενίσχυση της παρακολούθησης, καθώς και της αξιολόγησης του προγράμματος Δράσης.

Η Ευρωπαϊκή Στρατηγική και τα Διαρθρωτικά Ταμεία βοηθούν στην ανάπτυξη της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας και όλα τα κράτη μέλη δίνουν ιδιαίτερη προσοχή στα εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες που επιθυμούν να συγκροτήσουν νέες επιχειρήσεις ή να αυτοαπασχοληθούν (Κιούρτσης, Κ., 2011: 6-7).

3.4. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Μια από τις βασικότερες προαπαιτούμενες συνθήκες για την εκκίνηση μιας νέας επιχείρησης είναι να έχει κανείς κεφάλαιο στα πλαίσια του οικονομικού ενεργητικού της επιχείρησης καθώς και να είναι γνώστης των περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης. Η ήδη διαμορφωμένη θέση της γυναίκας στην κοινωνία έχει οδηγήσει στην έλλειψη αυτών των στοιχείων και από τις δυο οπτικές (Ρεγκούκος, Π., 2012: 166-169).

- Οι δεσμεύσεις που προέρχονται από τις **οικογενειακές υποχρεώσεις** δυσκολεύουν τις γυναίκες να δουλέψουν σε ένα πλήρες ωράριο και να δεσμευτούν με μια καριέρα. Το γεγονός αυτό με τη σειρά του μειώνει το εύρος των πιθανών επαγγελματικών ευκαιριών για τις γυναίκες και τις οδηγεί σε τομείς εργασιών χαμηλότερα αμειβόμενους. Από την άλλη πλευρά, η εναλλακτική λύση της **ημιαπασχόλησης** δεν αποτελεί καλή βάση που μπορεί να οδηγήσει σε προσωπικό πλούτο. Η διαθεσιμότητα του χρηματικού κεφαλαίου είναι ζωτικής σημασίας για την επιχειρηματική διαδικασία. Οι επιχειρηματίες αλλά και οι δυνητικοί επιχειρηματίες προτιμούν να επενδύσουν τα λεφτά τους στα δικά τους τολμηρά εγχειρήματα και να καινοτομήσουν. Προτιμούν πρώτα να επενδύσουν τα δικά τους χρήματα, έπειτα να δανειστούν και στο τέλος να χρησιμοποιήσουν εξωτερικά μετοχικά κεφάλαια ως κεφάλαια καινοτομίας. Αυτή η σειρά στην επιχειρησιακή διαδικασία είναι γνωστή ως η «οικονομική κοινωνική ιεραρχία».
- Ένα άλλο εμπόδιο για την προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας είναι η **έλλειψη του χρόνου** και οι απαιτήσεις σε χρόνο που ζητούνται από μια γυναίκα για να είναι επιχειρηματίας. Οι γυναίκες είναι υπεύθυνες για πολλά είδη δραστηριοτήτων, όπως είναι το μεγάλωμα των παιδιών και οι οικιακές εργασίες, τα οποία δυσχεραίνουν τις πιθανότητες των γυναικών να αναπτύξουν μια ήδη υπάρχουσα επιχείρηση. Η έλλειψη χρόνου αποτελεί ένα φραγμό για τις περισσότερες γυναίκες, στις περισσότερες οικονομίες, ανεξάρτητα από το επίπεδο της ανάπτυξης (Ρεγκούκος, Π., 2012: 166-169).
- Παράλληλα, ένας από τους πιο ευρέως γνωστούς παράγοντες που επηρεάζουν τη συμμετοχή των γυναικών στην επιχειρηματική διαδικασία είναι οι **εξωτερικές χρηματοδοτήσεις και η διάκριση των φύλων**. Κατά μέσο όρο οι γυναίκες συνηθίζεται

να έχουν χαμηλότερα προσωπικά κεφάλαια από ό,τι έχουν οι άντρες. Αυτό σημαίνει ότι σε μια δοθείσα ευκαιρία και εξίσου ικανά άτομα, οι γυναίκες θα πρέπει να εξασφαλίσουν επιπλέον πόρους σε σύγκριση με τους άντρες προκειμένου να εκμεταλλευτούν την ευκαιρία εφόσον διαχειρίζονται μικρότερο κεφάλαιο.

- Επίσης ένας ακόμα παράγοντας που αποτελεί τροχοπέδη για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι η **δυσκολία πρόσβασης των γυναικών στα σχετικά δίκτυα και οι αδυναμία βελτίωσης της κοινωνικής τους θέσης**. Η χαμηλότερη κοινωνική θέση που κατέχουν οι γυναίκες συγκρινόμενες με τους άντρες, επηρεάζει το είδος των δικτύων που μπορεί να έχουν πρόσβαση οι γυναίκες και να είναι μέρος αυτών. Τα δίκτυα με τα οποία παραδοσιακά δεσμεύονται οι γυναίκες είναι καλά προσαρμοσμένα σε σκοπούς που συνδέονται με καθήκοντα σχετικά με την οικογένεια και μπορούν να αποτελέσουν εμπόδιο στη σφαίρα του ανταγωνισμού. Επειδή επομένως είναι διαφορετικά τα δίκτυα που χρησιμοποιούν οι γυναίκες, έχουν μειωμένη πρόσβαση στις πηγές, την υποστήριξη και τις πληροφορίες που απαιτούνται για να ξεκινήσουν επιτυχώς και να διοικήσουν μια νέα επιχείρηση, κάτι το οποίο δεν ισχύει στην περίπτωση των αντρών.
- Ταυτόχρονα, εμπόδιο αποτελεί και η **έλλειψη της εμπειρίας**. Όλα τα στάδια στην επιχειρηματικότητα εξαρτώνται από σχετική εμπειρία, από την αναγνώριση των ευκαιριών ως την εκτέλεση της διοίκησης μιας επιχείρησης. Γενικά πολλοί είναι οι παράγοντες που μπορούν να λειτουργήσουν ανασταλτικά στο να αναλάβουν οι γυναίκες επιχειρηματική δράση. Μερικοί ακόμα είναι η έλλειψη κινήτρων στις γυναίκες επιχειρηματίες, η υπάρχουσα δομή της αγοράς, το σύστημα φόρων, τα επιδόματα ανεργίας και η κοινωνική ασφάλιση των ανέργων, κ.ά. (Ρεγκούκος, Π., 2012: 166-169).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο – Η ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

4.1. ΑΡΧΗ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Το ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την επιχειρηματικότητα των γυναικών και για τις πολιτικές μέσω των οποίων θα μπορούσε να ενισχυθεί εκδηλώνεται σε παγκόσμιο επίπεδο και αφορά τόσο την ακαδημαϊκή κοινότητα, όσο και τους διαμορφωτές πολιτικής. Αφετηρία αυτού του ενδιαφέροντος είναι η εμπειρική παρατήρηση ότι σε όλες τις χώρες η επιχειρηματική δραστηριότητα είναι κατά βάση μια ανδρική υπόθεση. Σε ελάχιστες χώρες τα ποσοστά συμμετοχής των γυναικών στην επιχειρηματική δραστηριότητα πλησιάζουν τα αντίστοιχα των ανδρών. Μάλιστα, οι χώρες στις οποίες συμβαίνει αυτό προέρχονται από τις φτωχές περιοχές του πλανήτη, στις οποίες ένα μεγάλο ποσοστό γυναικών ωθούνται στον επιχειρηματικό στίβο επειδή απλώς δεν έχουν άλλη δυνατότητα βιοπορισμού. Αντίθετα, στις πλουσιότερες χώρες η γυναικεία επιχειρηματική δραστηριοποίηση υπολείπεται σταθερά της ανδρικής (Ιωαννίδης, Σ., Γιωτόπουλος, Ι., 2014:57-58).

Το γεγονός ότι ένα σοβαρό ποσοστό του γυναικείου πληθυσμού δεν εισέρχεται στον επιχειρηματικό στίβο σημαίνει ότι λιγότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες γίνονται αντικείμενο εκμετάλλευσης, άρα δημιουργούνται λιγότερες επιχειρήσεις από όσες θα μπορούσαν να

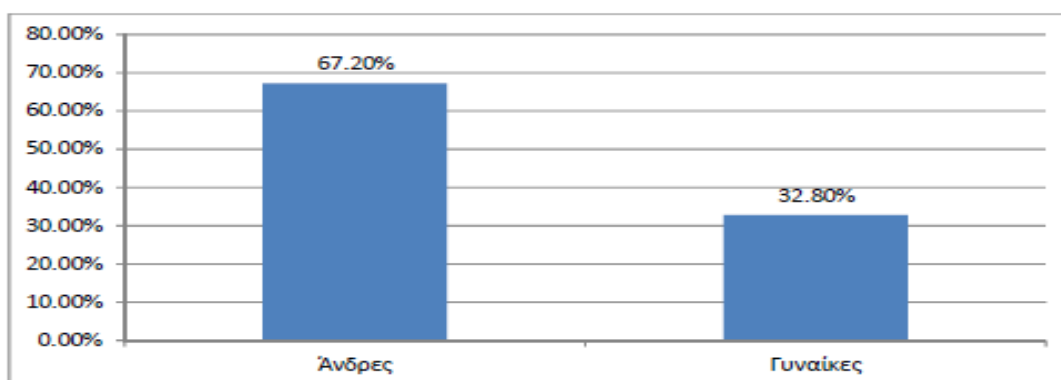
ιδρυθούν και να αποδειχθούν κερδοφόρες. Αλλά το θέμα δεν είναι απλώς ποσοτικό, καθώς έχει μια εξαιρετικά σημαντική «ποιοτική» πλευρά. Εφόσον η αντίληψη επιχειρηματικών ευκαιριών εξαρτάται από την εμπειρία και την πρότερη γνώση του δυνητικού επιχειρηματία, έχει ιδιαίτερη σημασία να μην αποθαρρύνονται από την επιχειρηματική δραστηριοποίηση ομάδες του πληθυσμού που καταγράφουν υψηλές επιδόσεις σε αυτές τις ιδιότητες. Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή (European Commission 2008), το 59% των πτυχιούχων και το 61% των διδασκόντων στην Ε.Ε. είναι γυναίκες. Το γεγονός λοιπόν ότι μικρότερο ποσοστό των γυναικών στην Ευρώπη ενθαρρύνονται να δρουν επιχειρηματικά σημαίνει ότι η ποιότητα των νέων εγχειρημάτων είναι χαμηλότερη από το δυνητικό επίπεδο, καθώς ένα μέρος του πληθυσμού με υψηλά προσόντα δεν ενθαρρύνεται να ανακαλύψει επιχειρηματικές ευκαιρίες με βάση την εμπειρία και τις γνώσεις που κατέχει.

Είναι σημαντικό να επισημανθεί ότι αυτή η ποιοτική διάσταση της γυναικείας επιχειρηματικότητας έχει καταγραφεί με σαφήνεια και στην Ελλάδα. Η μελέτη του IOBE για την γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα απεδείκνυε ότι, μολονότι η επιχειρηματική δραστηριότητα των Ελληνίδων υστερούσε εκείνης των ανδρών –όπως, άλλωστε, σε όλες τις ευρωπαϊκές χώρες- υπερερούσε σε τρεις εξαιρετικά σημαντικούς ποιοτικούς δείκτες: την καινοτομικότητα των επιχειρήσεων που ιδρύονταν από γυναίκες, το τεχνολογικό τους επίπεδο και τις προοπτικές δημιουργίας απασχόλησης. Και στις τρεις αυτές περιοχές, η Ελληνίδες κατέγραφαν καλύτερες επιδόσεις από τους άνδρες συμπατριώτες τους (Ιωαννίδης, Σ., Γιωτόπουλος, Ι., 2014:57-58).

4.1.1. Οι ποσοτικοί δείκτες της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων των Ελληνίδων

Το ποσοστό των γυναικών που βρίσκονταν το 2012 στην αρχική φάση επιχειρηματικής δραστηριοποίησης (επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων) στο σύνολο του γυναικείου πληθυσμού (ηλικίας 18-64) ήταν της τάξεως του 4.3%. Στον αντίποδα, το αντίστοιχο ποσοστό των ανδρών στο σύνολο του ανδρικού πληθυσμού (18-64) ανέρχεται στο 8.6%. Συνεπώς είναι προφανές πως η γυναικεία επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων υστερεί σημαντικά (σχεδόν κατά το ήμισυ) της ανδρικής. Το Διάγραμμα 4.1. που ακολουθεί παρουσιάζει τα ίδια δεδομένα ως ποσοστά της συνολικής επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων (Ιωαννίδης, Σ., Γιωτόπουλος, Ι., 2014:59-61).

Διάγραμμα 4.1. Ποσοστιαία κατανομή επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ανά φύλο στην Ελλάδα για το 2012

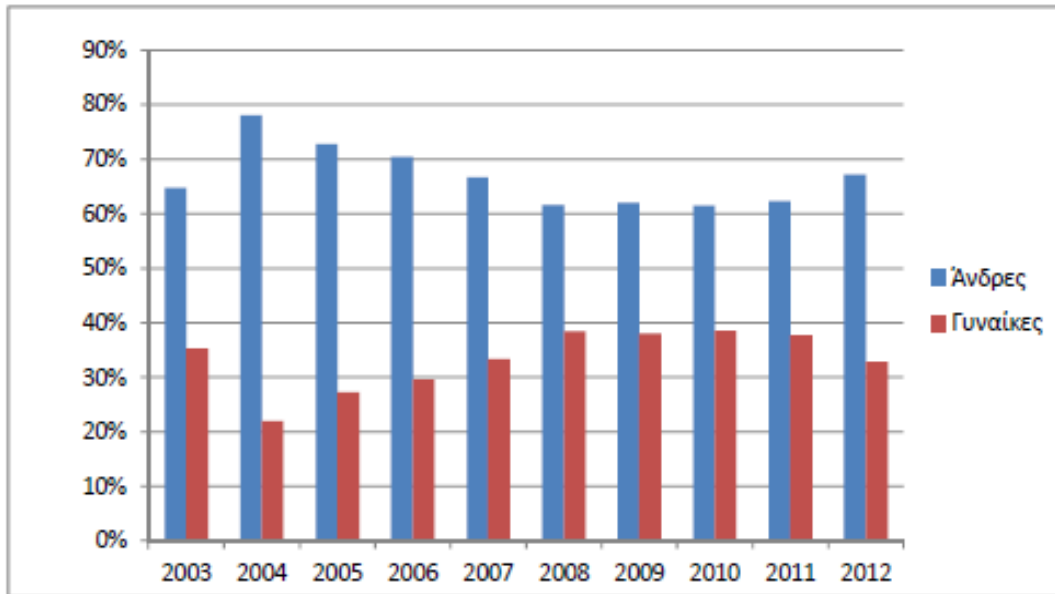


Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

4.1.2. Η εξέλιξη της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων των Ελληνίδων προ και μετά την έναρξη της οικονομικής κρίσης

Το Διάγραμμα 4.2 αποτυπώνει την εξέλιξη της κατανομής κατά φύλο της επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων από το έτος 2003 έως και το 2012 όπου υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία για την Ελλάδα. Όπως φαίνεται, η συμμετοχή των γυναικών στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ήταν σαφώς χαμηλότερη σε σχέση με τη συμμετοχή των ανδρών σε όλες τις υπό εξέταση χρονικές περιόδους.

Διάγραμμα 4.2. Διαχρονική εξέλιξη κατανομής επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατά φύλο

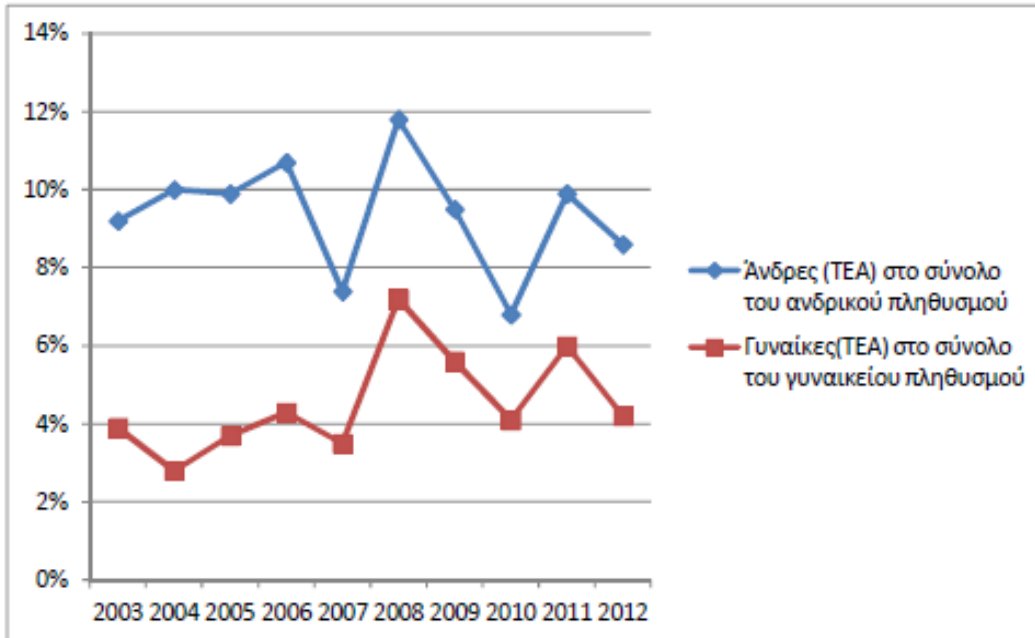


Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Από το 2004 (όπου η σχετική συμμετοχή των ανδρών στην επιχειρηματικότητα είναι τρεις φορές μεγαλύτερη από την αντίστοιχη των γυναικών) έως και το 2008, καταγράφεται μία τάση σύγκλισης των ποσοστών συμμετοχής των δύο φύλων στην επιχειρηματικότητα. Η ποσοστιαία αυτή σχετική αύξηση της συμμετοχής των γυναικών ενδεχομένως να οφείλεται στην αύξηση των δράσεων με τη συγχρηματοδότηση κοινοτικών και εθνικών πόρων με στόχο την υποστήριξη και ενθάρρυνση της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Η σχετική συμμετοχή των γυναικών στην επιχειρηματική δραστηριότητα αρχικών σταδίων φαίνεται πως σταθεροποιείται την περίοδο της κρίσης σε ποσοστό της τάξεως του 38%. Εξαιρέση αποτελεί το έτος 2012 όπου καταγράφεται σημαντική πτώση της εν λόγω συμμετοχής στο 32% (Ιωαννίδης, Σ., Γιωτόπουλος, Ι., 2014:62-63).

Αναλύοντας τη διαθέσιμη χρονοσειρά των τελευταίων 10 ετών για τους άνδρες και τις γυναίκες που συμμετέχουν στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ως ποσοστό του πληθυσμιακού φύλου, διαφαίνεται μετά την έναρξη της κρίσης μία σημαντική κάμψη του ποσοστού και των δύο φύλων, όπως αναλυτικότερα παρουσιάζεται στο Διάγραμμα 4.3.

Διάγραμμα 4.3. Διαχρονική εξέλιξη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατά πληθυσμό



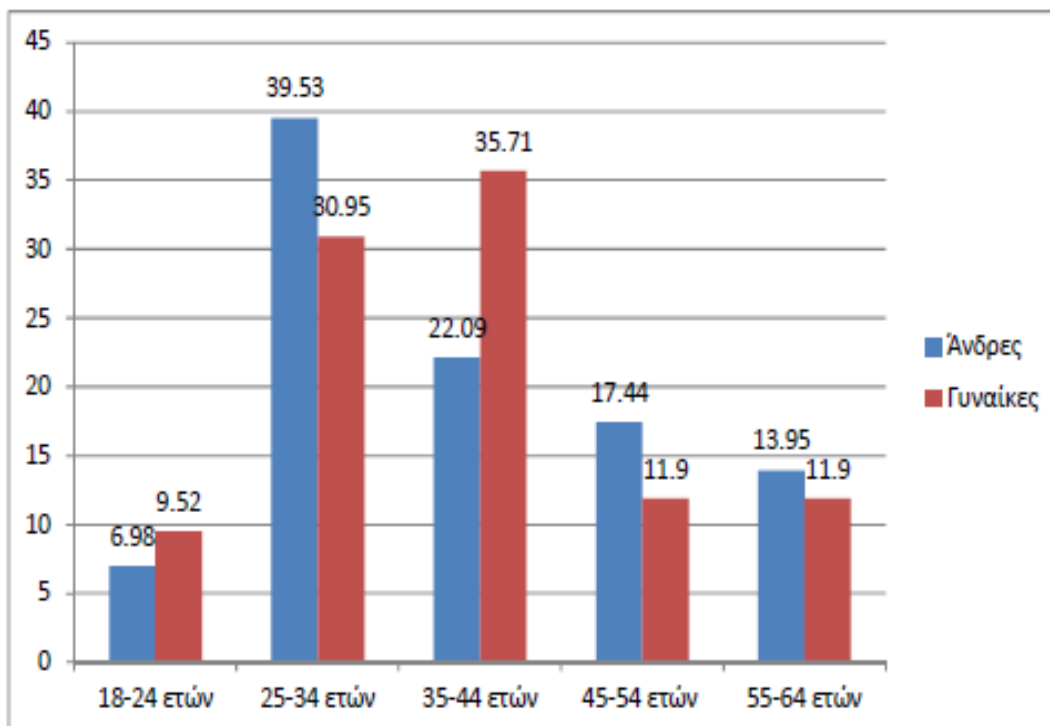
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Το ενδιαφέρον εδώ είναι ότι τα ποσοστά συμμετοχής ανδρών και γυναικών στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων μεταβάλλονται διαχρονικά σχεδόν απόλυτα παράλληλα. Τα δεδομένα αυτά αφορούν βέβαια την Ελλάδα, ωστόσο, το ίδιο φαινόμενο εμφανίζεται σε όλες τις χώρες καινοτομίας. Μολονότι λοιπόν η ροπή του γενικού πληθυσμού προς το επιχειρείν επηρεάζεται από την οικονομική συγκυρία, η σχετική συμμετοχή των δύο φύλων μοιάζει να εξελίσσεται μάλλον ανεξάρτητα από την εξέλιξη των παραμέτρων του οικονομικού περιβάλλοντος. Φαίνεται λοιπόν ότι λειτουργούν εδώ βαθύτεροι πολιτισμικοί παράγοντες που καθορίζουν έναν άτυπο καταμερισμό ανάμεσα στα φύλα, ως προς την ροπή προς επιχειρηματική δραστηριοποίηση.

4.1.3. Η ηλικιακή κατανομή των Ελληνίδων επιχειρηματιών

Η ανάλυση της ηλικιακής κατανομής των Ελληνίδων επιχειρηματιών μπορεί να φανεί ιδιαίτερα χρήσιμη διότι θα επιτρέψει να εξαχθούν κρίσιμα συμπεράσματα αναφορικά με τη σύνθεση της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Στο Διάγραμμα 4.4., αποτυπώνεται ξεκάθαρα πως οι άνδρες νέοι επιχειρηματίες εισέρχονται στον επιχειρηματικό στίβο σε μικρότερη ηλικία συγκριτικά με τις γυναίκες. Ειδικότερα, το υψηλότερο ποσοστό (35,71%) των γυναικών επιχειρηματιών φαίνεται πως υλοποιεί μια επιχειρηματική ιδέα στο ηλικιακό κλιμάκιο 35-44 ετών, ενώ οι άνδρες επιχειρηματίες δραστηριοποιούνται σε νέες επιχειρηματικές διαδικασίες κυρίως μεταξύ 25-34 ετών με ποσοστό 39,53% (Ιωαννίδης, Σ., Γιωτόπουλος, Ι., 2014:76-77).

Διάγραμμα 4.4. Ηλικιακή κατανομή επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατά φύλο



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Μία πιθανή ερμηνεία για την είσοδο των γυναικών στην επιχειρηματική αρένα σε μεγαλύτερη ηλικία σε σχέση με τους άνδρες είναι η αφιέρωση των πρώτων σε οικογενειακές υποχρεώσεις. Το προβληματικό ζήτημα εδώ σχετικά με τη γυναικεία επιχειρηματικότητα συνδέεται με τη γενική διαπίστωση, που γίνεται ολοένα πλέον και περισσότερο αποδεκτή σε διεθνές επίπεδο, πως τα άτομα νεότερης ηλικίας έχουν τη τάση να αναλαμβάνουν επιχειρηματικές πρωτοβουλίες που χαρακτηρίζονται ως υψηλότερου ρίσκου και ως πιο φιλόδοξες, με υψηλότερες πιθανότητες εισαγωγής κάποιας μορφής καινοτομίας, μεγαλύτερες προοπτικές ανάπτυξης κλπ.

Ως εκ τούτου, έχει μεγάλη σημασία για τη χάραξη πολιτικών ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας των γυναικών ο σχεδιασμός μέτρων που θα στοχεύουν στην άρση των εμποδίων επιχειρηματικής δραστηριοποίησης των γυναικών που σχετίζονται με τις οικογενειακές τους υποχρεώσεις, ώστε να είναι εφικτό οι γυναίκες να υλοποιήσουν τις επιχειρηματικές τους ιδέες σε μικρότερη ηλικία. Υπό την προϋπόθεση υλοποίησης τέτοιων μακροχρόνιων μέτρων, τα οφέλη αναμένεται να είναι πολλαπλασιαστικά σε όρους υψηλής δυναμικής επιχειρηματικών πρωτοβουλιών και άρα οικονομικής ανάπτυξης (Ιωαννίδης, Σ., Γιωτόπουλος, Ι., 2014:76-77).

4.2. Η ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ Η ΜΟΡΦΩΣΗ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ

Το 2000, τα Ηνωμένα Έθνη διατύπωσαν την ανάγκη για ισότητα των φύλων μέσω της εκπαίδευσης και της κατάρτισης:

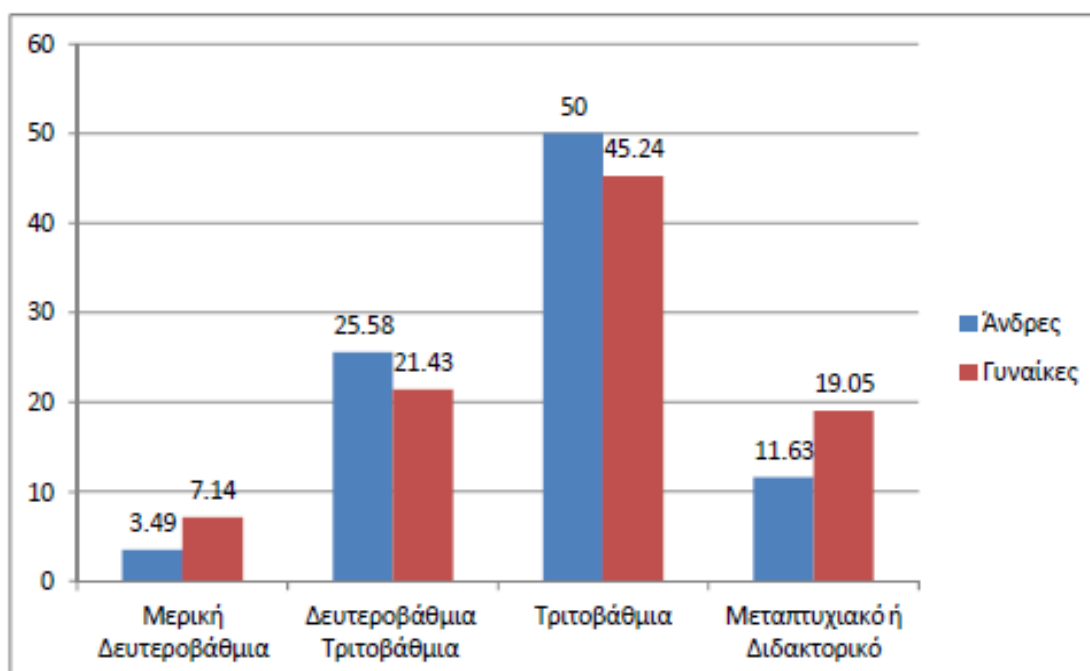
«Υπάρχει αυξανόμενη επίγνωση ότι η εκπαίδευση αποτελεί ένα από τα πολυτιμότερα μέσα για την επίτευξη ισότητας των φύλων και την ενδυνάμωση των γυναικών. Τα τελευταία χρόνια, έχει γίνει πρόοδος στην εκπαίδευση και κατάρτιση των γυναικών σε όλα τα επίπεδα, ειδικά όπου υπήρχε επαρκής πολιτική δέσμευση και κατανομή πόρων. Ελήφθησαν μέτρα σε όλες τις περιφέρειες για να ξεκινήσουν εναλλακτικά συστήματα εκπαίδευσης και κατάρτισης, υιοθετήθηκαν ευρωπαϊκά προγράμματα που αφορούν την κατάρτιση και εξειδίκευση και τη χρήση των νέων τεχνολογιών, τα οποία απευθύνονται σε γυναίκες, σε κοινότητες ιθαγενών και άλλες μειονεκτικές ομάδες, για να τις ενθαρρύνουν να ακολουθήσουν όλους τους τομείς σπουδών, ιδιαίτερα μη παραδοσιακούς και να εξαλείψουν τις προκαταλήψεις φύλου από την εκπαίδευση και την κατάρτιση».

Η εκπαίδευση και η κατάρτιση βοηθάει τις γυναίκες να βρουν δουλειά. Όμως, οι γυναίκες της υπαίθρου, που αποτελούν το χαμηλότερο εκπαιδευσης και εξειδίκευσης εργατικό δυναμικό, δεν έχουν επωφεληθεί από τα προγράμματα κατάρτισης και πολιτικών διαρθρωτικής προσαρμογής. Γυναίκες που έχουν μόλις τελειώσει την εκπαίδευση ή την κατάρτισή τους, βρίσκουν πιο εύκολα δουλειά.

4.2.1. Το εκπαιδευτικό επίπεδο των Ελληνίδων επιχειρηματιών

Αποτελεί ιδιαίτερης σπουδαιότητας ζήτημα η κατανομή των γυναικών επιχειρηματιών στην Ελλάδα με βάση το επίπεδο εκπαίδευσής τους. Στο **Διάγραμμα 4.5.**, που ακολουθεί παρουσιάζεται η κατανομή των αρρένων και των θηλέων επιχειρηματιών σε τέσσερα επίπεδα εκπαίδευσης: α) μερική δευτεροβάθμια, β) δευτεροβάθμια, γ) τριτοβάθμια, και δ) μεταπτυχιακό ή διδακτορικό επίπεδο. Η βασική διαπίστωση είναι πως δεν υπάρχουν σημαντικές διαφορές στις κατανομές μεταξύ των ανδρών και γυναικών, είναι δε φανερό πως και στα δύο φύλα τα μεγαλύτερα ποσοστά νέων επιχειρηματιών έχουν ολοκληρώσει τη τριτοβάθμια εκπαίδευση (Ιωαννίδης, Σ., Γιωτόπουλος, Ι., 2014:78-79).

Διάγραμμα 4.5. Εκπαιδευτικό επίπεδο επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατά φύλο



Ωστόσο, υπάρχουν κάποιες διαφοροποιήσεις όταν γίνεται άμεση αντιπαράθεση των σχετικών ποσοστών ανά επίπεδο εκπαίδευσης μεταξύ των δύο φύλων. Πιο συγκεκριμένα, φαίνεται πως οι γυναίκες απόφοιτοι δευτεροβάθμιας και τριτοβάθμιας εκπαίδευσης υπολείπονται έναντι των ανδρών αποφοίτων κατά 4 περίπου ποσοστιαίες μονάδες αντίστοιχα. Αλλά το ποσοστό γυναικών επιχειρηματιών που κατέχουν μεταπτυχιακό και διδακτορικό δίπλωμα είναι κατά 7,5 μονάδες περίπου υψηλότερο σε σχέση με το αντίστοιχο ποσοστό των ανδρών.

Είναι δε σημαντικό ότι η κρίση δεν έχει μειώσει τη ροπή προς την επιχειρηματικότητα Ελληνίδων με υψηλά προσόντα. Οι εξειδικευμένες γνώσεις των γυναικών μέσα στο πλαίσιο ανάληψης επιχειρηματικών πρωτοβουλιών θα μπορούσαν να δώσουν σημαντική ώθηση στην οικονομική ανάπτυξη αφού η αξιοποίηση των εξειδικευμένων γνώσεων και ικανοτήτων και η μετουσίωση τους σε επιχειρηματικές πρωτοβουλίες θα ενίσχυε τις πιθανότητες για την μετάβαση από τη «ρηγή» επιχειρηματικότητα στην επιχειρηματικότητα εντάσεως γνώσης (Ιωαννίδης, Σ., Γιωτόπουλος, Ι., 2014:78-79).

4.3. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΓΙΑ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Σύμφωνα με τα όσα αναφέραμε μέχρι στιγμής, η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας και πιο συγκεκριμένα της γυναικείας, είναι ιδιαίτερα σημαντική και τη σημασία της έχουν κατανοήσει οι εκάστοτε κυβερνήσεις. Γι' αυτό το σκοπό, προσπαθούν να ευνοήσουν την ανάληψη επιχειρηματικότητας από το γυναικείο φύλο, ως παράγοντα ισότητας των ευκαιριών, με προγράμματα δράσης που περιλαμβάνουν επιμόρφωση, συμβουλευτική και χρηματοδότηση για την ίδρυση νέων επιχειρήσεων και συνεταιρισμών. Φορείς που υποστηρίζουν την γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι οι ακόλουθοι:

A. ΕΣΠΑ-Προώθηση γυναικείας επιχειρηματικότητας

Το πρόγραμμα υλοποιείται στο πλαίσιο του επιχειρησιακού προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα» (ΕΠΑΝ ΙΙ) 2007-2013 και εντάσσεται στον άξονα προτεραιότητας 2, ο οποίος επιδιώκει την επέκταση της εξωστρεφούς επιχειρηματικότητας ως ισχυρή και ικανή συνθήκη για την παραγωγική αναβάθμιση της χώρας προς αγαθά και υπηρεσίες υψηλής προστιθέμενης αξίας με ενσωμάτωση γνώσης και καινοτομίας με ποιότητα και περιβαλλοντική ευαισθησία. Έχουν προκυρηχθεί πολλά προγράμματα ενίσχυσης επιχειρηματικότητας των γυναικών με το τελευταίο το 2009. Συγκεκριμένα το πρόγραμμα ονομαζόταν «Ενίσχυση επιχειρηματικότητας γυναικών» και είχε σκοπό την παροχή επιδότησης για ίδρυση νέων επιχειρήσεων από γυναίκες σε όλους σχεδόν τους τομείς οικονομικής δραστηριότητας, ενώ το ποσό της επιδότησης κυμαίνονταν από τα 30.000 έως 200.000 ευρώ 100 MIRRORS (<http://www.espa.gr/el/Pages/ProclamationsFS.aspx?item=2086>, 2009, Ενίσχυση επιχειρηματικότητας γυναικών).

Το πρόγραμμα 100MIRRORS έχει ως στόχο τη βελτίωση της κατάστασης, με την ανάπτυξη μίας γραμμής επικοινωνίας, την ιστοσελίδα του, στην οποία οι γυναίκες επιχειρηματίες στις συμμετέχουσες χώρες θα παρουσιάσουν τις εμπειρίες, τις δεξιότητες, τις ικανότητες, τους περιορισμούς και τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν, αλλά και το πώς κατάφεραν να βελτιώσουν την ζωή τους με το να ηγηθούν σε διάφορους τομείς,

προσπαθώντας να μοιραστούν με άλλες το πνεύμα της επιχειρηματικότητας και της αυτενέργειας. Οι στόχοι του προγράμματος είναι:

- Ο προσδιορισμός των δεικτών και των επιχειρήσεων, οργανισμών και ιδρυμάτων που θα χρησιμεύσουν στον εντοπισμό των γυναικών επιχειρηματιών σε διάφορα κοινωνικά περιβάλλοντα.
- Η επιλογή 100 γυναικών-επιχειρηματιών από διάφορες ευρωπαϊκές χώρες οι οποίες θα χρησιμεύσουν ως πρότυπα για άλλες που επιθυμούν να ξεκινήσουν την δική τους επιχείρηση ή στην ενίσχυση των δημιουργικών και επιχειρηματικών ικανοτήτων τους.
- Να αρχίσει μία ανάλυση για το πώς οι γυναίκες έγιναν επιχειρηματίες, τις μεθόδους που ακολούθησαν, τις δυσκολίες που συνάντησαν και τις επιδόσεις τους στις βασικές ικανότητες.

Στο πρόγραμμα συμμετέχουν 7 οργανισμοί από την Ελλάδα, την Ισπανία, τη Γαλλία, τη Βρετανία, και την Πολωνία με διαφορετική εξειδίκευση (<http://www.espa.gr/el/Pages/ProclamationsFS.aspx?item=2086>, 2009, Ενίσχυση επιχειρηματικότητας γυναικών).

B. Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Γυναικών Ελλάδος

Ο ΣΕΓΕ είναι μία Μη Κυβερνητική Οργάνωση (ΜΚΟ), με πανελλήνιο μη κερδοσκοπικό χαρακτήρα και απευθύνεται στις γυναίκες που ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα.

Ο ΣΕΓΕ ιδρύθηκε το 1997 στη Θεσσαλονίκη. Διοικείται από 9μελές διοικητικό συμβούλιο. Είναι μέλος της Επιτροπής Εμπορίου & Ανάπτυξης του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου (ΠΟΕ), του Συνδέσμου Βιομηχανιών Βορείου Ελλάδος (ΣΒΒΕ), του Συνδέσμου Γυναικών επιχειρηματιών της Μεσογείου (ΑΦΑΕΜΜΕ), ενώ αρκετά μέλη του συμμετέχουν στις διοικήσεις Επιμελητηρίων. Συνεργάζεται με υπουργεία, κοινωνικούς φορείς, επαγγελματικές και μη κυβερνητικές οργανώσεις σε τοπικό και ευρωπαϊκό επίπεδο για την προώθηση των συμφερόντων των γυναικών που ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα (<http://www.sege.gr/>, 2012, Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Γυναικών Ελλάδος).

Ο ΣΕΓΕ παρέχει στις γυναίκες επιχειρηματίες της Ελλάδος το περιβάλλον για να αναπτύξουν τις επιχειρήσεις και τους εαυτούς τους, προάγει τη νεανική επιχειρηματικότητα, βελτιώνει την αναγνωρισιμότητα των επιτευγμάτων τους στις επιχειρήσεις τους και προωθεί την ανάπτυξη των γυναικείων επιχειρήσεων μέσα από την έρευνα και την πληροφόρηση. Προάγει τη δεοντολογία και την ηθική στην άσκηση της επαγγελματικής δραστηριότητας των γυναικών, ενώ συγχρόνως αναλαμβάνει πρωτοβουλίες που αποδεικνύουν τη συναίσθηση της κοινωνικής του ευθύνης.

Οι δράσεις του αλλά και οι παρεμβάσεις αφορούν σε:

- Συμβουλευτική σε Γυναίκες Επιχειρηματίες
- Εκπαίδευση σε Γυναίκες Επιχειρηματίες και Υπαλλήλους σε Γυναικείες Επιχειρήσεις
- Mentoring-Coaching σε Γυναίκες που είτε είναι επιχειρηματίες, είτε επιθυμούν να γίνουν
- Δικτύωση Επιχειρήσεων εντός και εκτός συνόρων
- Οργάνωση και Υποστήριξη Επιχειρηματικών Αποστολών, B2Bs

- Ενημέρωση σε Επιχειρηματικά Θέματα (<http://www.sege.gr/>, 2012, Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Γυναϊκών Ελλάδος).

Γ. Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας (Κ.Ε.Θ.Ι.)

Το Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας (Κ.Ε.Θ.Ι.) είναι Νομικό Πρόσωπο Ιδιωτικού Δικαίου, το οποίο ιδρύθηκε το 1994 και λειτουργεί κεντρικά στην Αθήνα και περιφερειακά στην Πάτρα.

Το Κ.Ε.Θ.Ι., σύμφωνα με το καταστατικό του, έχει ως κύριο σκοπό την πραγματοποίηση επιστημονικών ερευνών και μελετών για θέματα ισότητας των φύλων. Στο πλαίσιο αυτού του σκοπού, από το 1994 έχουν διενεργηθεί πρωτότυπες έρευνες και μελέτες επισκόπησης σε θέματα που άπτονται της ισότητας των φύλων, όπως η απασχόληση, η επιχειρηματικότητα των γυναικών, η εκπαίδευση, η συμμετοχή των γυναικών στα κέντρα λήψης αποφάσεων, η κοινωνική πολιτική, ο κοινωνικός αποκλεισμός, τα μέσα μαζικής επικοινωνίας, η βία κατά των γυναικών κ.λπ. (http://www.kethi.gr/index.php?option=com_content&view=section&layout=blog&id=2&Itemid=3&lang=el, 2011, Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας).

Δραστηριότητες:

- Διεξάγει έρευνες και μελέτες για την ισότητα των φύλων.
- Δημοσιεύει και εκδίδει μελέτες, έρευνες και άλλο ενημερωτικό υλικό (έντυπο και οπτικο-ακουστικό).
- Σχεδιάζει, υλοποιεί και αξιολογεί προγράμματα δράσης, που προωθούν τους στόχους για την άρση των διακρίσεων κατά των γυναικών.
- Μεταφέρει τεχνογνωσία και εμπειρία σε θέματα συμβουλευτικής γυναικών για την απασχόληση, την επιχειρηματικότητα και την κοινωνική ένταξη.
- Παρέχει πληροφόρηση για τα δικαιώματα των γυναικών και την ισότητα των φύλων.
- Αναλαμβάνει την ευαισθητοποίηση, την εκπαίδευση και την επιμόρφωση ατόμων, ομάδων, φορέων και οργανισμών σε θέματα σχετικά με την ισότητα των φύλων.
- Θέτει σε λειτουργία πιλοτικούς θεσμούς που προωθούν καλές πρακτικές υπέρ των γυναικών.
- Προωθεί την αμφίδρομη πληροφόρηση σε θέματα πολιτικής για την ισότητα των φύλων με διεθνείς και ευρωπαϊκούς οργανισμούς.
- Υποστηρίζει τη δικτύωση και τη σύνδεση φορέων που δραστηριοποιούνται στην προώθηση των γυναικών στην απασχόληση, στην επιχειρηματικότητα και στην κοινωνική ένταξη.
- Διοργανώνει διαλέξεις, ημερίδες και συνέδρια για την ευαισθητοποίηση των γυναικών και των ανδρών, καθώς και για την υποστήριξη των δράσεών μας.

Υπηρεσίες:

- Ενημερώνει και πληροφορεί σχετικά με θέματα που αφορούν στην προώθηση της ισότητας των δύο φύλων.
- Διαθέτει τις μελέτες, τις έρευνες και τις εκδόσεις στους/στις ενδιαφερόμενους/-ες.

- Διαχέει τα στατιστικά στοιχεία που σχετίζονται με τη θέση των γυναικών στην κοινωνία, τα δικαιώματά τους και τις πολιτικές που αναπτύσσονται για την άρση των διακρίσεων μεταξύ των φύλων (http://www.kethi.gr/index.php?option=com_content&view=section&layout=blog&id=2&Itemid=3&lang=el, 2011, Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας).

Δ. Κοινοτική Πρωτοβουλία EQUAL

Η **equal** αποτελεί εργαλείο της Ευρωπαϊκής Στρατηγικής για την Απασχόληση, χρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο και στοχεύει στην πειραματική εφαρμογή και διάδοση νέων τρόπων καταπολέμησης των διακρίσεων και της ανισότητας στον τομέα της απασχόλησης. Η equal ολοκληρώνει τις εμπειρίες που αποκτήθηκαν στα πλαίσια των προηγούμενων Πρωτοβουλιών EMPLOYMENT & ADAPT και συμπληρώνει τις υπάρχουσες πολιτικές για την ισότητα ευκαιριών στην αγορά εργασίας (<http://www.equal-greece.gr/mainlinks.asp?aa=1>, 2006, Κοινοτική Πρωτοβουλία Equal).

Το Πρόγραμμα έχει σχεδιαστεί για να στηρίξει μια οριζόντια προσέγγιση στις πολιτικές και τις υπηρεσίες προς τις οποίες θα έχουν πρόσβαση πολλαπλές κατηγορίες αποκλεισμένων ή απειλούμενων από αποκλεισμό από την αγορά εργασίας ομάδων και να αντιμετωπίσει την αποσπασματικότητα και την έλλειψη συντονισμού των εφαρμοζόμενων πολιτικών. Έχει δομηθεί πάνω σε εννέα θεματικά πεδία - μέτρα.

Οι γενικοί στόχοι του Προγράμματος είναι:

- Η βελτίωση της απασχολησιμότητας μέσα από τη διευκόλυνση της πρόσβασης και επιστροφής στην αγορά εργασίας των ομάδων που υφίστανται διακρίσεις, καθώς και την καταπολέμηση του ρατσισμού και της ξеноφοβίας σε σχέση με την αγορά της εργασίας.
- Η ανάπτυξη του επιχειρηματικού πνεύματος μέσα από τη βελτίωση της πρόσβασης στη διαδικασία δημιουργίας μιας επιχείρησης αλλά και την ενίσχυση της κοινωνικής οικονομίας.
- Η ενθάρρυνση της προσαρμοστικότητας των επιχειρήσεων και των απασχολούμενων μέσα από την προώθηση της δια βίου μάθησης και των εργασιακών πρακτικών ενσωμάτωσης, καθώς επίσης και την υποστήριξη της προσαρμοστικότητας των εταιρειών και των εργαζομένων.
- Η ενίσχυση των πολιτικών ίσων ευκαιριών για άνδρες και γυναίκες μέσα από τον συνδυασμό οικογενειακής και επαγγελματικής ζωής και την ενθάρρυνση της κατάρτησης του επαγγελματικού διαχωρισμού.
- Η υποστήριξη της κοινωνικής και επαγγελματικής ένταξης των αιτούντων άσυλο. Οι άμεσα επωφελούμενοι από το πρόγραμμα είναι οι ομάδες που βιώνουν τη διάκριση, την ανισότητα ή / και τον αποκλεισμό από την αγορά εργασίας.

Βασικές αρχές υλοποίησης του Προγράμματος αποτελούν:

- Οι Αναπτυξιακές Συμπράξεις, ως ισχυρές και δεσμευτικές συμφωνίες φορέων. Η διακρατικότητα μέσω της ανταλλαγής εμπειριών & τεχνογνωσίας και της ανάπτυξης κοινών δράσεων στα θεματικά αντικείμενα της EQUAL.
- Η καινοτομία ως προς τις διαδικασίες και τις μεθόδους, τους στόχους και το περιεχόμενο των ενεργειών.
- Η ενδυνάμωση ως ενεργός συμμετοχή των ομάδων στόχου στην επιλογή και υλοποίηση των προτεινόμενων παρεμβάσεων.

- Η οριζόντια προσέγγιση στην προώθηση της ισότητας ανδρών και γυναικών. Η ενσωμάτωση (mainstreaming) των καινοτόμων προσεγγίσεων στον κεντρικό κορμό των εθνικών πολιτικών για την απασχόληση (<http://www.equal-greece.gr/mainlinks.asp?aa=1>, 2006, Κοινοτική Πρωτοβουλία Equal).

Ε. Η κοινοτική πρωτοβουλία LEADER+

Η κοινοτική πρωτοβουλία LEADER (Liaisons Entre Actions de Developpement de l' Economie Rurale δηλαδή Δεσμοί μεταξύ των δράσεων για την Ανάπτυξη της Αγροτικής Οικονομίας), αναλήφθηκε με απόφαση της Επιτροπής των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων στις 15 Ιουνίου 1994. Στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας η οποία διάρκεσε από το 1994 ως το 2001 και ακολουθείται στην τρέχουσα προγραμματική περίοδο από την πρωτοβουλία LEADER+, χορηγήθηκε κοινοτική βοήθεια υπό μορφή συνολικών επιδοτήσεων ή ολοκληρωμένων επιχειρησιακών προγραμμάτων προκειμένου να μπορέσουν οι φορείς αγροτικής ανάπτυξης να θέσουν σε πειραματική εφαρμογή προσεγγίσεις αγροτικής ανάπτυξης σε ενδογενή και τοπική κλίμακα συχνά με καινοτόμο χαρακτήρα (<http://www.anko.gr/leader/leadergeneral.html>, 2000, Η κοινοτική πρωτοβουλία Leader+).

Η Κοινοτική Πρωτοβουλία LEADER+, αποτελεί τη σπουδαιότερη πρωτοβουλία της Κοινότητας η οποία συμβάλλει στην προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας στις λιγότερο ευνοημένες περιοχές της ελληνικής υπαίθρου (ορεινές και μειονεκτικές), όπου και εφαρμόζεται.

ΣΤ. Η Κοινοτική Πρωτοβουλία NOW

Η Κοινοτική Πρωτοβουλία NOW «Νέες Επαγγελματικές Ευκαιρίες για τις Γυναίκες» (New Opportunities for Women), έχει διαπιστωθεί ότι αποτέλεσε ένα αποτελεσματικό εργαλείο για την επαγγελματική κατάρτιση των γυναικών. Η Πρωτοβουλία NOW παρακινεί τις γυναίκες να μετασχηματίσουν τις ικανότητές τους στη μορφή μικρών επιχειρήσεων σε ατομική ή συλλογική βάση. Έχει διευκολύνει ομάδες γυναικών να συμμετέχουν σε ία μεγάλη κλίμακα πρωτοβουλιών και συνεργασιών (<http://www.career.tuc.gr/3580.0.html>, 2014, Γυναικεία Επιχειρηματικότητα – Ενίσχυση γυναικείας επιχειρηματικότητας).

4.4. ΕΜΠΟΔΙΑ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Δράσεις για την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας υλοποιούνται, παρόλα αυτά οι γυναίκες συναντούν αρκετές δυσκολίες στη δραστηριοποίησή τους στον επαγγελματικό στίβο, καθώς έχουν να αντιμετωπίσουν μία σειρά από εμπόδια όπως η κοινωνική αντίληψη για την επιχειρηματικότητα, οικονομικοί αλλά και ψυχολογικοί παράγοντες.

1. Σημαντικό ζήτημα της γυναικείας επιχειρηματικότητας αποτελούν τα πρότυπα και η θέση της γυναίκας στην κοινωνία και κατ' επέκταση στην επιχειρηματική αγορά εργασίας. Η δραστηριοποίηση μιας γυναίκας στον επιχειρηματικό τομέα δεν είναι πάντα αποδεκτή ως

επαγγελματική επιλογή και συχνά αποθαρρύνεται από τον περίγυρό της (Βασιλειάδης, Α. κ.ά., 2007: 14-15).

2. Επίσης παρατηρείται **ανισότητα ευκαιριών** σε σχέση με τούς άνδρες με αποτέλεσμα να επηρεάζεται η επιχειρηματική συμπεριφορά των γυναικών και να μειώνεται η αυτοπεποίθησή τους. Οι γυναίκες έχουν μικρότερη πρόσβαση σε υποστηρικτικούς μηχανισμούς, στις νέες τεχνολογίες, σε νέες αγορές, στην απαραίτητη πληροφόρηση ενώ αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην χρηματοδότηση και διακρίσεις από τους προμηθευτές.

3. Επίσης σημαντικός ανασταλτικός παράγοντας είναι **η αδυναμία των γυναικών να παρακολουθήσουν και να ανταποκριθούν εγκαίρως στις εξελίξεις που καθιστούν ανταγωνιστική μια επιχείρηση.** Οι γυναίκες είναι υπεύθυνες για τη διαχείριση της οικογενειακής εστίας, για την ανατροφή των παιδιών και σε περιπτώσεις διευρυμένης οικογένειας για την φροντίδα αδύναμων μελών. Κατά συνέπεια η έλλειψη χρόνου στερεί από τις γυναίκες την δυνατότητα είτε να αναπτύξουν μια νέα επιχείρηση είτε να βελτιώσουν τις επιχειρηματικές τούς δεξιότητες. Επίσης δεν αφιερώνουν τον απαιτούμενο χρόνο προκειμένου να αναζητήσουν επιχειρηματικές ευκαιρίες, πελάτες ή προμηθευτές, τρόπους χρηματοδότησης, κατάλληλους συμβούλους κ.α

4. Τέλος το μεγαλύτερο ποσοστό των γυναικών επιχειρηματιών αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην **χρηματοδότηση της επιχείρησής τους.** Αφενός οι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί εμφανίζονται αρκετά επιφυλακτικοί στην δανειοδότηση γυναικείων επιχειρήσεων και αφετέρου οι γυναίκες δείχνουν να ανησυχούν για τούς κινδύνους που μπορεί να ενέχει η δανειοδότηση. Συνέπεια όλων αυτών είναι οι γυναίκες να επενδύουν είτε ίδια κεφάλαια είτε να στηρίζονται οικονομικά σε συγγενικά πρόσωπα. Στο σημείο αυτό αξίζει να επισημάνουμε ότι λόγω οικογενειακών υποχρεώσεων, όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, οι γυναίκες συνηθίζουν να επιλέγουν εργασίες που τούς αποφέρουν μικρό οικονομικό όφελος (π.χ μερικής απασχόλησης) με αποτέλεσμα να μην έχουν μια καλή οικονομική βάση προκειμένου να ανταπεξέλθουν στην ανάπτυξη της επιχείρησής τους (Βασιλειάδης, Α. κ.ά., 2007: 14-15).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο - ΑΓΡΟΤΙΚΟΙ ΓΥΝΑΙΚΕΙΟΙ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΙ

5.1. Η ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΓΥΝΑΙΚΕΙΟΥ ΣΥΝΕΡΓΑΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ Η ΘΕΣΜΙΚΗ ΤΟΥΣ ΜΟΡΦΗ

Ο γυναικείος συνεργατισμός στην Ελλάδα δεν αποτελεί καινοτομία των πρόσφατων ετών. Είναι θεσμός που θεμελιώθηκε τη δεκαετία του 1950, μετά την ίδρυση της Υπηρεσίας των Γεωργικών Εφαρμογών στο Υπ. Γεωργίας. Τότε, το Τμήμα Αγροτικής Οικιακής Οικονομίας της Υπηρεσίας Γ.Ε. στελεχώθηκε με δυναμικό, το οποίο ανέλαβε το έργο της εκπαίδευσης των γυναικών και αγροτονεάνιδων των αγροτικών νοικοκυριών σε ζητήματα οικιακής οικονομίας, με στόχο τη στήριξη της την αναβάθμιση της κοινωνικής θέσης της γυναίκας της υπαίθρου (Γιδαράκου, Ι., 2007: 2-4).

Οι πρώτοι, λίγοι, εκείνοι συνεταιρισμοί, περίπου 10 σε αριθμό, (ο πρώτος είχε αναπτυχθεί στα Γρεβενά το 1957) δεν κατάφεραν να κάνουν αισθητή την παρουσία τους ως οικονομικές μονάδες στον ελληνικό χώρο. Σε μεγάλο βαθμό αυτό ήταν συνέπεια των προτεραιοτήτων της αγροτικής πολιτικής σχετικά με την ανάπτυξη της γεωργικής οικονομίας την εποχή εκείνη, οι οποίες στόχευαν στο γεωργικό εκσυγχρονισμό και την αύξηση της γεωργικής παραγωγής και όχι στη διαφοροποίηση των δραστηριοτήτων της γεωργικής εκμετάλλευσης. Η ιδέα της υποστήριξης του γυναικείου συνεργατισμού επανήλθε δυναμικά από τα μέσα της δεκαετίας του 1980.

Ένα σύμπλοκο λόγων σε μια χρονική αλληλουχία, από τις αρχές της δεκαετίας του 1970 και ύστερα, εξηγούν το ενδιαφέρον των φορέων για τη στήριξη του γυναικείου συνεργατισμού. Στη δεκαετία του 1960 και 1970 η θεωρία της κοινωνικής κατασκευής, του κονστρουκτιβισμού, «ανακάλυπτε» το φύλο ως κοινωνική σχέση και πολιτισμικό σύμβολο. Ο ρόλος της βιολογίας ως καθοριστικού παράγοντα στη διαμόρφωση της ταυτότητας των φύλων και της ανθρώπινης συμπεριφοράς δέχτηκε ισχυρή αμφισβήτηση. Η φεμινιστική ερμηνεία του τρόπου οργάνωσης της εργασίας στο χώρο της αγροτικής παραγωγής και της οικιακής οικονομίας ανέδειξε την αξία του αφανούς αλλά καθοριστικού ρόλου των γυναικών στην επιβίωση του αγροτικού νοικοκυριού. Φεμινιστικό κίνημα και επιστήμη της ανθρωπολογίας, με τις θεωρητικές τους τοποθετήσεις σχετικά με την κατασκευή του κοινωνικού φύλου, ευαισθητοποίησαν την πολιτική σε θέματα ισότητας των φύλων. Ενδείξεις αυτής της ευαισθητοποίησης διαπιστώνουμε στο αιτιολογικό σκεπτικό με βάση το οποίο η Γενική Γραμματεία Ισότητας στήριξε την ίδρυση του πρώτου γυναικείου συνεταιρισμού της σύγχρονης εποχής στην Πέτρα της Λέσβου το 1983. Η διασφάλιση της οικονομικής αυτοδυναμίας των γυναικών ως πρώτο βήμα προς τη χειραφέτησή τους, παρά το πρόσθετο εισόδημα στο νοικοκυριό, αναφερόταν ως κύριος λόγος. Ο συνεταιρισμός αντιμετωπιζόταν ως μοχλός κοινωνικής αλλαγής της θέσης της γυναίκας παρά ως μορφή γυναικείας επιχειρηματικότητας.

Από τα μέσα όμως της δεκαετίας του 1980, ένας δεύτερος άξονας πολιτικών διασταυρώθηκε με εκείνον της προώθησης των ευκαιριών ισότητας των φύλων, στις δημόσιες πολιτικές. Η εργασιακή κρίση στα αστικά κέντρα και ο κίνδυνος απεργήμωσης των λιγότερο ευνοημένων περιοχών της υπαίθρου, το σαρωτικό ως προς τις πολιτισμικές ιδιαιτερότητες των περιοχών κλίμα της παγκοσμιοποιούμενης οικονομίας αλλά και ο στόχος της κοινωνικής συνοχής και οικονομικής σύγκλισης των περιφερειών αναπροσανατόλισαν την πολιτική σχετικά με τους αναπτυξιακούς στόχους και επικέντρωσαν το ενδιαφέρον στην κινητοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού και την αξιοποίηση των ενδογενών πόρων των περιοχών. Το «παραγωγίστικο» (productionist) πρότυπο αγροτικής παραγωγής έπρεπε να κινηθεί προς «μεταπαραγωγίστικα» (post productionist) πρότυπα, με κύρια χαρακτηριστικά τη διαφοροποίηση, την εκτατικοποίηση της παραγωγής, την αειφόρο διαχείριση των πόρων και την ποιότητα των παραγόμενων προϊόντων (Γιδαράκου, Ι., 2007: 2-4).

Η γυναίκα, η οποία ως εργατική δύναμη στη διαδικασία της αγροτικής παραγωγής είχε σε μεγάλο βαθμό υποκατασταθεί από τις μηχανές ανακαλύπτει μια νέα επαγγελματική ταυτότητα στην ανάπτυξη μικρών παραγεωργικών και εξωγεωργικών επιχειρήσεων. Η γυναικεία πολυαπασχόληση και επιχειρηματικότητα αναδείχτηκε σε πολύτιμο παράγοντα για τη διεύρυνση της παραγωγικής βάσης της εκμετάλλευσης, τη διαφοροποίηση μέσα από την αυτοαπασχόληση και την επιχειρηματικότητα, ταυτόχρονα με την προώθηση των ευκαιριών ισότητας. Η επιχειρηματικότητα σε όλο τον ευρωπαϊκό χώρο αποτέλεσε μείζονας προτεραιότητας στόχο της αναπτυξιακής πολιτικής. Ο αγροτουρισμός απέκτησε κεντρική θέση στην αγροτική πολιτική κάτω από την ευρύτερη έννοια της σημασίας του τουρισμού ως μέσου στήριξης της διαφοροποίησης της αγροτικής οικονομίας και της επιχειρηματικότητας.

Παραδοσιακά και ιδιότυπα προϊόντα, με χρώμα και ταυτότητα της περιοχής, λαϊκές παραδόσεις, προϊόντα μεταποίησης της γεωργικής παραγωγής, φυσικά τοπία, πολιτισμική και θρησκευτική κληρονομιά χειροτεχνικές δεξιότητες του τοπικού πληθυσμού, απέκτησαν σημασία ως πόροι υπό αξιοποίηση που θα στηρίξουν την οικονομική ανάπτυξη και θα διαφυλάξουν τις ιδιαιτερότητες και την ταυτότητα των περιοχών. Ένα πολυσύνθετο πλαίσιο συνθηκών στη διαδρομή του χρόνου τις δύο τελευταίες δεκαετίες ανέδειξε το ρόλο της γυναίκας ως δρώντος υποκειμένου στη διαδικασία της ανάπτυξης (Γιδαράκου, Ι., 2007: 2-4).

5.2. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΟΙ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ

Σε κάθε εποχή υπήρχαν μορφές συνεργασίας, συνήθως άτυπες, οι οποίες διαμορφώνονταν σύμφωνα με τις αντίστοιχες κοινωνικές, οικονομικές, πολιτικές και θρησκευτικές συνθήκες της κάθε εποχής. Οι συνεταιρισμοί με την σύγχρονη τυπική τους μορφή αναπτύχθηκαν κυρίως μετά την βιομηχανική επανάσταση, η οποία οδήγησε στην διαμόρφωση ενός νέου οικονομικού συστήματος, που δημιούργησε ιδιαίτερα έντονες ανισότητες μεταξύ των διάφορων κοινωνικών τάξεων. Η οργάνωση των πολιτών σε συνεταιρισμούς αποτέλεσε την αντίδραση των εργαζόμενων στις συνθήκες αυτές.

Οι πρώτοι συνεταιρισμοί συστήθηκαν στην Αγγλία, Γαλλία και Γερμανία στα μέσα του 19ου αιώνα και στη συνέχεια εξαπλώθηκαν και σε άλλες χώρες της Ευρώπης. Σήμερα συνεταιριστικές οργανώσεις υπάρχουν σε όλες τις χώρες το κόσμου και αντιπροσωπεύονται από την ICA (International Cooperative Alliance), η οποία καθορίζει τις διεθνείς συνεταιριστικές αρχές (Δροσοπούλου, Σ., 1989: 87-88).

Σύμφωνα με το τελευταίο συνέδριο της ICA στο Μάντσεστερ της Αγγλίας το 1995, «Συνεταιρισμός είναι αυτόνομη ένωση προσώπων, η οποία συγκροτείται εθελοντικά και επιδιώκει με την αμοιβαία βοήθεια των μελών της την οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη και προαγωγή τους μέσω μια συνιδιόκτητης και δημοκρατικά διοικούμενης επιχείρησης», ορισμός ο οποίος δίνεται και από τον ισχύοντα σήμερα ελληνικό νόμο περί συνεταιριστικών οργανώσεων 2810/2000.

Σύμφωνα με την ICA, οι συνεταιριστικές οργανώσεις διέπονται από τις εξής αρχές:

1. Αρχή της εθελοντικής και ελεύθερης συμμετοχής στο συνεταιρισμό
2. Αρχή της δημοκρατικής διοίκησης εκ μέρους των μελών του συνεταιρισμού
3. Αρχή της οικονομικής συμμετοχής των μελών στο συνεταιρισμό
4. Αρχή της αυτονομίας και ανεξαρτησίας του συνεταιρισμού
5. Αρχή του ενδιαφέροντος για την κοινότητα

Στον ελλαδικό χώρο, άτυπες μορφές συνεργασίας έχουν καταγραφεί σε όλες τις φάσεις της ιστορίας του. Η πρώτη τυπική μορφή συστήθηκε στα Αμπελάκια της Λάρισας κατά τον 18ο αιώνα, όπου γεωργοί, εργάτες, τεχνίτες και κεφαλαιούχοι ίδρυσαν μαζί μια συνεταιριστική επιχείρηση που έχει πολλά κοινά χαρακτηριστικά με τους σύγχρονους συνεταιρισμούς και από πολλούς ερευνητές θεωρείται ο πρώτος τυπικός συνεταιρισμός σε παγκόσμιο επίπεδο (Δροσοπούλου, Σ., 1989: 87-88).

Οι συνεταιρισμοί στην Ελλάδα έχουν ταυτιστεί με τους αγροτικούς συνεταιρισμούς. Ο πρώτος συνεταιριστικός νόμος ψηφίστηκε το 1915, είναι ο 602/1915 και αφορούσε αποκλειστικά τις αγροτικές συνεταιριστικές οργανώσεις. Ακολούθησαν τέσσερεις νόμοι και ο ισχύων σήμερα είναι ο 2810/2000 περί «Αγροτικών Συνεταιριστικών Οργανώσεων».

5.3. ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΣΩΣΤΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΕΝΟΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ

Αρκετοί από τους συνεταιρισμούς της χώρας είναι ιδιαίτερα πετυχημένοι και άλλοι λειτουργούν απλώς ικανοποιητικά ή λιγότερο ικανοποιητικά. Στην εικοσάχρονη πορεία τους αποδείχθηκε ότι οι γυναίκες αντιμετώπισαν κάποια ιδιαίτερα προβλήματα κατά τη λειτουργία των συνεταιρισμών. Οι λόγοι για τις δυσλειτουργίες τους είναι κυρίως η έλλειψη εμπειρίας των γυναικών σε θέματα οργάνωσης μιας επιχείρησης, οικονομικά προβλήματα, προβλήματα στην παραγωγή και τη συντήρηση, καθώς στην εμπορία των προϊόντων. Για την ομαλή λειτουργία ενός συνεταιρισμού θα πρέπει να τηρούνται οι παρακάτω προϋποθέσεις:

- Να υπάρχει ισότητα μεταξύ των μελών
- Να έχουν θέσει όλοι κοινούς στόχους.
- Να παράγονται είδη που έχουν αντίκρισμα στην αγορά (εμπορεύσιμα και προσιτή τιμή).
- Να σχεδιάζουν συνεχώς την πορεία τους.
- Να καταμερίζουν σωστά τις εργασίες.
- Να εκπαιδεύονται όλα τα μέλη.
- Να μειωθεί όσο το δυνατό περισσότερο του κόστους παραγωγής.
- Να υπάρχει συνεχής ενημέρωση για όλες τις εξελίξεις.

Οπωσδήποτε όμως παράλληλα θα πρέπει να υπάρχει συμβουλευτική στήριξη από τους φορείς που ενθάρρυναν και υποστήριξαν τη σύστασή τους, όπως οι Αναπτυξιακές Εταιρείες (Δροσοπούλου, Σ., 1989: 30).

5.4. ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΕΙΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ

Ο συνεταιρισμός για την πραγματοποίηση του σκοπού του, αναπτύσσει οποιαδήποτε δραστηριότητα προβλέπεται από το καταστατικό του και κάθε άλλη, που θα αποφασίσει η Γενική του Συνέλευση, σύμφωνα με το καταστατικό και μέσα στα όρια του νόμου.

Ο συνεταιρισμός διεξάγει τις εργασίες του με δικές του υπηρεσίες μπορεί όμως να χρησιμοποιήσει και υπηρεσίες άλλων Αγροτικών Συνεταιριστικών Οργανώσεων ή και τρίτων. Το Διοικητικό Συμβούλιο του συνεταιρισμού στις περιπτώσεις αυτές ορίζει την αποζημίωση ή την αμοιβή για την χρησιμοποίησή τους στη διεξαγωγή των εργασιών του συνεταιρισμού.

Άλλες δραστηριότητες:

- Η συγκέντρωση, συσκευασία, τυποποίηση, αποθήκευση, συντήρηση, μεταφορά και πώληση στο εσωτερικό της χώρας ή στο εξωτερικό, των προϊόντων της οικιακής οικονομίας και οικοτεχνίας των μελών.
- Η ίδρυση και διαχείριση βιοτεχνίας των προϊόντων της οικιακής οικονομίας και οικοτεχνίας των μελών.
- Η απόκτηση κάθε είδους μηχανικού ή τεχνικού εξοπλισμού και μέσων μεταφοράς για την εξυπηρέτηση των σκοπών του συνεταιρισμού.
- Η απόκτηση κατά κυριότητα ή μίσθωση αστικών και αγροτικών ακινήτων για την δημιουργία κάθε είδους εγκαταστάσεων.

- Η οργάνωση πρότυπης ή πειραματικής εκμετάλλευσης της οικιακής τέχνης.
- Η οργάνωση marketing προώθησης των προϊόντων του συνεταιρισμού.
- Η συνεργασία με ομοειδείς φορείς και επαγγελματικές κάθε είδους οργανώσεις και ιδιώτες για την προώθηση και πώληση των ιδίων προϊόντων και άλλων που προέρχονται από τρίτους.
- Η ίδρυση και συμμετοχή με άλλες επαγγελματικές επιχειρήσεις σε ενέργειες προώθησης της οικονομίας της περιοχής και των σκοπών του συνεταιρισμού.
- Η συμμετοχή σε εθνικά και ευρωπαϊκά προγράμματα και πρωτοβουλίες (Ανδριώτης, Κ., 2008: 149-152).
- Η διοργάνωση ημερίδων συνεδρίων προώθησης των Πολιτιστικών – Οικονομικών και Αγροτουριστικών παραγόντων ανάπτυξης.
- Η αξιοποίηση και ανάδειξη των παραδοσιακών επαγγελμάτων.
- Η οργάνωση βιολογικών καλλιέργειών για την παραγωγή οικολογικών προϊόντων και την μεταποίηση αυτών (φαρμακευτικά φυτά κ.α.).
- Η δημιουργία και ανάπτυξη μελισσοκομίας, σηροτροφίας, δενδροκομίας με σκοπό την πώληση προϊόντων, την μετάλλαξη παραγόντων κ.α. Η μεταποίηση, τυποποίηση, παραγωγή και εκμετάλλευση αλιευτικών προϊόντων.
- Η προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού, ορεινού και θαλάσσιου.
- Η κοινή χρήση και εκμετάλλευση των περιουσιακών στοιχείων των μελών. Ειδικότερα κάθε μέλος έχει παραχωρήσει την χρήση ενός ή περισσότερων δωματίων στον συνεταιρισμό για κοινή χρήση και τουριστική εκμετάλλευση από τον ημεδαπό ή αλλοδαπό τουρισμό.

Από τους συνεταιρισμούς που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα, 10 έχουν κύριο τομέα δραστηριότητας τον τουρισμό (καταλύματα). Οι υπόλοιποι είναι παραγωγικοί, δηλαδή παράγουν είδη διατροφής (γλυκά, μαρμελάδες, παραδοσιακά ζυμαρικά, τουρσιά κλπ.) και είδη παραδοσιακής χειροτεχνίας και λαϊκής τέχνης (υφαντά, παραδοσιακές στολές, κεντήματα κλπ). Αρκετοί συνεταιρισμοί - περίπου 23 - διαθέτουν και πωλητήριο των προϊόντων τους, ενώ, σε μικρό βαθμό και σε περιοχές με περιορισμένη τουριστική κίνηση, τα πωλητήρια αποτελούν και εργαστήρια (Ανδριώτης, Κ., 2008: 149-152).

5.5. ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ – ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ ΓΙΑ ΑΓΡΟΤΙΣΣΕΣ

Τα τελευταία χρόνια έχει παρατηρηθεί βελτίωση στο ποσοστό αναλφαβητισμού και ημιαλφαβητισμού στον πληθυσμό της Ελλάδας.

Το ποσοστό των αναλφάβητων γυναικών, σύμφωνα με τα στοιχεία απογραφής της χώρας το 1991, παραμένει υψηλότερο από το αντίστοιχο των αντρών και παρατηρείται κυρίως σε αγροτικές και απομακρυσμένες ορεινές ή νησιωτικές περιοχές και σε ομάδες μεγαλύτερης ηλικίας.

Τα μέλη των γυναικείων συνεταιρισμών συμμετέχουν, με αυξητική τάση, σε εκπαιδευτικά προγράμματα σχετικά με τις δραστηριότητες του γυναικείου συνεταιρισμού. Όσο για την παρεχόμενη κατάρτιση, μεγάλο ποσοστό των μελών πιστεύει ότι είναι ελλιπής, και θα επιθυμούσε τα αντικείμενα κατάρτισης να είναι περισσότερο προσαρμοσμένα στις ανάγκες και τις δραστηριότητες του συνεταιρισμού.

Η Γενική Γραμματεία Λαϊκής Επιμόρφωσης έχει πάρει συγκεκριμένα μέτρα, όπως, προγράμματα επιμόρφωσης, έκδοση ειδικών φυλλαδίων και μεθόδου διδασκαλίας των νέων ελληνικών στις αλλοδαπές γυναίκες.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την εφαρμογή αειφορικών πρακτικών, κοινωνικής και πολιτιστικής αφύπνισης της υπαίθρου είναι η **εκπαίδευση/ κατάρτιση του αγροτικού πληθυσμού**, προκειμένου να μπορέσει να ανταποκριθεί στις σύγχρονες απαιτήσεις της παγκόσμιας αγοράς και να συμμετέχει άμεσα στην προσπάθεια ανάπτυξης του αγροτικού χώρου.

Με την **επαγγελματική εκπαίδευση** εξασφαλίζεται υψηλός βαθμός απόδοσης στα πλαίσια της επαγγελματικής δραστηριότητας.

Με την **επιμόρφωση** παρέχονται συμπληρωματικές γνώσεις, θεωρητικές και πρακτικές, προκειμένου να προσαρμόζεται το άτομο στις συνεχείς εξελίξεις του επαγγέλματός του και στις μεταβολές των κοινωνικών συνθηκών. Οι σημαντικότερες μορφές επαγγελματικής επιμόρφωσης είναι η τελειοποίηση προαγωγής, η τελειοποίηση προσαρμογής, η μετεκπαίδευση για αλλαγή επαγγέλματος και η επαγγελματική ενσωμάτωση (Παπαδάκη-Κλαυδιανού, 1996: 6-7).

Η **κατάρτιση** διακρίνεται σε «αρχική» και «συνεχιζόμενη». Η «αρχική» εντοπίζεται στη συνολική εκμάθηση ενός συγκεκριμένου επαγγέλματος και η «συνεχιζόμενη» εντοπίζεται στη μετάδοση της γνώσης ή των δεξιοτήτων που θα οδηγήσουν τον εργαζόμενο στο να προσαρμοστεί στα νέα δεδομένα συμπληρώνοντας τις γνώσεις και τις ικανότητές του. Μπορεί να θεωρηθεί ότι η εκπαίδευση ασχολείται περισσότερο με την απόκτηση βασικών γνώσεων, ενώ η κατάρτιση ασχολείται με τη βελτίωση και την ολοκλήρωση της γνώσης στον επαγγελματικό χώρο.

Η **Γεωργική Εκπαίδευση** αποτελεί κλάδο της επαγγελματικής εκπαίδευσης. Με τον ευρύ όρο γεωργική εκπαίδευση εννοούμε την εκπαίδευση, η οποία αποσκοπεί να συμβάλει στην ανάπτυξη του αγροτικού τομέα και του αγροτικού χώρου. Με αυτήν την έννοια η γεωργική εκπαίδευση μπορεί να διακριθεί σε α) σχολική και β) εξωσχολική.

Σχολική Γεωργική Εκπαίδευση είναι εκείνη που παρέχεται από το δημοτικό σχολείο και το γυμνάσιο (9ετής υποχρεωτική σχολική εκπαίδευση) με τη μορφή διδασκαλίας φυσιογνωστικών μαθημάτων στους μαθητές και συνεχίζεται με τη φοίτηση στα Επαγγελματικά Τεχνολογικά Εκπαιδευτήρια γεωργοκτηνοτροφικής κατεύθυνσης ή στα Πρακτικά Γεωργικά Σχολεία ή ισότιμες γεωργικές σχολές.

Εξωσχολική Γεωργική Εκπαίδευση ή **συνεχιζόμενη επαγγελματική κατάρτιση** είναι εκείνη που παρέχεται από δημόσιους ή ιδιωτικούς φορείς και παρέχει συμπληρωματικές γνώσεις γενικού και επαγγελματικού επιπέδου, γνώσεις απαραίτητες για την κατανόηση και αντιμετώπιση εμφανιζόμενων προβλημάτων στον αγροτικό χώρο. Η εξωσχολική γεωργική εκπαίδευση απευθύνεται στους αγρότες και αγρότισσες υπό μορφή σεμιναρίων και διαλέξεων, σειρές ειδικών μαθημάτων σε επί μέρους θέματα κ.λπ. Άλλες βαθμίδες γεωργικής εκπαίδευσης είναι:

- Η **αρχική επαγγελματική εκπαίδευση και κατάρτιση** η οποία παρέχεται από τα Ινστιτούτα Επαγγελματικής Κατάρτισης (Ι.Ε.Κ), όπως και από τα Κέντρα Ο.Γ.Ε.Ε.Κ.Α. «Δήμητρα»

- Η **Ανώτερη Γεωργική Εκπαίδευση**, η οποία παρέχεται από τα Ανώτερα Τεχνολογικά Εκπαιδευτικά Ιδρύματα (Α.Τ.Ε.Ι.) και

- Η **Ανώτατη Γεωργική Εκπαίδευση**, η οποία παρέχεται από τις Ανώτατες Γεωπονικές Σχολές.

Με τα υπάρχοντα δεδομένα που διαμορφώνονται μέσα από το εκπαιδευτικό επίπεδο της ομάδας στόχου δεν είναι δυνατό να εντάξουμε την ενέργεια σε κανέναν τύπο εκπαίδευσης από τους παραπάνω.

Οι γενικότεροι στόχοι της γεωργικής εκπαίδευσης συνοψίζονται στους εξής:

- Βελτίωση του αγροτικού εισοδήματος και αποκατάσταση της ισορροπίας του αγροτικού τομέα με τους υπόλοιπους τομείς της οικονομίας.
- Βελτίωση του επιπέδου ζωής και εργασίας των αγροτικών οικογενειών και ανύψωση του πολιτιστικού επιπέδου του αγροτικού πληθυσμού.
- Ορθολογική χρήση των συντελεστών παραγωγής: εργασία, έδαφος, υλικό και ανθρώπινο κεφάλαιο.
- Διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος σε συνδυασμό με παραγωγική γεωργία. Διαμόρφωση περιβαλλοντικής συνείδησης του αγροτικού πληθυσμού και κυρίως των «νέων γεωργών».
- Ανάπτυξη της ικανότητας διοίκησης και διαχείρισης της εκμετάλλευσης από το γεωργό-αρχηγό της εκμετάλλευσης (Παπαδάκη-Κλαυδιανού, 1996: 9-12).

5.6. ΚΥΡΙΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΜΠΟΔΙΖΟΥΝ ΤΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΣΤΟΥΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥΣ

Οι κύριοι παράγοντες που εμπόδιζαν και ίσως ακόμα και σήμερα εμποδίζουν σε ορισμένες περιοχές τη συμμετοχή των γυναικών στους συνεταιρισμούς είναι οι ακόλουθοι:

1) Η έλλειψη χρόνου

Στις αναπτυσσόμενες χώρες οι γυναίκες που διαμένουν σε αγροτικές περιοχές, απασχολούνται περίπου 16 με 17 ώρες ημερησίως και αυτό γιατί, παράλληλα με τη φροντίδα του σπιτιού και των παιδιών, συμμετέχουν ενεργά και στις αγροτικές δουλειές (χωράφια, αμπέλια κ.λπ.). Ο τριπλός αυτός ρόλος της γυναίκας (εργαζόμενη, μητέρα, νοικοκυρά) δεν αφήνει περιθώρια χρόνου για άλλου είδους απασχόληση (Γιδαράκου, Ι., 1999: 125-127).

2) Η ύπαρξη νομικών εμποδίων

Σε πολλές χώρες η θέσπιση της νομοθεσίας είναι τέτοια που δημιουργεί ανισότητες σε βάρος των γυναικών σε πολλά επίπεδα, όπως στο μισθολογικό, στο ιδιοκτησιακό και στα προσωπικά τους δικαιώματα, οι οποίες δρουν ανασταλτικά στη δυνατότητα συμμετοχής της γυναίκας σε συνεταιριστικές οργανώσεις. Για παράδειγμα η συνεταιριστική νομοθεσία σε διάφορες χώρες προϋποθέτει την ύπαρξη ίδιας περιουσίας για τη συμμετοχή ως μέλος σε συνεταιρισμούς, όρος ο οποίος δημιουργεί μια αντικειμενική δυσχέρεια συμμετοχής της γυναίκας, η οποία συχνά δεν έχει δική της περιουσία (Γιδαράκου, Ι., 1999: 125-127).

3) Η ύπαρξη παραδοσιακών εμποδίων

Οι παραδοσιακοί ρόλοι, τα ήθη και τα έθιμα και οι θρησκευτικές πεποιθήσεις, καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό και την κοινωνική συμπεριφορά, σε ότι αφορά το ρόλο της γυναίκας.

4) Η έλλειψη εκπαίδευσης

Στις αναπτυσσόμενες χώρες υπάρχει σημαντική διαφορά στο πολιτισμικό επίπεδο μεταξύ ανδρών και γυναικών. Οι γυναίκες έχουν τη δυνατότητα να ενημερωθούν γύρω από θέματα υγιεινής, διατροφής, φροντίδας των παιδιών κλπ σπανίως όμως παρακολουθούν τα καινούργια εκπαιδευτικά προγράμματα επιχειρηματικότητας για τη σύγχρονη τεχνολογία, την οργάνωση και διοίκηση των συνεταιρισμών.

5.7. ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΟΥΝ ΟΙ ΓΥΝΑΙΚΕΣ ΤΗΣ ΥΠΑΙΘΡΟΥ ΣΤΗΝ ΧΩΡΑ ΜΑΣ

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Υπουργείου Γεωργίας, το γεωργικό ανθρώπινο δυναμικό είναι μεγάλης ηλικίας, καθώς το 60% των αρχηγών γεωργικών εκμεταλλεύσεων είναι πάνω από 56 χρόνων. Το δημογραφικό πρόβλημα αντανakλάται και στη διάθρωση κατά ομάδες ηλικίας των απασχολουμένων στον πρωτογενή τομέα, όπου το 62,65% είναι πάνω από 45 χρόνων, με συνέπεια να υπάρχουν δυσκολίες στον εκσυγχρονισμό του τομέα, ιδίως όταν πρόκειται να υιοθετηθούν νέες αντιλήψεις και δυνατότητες συνεργασίας με τους κοινωνικούς φορείς, νέα τεχνολογία, κ.λπ. (Αβδελίδης, Π., 1989: 78-80).

Οι αγροτικές περιοχές της χώρας χαρακτηρίζονται από χαμηλούς ρυθμούς αύξησης του πληθυσμού, γεγονός που οφείλεται στις γενικότερες προβληματικές συνθήκες παραγωγής και διαβίωσης, στην απομάκρυνση των κατοίκων - κυρίως των νέων - από τις περιοχές αυτές, στα χαμηλά ποσοστά γεννητικότητας και στη γήρανση.

Οι πιέσεις που υφίσταται ο αγροτικός χώρος με την παγκοσμιοποίηση της αγοράς, δημιουργούν συνθήκες ανεργίας και υποαπασχόλησης, κυρίως στις γυναίκες. Οι Ελληνίδες αγρότισσες, οι οποίες αποτελούσαν παλιότερα το 50% του αγροτικού πληθυσμού, ενώ σήμερα αυτό το ποσοστό έχει μειωθεί σημαντικά γιατί τα νέα παιδιά και ειδικά τα κορίτσια απομακρύνονται από την ύπαιθρο και τις αγροτικές ασχολίες, αντιμετωπίζουν σημαντικά προβλήματα στη ζωή τους και την εργασία τους.

Τα κύρια προβλήματα που μπορούμε να αναφέρουμε είναι:

- 1) Η έλλειψη προσωπικού εισοδήματος της αγρότισσας, η οποία ωστόσο συμμετέχει πλήρως και εξίσου με τον άνδρα στη γεωργική παραγωγή.
- 2) Οι διακρίσεις στον καταμερισμό εργασίας γιατί ενώ η επαγγελματική ασχολία του άντρα αγρότη περιστρέφεται στις καλλιέργειες και στη κτηνοτροφία, σε συνδυασμό με τη χρήση της τεχνολογίας, η αγρότισσα απασχολείται στην περιορισμένη κτηνοτροφική παραγωγή και βασικά με τις ανάγκες του αγροτικού σπιτιού.
- 3) Η ανισότητα στην ευθύνη και στη διαχείριση της αγροτικής εκμετάλλευσης.
- 4) Η μη συμμετοχή της αγρότισσας στην πολιτική ζωή, στους συνεταιρισμούς και στα συνδικαλιστικά όργανα (Αβδελίδης, Π., 1989: 78-80).
- 5) Το χαμηλό μορφωτικό επίπεδο. Από πρόσφατα στοιχεία της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας της Ελλάδας (Ε.Σ.Υ.Ε.) φαίνεται ότι το 14,5% των γυναικών που ασχολούνται στη γεωργία δεν έχουν πάει καθόλου σχολείο. Λαμβάνοντας επίσης υπόψη ότι ένα ποσοστό της τάξης του 23,7% έχει παρακολουθήσει μέχρι κάποιο επίπεδο του δημοτικού, προκύπτει ότι το 38,2% συνολικά των ελληνίδων που ασχολούνται στη γεωργία είναι αναλφάβητο.
- 6) Επί πλέον η γυναίκα της ελληνικής υπαίθρου στερείται στοιχειωδών διευκολύνσεων, οι οποίες δημιουργούν προϋποθέσεις για να ανεβάσει το πνευματικό της επίπεδο καθώς και το επίπεδο της επαγγελματικής της εξέλιξης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο - Η ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΝΟΜΟ

ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

6.1. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Ο Ελληνικός Οργανισμός Μικρών-Μεσαίων Επιχειρήσεων και Χειροτεχνίας Ανώνυμη Εταιρεία (ΕΟΜΜΕΧ ΑΕ) ιδρύθηκε το 1977 και οι δραστηριότητές του περιλαμβάνουν υπηρεσίες τεχνικο-οικονομικού συμβούλου, όσον αφορά τη συστηματική διοίκηση των επιχειρήσεων και την οργάνωση εργασίας στον χώρο των ΜΜΕ. Επίσης ο ρόλος του Οργανισμού επεκτείνεται και στην ίδρυση εργαστηρίων ποιοτικού ελέγχου και στην αξιολόγηση και αξιοποίηση των καινοτομιών καθώς και στην ίδρυση και συμμετοχή σε επιχειρήσεις παραγωγής και εμπορίας βιοτεχνικών προϊόντων (<http://eommex.gr>, 2011, Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα (Πελοπόννησος)).

Ταυτόχρονα ασχολείται με δάνεια, οικονομικές ενισχύσεις και εγγυητικές επιστολές σχετικά με τις ΜΜΕ. Από το 1999 και μετά ο ΕΟΜΜΕΧ αναπροσαρμόζει το ρόλο του και έχει σαν στόχο να συμβάλει στον σχεδιασμό και την εφαρμογή της εθνικής πολιτικής για την ανάπτυξη των ΜΜΕ και να προωθήσει το επιχειρηματικό πνεύμα. Για να επιτευχθούν οι παραπάνω στόχοι ο Οργανισμός εξυπηρέτησε περισσότερες από 50.000 μικρομεσαίες επιχειρήσεις σε όλη την Ελλάδα. Τα έργα αυτά υλοποιήθηκαν σε τομείς που αφορούσαν την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας και δημιουργίας νέων επιχειρήσεων, τις δράσεις για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ, την υποστήριξη των επενδυτικών δραστηριοτήτων των ΜΜΕ καθώς και σε άλλους τομείς.

6.2. ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

Το επιχειρησιακό πρόγραμμα «Ενίσχυση της Γυναικείας επιχειρηματικότητας» σαν βασικό στόχο έχει να προωθήσει την ανάπτυξη και υποστήριξη της επιχειρηματικότητας των γυναικών μέσω χρηματοδοτικών ενισχύσεων για τη δημιουργία νέων βιώσιμων μικρομεσαίων επιχειρήσεων στους τομείς της μεταποίησης και των λοιπών επιλέξιμων δραστηριοτήτων. Μεγάλη έμφαση δίνεται στην προώθηση σύγχρονων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Μεγάλη έμφαση δίνεται στην προώθηση σύγχρονων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που στοχεύουν στη δημιουργία εξελίξιμων και ανταγωνιστικών επιχειρήσεων. Σκοπός είναι να συντελέσει στην ενθάρρυνση όλο και περισσότερων πρωτοβουλιών από γυναίκες σε ό,τι αφορά την έναρξη μιας επιχείρησης. Η παρότρυνση αυτή δεν είναι εύκολη καθώς τα επιχειρηματικά σχέδια των γυναικών είναι περιορισμένα εξαιτίας μιας πληθώρας παραγόντων.

Στο εν λόγω πρόγραμμα προβλέπεται η χορήγηση επιδότησης η οποία μπορεί να φτάσει μέχρι και το 50% του προϋπολογισμού του συνολικού επιχειρηματικού σχεδίου. Η δημόσια χρηματοδότηση καταβάλλεται απευθείας στην επιχείρηση και δεν επιτρέπεται η εκχώρησή της σε τρίτους. Οι επιλέξιμες κατηγορίες δαπανών περιλαμβάνουν τον αναγκαίο παραγωγικό εξοπλισμό, τις ειδικές εγκαταστάσεις καθώς και τις μεταφορές. Περιλαμβάνουν ακόμα τη μεταφορά τεχνογνωσίας, την κατάρτιση του προσωπικού καθώς και όλες τις αναγκαίες επιχειρηματικές συμβουλές (<http://eommex.gr>, 2011, Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα (Πελοπόννησος)).

Ωστόσο για να παραχωρηθούν όλα τα παραπάνω πρέπει να πληρούνται ορισμένες προϋποθέσεις. Έτσι λοιπόν δικαίωμα συμμετοχής στο πρόγραμμα έχουν γυναίκες επιχειρηματίες που η ηλικία τους βρίσκεται μεταξύ 21-55 ετών, είναι άνεργες, μισθωτές ή

ελεύθεροι επαγγελματίες. Απαραίτητη προϋπόθεση είναι να μετέχουν στο κεφάλαιο της εταιρείας. Ταυτόχρονα στο πρόγραμμα εντάσσονται επιχειρηματικές δραστηριότητες σχετικές με τον τομέα της μεταποίησης, των υπηρεσιών και του τουρισμού, μπορούν ωστόσο να συμπεριληφθούν και μη επιλέξιμες δραστηριότητες με την παράμετρο ότι σε αυτή την περίπτωση η επιχορήγηση θα αφορά μονάχα τις δαπάνες που θα σχετίζονται με τις επιλέξιμες δραστηριότητες. Τέλος, ο συνολικός προϋπολογισμός του επιχειρησιακού σχεδίου πρέπει να κυμαίνεται από 30.000 – 150.000 ευρώ για τον τομέα της μεταποίησης και 30.000 – 90.000 ευρώ για τις υπόλοιπες δραστηριότητες. Όσον αφορά τα στάδια υλοποίησης του προγράμματος χωρίζονται σε τρεις φάσεις. Αρχικά με απόφαση του Υπουργείου Ανάπτυξης ανακοινώνεται δια του Τύπου η πρόκληση ενδιαφέροντος για συμμετοχή στο πρόγραμμα. Κατόπιν ακολουθεί η εξέταση, αξιολόγηση και βαθμολόγηση των υποβαλλόμενων προτάσεων και τέλος ακολουθεί με απόφαση του Υπουργείου Ανάπτυξης η ένταξη των προτάσεων που θα επιλεγούν στο πρόγραμμα.

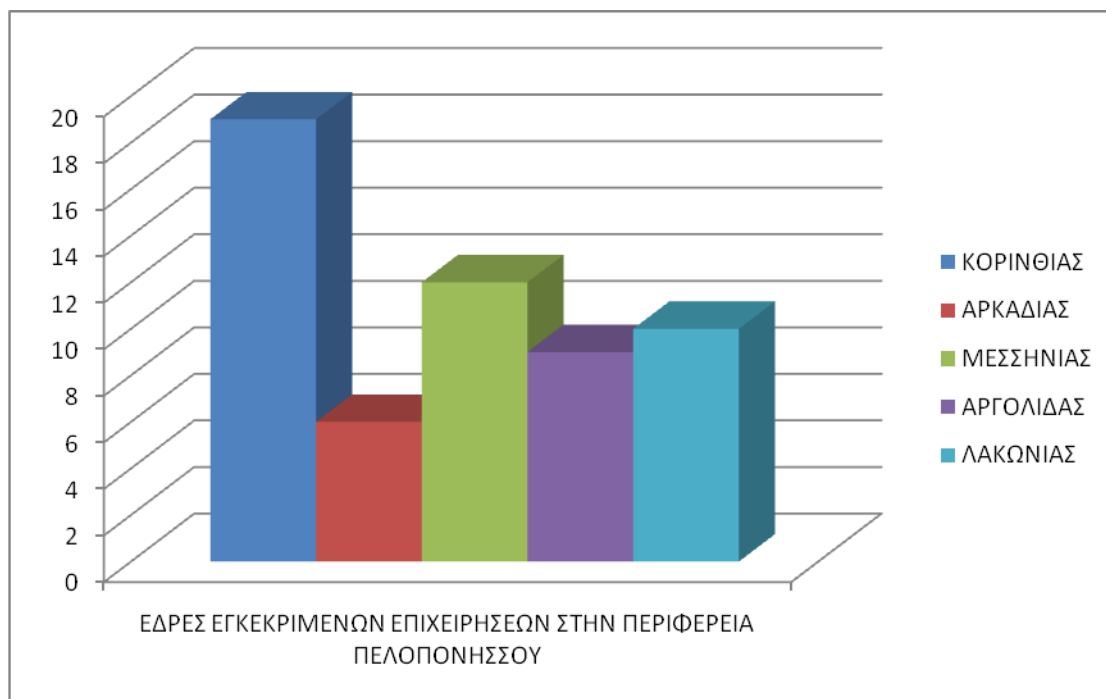
6.3. ΕΔΡΕΣ ΕΓΚΕΚΡΙΜΕΝΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

Μελετώντας τον Πίνακα 6.1 παρατηρούμε ότι με το πρόγραμμα ενίσχυσης της γυναικείας επιχειρηματικότητας όπως αυτό εξελίχθηκε με τους τρεις κύκλους, εγκρίθηκαν 19 έδρες επιχειρήσεων στο Νομό Κορινθίας, 6 έδρες στο Νομό Αρκαδίας, 12 έδρες στο Νομό Μεσσηνίας, 9 στο Νομό Αργολίδος και 10 έδρες στο Νομό Λακωνίας.

ΝΟΜΟΙ	ΕΔΡΕΣ ΕΓΚΕΚΡΙΜΕΝΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	19
ΑΡΚΑΔΙΑΣ	6
ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	12
ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ	9
ΛΑΚΩΝΙΑΣ	10

Πηγή: EOMMEX

Πίνακας 6.1



Πηγή: ΕΟΜΜΕΧ

Επομένως σαν πρώτο συμπέρασμα βλέπουμε ότι οι περισσότερες προτάσεις που εγκρίθηκαν, και στους τρεις κύκλους υποβολής αιτήσεων για την έναρξη νέας επιχείρησης από γυναίκες επιχειρηματίες βρίσκονται στο Νομό Κορινθίας, ενώ οι λιγότερες συναντώνται στο Νομό Αρκαδίας. Ακολουθώντας στον Πίνακα 6.2 παρατηρούμε ότι οι περισσότερες εγκρίσεις για την έναρξη επιχείρησης στην Περιφέρεια Πελοποννήσου δόθηκαν στα πλαίσια του γ' κύκλου (24 επιχειρήσεις), έπειτα του α' κύκλου (20 επιχειρήσεις) και τέλος του β' κύκλου (12 επιχειρήσεις) (<http://eommex.gr>, 2011, Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα (Πελοπόννησος)).

ΚΥΚΛΟΙ	ΕΓΚΡΙΣΕΙΣ	ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	ΑΡΚΑΔΙΑΣ	ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ	ΛΑΚΩΝΙΑΣ
Α κύκλος	20	8	3	2	4	3
Β κύκλος	12	4	1	1	3	3
Γ κύκλος	24	7	2	9	2	4

Πηγή: ΕΟΜΜΕΧ

Πίνακας 6.2

6.4. ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Μελετώντας τον Πίνακα 6.3 παρατηρούμε ότι ο υψηλότερος προϋπολογισμός δαπανήθηκε στο Νομό Μεσσηνίας στον οποίο αντιστοιχεί και το μεγαλύτερο μέσο ύψος επενδυτικού σχεδίου (77.611 ευρώ). Ακολουθεί ο Νομός Λακωνίας, ενώ ο νομός με το χαμηλότερο προϋπολογισμό είναι ο Νομός Κορινθίας είναι ο νομός με τις περισσότερες εγκεκριμένες έδρες επιχειρήσεων. Την ίδια στιγμή παρατηρούμε ότι στο Νομό Αρκαδίας, ο οποίος έχει τις λιγότερες έδρες εγκεκριμένων επιχειρήσεων, αντιστοιχεί μέσο ύψος επενδυτικού σχεδίου που αγγίζει τα 57.896 ευρώ, δηλαδή σχεδόν διπλάσιο από αυτό που αντιστοιχεί στο Νομό Κορινθίας. Επομένως θα περίμενε κανείς ο προϋπολογισμός που έχει

εγκριθεί για τον κάθε νομό να είναι ανάλογος με τον αριθμό εγκεκριμένων επιχειρήσεων του νομού κάτι τέτοιο δεν ισχύει.

ΝΟΜΟΙ	ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	ΜΕΣΟ ΥΨΟΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ
ΚΟΡΙΝΘΙΟΥ	236.876	29609,5
ΑΡΚΑΔΙΑΣ	289.481	57896,2
ΛΑΚΩΝΙΑΣ	617.446	68605,11
ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ	455.752	50639,11
ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	1.008.955	77611,92

Πηγή: ΕΟΜΜΕΧ

Πίνακας 6.3

Οι πιο μεγάλες πόλεις στις οποίες έχουν εγκριθεί επιχειρηματικά σχέδια είναι η Καλαμάτα, η Κυπαρισσία, η Σπάρτη, η Κόρινθος, το Ναύπλιο και το Λουτράκι. Το ύψος του προϋπολογισμού που αντιστοιχεί στο σύνολο της χώρας ανέρχεται στα 81.493.150 ευρώ και το ποσό που αναλογεί στην περιφέρεια Πελοποννήσου ανέρχεται στα 2.608.510 ευρώ.

6.5.ΓΥΝΑΙΚΕΙΟΙ ΑΓΡΟΤΙΚΟΙ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΙ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

Οι Γυναικείοι Αγροτουριστικοί Συνεταιρισμοί αποτελούν ένα σημαντικό οικονομικό, κοινωνικό και πολιτιστικό θεσμό, διότι προάγουν την ανάπτυξη της συλλογικής δράσης των γυναικών, συμβάλλουν ουσιαστικά στην αξιοποίηση των τοπικών πόρων, προσφέρουν συμπληρωματικό εισόδημα στην αγροτική οικογένεια, μεταλαμπαδεύουν τις διαχρονικές ποιοτικές ελληνικές διατροφικές συνήθειες, διατηρούν και προβάλλουν την πολιτιστική κληρονομιά και δημιουργούν συνθήκες συγκράτησης του πληθυσμού στις εστίες του.

Στη χώρα μας λειτουργούν 141 Γυναικείοι Αγροτουριστικοί Συνεταιρισμοί, οι οποίοι δραστηριοποιούνται στη μεταποίηση τοπικών προϊόντων και υπηρεσιών εστίασης, στην παραγωγή ειδών οικοτεχνίας – χειροτεχνίας και στην προσφορά υπηρεσιών αγροτουρισμού.

Οι γυναίκες, αξιοποιώντας τα αγνά και ποιοτικά προϊόντα της ελληνικής γης, ξαναζωντανεύουν τον υπέροχο διατροφικό πολιτισμό που κληρονόμησαν και με παραδοσιακούς τρόπους παράγουν τρόφιμα υψηλής θρεπτικής αξίας, ασφαλή και υγιεινά. Αναβιώνουν την τοπική πολιτιστική παράδοση και προωθούν στην αγορά χειροτεχνήματα μοναδικά σε χρώματα και αισθητική, προσαρμόζοντας παραδοσιακά σχέδια σε σύγχρονες κατασκευές οικοτεχνίας – χειροτεχνίας και χρησιμοποιώντας υλικά απλά (<http://www.minagric.gr/index.php/el/for-farmer-2/agrotourism/agricultural-association>, 2014, Γυναικείοι Αγροτικοί Συνεταιρισμοί).

Στα αγροτουριστικά καταλύματά τους ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα να απολαύσει μια άλλη μορφή φιλοξενίας, πιο κοντά στην τοπική κοινωνία και στους ρυθμούς του χωριού, καθώς έχει την ευκαιρία να γευτεί αυθεντικές παραδοσιακές γεύσεις και να γνωρίσει τον αγροτικό τρόπο ζωής

6.5.1. Αγροτικός συνεταιρισμός γυναικών Αργολίδας

Ο Αγροτικός Συνεταιρισμός Γυναικών Αργολίδας «Κιανών Έργα» ιδρύθηκε το Νοέμβριο του 2007 με έδρα τη Νέα Κίο. Αυτή την εποχή το κατάστημα λειτουργεί στην πλατεία Δημάρχου Κατρίλιωτη. Έχει τη δυνατότητα να δεχτεί επισκέψεις εκδρομέων απ' όλες τις περιοχές της Ελλάδας.

Οι επισκέπτες μπορούν να παρακολουθήσουν τα στάδια της παραγωγής των γλυκών ή απλά να προμηθευτούν νοστιμότητα γλυκά του κουταλιού, μαρμελάδες, μικρασιάτικα γλυκά του ταπιού και διάφορα λικέρ, όλα φτιαγμένα με μεράκι και αγνά υλικά από τις γυναίκες του Συνεταιρισμού (από εσπεριδοειδή κατά κύριο λόγο αλλά και από διάφορα άλλα φρούτα και όχι μόνο ...π.χ. καρότο, κολοκύθι, κ.λπ.), μαρμελάδες και διάφορα λικέρ με γεύσεις φρούτων καθώς και το παραδοσιακό λικέρ βυσσόν, το σεκέρπαρε (μικρασιάτικο γλυκό του ταπιού), τον παραδοσιακό χαλβά (αλλά και χαλβά με σοκολάτα), όπως βέβαια και το κρασάτο, το παραδοσιακό μικρασιάτικο γλυκό του ταπιού, που δεν το βρίσκει κανείς πουθενά αλλού στην Ελλάδα (<http://www.productsgreek.com/el/elliniko-ouzo-tsipouro-likerm-pyra/etaireies-trofimon/item/391-agrotikos-synetairismos-gynaikon-argolidas>, 2012, Αγροτικός Συνεταιρισμός Γυναικών Αργολίδας).



6.5.2. Αγροτικός Συνεταιρισμός Γυναικών Λακωνίας

Αγροτικός Συνεταιρισμός Γυναικών Λεωνιδίου

Ο Αγροτικός Συνεταιρισμός Γυναικών Λεωνιδίου ξεκίνησε να λειτουργεί στο Λεωνίδιο το Νοέμβριο του 2006. Οι Γυναίκες του Λεωνιδίου θέλουν να διατηρήσουν τις τοπικές παραδοσιακές συνταγές αλλά και να προωθήσουν τα τοπικά προϊόντα και κυρίως την τσακωνική μελιτζάνα (Προϊόν Ονομασίας Προέλευσης).



Στο συνεταιρισμό συμμετέχουν επτά γυναίκες της περιοχής και παρασκευάζουν γλυκά του κουταλιού, μαρμελάδες, λικέρ, χυλοπίτες, τραχανά, παξιμάδια, βουτήματα, δίπλες, αμυγδαλωτά και γλυκά του ταπιού. Αναλαμβάνουν επίσης την τροφοδοσία σε διάφορες εκδηλώσεις, όπως βαπτίσεις γάμους κ.λπ.

Αγροτικός συνεταιρισμός οικοτεχνίας – χειροτεχνίας «Η ΕΡΓΑΝΗ»

Στο ιστορικό Γεράκι οι γυναίκες του Συνεταιρισμού σε όρθιους αργαλειούς κατασκευάζουν μοναδικά σε σχέδια και χρώματα υφαντά (κιλίμια, μαξιλάρες, χαλιά), όλα εμπνευσμένα από τη Βυζαντινή περίοδο καθώς και υπέροχα χειροτεχνήματα (ασπροκεντήματα, κοφτά, πλεκτά με βελονάκι) κ.ά.

Αγροτικός συνεταιρισμός γυναικών Κροκέων Λακωνίας «Η ΚΥΝΙΣΚΑ»

Οι δραστήριες γυναίκες του συνεταιρισμού χρησιμοποιώντας παραδοσιακές συνταγές ασχολούνται με την παραγωγή σαπουνιού από ελαιόλαδο και με την επεξεργασία προϊόντων ελιάς, και ελαιολάδου, αξιοποιώντας τη μεγάλη τοπική παραγωγή. Μια άλλη ιδιαίτερη δραστηριότητα των γυναικών είναι η κατασκευή τοπικών παραδοσιακών φορεσιών (βλάχικη, μανιάτικη) καθώς και αποκριάτικων στολών με πρωτότυπα σχέδια και ποικίλα χρώματα, δίνοντας κάθε χρόνο μια ξεχωριστή νότα στο τοπικό καρναβάλι (http://www.minagric.gr/images/stories/docs/agrotis/agrotourismos/PELLOPONHSOS_210814.pdf, 2014, Γυναικείοι Αγροτικοί Συνεταιρισμοί Πελοποννήσου).



6.5.3. Γυναικείοι Συνεταιρισμοί γυναικών Μεσσηνίας

Αγροτικός Συνεταιρισμός Γυναικών Δ. Δωρίου Μεσσηνίας «Δωριέων Γεύσεις»

Οι γυναίκες του συνεταιρισμού ασχολούνται με την Παρασκευή παραδοσιακών προϊόντων όπως γλυκά κουταλιού, αρτοσκευάσματα, ζυμαρικά, λικέρ καθώς επίσης και με τη χειροτεχνία.

Αγροτουριστικός Αγροβιοτεχνικός Συνεταιρισμός Κυπαρισσίας «ΝΕΔΑ»

Οι γυναίκες του συνεταιρισμού ασχολούνται με την Παρασκευή γλυκισμάτων από φρούτα και κηπευτικά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο – ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

7.1. ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Βασικός σκοπός μέσα από τη μελέτη που θα ακολουθήσει είναι η διερεύνηση των απόψεων, των ιδεών αλλά και της κατάστασης που κυριαρχεί στους γυναικείους συνεταιρισμούς της Πελοποννήσου και ιδιαίτερα της υπαίθρου, καθώς και η σχέση τους με την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Οι επιμέρους στόχοι της έρευνας είναι:

1. Η καταγραφή της υπάρχουσας άποψης για την ελληνική επιχειρηματικότητα.
2. Η καταγραφή της άποψης των γυναικών των συνεταιρισμών για τα προϊόντα που παράγουν.
3. Η έρευνα για την οικονομική βοήθεια που δέχονται οι συνεταιρισμοί από το κράτος.
4. Τα προβλήματα (κοινωνικά, οικονομικά) που πρέπει να αντιμετωπίσουν οι γυναίκες όταν αποφασίσουν να αρχίσουν τη δική τους επιχείρηση.

Η μεθοδολογία που χρησιμοποιείται στην ερευνητική διαδικασία, κατέχει σημαντικό ρόλο στο αποτέλεσμα της εκάστοτε έρευνας. Μέσω των μεθόδων που θα ακολουθηθούν θα παρουσιαστούν τα αποτελέσματα και τα συμπεράσματα πάνω στο θέμα που μας απασχόλησε.

Στη δευτερογενή έρευνα πραγματοποιήθηκε επισκόπηση σε ελληνική και διεθνή βιβλιογραφία, χρήση πηγών από το Διαδίκτυο, από αξιόπιστες ιστοσελίδες, αλλά και από υλικό που εστάλη για τις ανάγκες της εργασίας, από επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο αυτό.

7.2. Η ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΚΑΙ ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΗΣ ΕΡΕΥΝΑ

Πρωτογενείς πηγές πληροφόρησης θεωρούνται όσες περιγράφουν ένα γεγονός ή είναι τα αποτελέσματα μιας έρευνας χωρίς όμως να αποτελέσουν αντικείμενο επεξεργασίας ή αξιολόγησης. Πρόκειται δηλαδή για πρωτότυπο υλικό που δεν έχει υποστεί ερμηνεία, σύνοψη ή αξιολόγηση από έτερο άτομο/ομάδα.

Οι τρόποι διεξαγωγής τα συγκεκριμένης έρευνας είναι οι ακόλουθοι:

1. Χρήση ερωτηματολογίου
2. Συνεντεύξεις σε βάθος
3. Με τη μέθοδο της παρατήρησης
4. Με πειραματισμό

Οι δευτερογενείς πηγές πληροφόρησης προκύπτουν ως το αποτέλεσμα της επεξεργασίας των πρωτογενών πηγών πληροφόρησης. Οι δευτερογενείς πηγές ουσιαστικά παρέχουν πληροφορίες για πρωτογενείς πηγές ή για πρωτότυπες πληροφορίες που έχουν τροποποιηθεί, επιλεγεί ή έχουν αποκτήσει νέα διάταξη, με στόχο να εξυπηρετήσουν νέο κοινό ή διαφορετικό σκοπό.

Παραδείγματα πηγών που μπορεί να είναι χρήσιμα στα πλαίσια δευτερογενούς έρευνας αποτελούν, τα στατιστικά στοιχεία που συλλέγονται από τις κρατικές υπηρεσίες, προηγούμενες, πρόσφατες έρευνες που έχουν διεξαχθεί για το ίδιο θέμα, στοιχεία που συλλέγονται από τα διάφορα τμήματα ενός οργανισμού π.χ. τμήμα πωλήσεων, λογιστήριο κ.λπ. (Μεθοδολογικές Έρευνες, 2007, <http://www.slideshare.net/dourvas/project-10107509>).

7.3. ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

Η διαδικασία διεξαγωγής μιας ποσοτικής κοινωνικής έρευνας ακολουθεί δύο διακριτά στάδια. Κατά το πρώτο, το στάδιο σχεδιασμού, διατυπώνονται οι σκοποί της έρευνας και προσδιορίζονται τα ζητούμενα βάσει υποθέσεων εργασίας, ακολούθως δε επιλέγεται η μέθοδος πραγματοποίησής της και σχεδιάζεται η βήμα προς βήμα υλοποίησή της. Κατά το δεύτερο, το στάδιο υλοποίησης, συλλέγονται τα απαραίτητα στοιχεία, ακολουθεί η επεξεργασία και ανάλυση των δεδομένων που προκύπτουν και γίνεται η σύνθεσή τους και διατύπωση των σχετικών συμπερασμάτων.

7.3.1. Κατάρτιση Ερωτηματολογίων

Στις ποσοτικές έρευνες χρησιμοποιείται ευρύτατα η συμπλήρωση ερωτηματολογίων, στα οποία αποτυπώνεται το περιεχόμενο των προσωπικών συνεντεύξεων που λαμβάνονται επί τούτου.

Η συνέντευξη είναι η τεχνική που έχει σκοπό να οργανώσει μία σχέση προφορικής επικοινωνίας ανάμεσα σε δύο πρόσωπα, το συνεντευκτή και τον ερωτώμενο, έτσι ώστε να επιτρέψει στον πρώτο τη συλλογή ορισμένων πληροφοριών απ' τον δεύτερο πάνω σ' ένα συγκεκριμένο αντικείμενο.

Η έρευνα που γίνεται με τη μέθοδο αυτή πρέπει να έχει προετοιμαστεί με κάθε λεπτομέρεια, μια και ο συνεντευκτής οφείλει στο ελάχιστο χρονικό διάστημα, να αποκτήσει πολυάριθμες και τις πιο σημαντικές πληροφορίες.

Αυτή η προετοιμασία οδηγεί στην κατάστρωση ερωτηματολογίου από τον ερευνητή, ο οποίος αναλαμβάνει:

- α) Να μετατρέψει τους σκοπούς που επιδιώκει η έρευνα σε επί μέρους ερωτήσεις.
- β) Να προσαρμόσει το ερωτηματολόγιο στα πρόσωπα με τα οποία θα γίνει η συνέντευξη.
- γ) Να ενημερώσει τους συνεντευκτές γι' αυτά έτσι ώστε να μπορέσουν να εκθέσουν με σαφήνεια τις ερωτήσεις στα πρόσωπα που θα υποβληθούν στη συνέντευξη και να προδιαθέσει το ερωτώμενο πρόσωπο να μεταδώσει αυθόρμητα τις πληροφορίες που περιμένουν από αυτό (Ποσοτικές έρευνες, (n.d.), <http://www.ekke.gr/estia/Grenved/seminar3.htm>).

7.3.2. Δειγματοληψία και απογραφή

Ο βασικότερος παράγοντας που μας κάνει να επιλέγουμε την δειγματοληψία αντί της απογραφής, είναι οπωσδήποτε η αδυναμία να πραγματοποιηθεί απογραφή είτε για λόγους αντικειμενικούς είτε για λόγους οικονομίας, μια και το κόστος μιας έρευνας είναι συνήθως ανάλογο του αριθμού των στοιχείων που εξετάζονται.

Τα κύρια πλεονεκτήματα της δειγματοληψίας έναντι της απογραφής είναι:

α) Ταχύτητα. Η απογραφή ενός πολύ μεγάλου πληθυσμού απαιτεί πολύ χρόνο. Αν κάποια στοιχεία επείγει να γίνουν γνωστά, η δειγματοληπτική μέθοδος αποτελεί την μόνη λύση.

β) Ευρύτερο πεδίο έρευνας: Ακριβώς επειδή απευθύνεται σε λιγότερα άτομα, υπάρχει η δυνατότητα να συγκεντρωθούν πληροφορίες για πολύ περισσότερα χαρακτηριστικά του ερωτώμενου πληθυσμού.

γ) Ακρίβεια: Όσο κι' αν φαίνεται περίεργο είναι δυνατό με μια δειγματοληπτική έρευνα να έχουμε πιο ακριβή αποτελέσματα. Πράγματι η περιορισμένη έκταση της επιτρέπει να χρησιμοποιηθεί ειδικευμένο προσωπικό, γεγονός που θα μειώσει τα σφάλματα παρατήρησης.

Για να πετύχει μια δειγματοληπτική έρευνα πρέπει ο πληθυσμός όχι μόνο να είναι σαφώς ορισμένος αλλά και αρκετά ομοιογενής. Αν η τιμή του χαρακτηριστικού που μετράμε παίρνει πολύ μικρές και πολύ μεγάλες τιμές, θα πρέπει οι ακραίες περιπτώσεις ν' απομονωθούν και να μελετηθούν χωριστά γιατί αλλιώς τα συμπεράσματα μας θα είναι εντελώς λανθασμένα.

Τέλος, αν δε δοθεί προσοχή στα σφάλματα παρατήρησης, όσο σωστά κι' αν έχει επιλεγεί το δείγμα, η προσπάθεια θα πάει χαμένη. Αποδεικνύεται πως τα λάθη παρατήρησης επηρεάζουν πολύ περισσότερο μια δειγματοληψία παρά μια απογραφή και μάλιστα τόσο περισσότερο όσο μικρότερο είναι το δείγμα.

7.4. ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

Μέσω της ποιοτικής έρευνας συλλέγονται δεδομένα τα οποία περιγράφουν προβλήματα κι έννοιες από τη ζωή των ατόμων. Τα δεδομένα μπορούν να προέλθουν από συνεντεύξεις, παρατηρήσεις, συμμετοχικές παρατηρήσεις, ιστορίες, αλληλεπιδράσεις, περιπτωσιολογικές μελέτες, προσωπικές εμπειρίες, ιστορίες ζωής, αναλύσεις αρχείων, οπτικό υλικό κι ενδοσκοπήσεις.

Η ποιοτική έρευνα έχει δύο βασικά μοναδικά χαρακτηριστικά. Το πρώτο είναι ότι ο ερευνητής αποτελεί το μέσο με το οποίο διεξάγεται η έρευνα, και το δεύτερο είναι ότι ο κύριος σκοπός της είναι να διερευνήσει κάποιες πλευρές του κοινωνικού συστήματος που μελετά. Και τα δύο αυτά χαρακτηριστικά είναι αναπόσπαστα μέρη της διαδικασίας και θεωρούν τον ερευνητή ως αυτόν που δομεί τη γνώση και όχι ως απλό δέκτη αυτής. Ο ερευνητής συλλέγει τα δεδομένα, τα οποία μετατρέπει και ερμηνεύει, μέσω της ανάλυσης, σε πληροφορίες. Οι πληροφορίες αυτές, όταν εφαρμόζονται και χρησιμοποιούνται επαναλαμβανόμενα στην πράξη σε διάφορες κοινωνικές καταστάσεις, γίνονται γνώση. (Ποιοτική έρευνα, 2012. Πανεπιστήμιο, http://lab.pe.uth.gr/psych/index.php?option=com_content&view=article&id=87&Itemid=245&lang=el)

Η συλλογή δεδομένων χρησιμοποιώντας ποιοτικές μεθόδους είναι μια πολύπλευρη διαδικασία με τέσσερα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά: (α) ο σκοπός είναι μια όσο το δυνατόν πλουσιότερη περιγραφή του πραγματικού πλαισίου της έρευνας, (β) δεν είναι εκ των προτέρων καθορισμένο επακριβώς το τι δεδομένα θα συλλεχθούν, (γ) χρησιμοποιούνται πολλαπλές μέθοδοι συλλογής δεδομένων, (δ) τα δεδομένα δεν είναι αντικειμενικά.

Είναι φανερό η διαφορά με τις ποσοτικές μεθόδους έρευνας όπου θεωρητικά αν διαφορετικοί ερευνητές μελετήσουν το ίδιο φαινόμενο χρησιμοποιώντας την ίδια μέθοδο και διαδικασία θα πρέπει να καταλήξουν στα ίδια συμπεράσματα.

7.5. ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ

Ο στόχος της παρούσας έρευνας είναι να παρουσιάσει την πορεία της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα και πιο συγκεκριμένα, την ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας με παραδείγματα από τους γυναικείους συνεταιρισμούς στην Πελοπόννησο. Η ερευνητική μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε ήταν η μέθοδος της δειγματοληψίας μέσω ερωτηματολογίων με ερωτήσεις κλειστού τύπου.

Η έρευνά μας αποτελείται από ένα ερωτηματολόγιο των εικοσιπέντε ερωτήσεων (25), που απαντήθηκε από τέσσερις (4) διαφορετικούς γυναικείους συνεταιρισμούς της Πελοποννήσου των Νομών Λακωνίας, Μεσσηνίας και Αρκαδίας (*Αγροτικός συνεταιρισμός γυναικών Κροκέων Λακωνίας «Η ΚΥΝΙΣΚΑ»*, *Αγροτικός Συνεταιρισμός Γυναικών Λεωνιδίου, Αγροτουριστικός Αγροβιοτεχνικός Συνεταιρισμός Κυπαρισσίας «ΝΕΔΑ»*, *Αγροτικός Συνεταιρισμός Γυναικών Δ. Δωριού Μεσσηνίας «Δωριέων Γεύσεις»*). Στο σύνολό τους οι συνεταιρισμοί αποτελούντο από σαράντα γυναίκες, οι οποίες μας απάντησαν και στα ερωτηματολόγια που τους αποστείλαμε.

Το ερωτηματολόγιο της έρευνας δομήθηκε με τέτοιο τρόπο έτσι ώστε οι πληροφορίες που θα συλλεγούν μέσω αυτού να είναι στατιστικά και ηλεκτρονικά επεξεργάσιμες και να οδηγούν σε ουσιαστικά αποτελέσματα. Το ερωτηματολόγιο θα πρέπει να είναι σύντομο καθώς μεγάλα ερωτηματολόγια αποθαρρύνουν τόσο τους ερευνητές όσο και τους ερωτώμενους. Τα μεγάλα μεγέθους ερωτηματολόγια αυξάνουν το κόστος της έρευνας ενώ λόγω των αρνήσεων συμπλήρωσης τους, μειώνουν και την ποιότητά της. Παράλληλα, το ερωτηματολόγιο πρέπει να είναι εύκολο στην απάντηση και τα διάφορα ερωτήματα να έχουν μια λογική ακολουθία έτσι ώστε η συμπλήρωσή του να εξελίσσεται ομαλά (Ζαΐρης Ε.Π., 2005:27).

Βέβαια η μέθοδος αυτή έχει και αρκετά μειονεκτήματα που οφείλονται τόσο στη φύση όσο και στην εφαρμογή της. Συγκεκριμένα, τα υποκείμενα λόγω του περιορισμού που δέχονται από τη πλευρά του ερευνητή, δε δίνουν πάντα ακριβείς απαντήσεις και δεν απαντούν αυθόρμητα. Επίσης στο χρονικό διάστημα που μεσολαβεί από τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου από τα υποκείμενα, μέχρι την επιστροφή τους υπάρχει κίνδυνος να σημειωθεί μεγάλη απώλεια ερωτηματολογίων.

Όμως, παρόλα τα μειονεκτήματα που έχει η μέθοδος αυτή, αποφασίστηκε να χρησιμοποιηθεί στην παρούσα έρευνα, γιατί τη θεωρήσαμε για το θέμα μας ως την πιο ενδεικνύομενη και την πιο αποτελεσματική, δεδομένου ότι επιδιώκαμε να συλλέξουμε πληροφορίες καθώς και ότι το γραπτό ερωτηματολόγιο απαντιέται εύκολα-δεδομένου ότι το δείγμα αποτελείτο από εργαζόμενες γυναίκες επιχειρηματίες.

Στην πλειονότητά τους οι ερωτήσεις ήταν κλειστές. Οι ερωτηθείσες έπρεπε να επιλέξουν μία από τις απαντήσεις που τους δίνονταν στην εκάστοτε ερώτηση. Για λόγους ευκολίας αλλά και εξαγωγή ασφαλέστερων αποτελεσμάτων, τους ζητήθηκε σε ορισμένες απαντήσεις να βαθμολογήσουν τις ενδεικτικές απαντήσεις που τους δίνονταν. Πιο συγκεκριμένα, στις ερωτήσεις 6, 15, 21 και 23 έπρεπε να βαθμολογήσουν με 5 όταν συμφωνούσαν *πάρα πολύ*, με 4 όταν *συμφωνούσαν πολύ*, με 3 όταν συμφωνούσαν *μέτρια*, με 2 όταν συμφωνούσαν *λίγο* και με 1 όταν δεν συμφωνούσαν *καθόλου*. Με αυτόν τον τρόπο αθροίσαμε όλες τις απαντήσεις σε κάθε ερώτηση ξεχωριστά και βγάλαμε το άθροισμα και το συνολικό ποσοστό, αποτυπώνοντάς το με διαγράμματα και πίτες. Στις υπόλοιπες απλά τους ζητήθηκε να επιλέξουν μία από τις δοθέντες απαντήσεις.

Οι κλειστές ερωτήσεις προτιμήθηκαν κατά τη σύνταξη του τελικού ερωτηματολογίου, επειδή είναι πιο εύκολο να απαντηθούν από άποψη ταχύτητας, γεγονός που εξασφαλίζει περισσότερες απαντήσεις σε δεδομένο χρόνο. Παράλληλα γίνεται πιο

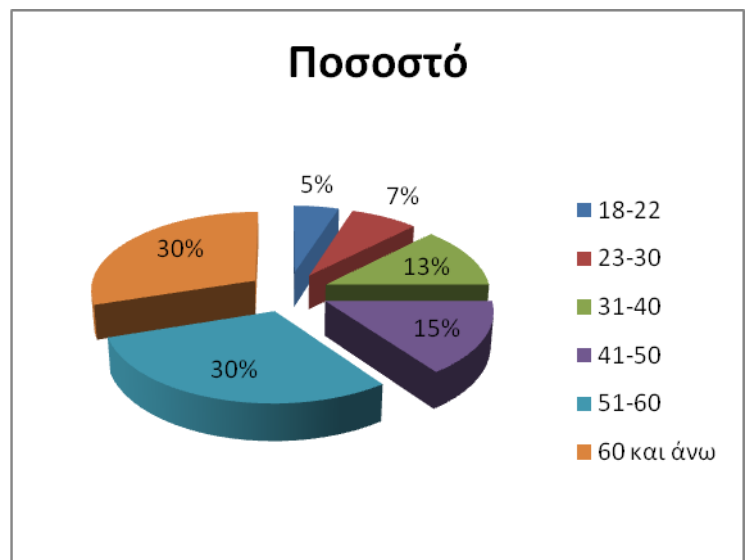
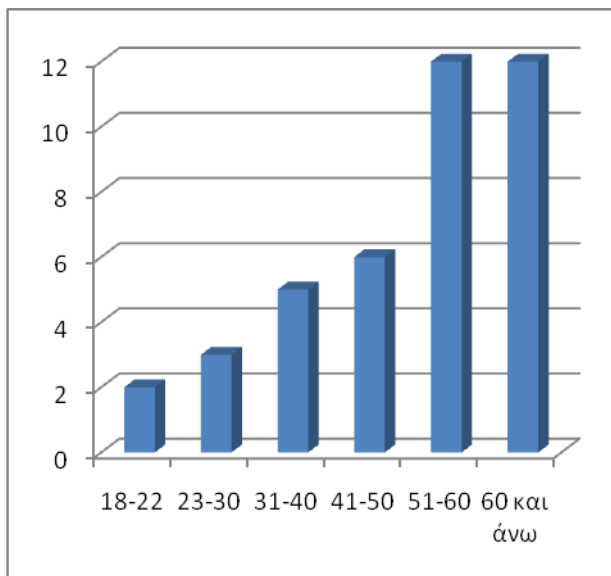
εύκολα η στατιστική επεξεργασία. Επίσης ο ερευνητής εστιάζει την προσοχή του σε αυτό που θέλει να μάθει.

Η επεξεργασία διήρκεσε τρεις περίπου μήνες με την παρακάτω διαδικασία. Αρχικά τα ερωτηματολόγια ελέγχθηκαν και αριθμήθηκαν. Συνολικά τα ερωτηματολόγια που επεστράφησαν συμπληρωμένα ήταν σαράντα.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ - ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΡΟΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΟΥΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

1. Ηλικία

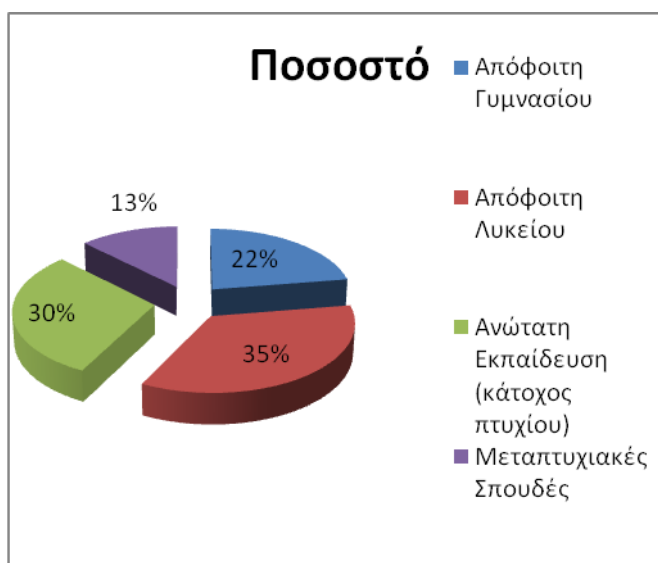
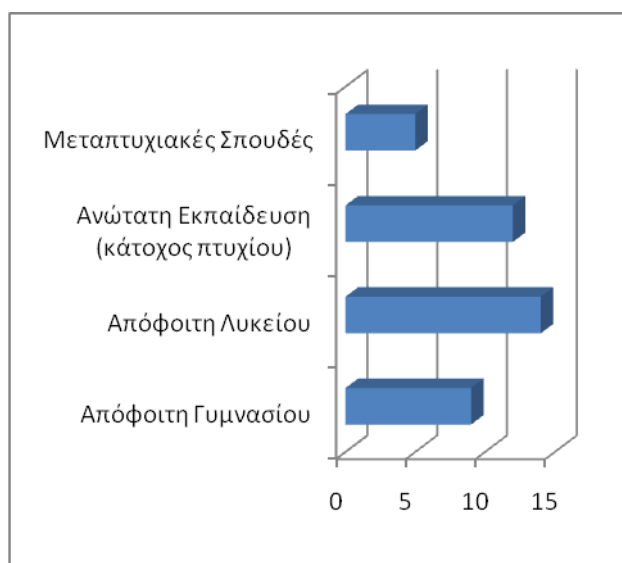
	Σύνολο	Ποσοστό
18-22	2	5%
23-30	3	7%
31-40	5	13%
41-50	6	15%
51-60	12	30%
60 και άνω	12	30%



Το σύνολο των γυναικών που απάντησε στο ερωτηματολόγιό μας αποτελείται από 40 γυναίκες εκ των οποίων το 30% ήταν ηλικίας 51 έως 60 χρονών, το άλλο 30% από 60 και πάνω, το 15% από 41 έως 50, το 13% από 31 έως 40, το 7% από 23 έως 30 χρόνων και μόνο το 5% από 18 έως 22 ετών.

2. Ποια είναι το επίπεδο της εκπαίδευσης που έχετε λάβει;

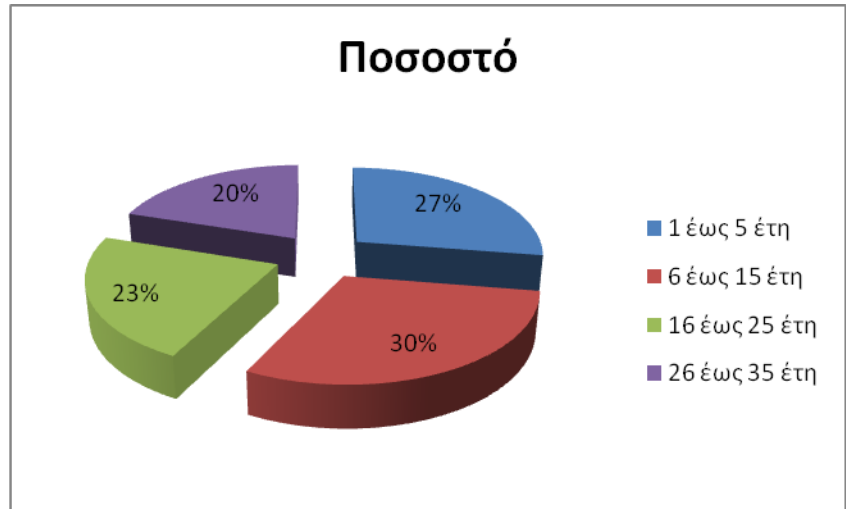
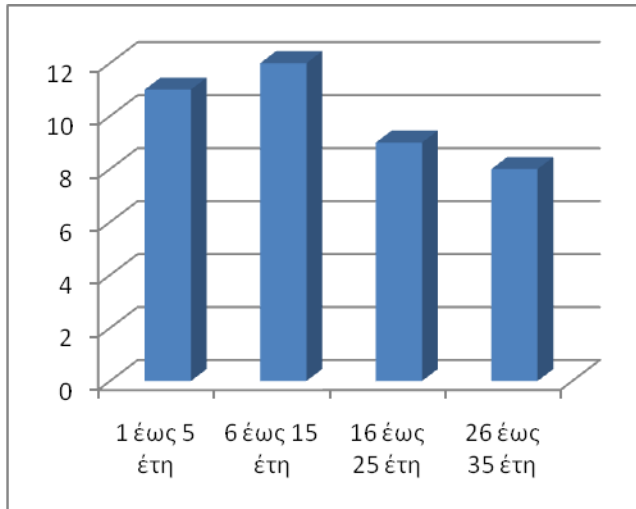
	Σύνολο	Ποσοστό
Απόφοιτη Γυμνασίου	9	22%
Απόφοιτη Λυκείου	14	35%
Ανώτατη Εκπαίδευση (κάτοχος πτυχίου)	12	30%
Μεταπτυχιακές Σπουδές	5	13%



Η δεύτερη ερώτηση αφορούσε το μορφωτικό επίπεδο των γυναικών που αποφασίζουν να ξεκινήσουν μια επιχείρηση ή να πάρουν μέρος σε μια υπάρχουσα. Το 35% των γυναικών που ρωτήσαμε μας απάντησε ότι είναι απόφοιτοι Λυκείου, ενώ το 30% είναι κάτοχοι ενός πτυχίου με ανώτατη μόρφωση. Το 22% ότι είναι απόφοιτοι Γυμνασίου και μόνο το 13% ότι έχουν μεταπτυχιακές σπουδές.

3. Πότε λειτούργησε για πρώτη φορά η επιχείρηση;

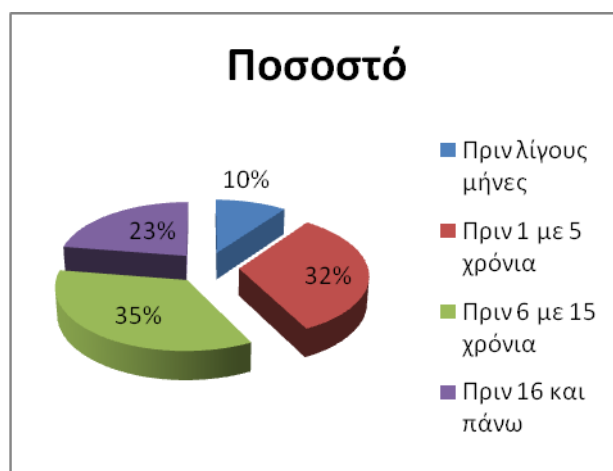
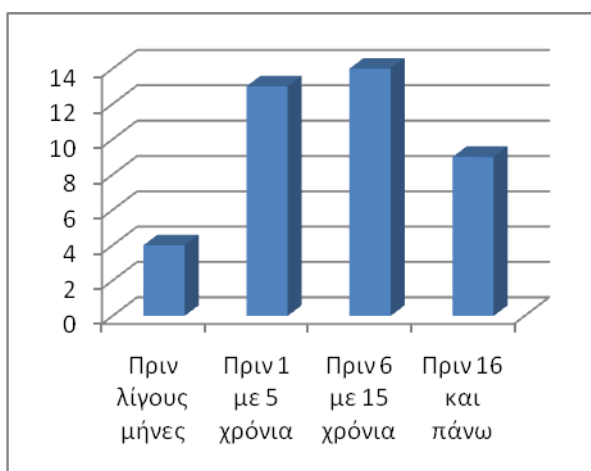
	Σύνολο	Ποσοστό
1 έως 5 έτη	11	27%
6 έως 15 έτη	12	30%
16 ως 25 έτη	9	23%
26 ως 35 έτη	8	20%



Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων στις οποίες δουλεύουν οι γυναίκες που ρωτήσαμε, λειτούργησαν πρώτη φορά πριν από 6 με 15 χρόνια (30%). Ακολουθούν οι επιχειρήσεις που ιδρύθηκαν ένα με πέντε χρόνια πριν (27%), 16 με 25 χρόνια (23%) και τέλος, 26 με 35 χρόνια πριν (20%).

4. Πότε γίνετε για πρώτη φορά μέλος του συνεταιρισμού;

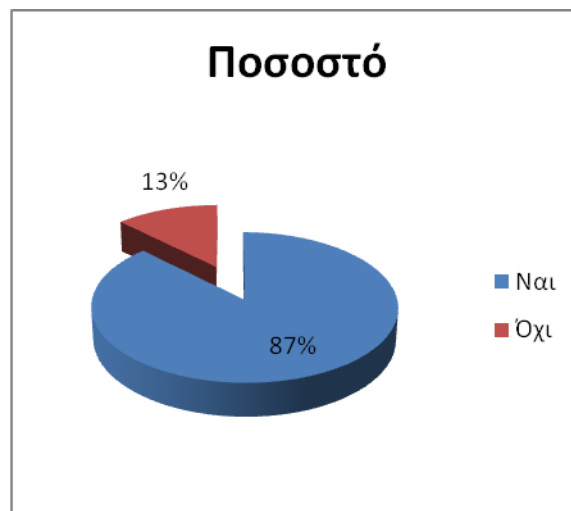
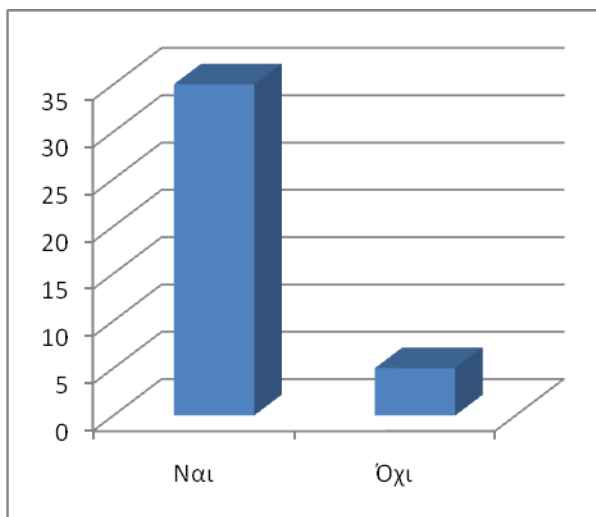
	Σύνολο	Ποσοστό
Πριν λίγους μήνες	4	10%
Πριν 1 με 5 χρόνια	13	32%
Πριν 6 με 15 χρόνια	14	35%
Πριν 16 και πάνω	9	23%



Το μεγαλύτερο μέρος των γυναικών, έγινε μέλος του συνεταιρισμού 6 με 15 χρόνια πριν (35%), ενώ το 32%, ένα με 5 χρόνια πριν. Ακολουθούν τα μέλη του συνεταιρισμού που μπήκαν στην επιχείρηση πριν 16 χρόνια και πάνω (23%), αλλά και τα νεότερα μέλη με μόλις λίγους μήνες στην επιχείρηση (10%).

5. Συνέβαλαν άλλοι φορείς ή άτομα στην ανάπτυξη της ιδέας αυτής;

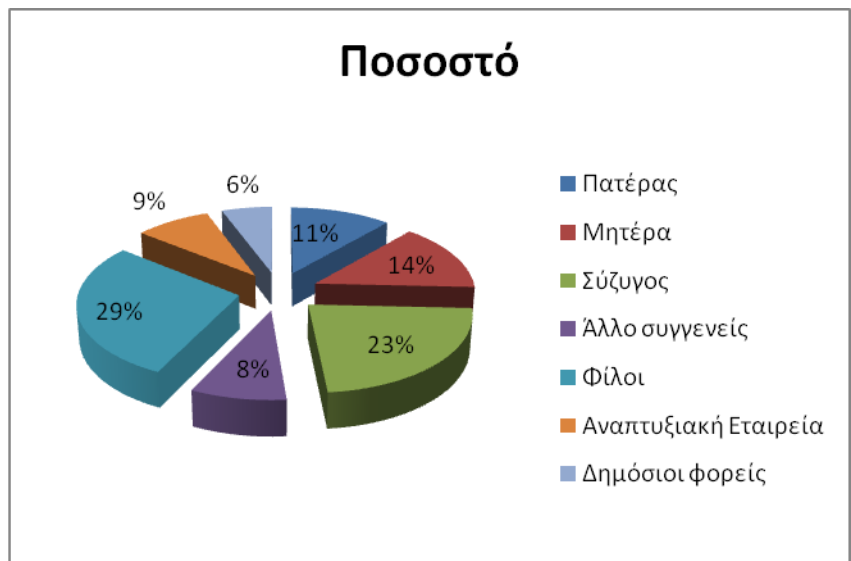
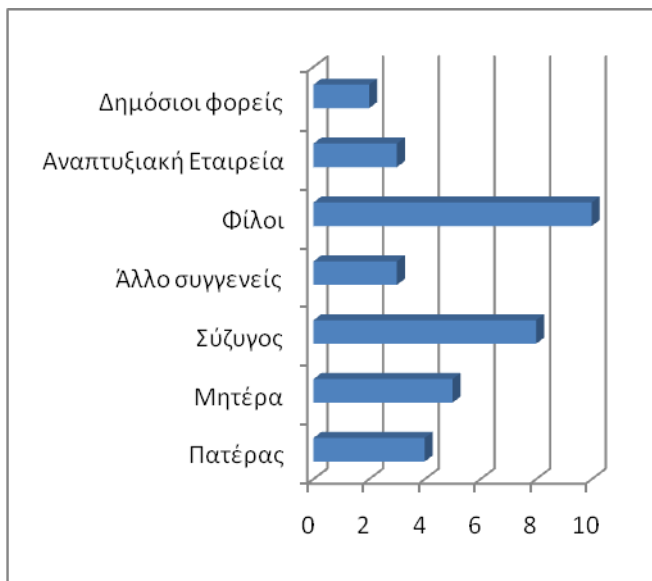
	Σύνολο	Ποσοστό
Ναι	35	87%
Όχι	5	13%



Η πλειοψηφία των γυναικών που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο μας απάντησε ότι συνέβαλαν κι άλλοι φορείς/άτομα για την ανάπτυξη της ιδέας αυτής (87%), ενώ μόνο το 13% απάντησε αρνητικά.

6. Εάν ναι, ποιοι συγκεκριμένα;

	Σύνολο	Ποσοστό
Πατέρας	4	11%
Μητέρα	5	14%
Σύζυγος	8	23%
Άλλο συγγενείς	3	8%
Φίλοι	10	29%
Αναπτυξιακή Εταιρεία	3	9%
Δημόσιοι φορείς	2	6%

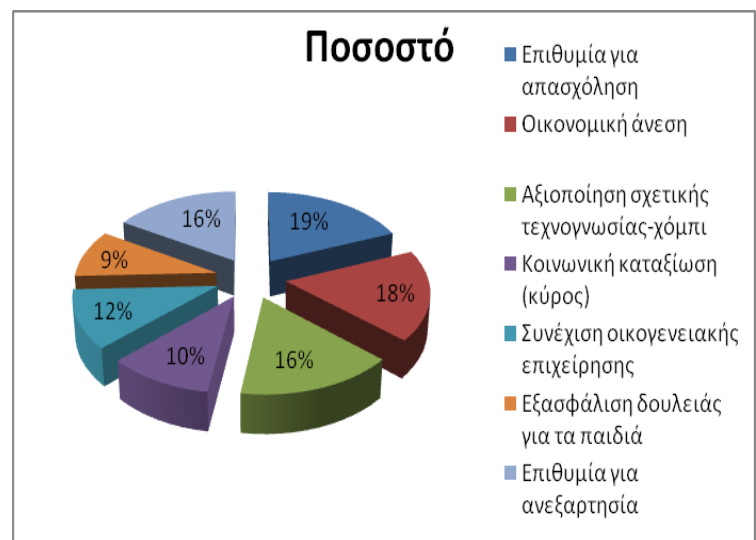
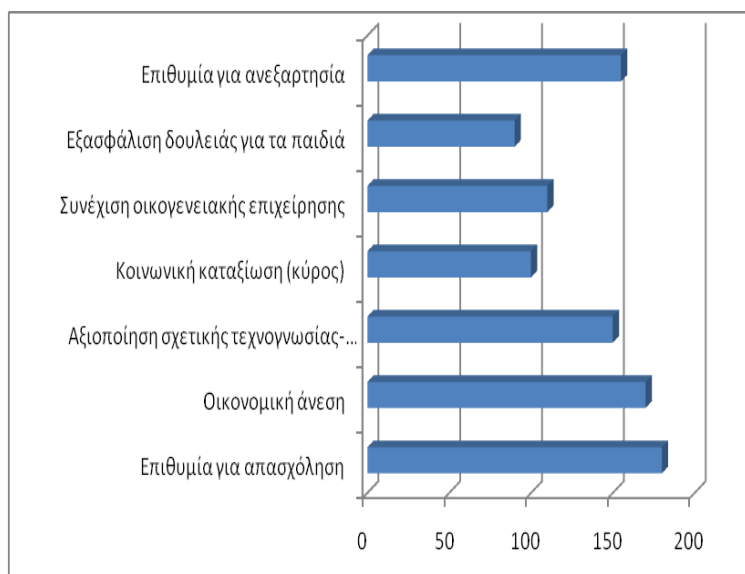


Θελήσαμε να μάθουμε ποια ήταν τα άτομα/φορείς που φαίνεται να επηρέασαν περισσότερο τις γυναίκες που ρωτήσαμε ώστε να πάρουν μέρος στην επιχείρηση στην οποία και εργάζονται. Το 29% μας απάντησε ότι ήταν οι φίλοι, το 23% ο σύζυγος, το 14% η μητέρα τους και το 11% ο πατέρας τους. Ακολουθούν με μικρότερα ποσοστά η αναπτυξιακή εταιρεία (9%), άλλοι συγγενείς (8%) και οι δημόσιοι φορείς (6%).

7. Ποια είναι τα κίνητρό σας για τη δημιουργία της επιχείρησης;

Αξιολογείστε ως προς τη σημαντικότητα με βαθμό από 1-5 κάθε ένα από τους παρακάτω παράγοντες (1= καθόλου σημαντικό, 5= πάρα πολύ σημαντικό)

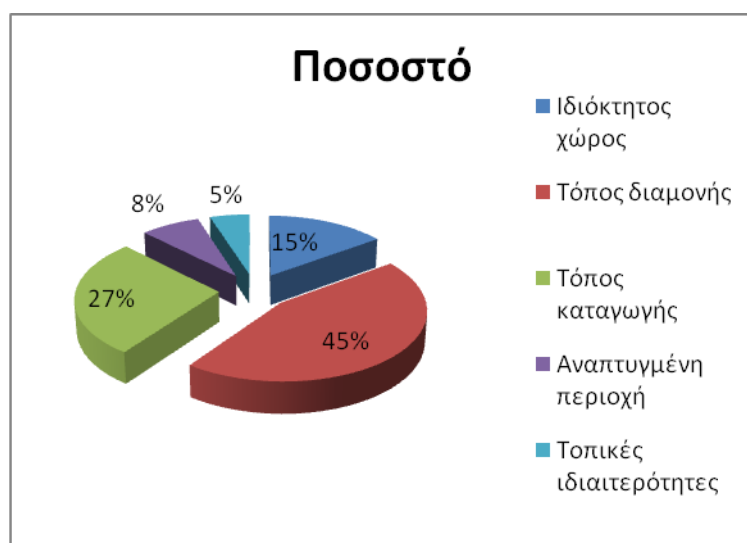
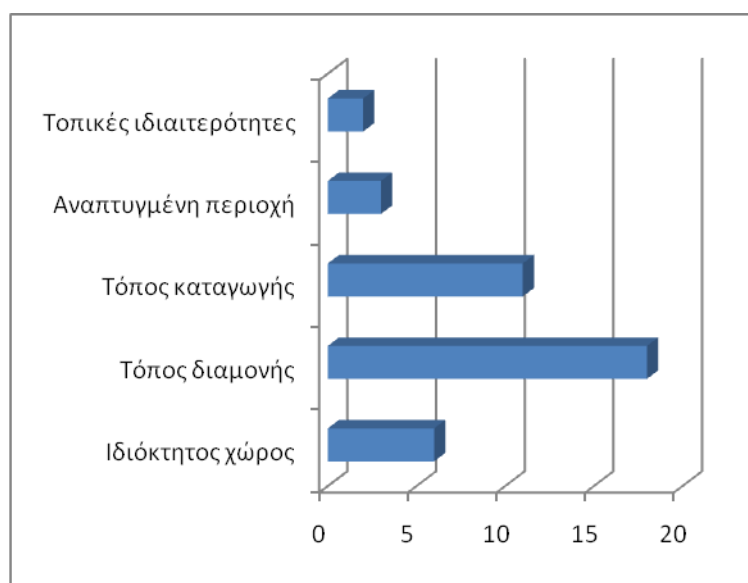
	Σύνολο	Ποσοστό
Επιθυμία για απασχόληση	180	19%
Οικονομική άνεση	170	18%
Αξιοποίηση σχετικής τεχνογνωσίας – χόμπι	150	16%
Κοινωνική καταξίωση (κύρος)	100	10%
Συνέχιση οικογενειακής επιχείρησης	110	12%
Εξασφάλιση δουλειάς για τα παιδιά	90	9%
Επιθυμία για ανεξαρτησία	155	16%



Θεωρήθηκε απαραίτητο να ρωτήσουμε το κίνητρο των γυναικών αυτών για τη δημιουργία ή τη συμμετοχή τους στην επιχείρηση που βρίσκονται. Το 19% μας απάντησε ότι ήταν η επιθυμία τους για απασχόληση και το 18% για μεγαλύτερη οικονομική άνεση. Το 16% απάντησε ότι επιθυμούσε να ανεξαρτητοποιηθεί και το άλλο 16% ως χόμπι. Το 12% ως συνέχιση της οικογενειακής επιχείρησης, το 10% ως κοινωνική καταξίωση και το 9% ως εξασφάλιση δουλειάς για τα παιδιά τους.

8. Ποιος ήταν ο κύριος λόγος που κάνατε την επιχείρησή σας στον τόπο αυτό;

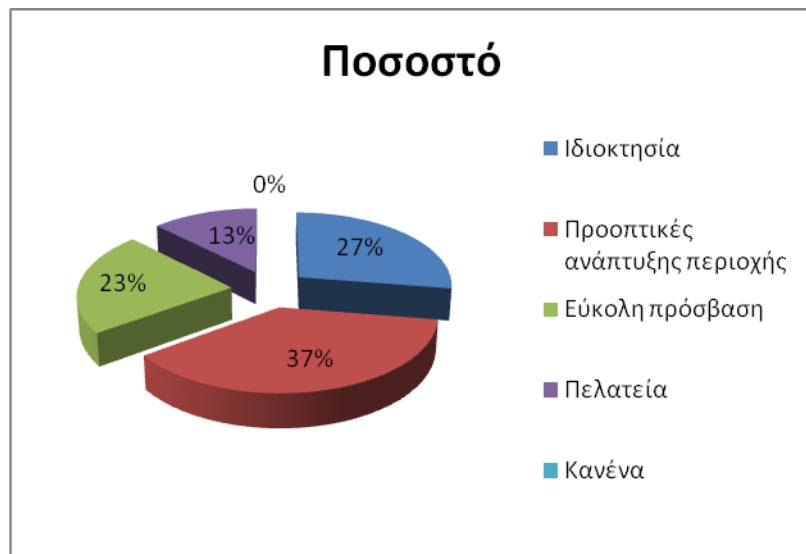
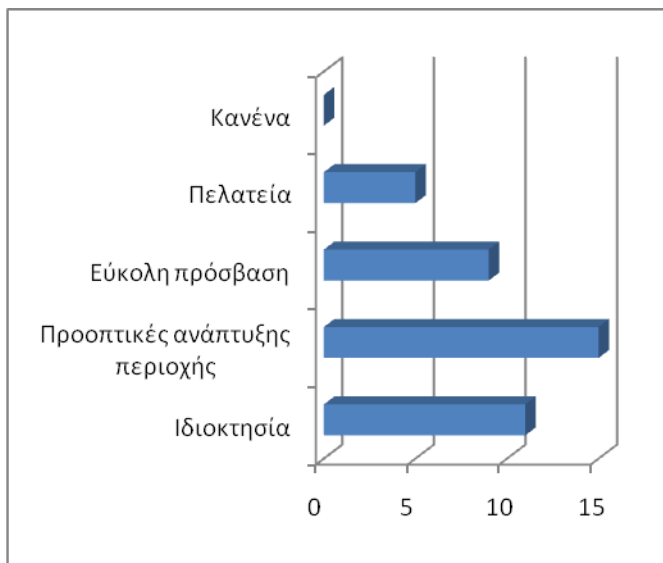
	Σύνολο	Ποσοστό
Ιδιόκτητος χώρος	6	15%
Τόπος διαμονής	18	45%
Τόπος καταγωγής	11	27%
Αναπτυγμένη περιοχή	3	8%
Τοπικές ιδιαιτερότητες	2	5%



Ο κύριος λόγος που επέλεξαν την Πελοπόννησο για να ξεκινήσουν την επιχείρησή τους ήταν επειδή ήταν ο τόπος διαμονής τους (45%) κι επειδή ήταν και ο τόπος καταγωγής τους (27%). Σημαντικοί επίσης ήταν οι λόγοι, όπως η ύπαρξη ιδιόκτητου χώρου (15%), επειδή η Πελοπόννησος θεωρείται αναπτυγμένη περιοχή (8%) με τοπικές ιδιαιτερότητες (5%).

9. Ποια είναι τα πλεονεκτήματα της εγκατάστασης της επιχείρησης στον τόπο αυτό;

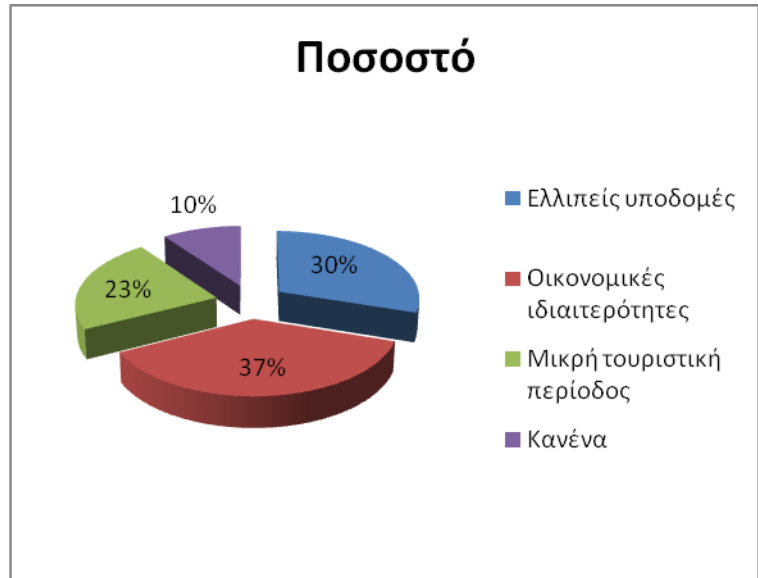
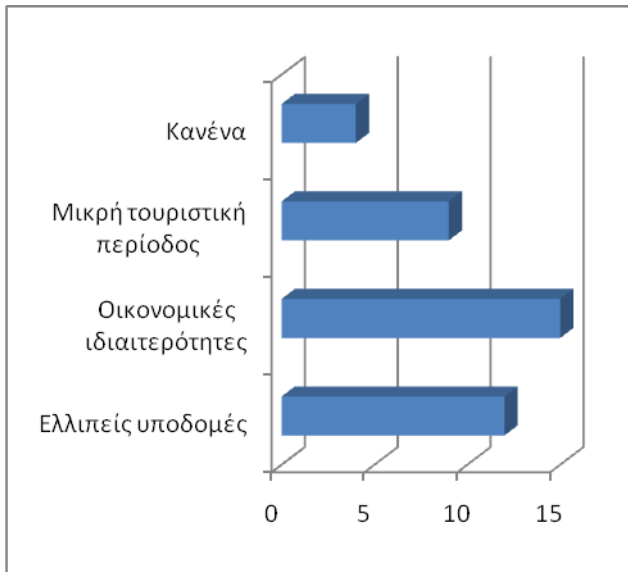
	Σύνολο	Ποσοστό
Ιδιοκτησία	11	27%
Προοπτικές ανάπτυξης περιοχής	15	37%
Εύκολη πρόσβαση	9	23%
Πελατεία	5	13%
Κανένα	0	0%



Οι γυναίκες των συνεταιρισμού Πελοποννήσου μας απάντησαν ότι τα βασικά πλεονεκτήματα της εγκατάστασης μιας επιχείρησης στον τόπο αυτό είναι κυρίως οι προοπτικές ανάπτυξης της περιοχής (37%), η ιδιοκτησία (27%), η εύκολη πρόσβαση (23%) και η πελατεία (13%).

10. Ποια είναι τα μειονεκτήματα της εγκατάστασης της επιχείρησης στον τόπο αυτό;

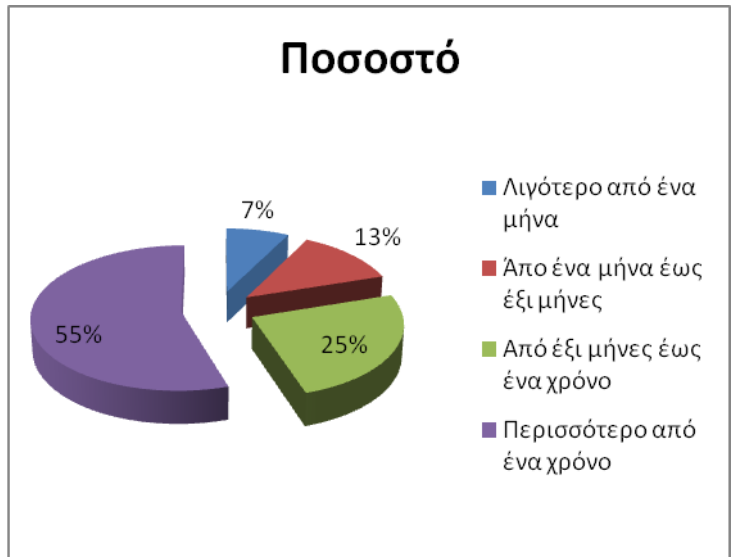
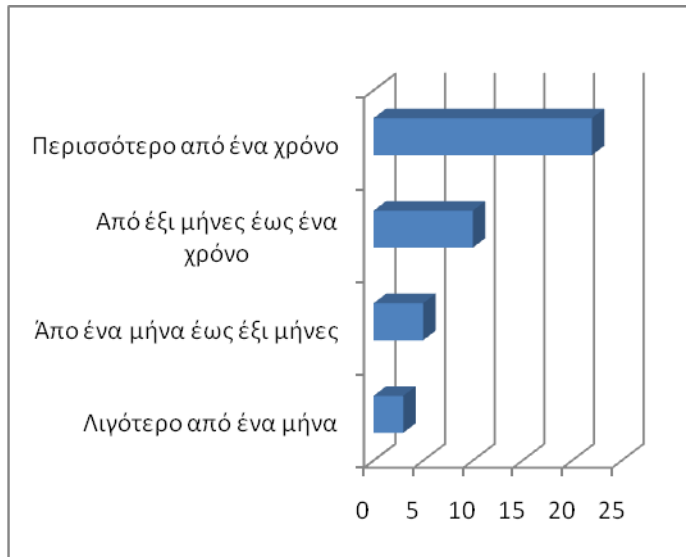
	Σύνολο	Ποσοστό
Ελλιπείς υποδομές	12	30%
Οικονομικές ιδιαιτερότητες, χαμηλοί τζίροι	15	37%
Μικρή τουριστική περίοδος, ερήμωση στις μη τουριστικές	9	23%
Κανένα	4	10%



Σε ό,τι αφορά τα μειονεκτήματα που μπορεί να έχει η Πελοπόννησος ως τόπος έναρξης μιας επιχείρησης, στις πρώτες θέσεις βρίσκονται οι οικονομικές ιδιαιτερότητες και οι χαμηλοί τζίροι (37%) αλλά και οι ελλιπείς υποδομές (30%). Το 23% απάντησε τη μικρή τουριστική περίοδο με την ερήμωση στις μη τουριστικές περιοχές και κανένα μειονέκτημα απάντησε το 10%.

11. Πόσο διάστημα μεσολάβησε από τη στιγμή που αποφασίσατε να κάνετε τη δική σας επιχείρηση μέχρι την έναρξη λειτουργίας της;

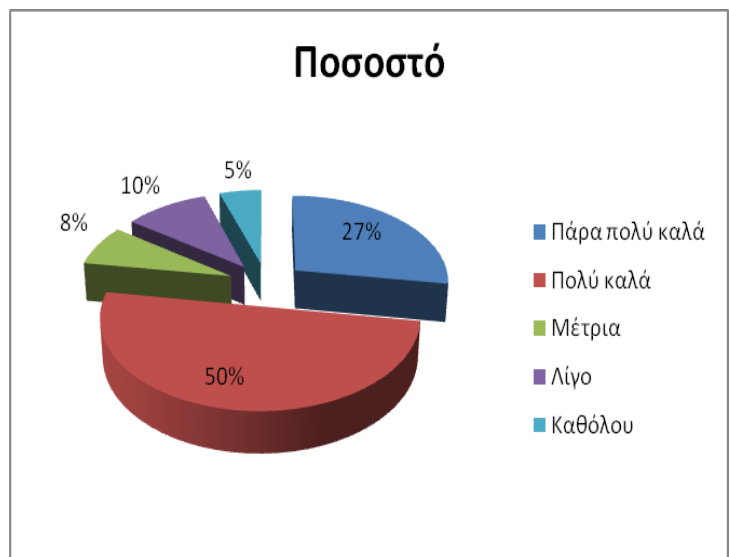
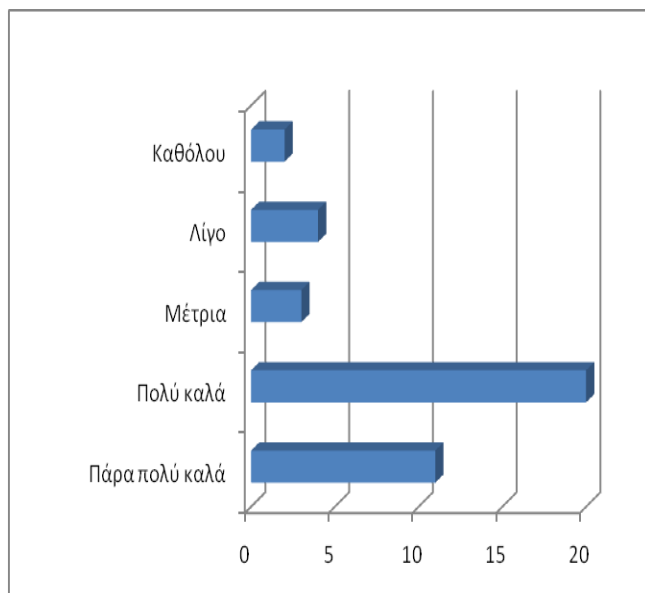
	Σύνολο	Ποσοστό
Λιγότερο από ένα μήνα	3	7%
Από ένα μήνα έως έξι μήνες	5	13%
Από έξι μήνες έως ένα χρόνο	10	25%
Περισσότερο από ένα χρόνο	22	55%



Η πλειοψηφία των γυναικών που συμπλήρωσε το ερωτηματολόγιο μας απάντησε ότι το διάστημα που μεσολάβησε από τη στιγμή που αποφάσισε να κάνει τη δική του επιχείρηση μέχρι την έναρξη της λειτουργίας της ήταν περισσότερο από ένα χρόνο (55%). Ακολουθεί το 25% με διάστημα από έξι μήνες έως ένα χρόνο, το 13% από ένα μήνα έως έξι μήνες και το 7% με λιγότερο από ένα μήνα.

12. Πόσο καλά γνωρίζετε το αντικείμενο με το οποίο ασχολείται η επιχείρησή σας;

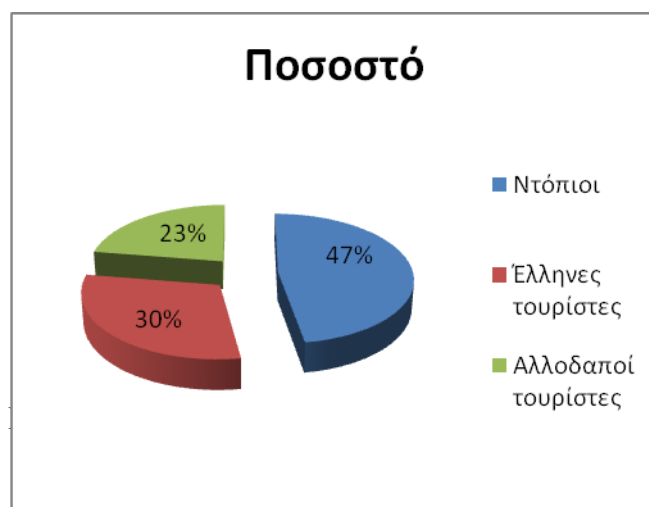
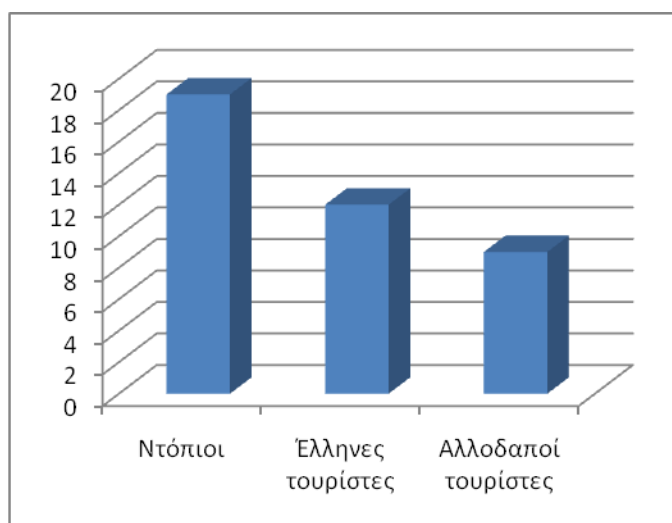
	Σύνολο	Ποσοστό
Πάρα πολύ καλά	11	27%
Πολύ καλά	20	50%
Μέτρια	3	8%
Λίγο	4	10%
Καθόλου	2	5%



Το 50% των εργαζόμενων γυναικών μας απάντησε ότι γνωρίζει πολύ καλά το αντικείμενο με το οποίο ασχολείται η επιχείρηση στην οποία είναι μέλη. Το 27% απάντησε ότι το γνωρίζει πάρα πολύ καλά, το 10% λίγο, το 8% μέτρια και το 5% καθόλου.

13. Οι πελάτες σας είναι κυρίως:

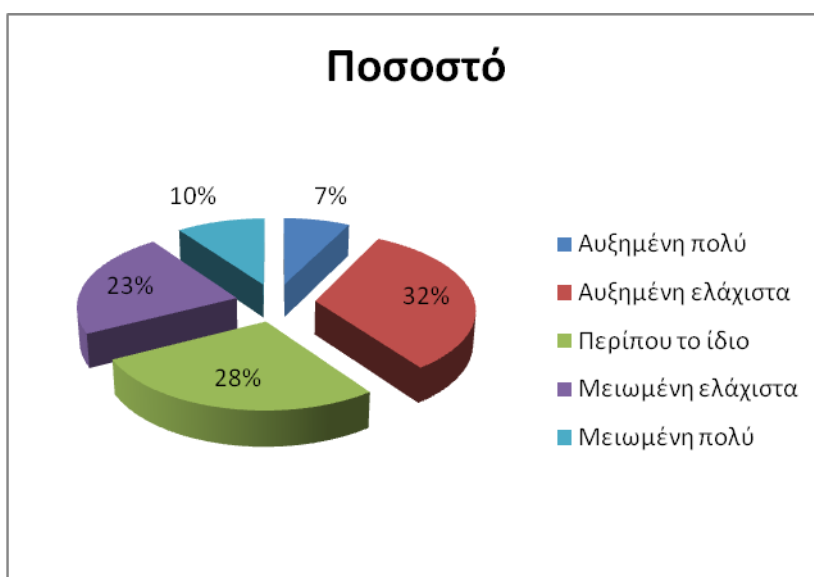
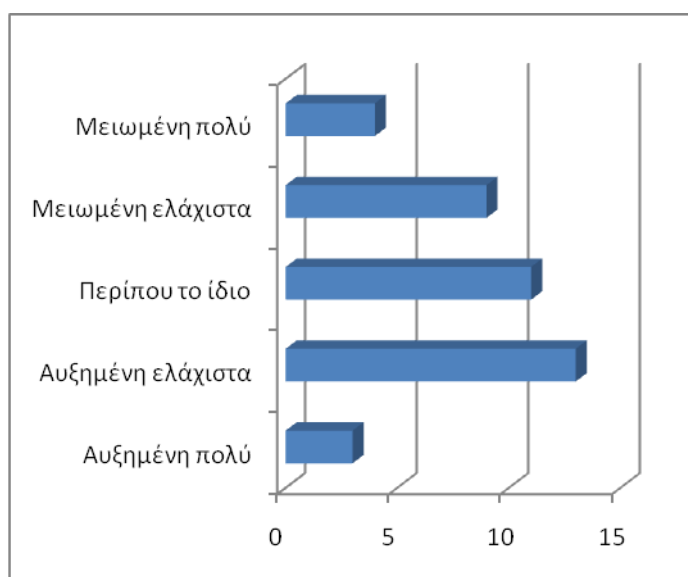
	Σύνολο	Ποσοστό
Ντόπιοι	19	47%
Έλληνες τουρίστες	12	30%
Αλλοδαποί τουρίστες	9	23%



Η πλειοψηφία των πελατών αυτών των επιχειρήσεων είναι κυρίως ντόπιοι (47%) και Έλληνες τουρίστες (30%). Σημαντικό βέβαια είναι και τα ποσοστά των αλλοδαπών τουριστών (23%).

14. Πώς ήταν οι πωλήσεις - κίνηση φέτος σε σχέση με πέρυσι:

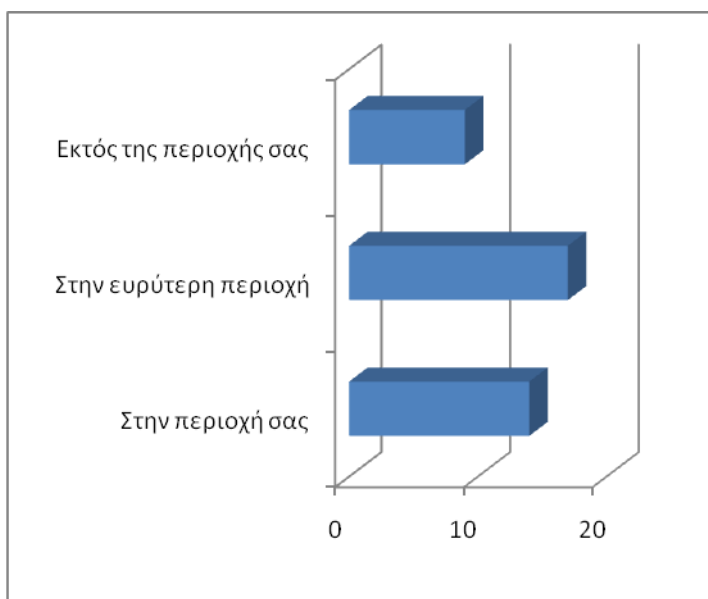
	Σύνολο	Ποσοστό
Αυξημένη πολύ	3	7%
Αυξημένη ελάχιστα	13	32%
Περίπου το ίδιο	11	28%
Μειωμένη ελάχιστα	9	23%
Μειωμένη πολύ	4	10%



Οι πωλήσεις των συνεταιρισμών σε σχέση με πέρυσι ήταν, σύμφωνα με το 32% των γυναικών, αυξημένη ελάχιστα. Το 28% θεώρησε ότι ήταν περίπου το ίδιο με πέρυσι, το 23% μειωμένη ελάχιστα, το 10% μειωμένη πολύ και το 7% αυξημένη πολύ.

15. Οι επιχειρήσεις με τις οποίες συνεργάζεστε βρίσκονται:

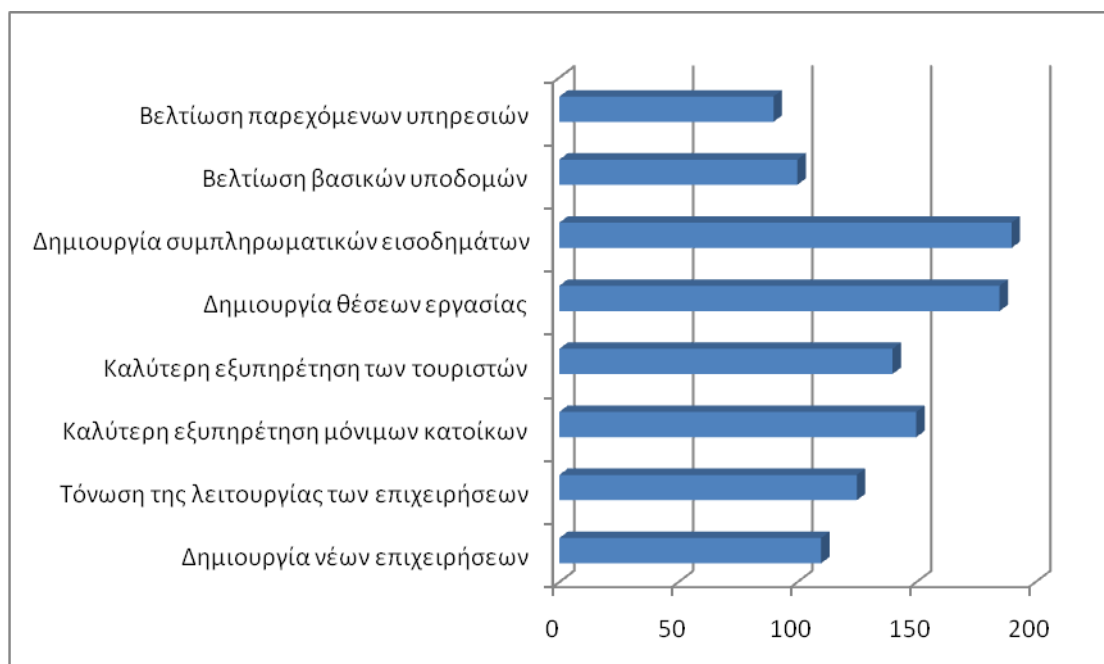
	Σύνολο	Ποσοστό
Στην περιοχή σας	14	35%
Στην ευρύτερη περιοχή	17	42%
Εκτός της περιοχής σας	9	23%

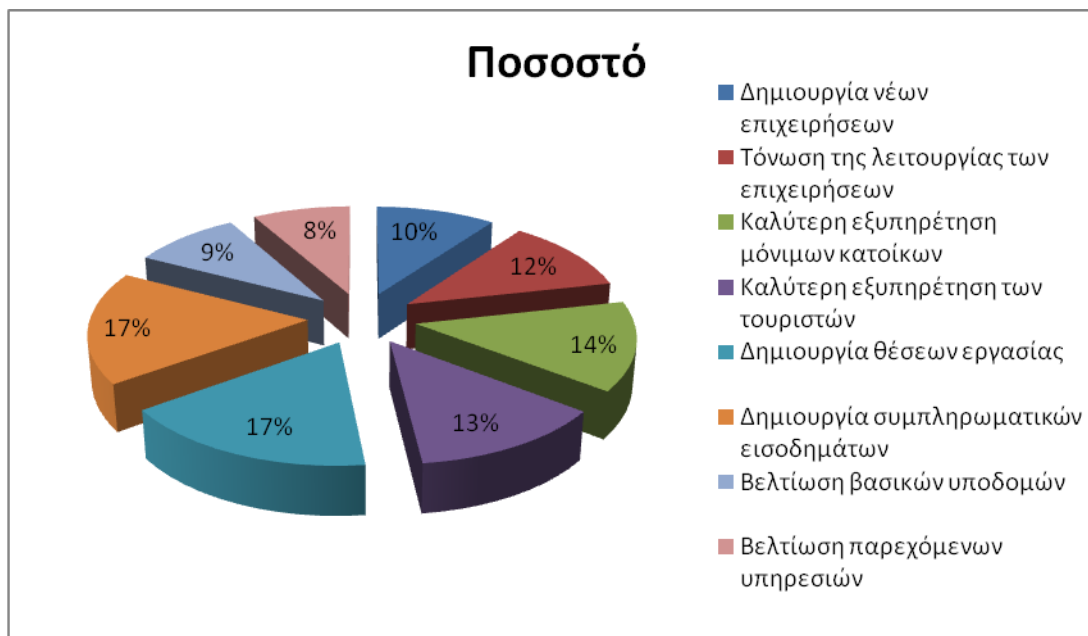


Οι επιχειρήσεις με τις οποίες φαίνεται να συνεργάζονται περισσότερο οι γυναικείοι συνεταιρισμοί των νομών Πελοποννήσου είναι στην ευρύτερη περιοχή (42%), λιγότερο στην περιοχή τους (35%) και ελάχιστες εκτός της περιοχής τους (23%).

16. Η λειτουργία της δικής σας επιχείρησης συνέβαλε: (Πάρα πολύ = 5, πολύ = 4, μέτρια = 3, λίγο = 2, καθόλου = 1)

	Σύνολο	Ποσοστό
Στη δημιουργία άλλων νέων επιχειρήσεων στην περιοχή	110	10%
Την τόνωση της λειτουργίας υφιστάμενων επιχειρήσεων	125	12%
Στην καλύτερη εξυπηρέτηση των μόνιμων κατοίκων	150	14%
Στην καλύτερη εξυπηρέτηση των τουριστών	140	13%
Στη δημιουργία θέσεων εργασίας για τον τοπικό πληθυσμό	185	17%
Στη δημιουργία συμπληρωματικών εισοδημάτων για την οικογένεια	190	17%
Στη βελτίωση των βασικών υποδομών	100	9%
Στη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών στην τοπική κοινωνία	90	8%

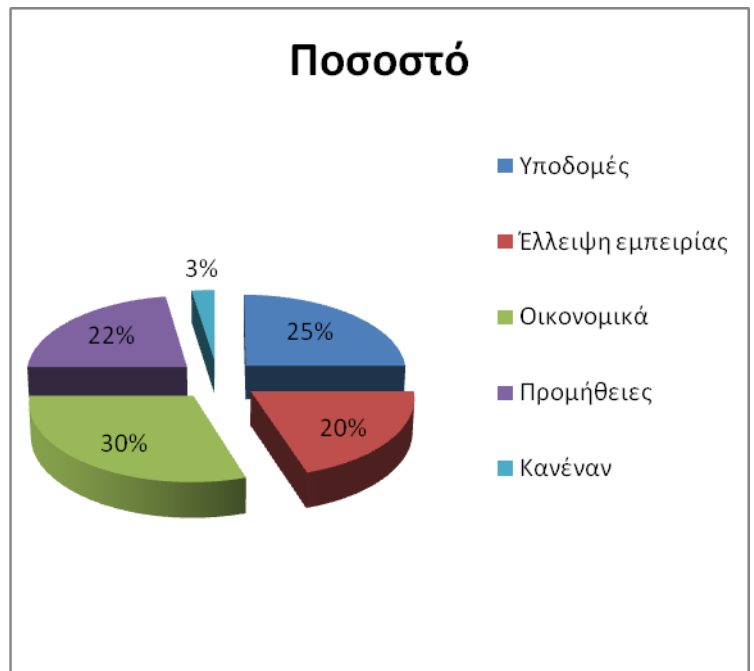
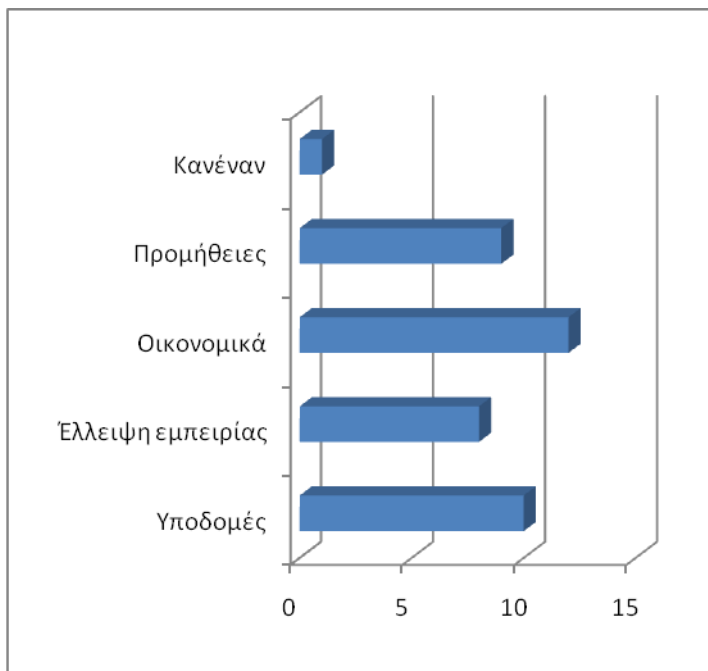




Η λειτουργία των επιχειρήσεων που εργάζονται οι γυναίκες των συνεταιρισμών Πελοποννήσου φαίνεται να συμβάλουν στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας (17%), στη δημιουργία συμπληρωματικών εισοδημάτων (17%), στην καλύτερη εξυπηρέτηση των μόνιμων κατοίκων (14%) αλλά και των τουριστών (13%). Σημαντική επίσης φαίνεται να είναι η συμβολή τους στην τόνωση της λειτουργίας των επιχειρήσεων (12%), στη δημιουργία νέων επιχειρήσεων (10%), στη βελτίωση βασικών υποδομών (9%) αλλά και των παρεχόμενων υπηρεσιών (8%).

17. Ποια ήταν τα κυριότερα προβλήματα που αντιμετωπίσατε στο ξεκίνημα της επιχείρησής σας;

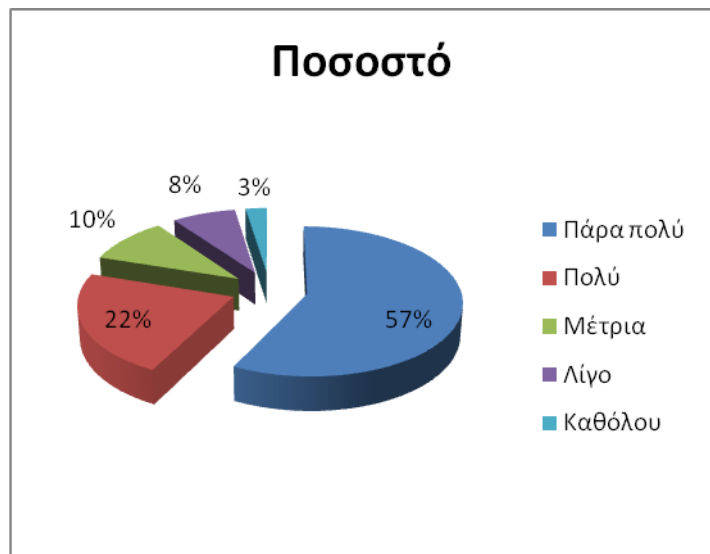
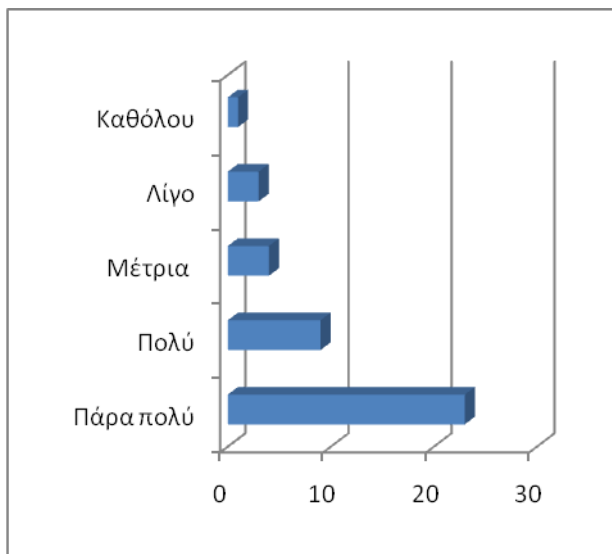
	Σύνολο	Ποσοστό
Υποδομές	10	25%
Έλλειψη εμπειρίας	8	20%
Οικονομικά	12	30%
Προμήθειες	9	22%
Κανένα	1	3%



Τα κυριότερα προβλήματα που αντιμετώπισαν οι γυναίκες των συνεταιρισμών Πελοποννήσου στο ξεκίνημα των επιχειρήσεών τους ήταν κυρίως οικονομικά ζητήματα (30%), οι υποδομές (25%), οι προμήθειες (22%), η έλλειψη εμπειρίας (20%). Μόνο το 3% απάντησε ότι δεν αντιμετώπισε κανένα από τα παραπάνω προβλήματα.

18. Η τοπική κοινωνία στηρίζει την επιχείρησή σας;

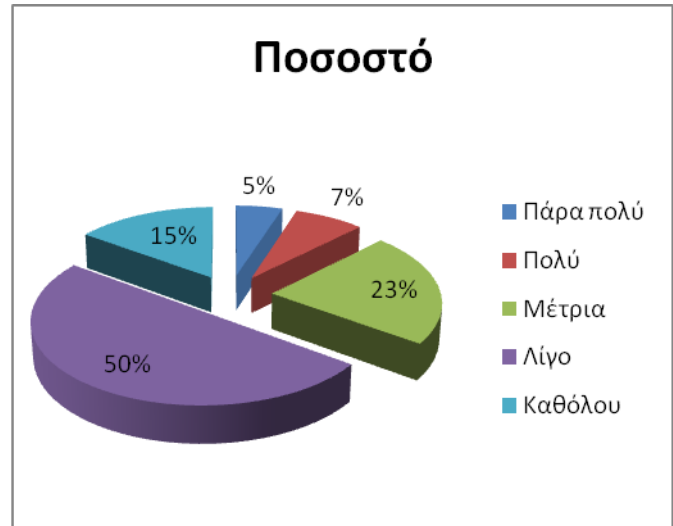
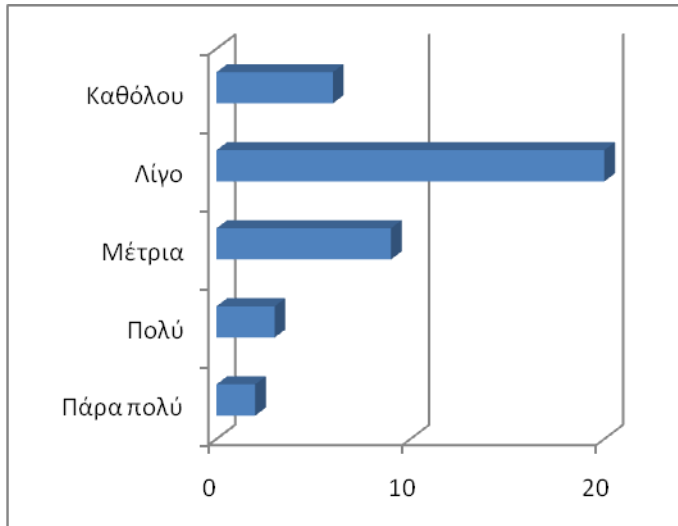
	Σύνολο	Ποσοστό
Πάρα πολύ	23	57%
Πολύ	9	22%
Μέτρια	4	10%
Λίγο	3	8%
Καθόλου	1	3%



Η τοπική κοινωνία, σύμφωνα με τις απαντήσεις των γυναικών που ρωτήσαμε, φαίνεται να στηρίζει πάρα πολύ την επιχείρησή τους (57%). Το 27% απάντησε ότι την στηρίζουν πολύ, το 10% μέτρια, το 8% λίγο και μόνο 3% καθόλου.

19. Οι τοπικοί φορείς στηρίζουν την επιχείρησή σας;

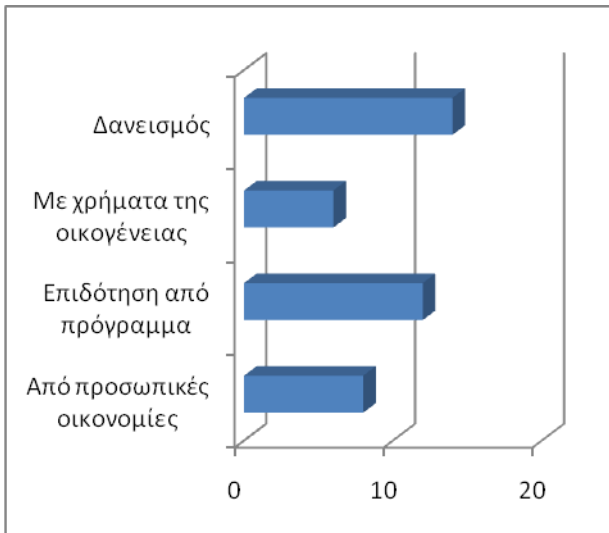
	Σύνολο	Ποσοστό
Πάρα πολύ	2	5%
Πολύ	3	7%
Μέτρια	9	23%
Λίγο	20	50%
Καθόλου	6	15%



Σε αντίθεση με την τοπική κοινωνία, οι τοπικοί φορείς δεν φαίνεται να στηρίζουν αρκετά τις τοπικές επιχειρήσεις. Πιο συγκεκριμένα, το 50% απάντησε ότι οι τοπικοί φορείς στηρίζουν λίγο τις επιχειρήσεις τους, το 23% μέτρια, το 15% καθόλου και μόνο το 7% απάντησε πολύ και το 5% πάρα πολύ.

20. Από πού αντλήσατε τα κεφάλαια για την επιχείρησή σας;

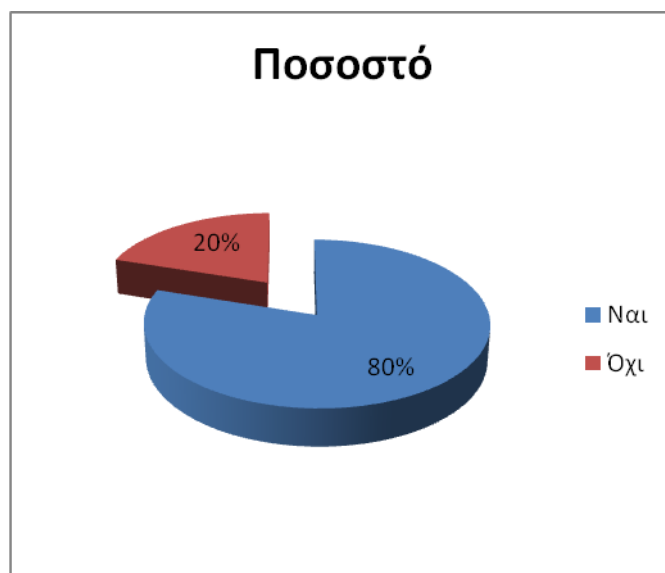
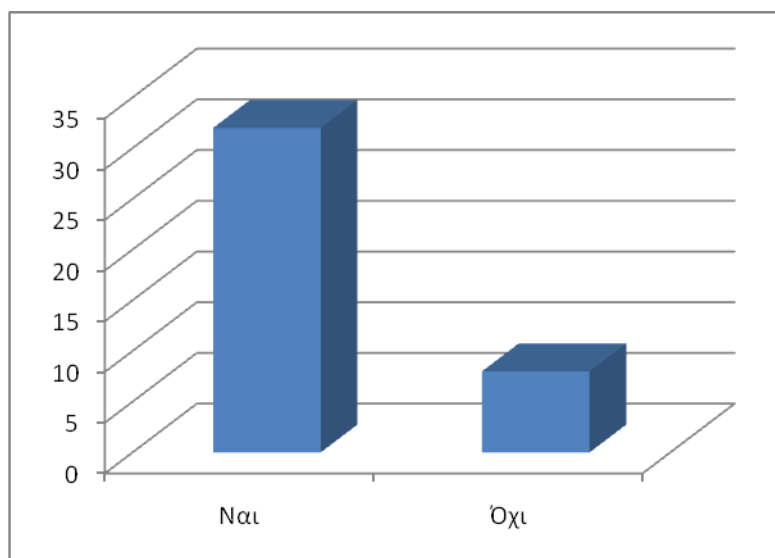
	Σύνολο	Ποσοστό
Από προσωπικές οικονομίες	8	20%
Επιδότηση από πρόγραμμα	12	30%
Με χρήματα της οικογένειας	6	15%
Δανεισμός	14	35%



Η πλειοψηφία των εργαζόμενων γυναικών άντλησε το κεφάλαιο για την ίδρυση της επιχείρησής τους μέσω δανεισμού (35%), από επιδοτούμενα προγράμματα (30%), από προσωπικές οικονομίες (20%) και από χρήματα της οικογένειας (15%).

21. Θα θέλατε κάποιο από τα παιδιά σας να ασχοληθεί με την επιχείρησή σας;

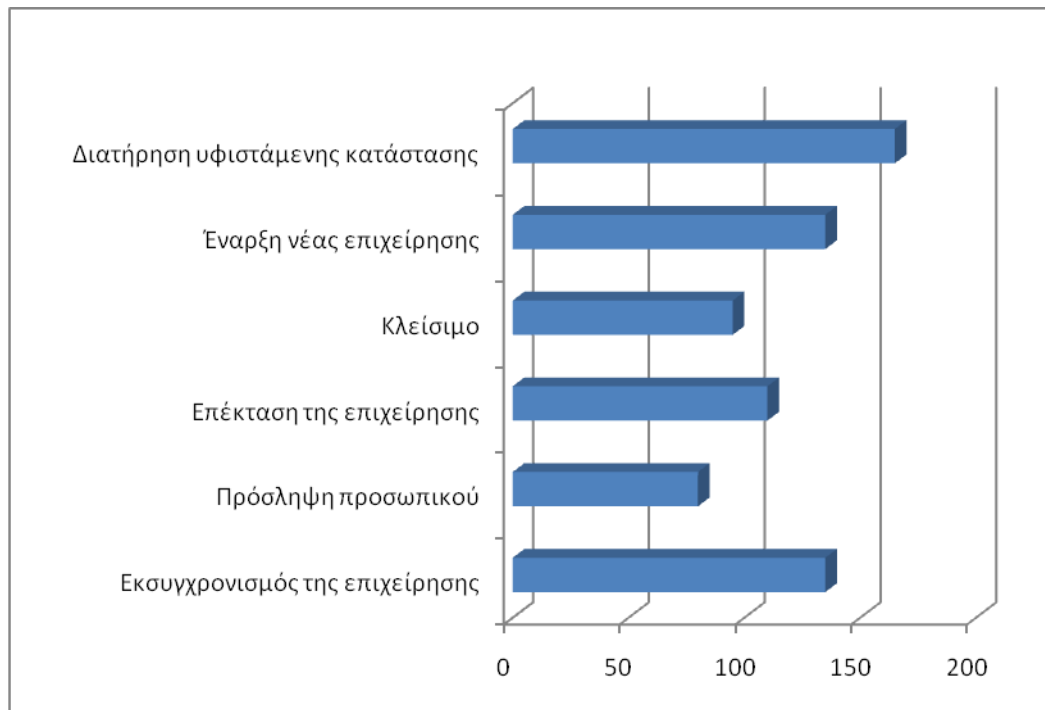
	Σύνολο	Ποσοστό
Ναι	32	80%
Όχι	8	20%

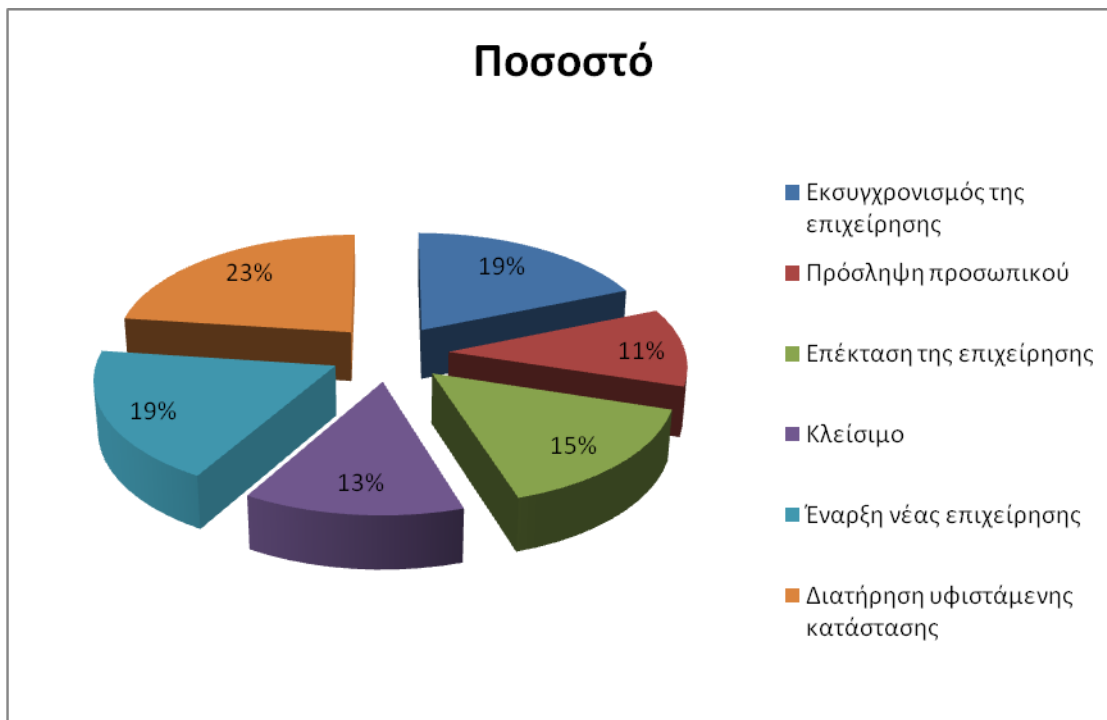


Η πλειοψηφία των γυναικών που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο, μας είπαν ότι θα επιθυμούσαν τα παιδιά τους να ασχοληθούν με την επιχείρησή τους (80%). Μόνο το 20% απάντησε αρνητικά.

22. Ποια είναι τα μελλοντικά σας σχέδια για την επιχείρηση; (Πάρα πολύ = 5, πολύ = 4, μέτρια = 3, λίγο = 2, καθόλου = 1)

	Σύνολο	Ποσοστό
Εκσυγχρονισμός της υφιστάμενης επιχείρησης	135	19%
Πρόσληψη προσωπικού για την υφιστάμενη επιχείρηση	80	11%
Επέκταση της υφιστάμενης επιχείρησης σε νέες δραστηριότητες	110	15%
Κλείσιμο	95	13%
Έναρξη νέας επιχείρησης ή να κάνετε μια νέα επιχείρηση	135	19%
Διατήρηση της υφιστάμενης κατάστασης	165	23%

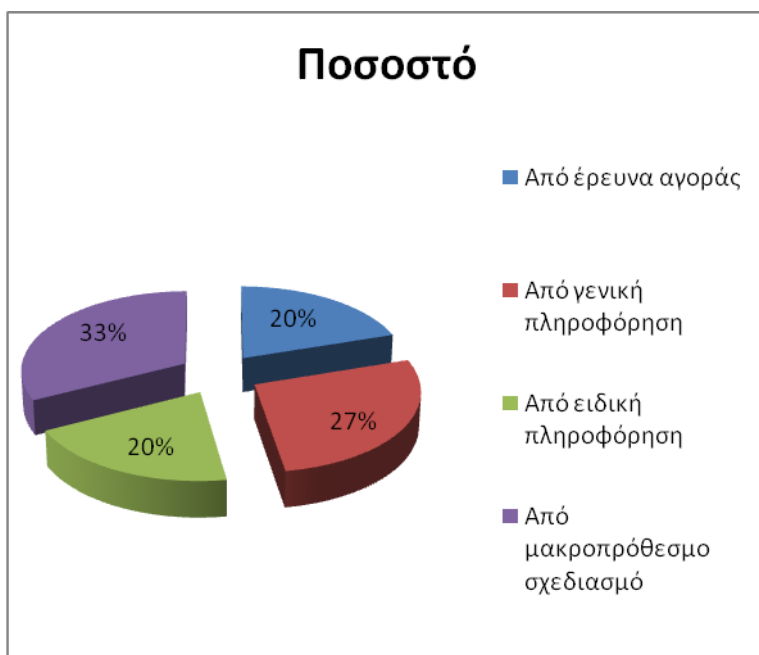
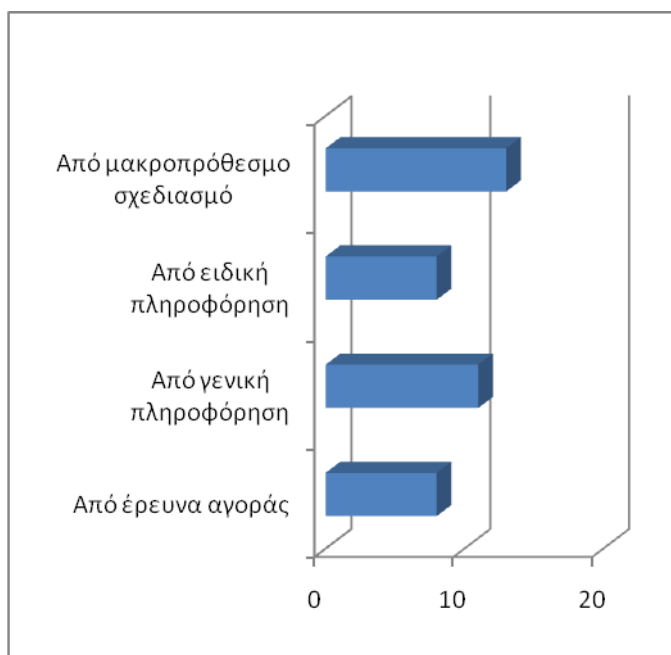




Τα μελλοντικά σχέδια των γυναικών των συνεταιρισμών που ρωτήσαμε είναι η διατήρηση της υφιστάμενης κατάστασης (23%), ο εκσυγχρονισμός της επιχείρησης (19%) ή η έναρξη νέας (19%). Ακολουθούν με μικρότερα ποσοστά η επέκταση της επιχείρησης (15%), το κλείσιμό της (13%) και η πρόσληψη προσωπικού (11%).

23. Σε περίπτωση που σκέφτεστε να επεκταθείτε σε νέες δραστηριότητες, πώς καταλήξατε στην απόφαση αυτή;

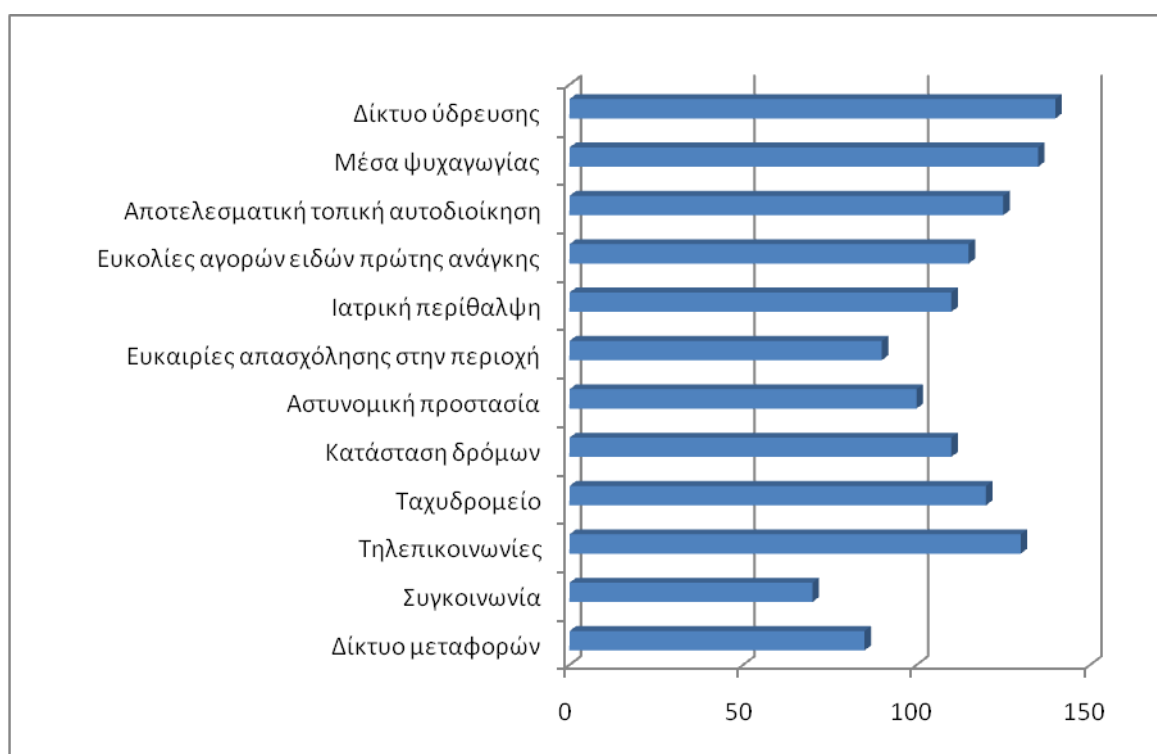
	Σύνολο	Ποσοστό
Από έρευνα αγοράς	8	20%
Από γενική πληροφόρηση	11	27%
Από ειδική πληροφόρηση	8	20%
Από μακροπρόθεσμο σχεδιασμό	13	33%

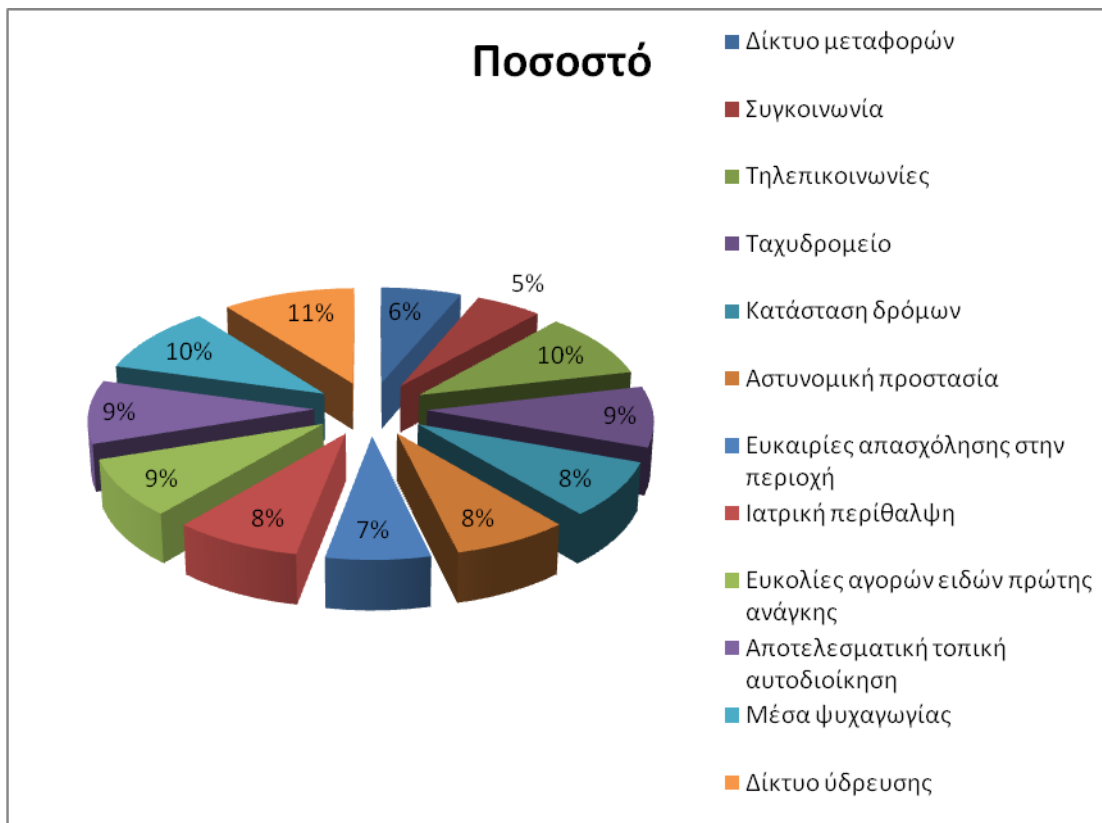


Όσες από τις εργαζόμενες επιχειρηματίες, σκέφτονται να επεκταθούν σε νέες δραστηριότητες κατέληξαν σε αυτή την απόφαση μέσα από μακροπρόθεσμο σχεδιασμό (33%), μέσα από γενικές πληροφορίες (27%), αλλά και από ειδική πληροφόρηση (20%) και έρευνα αγοράς (20%).

24. Πόσο ικανοποιημένη είστε από τα έργα υποδομής και την παροχή κοινωνικών υπηρεσιών του τόπου εγκατάστασης της επιχείρησής; (Πάρα πολύ = 5, πολύ = 4, μέτρια = 3, λίγο = 2, καθόλου = 1)

	Σύνολο	Ποσοστό
Δίκτυο μεταφορών	85	6%
Συγκοινωνία	70	5%
Τηλεπικοινωνίες	130	10%
Ταχυδρομείο	120	9%
Κατάσταση δρόμων	110	8%
Αστυνομική προστασία	100	8%
Ευκαιρίες απασχόλησης στην περιοχή	90	7%
Ιατρική περίθαλψη	110	8%
Ευκολίες αγοράς ειδών πρώτης ανάγκης	115	9%
Αποτελεσματική τοπική αυτοδιοίκηση	125	9%
Μέσα ψυχαγωγίας	135	10%
Δίκτυο ύδρευσης	140	11%

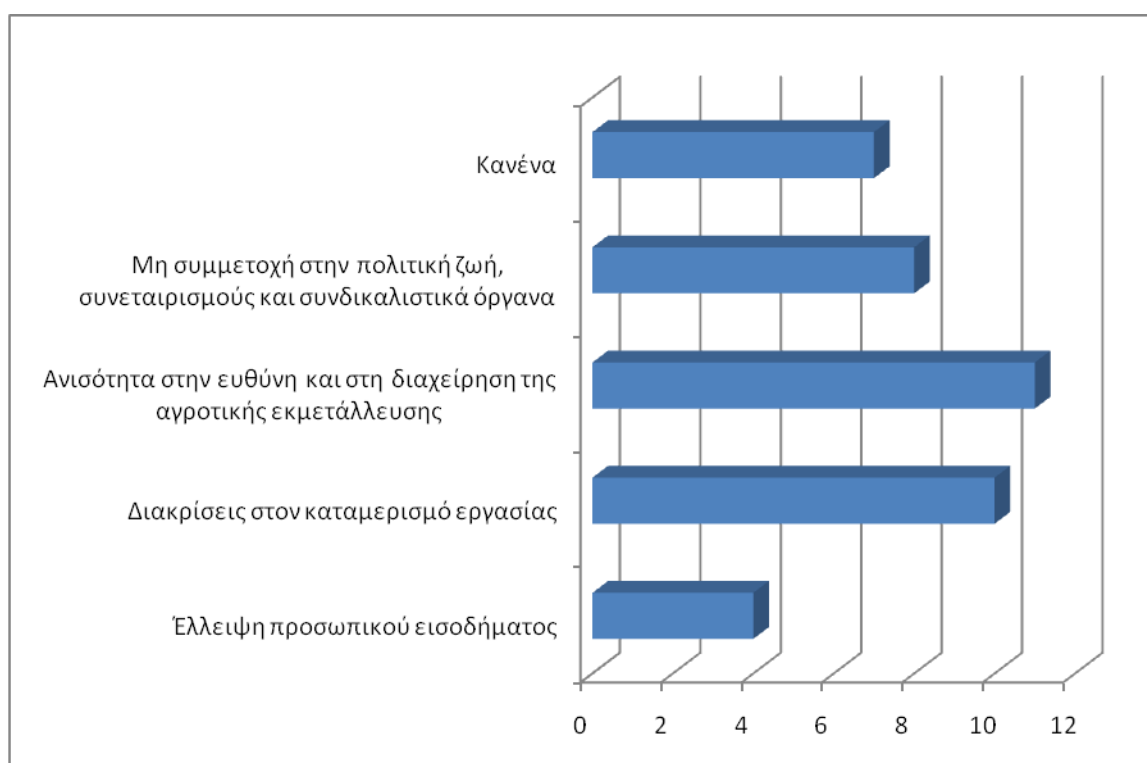


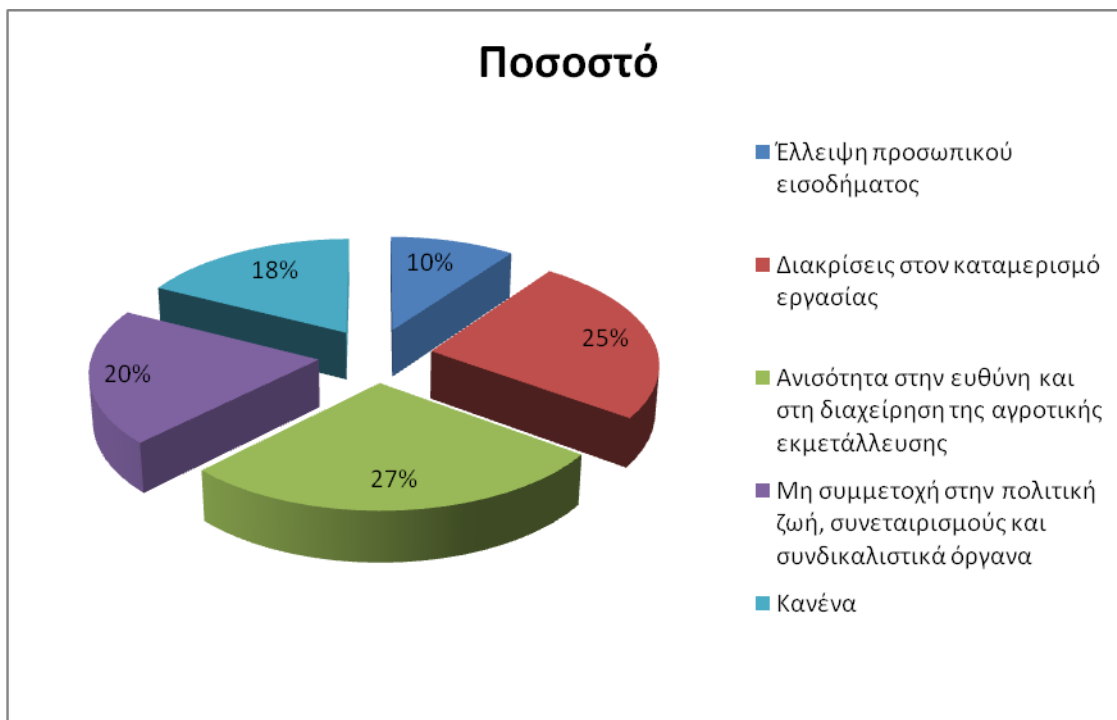


Θα λέγαμε ότι οι γυναίκες των συνεταιρισμών φαίνονται ικανοποιημένες από τα έργα υποδομής και τις κοινωνικές υπηρεσίες του τόπου εγκατάστασης της επιχείρησης. Πιο συγκεκριμένα, το 11% φαίνεται ικανοποιημένο για το δίκτυο ύδρευσης της περιοχής, το 10% για τα μέσα ψυχαγωγίας και για τις τηλεπικοινωνίες. Το 9% είναι ικανοποιημένο για τις υπηρεσίες από το ταχυδρομείο, τις εύκολες αγορές για είδη πρώτης ανάγκης αλλά και για την τοπική αυτοδιοίκηση. Το 8% εκφράζει ικανοποίηση για την κατάσταση των δρόμων, την αστυνομική προστασία και την ιατρική περίθαλψη. Στις τελευταίες θέσεις βρίσκονται οι ευκαιρίες απασχόλησης στην περιοχή (7%), το δίκτυο μεταφορών (6%) και οι συγκοινωνίες (5%).

25. Θα λέγατε ότι αντιμετωπίσατε κάποιο από τα παρακάτω προβλήματα κατά τη δημιουργία του συνεταιρισμού ή την περίοδο συμμετοχής σας σε αυτόν;

	Σύνολο	Ποσοστό
Έλλειψη προσωπικού εισοδήματος	4	10%
Διακρίσεις στον καταμερισμό εργασίας σε σχέση με τους άντρες	10	25%
Ανισότητα στην ευθύνη και στη διαχείριση της αγροτικής εκμετάλλευσης	11	27%
Μη συμμετοχή στην πολιτική ζωή, στους συνεταιρισμούς και στα συνδικαλιστικά όργανα	8	20%
Κανένα	7	18%





Τέλος, ρωτήσαμε τις επιχειρηματίες των περιοχών της Πελοποννήσου να μας απαντήσουν για το αν αντιμετώπισαν ποτέ κάποιο πρόβλημα κατά τη δημιουργία του συνεταιρισμού ή την περίοδο συμμετοχής τους σε αυτή. Το 27% μας απάντησε ότι αντιμετώπισαν ανισότητα σε ό,τι αφορά την ευθύνη και διαχείριση της αγροτικής εκμετάλλευσης, όπως επίσης και διακρίσεις στον καταμερισμό εργασίας (25%). Το 20% απάντησε ότι αντιμετώπισε πρόβλημα με τη μη συμμετοχή τους στην πολιτική ζωή, σε συνεταιρισμούς και σε συνδικαλιστικά όργανα. Το 10% απάντησε ότι το βασικό πρόβλημα ήταν η έλλειψη προσωπικού εισοδήματος και μόνο το 18% απάντησε ότι δεν αντιμετώπισε κάποιο πρόβλημα.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Σκοπός αυτής της εργασίας, ήταν η εκτενής αναφορά στην πορεία της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα με παραδείγματα και αναφορές από τους αγροτικούς συνεταιρισμούς της Πελοποννήσου.

Αναφέραμε λοιπόν, ότι ως επιχειρηματικότητα μπορεί να θεωρηθεί η σύλληψη και η εκτέλεση μιας ιδέας, η οποία μπορεί να επιφέρει κάποια προστιθέμενη αξία (π.χ. για την κοινωνία, την αγορά), με την αφιέρωση του απαραίτητου χρόνου, την καταβολή ανάλογης προσπάθειας,

Η επιχειρηματικότητα είναι νοοτροπία, κυρίως ατόμων που ανήκουν σε μια ομάδα και που έχουν το ταλέντο να αναγνωρίζουν ευκαιρίες εκεί που οι άλλοι δεν τις βλέπουν και να οργανώνονται για να επιτύχουν το τελικά επιδιωκόμενο όφελος. Η επιχειρηματικότητα είναι στενά συνδεδεμένη με την καινοτομία, που αναζητά διαρκώς κάτι νέο, το οποίο να ανταποκρίνεται στις εξελισσόμενες (ή και τεχνητές) ανάγκες του ανθρώπου και για το σκοπό αυτό αναπλάθει το παλιό.

Οι *επιχειρηματίες* μπροστά στη λήψη αποφάσεων και την επιλογή ανάμεσα σε εναλλακτικές λύσεις, πρέπει να συνδυάζουν τέσσερα στοιχεία:

- ✓ Την ικανότητα να «ακούν» και να «βλέπουν» τις συλλογικές ανάγκες και να είναι δεκτικοί στο καινούργιο
- ✓ Τη δυνατότητα να συνθέτουν τις υπάρχουσες γνώσεις και τις νέες ιδέες, προκειμένου να ανταποκριθούν στις επερχόμενες συλλογικές ανάγκες
- ✓ Τη καλλιέργεια της διαίσθησής τους που θα τους επιτρέψει να σταθμίζουν τα δεδομένα πέρα από τις όποιες αναλύσεις και να «μπαίνουν στη φωτιά» και
- ✓ Τη πρακτικότητά τους που θα τους εφοδιάζει με τα απαραίτητα εργαλεία και μέσα για την εφαρμογή των στόχων που βάζουν.

Επίσης, οι απαραίτητες γνώσεις τους θα πρέπει να αφορούν:

- Τη λειτουργικότητα του προϊόντος τους
- Την ικανοποίηση των πελατών τους
- Τη δυναμική της αγοράς στην οποία απευθύνονται
- Τα στοιχεία marketing του προϊόντος τους
- Τα χρηματοδοτικά ιδρύματα με τα οποία συνεργάζονται
- Την απόδοση της λειτουργίας της επιχείρησής τους και
- Το νομικό σύστημα μέσα στο οποίο λειτουργούν

Τις δύο τελευταίες δεκαετίες έχει ενισχυθεί πολύ η συμμετοχή των γυναικών στην αγορά εργασίας, αλλά και στη διοίκηση και την ιδιοκτησία επιχειρήσεων. Μετά τη μαζική συμμετοχή των γυναικών στον εργατικό πληθυσμό που έλαβε χώρα κατά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο και συνεχίστηκε στις επόμενες δεκαετίες της μαζικής παραγωγής και της γιγάντωσης των επιχειρήσεων, ήρθε η σειρά τους να προχωρήσουν σε περισσότερο δυναμικές και υπεύθυνες δραστηριότητες, όπως είναι και οι επιχειρηματικές. Η συμμετοχή της γυναίκας επιχειρηματία ενισχύθηκε από τη μορφή της νέας τεχνολογίας που μείωσε τον αριθμό των ενδιάμεσων τεχνικών στελεχών (blue collars) και από την αλματώδη ανάπτυξη του τομέα παροχής υπηρεσιών.

Το "επιχειρείν" για τις Ελληνίδες που δραστηριοποιούνται στον πρωτογενή, δευτερογενή και εμπορικό τομέα αποτελεί προσωπική επιλογή. Οι γυναίκες επιχειρηματίες εμπνέουν σεβασμό, είναι αυτοδημιούργητες, επιτυχημένες και ενώ διοικούν μικρομεσαίες επιχειρήσεις δηλώνουν πρόθυμες να κάνουν μεγαλύτερα επαγγελματικά άλματα.

Σε ευρύτερο πλαίσιο διαπιστώθηκε ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες έρχονται αντιμέτωπες με πολλών ειδών εμπόδια όταν έρθει η στιγμή που θα αποφασίσουν να ξεκινήσουν επιχειρηματική δράση. Οι προσωπικές τους επιθυμίες αντικρούονται με τα κοινωνικά στερεότυπα και εμπόδια. Δεν είναι εύκολο να διαχειριστούν τον προσωπικό τους χρόνο και να τον μοιράσουν ανάμεσα στο χώρο της οικογένειας και αυτόν της απασχόλησης. Οι ώρες που απαιτούνται για μια γυναίκα από τον χώρο της οικογένειας είναι πολλές καθώς είναι υπεύθυνες για την ανατροφή των παιδιών και το χώρο του σπιτιού. Από την άλλη οι γυναίκες επιχειρηματίες δεν έχουν ούτε σταθερές ώρες εργασίας ούτε σταθερές αμοιβές και έτσι είναι λογικό αυτή η κατάσταση να δημιουργεί ανασφάλειες και αμφιβολίες στις γυναίκες όσον αφορά την έναρξη επιχειρηματικής δράσης.

Ένα άλλο σημαντικό εμπόδιο που οι γυναίκες πρέπει να υπερβούν είναι η εξασφάλιση του χρηματικού κεφαλαίου. Η πρόσβαση των γυναικών στη χρηματοδότηση δεν είναι τόσο εύκολη υπόθεση από τη στιγμή που το φύλο τους δεν διευκολύνει τη συνεργασία τους με τον τραπεζικό τομέα, ο οποίος συχνά εμφανίζεται επιφυλακτικός ως προς την έγκριση χρηματοδότησης σε γυναίκες επιχειρηματίες.

Επομένως, οι γυναίκες δεν αντιμετωπίζονται ισότιμα στον εργασιακό και επιχειρηματικό χώρο. Δεν είναι εύκολη η είσοδος τους στην επιχειρηματική δραστηριότητα, η πρόσβασή τους στη δανειοληψία και ταυτόχρονα διαφορετική είναι και η αντιμετώπιση που δέχονται από το φορολογικό σύστημα, τις δημόσιες υπηρεσίες και τους συνδικαλιστικούς φορείς.

Παρόλα αυτά δεν είναι δυνατόν να αγνοήσουμε τις αλλαγές που έχουν πραγματοποιηθεί στον τομέα της γυναικείας επιχειρηματικότητας και τις οποίες μαρτυρούν οι αριθμοί. Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται δυναμική είσοδος των γυναικών στο εργατικό δυναμικό της χώρας, ολοένα και αυξανόμενη συμμετοχή των γυναικών στον οικονομικά ενεργό πληθυσμό και η αντίστοιχη μείωσή τους στον οικονομικά μη ενεργό πληθυσμό.

Εξαιρετικό παράδειγμα κοινωνικών επιχειρήσεων στην Ελλάδα, αποτελούν οι Γυναικείοι Συνεταιρισμοί και ειδικότερα, οι Αγροτουριστικοί και οι Αστικοί συνεταιρισμοί παραγωγής ειδών εστίασης, γλυκών παραδοσιακών και βιολογικών προϊόντων και παροχής προνομιακών και πολιτιστικών και τουριστικών υπηρεσιών ή προϊόντων.

Στην Ελλάδα λειτουργούν περί τις 120 γυναικείες αγροτουριστικές επιχειρήσεις, ενώ εξακολουθούν να δημιουργούνται νέες μικρές ή μεγαλύτερες μονάδες σε χωριά και πόλεις της χώρας, σε εποχές μάλιστα δύσκολες για τέτοιες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες.

Οι Συνεταιρισμοί Γυναικών έχουν παίξει στην Ελλάδα τα τελευταία 25 χρόνια ένα σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της υπαίθρου και στην τοπική ανάπτυξη, εξασφαλίζοντας και απασχόληση στα μέλη τους και τοπικά προϊόντα εξαιρετικής ποιότητας (αγροτικά, τοπικά, τουριστικά, πολιτιστικά κ.λπ.), ενώ συμβάλλουν αποφασιστικά και στην κατάρριψη των αναχρονιστικών αντιλήψεων περί «ανικανότητας» των γυναικών.

✚ Οι λόγοι που υποκινούν τις γυναίκες στη δημιουργία συνεταιρισμών είναι κυρίως:

α) Οικονομικοί και επαγγελματικοί λόγοι Καταπολέμηση της γυναικείας ανεργίας και υποαπασχόλησης, απόκτηση επαγγέλματος, εισοδήματος, ασφαλιστικών και συνταξιοδοτικών δικαιωμάτων, δημιουργία ικανού εργατικού δυναμικού, δυνατότητα συμμετοχής στην τοπική οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη.

β) Κοινωνικοί λόγοι Ανάγκη εξόδου των γυναικών από το σπίτι και από τις αποκλειστικές οικογενειακές ευθύνες (ιδιωτικός χώρος), με άσκηση επαγγέλματος, στο οποίο δύνανται να συνδυάζουν επαγγελματικές και οικογενειακές ασχολίες (κοντά στον τόπο διαμονής, επιλογή μερικής απασχόλησης κ.ά.) και ανάγκη για εμπλοκή στην κοινωνική διεργασία και για συναναστροφή και συνεργασία με ομάδα (κοινωνικός χώρος).

γ) Προσωπικοί λόγοι Οι γυναίκες αποκτούν αυτοπεποίθηση, μαθαίνουν να συνεργάζονται με άλλα μέλη, εκμεταλλεύονται και αναδεικνύουν υπάρχουσες ικανότητες και δεξιότητες που διαθέτουν από τις εργασίες του σπιτιού ή της αφανούς εργασίας σε οικογενειακή επιχείρηση (π.χ. μαγείρεμα, χειροτεχνία, παρασκευή παραδοσιακών προϊόντων, οικονομική διαχείριση, πωλήσεις κ.λπ.), καθώς και από τη συμμετοχή τους σε συλλόγους (γονέων, πολιτιστικούς και περιβαλλοντολογικούς συλλόγους, ιδιαίτερα στα χωριά, όπου η συμμετοχή των γυναικών σε αυτούς δεν υπολείπεται των ανδρών).

δ) Λόγοι που σχετίζονται με το χαρακτήρα των κοινωνικών επιχειρήσεων Οι κοινωνικές επιχειρήσεις χαρακτηρίζονται από τη συλλογικότητα, τον επιμερισμό του επιχειρηματικού ρίσκου και των ευθυνών στην επιχείρηση και τη μεγαλύτερη δυνατότητα εξασφάλισης δανείων, παράγοντες που συναινούν υπέρ της συμμετοχής των γυναικών σε αυτές.

ε) Λόγοι που σχετίζονται με την παρεχόμενη εκπαίδευσή τους Το κράτος και η Ε.Ε. παρωθεί και υποστηρίζει την εκπαίδευση στη συλλογική – κοινωνική επιχειρηματικότητα, παράγοντας που εξασφαλίζει δεξιότητες και επαγγελματισμό.

✚ Τομείς δραστηριοποίησης των γυναικείων συνεταιρισμών

Οι επικρατέστεροι τομείς δραστηριοποίησης είναι:

- Ο αγροτουρισμός [καταλύματα (ξενώνες, ενοικιαζόμενα διαμερίσματα, δωμάτια, κατοικίες κ.λπ.), πολιτιστικές, οικολογικές δραστηριότητες]
- Η χειροτεχνία (υφαντά, κεντήματα, παραδοσιακές στολές κ.ά.)
- Η μεταποίηση (παραγωγή αρτοσκευασμάτων και ειδών διατροφής)
- Η παραγωγή βιολογικών και τοπικών προϊόντων (τσίπουρο, λάδι, μαστίχα, τραχανάς, χυλοπίτες, κ.λπ.)
- Η παραγωγή γλυκών και προϊόντων εστίασης

✚ Αδύνατα σημεία των γυναικείων συνεταιρισμών

Οι ίδιες οι συνεταιρίστριες θεωρούν ως αδύνατα σημεία:

- Την έλλειψη ταμειακής ρευστότητας
- Την αναποτελεσματική προώθηση των προϊόντων
- Την έλλειψη κατάλληλου δικτύου διανομής
- Την ανεπαρκή διαφήμιση
- Της έλλειψης αρχικών κεφαλαίων (και ιδιαίτερα από τους/τις άνεργους/ες)
- Της ελλιπούς εκπαίδευσης των επιχειρηματιών
- Της αδυναμίας πρόσβασης σε φιλικά χρηματοπιστωτικά ιδρύματα για λήψη δανείων
- Της ανεπαρκούς χρήσης των νέων τεχνολογιών
- Της έλλειψης πολλές φορές αυτοπεποίθησης και αδυναμίας για συνεργασίας σε ομάδα

Σε ό,τι αφορά την επιχειρηματικότητα στους Νομούς της Πελοποννήσου διαπιστώσαμε ότι στο πρόγραμμα ενίσχυσης της γυναικείας επιχειρηματικότητας συνεισφέρει ουσιαστικά στις δραστηριότητες των περιοχών αυτών. Αρχικά, μελετήσαμε την κατανομή των εγκεκριμένων επιχειρήσεων που βρίσκονται γύρω από μεγάλες πόλεις της Περιφέρειας, όπως είναι η Καλαμάτα, η Σπάρτη, η Κόρινθος και άλλες. Η έναρξη αυτών των επιχειρήσεων θα δημιουργούσε αρκετές θέσεις εργασίας κι έτσι θα συνέβαλε στη μείωση της ανεργίας της Περιφέρειας. Επίσης, όπως κάθε νέα δραστηριότητα θα μπορούσε να προσελκύσει περισσότερο πληθυσμό γύρω από την έδρα της κάθε επιχείρησης με αποτέλεσμα την πληθυσμιακή ενδυνάμωση των περιοχών, η οποία θα μπορούσε να οδηγήσει και στην οικονομική τόνωση της Περιφέρειας.

Τα συμπεράσματα που προέκυψαν από τα ερωτηματολόγια που απαντήθηκαν από τους γυναικείους συνεταιρισμούς Πελοποννήσου είναι τα ακόλουθα:

- ❖ Το μορφωτικό επίπεδο των γυναικών που αποφασίζουν να ξεκινήσουν μια επιχείρηση ή να πάρουν μέρος σε μια υπάρχουσα είναι κυρίως απόφοιτοι Λυκείου.
- ❖ Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων στις οποίες δουλεύουν οι γυναίκες της Πελοποννήσου, λειτούργησαν πρώτη φορά πριν από 6 με 15 χρόνια.
- ❖ Το μεγαλύτερο μέρος των γυναικών, έγινε μέλος του συνεταιρισμού 6 με 15 χρόνια πριν .
- ❖ Τα άτομα/φορείς που φαίνεται να επηρέασαν περισσότερο τις γυναίκες των συνεταιρισμών ώστε να πάρουν μέρος στην επιχείρηση στην οποία και εργάζονται ήταν οι φίλοι, οι σύζυγοί τους και οι μητέρες τους.
- ❖ Το κίνητρο των γυναικών αυτών για τη δημιουργία ή τη συμμετοχή τους στην επιχείρηση που βρίσκονται ήταν η επιθυμία τους για απασχόληση αλλά και για μεγαλύτερη οικονομική άνεση.
- ❖ Ο κύριος λόγος που επέλεξαν την Πελοπόννησο για να ξεκινήσουν την επιχείρησή τους ήταν επειδή ήταν ο τόπος διαμονής τους κι επειδή ήταν και ο τόπος καταγωγής τους.
- ❖ Οι γυναίκες των συνεταιρισμού Πελοποννήσου θεωρούν ότι τα βασικά πλεονεκτήματα της εγκατάστασης μιας επιχείρησης στον τόπο αυτό είναι κυρίως οι προοπτικές ανάπτυξης της περιοχής και η ιδιοκτησία.
- ❖ Σε ό,τι αφορά τα μειονεκτήματα που μπορεί να έχει η Πελοπόννησος ως τόπος έναρξης μιας επιχείρησης, στις πρώτες θέσεις βρίσκονται οι οικονομικές ιδιαιτερότητες και οι χαμηλοί τζίροι, αλλά και οι ελλειπείς υποδομές.
- ❖ Η πλειοψηφία των γυναικών των συνεταιρισμών υποστηρίζει ότι το διάστημα που μεσολάβησε από τη στιγμή που αποφάσισαν να κάνουν τη δική τους επιχείρηση μέχρι την έναρξη της λειτουργίας της ήταν περισσότερο από ένα χρόνο.
- ❖ Οι περισσότερες από τις εργαζόμενες γυναίκες των συνεταιρισμών, γνωρίζουν πολύ καλά το αντικείμενο με το οποίο ασχολείται η επιχείρηση στην οποία είναι μέλη.
- ❖ Η πλειοψηφία των πελατών αυτών των επιχειρήσεων είναι κυρίως ντόπιοι και Έλληνες τουρίστες.
- ❖ Οι πωλήσεις των συνεταιρισμών σε σχέση με πέρυσι ήταν αυξημένη ελάχιστη.

- ❖ Οι επιχειρήσεις με τις οποίες φαίνεται να συνεργάζονται περισσότερο οι γυναίκοι συνεταιρισμοί των νομών Πελοποννήσου είναι στην ευρύτερη περιοχή και λιγότερο στην περιοχή τους.
- ❖ Η λειτουργία των επιχειρήσεων φαίνεται να συμβάλουν στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, στη δημιουργία συμπληρωματικών εισοδημάτων, στην καλύτερη εξυπηρέτηση των μόνιμων κατοίκων αλλά και των τουριστών.
- ❖ Τα κυριότερα προβλήματα που αντιμετώπισαν οι γυναίκες των συνεταιρισμών Πελοποννήσου στο ξεκίνημα των επιχειρήσεών τους ήταν κυρίως οικονομικά ζητήματα, οι υποδομές και οι προμήθειες.
- ❖ Η τοπική κοινωνία φαίνεται να στηρίζει πάρα πολύ την επιχείρησή τους.
- ❖ Σε αντίθεση με την τοπική κοινωνία, οι τοπικοί φορείς δεν φαίνεται να στηρίζουν αρκετά τις τοπικές επιχειρήσεις.
- ❖ Η πλειοψηφία των εργαζόμενων γυναικών άντλησε το κεφάλαιο για την ίδρυση της επιχείρησής τους μέσω δανεισμού και από επιδοτούμενα προγράμματα.
- ❖ Η πλειοψηφία των γυναικών θα επιθυμούσαν τα παιδιά τους να ασχοληθούν με την επιχείρησή τους.
- ❖ Τα μελλοντικά σχέδια των γυναικών των συνεταιρισμών είναι η διατήρηση της υφιστάμενης κατάστασης και ο εκσυγχρονισμός της επιχείρησης.
- ❖ Όσες από τις εργαζόμενες επιχειρηματίες, σκέφτονται να επεκταθούν σε νέες δραστηριότητες κατέληξαν σε αυτή την απόφαση μέσα από μακροπρόθεσμο σχεδιασμό και μέσα από γενική πληροφόρηση.
- ❖ Θα λέγαμε ότι οι γυναίκες των συνεταιρισμών φαίνονται ικανοποιημένες από τα έργα υποδομής και τις κοινωνικές υπηρεσίες του τόπου εγκατάστασης της επιχείρησης.
- ❖ Τέλος, ρωτήσαμε τις επιχειρηματίες των περιοχών της Πελοποννήσου να μας απαντήσουν για το αν αντιμετώπισαν ποτέ κάποιο πρόβλημα κατά τη δημιουργία του συνεταιρισμού ή την περίοδο συμμετοχής τους σε αυτή. Η πλειοψηφία απάντησε ότι αντιμετώπισε ανισότητα σε ό,τι αφορά την ευθύνη και διαχείριση της αγροτικής εκμετάλλευσης, όπως επίσης και διακρίσεις στον καταμερισμό εργασίας.

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Για να υπάρξει ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στη χώρα μας, και ιδιαίτερα ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας, ώστε να ξεπεραστεί η στασιμότητα των τελευταίων ετών, θα πρέπει να υπάρξει:

- Κεντρική κατεύθυνση για τις γυναίκες, είτε από το εκπαιδευτικό σύστημα, είτε από τον ιδιωτικό τομέα, ώστε να εμπλακούν σε μία εξελεγμένη επιχειρηματική κίνηση, με όσο το δυνατόν μειωμένο ρίσκο.
- Προνομιακό καθεστώς, φορολογικό και ασφαλιστικό, ελκυστικό για τις νέες γυναίκες επιχειρηματίες.
- Εξειδικευμένα προγράμματα ενσωμάτωσης των νέων επιχειρηματιών στο περιβάλλον της αγοράς με ζητούμενο την επιχειρηματικότητα ευκαιρίας και όχι την επιχειρηματικότητα ανάγκης.
- Εντοπισμός τομέων της αγοράς με ελλείψεις και αυξημένη ζήτηση, ώστε να διευκολύνονται οι νέες επιχειρηματίες με έρευνα αγοράς για το μικρότερο δυνατό ρίσκο στις «restart» επιλογές τους.
- Αλλαγές στη μεταβίβαση επιχειρήσεων και τη κληρονομική διαδοχή τους, όπου το κόστος παραμένει μεγάλο.
- Δαιδαλώδες φορολογικό και ασφαλιστικό περιβάλλον, που κάνει τα λάθη και τις οικονομικές επιβαρύνσεις αναπόφευκτα.

Όσον αφορά τους τρόπους χρηματοδότησης και ενίσχυσης των επιχειρήσεων, θα λέγαμε ότι αυτοί είναι:

- α)** ο τραπεζικός δανεισμός
- β)** η χρηματοδοτική μίσθωση (leasing)
- γ)** τα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (venture capitals)
- δ)** τα δίκτυα ή οι συσπειρώσεις επιχειρήσεων (clusters)

Οι γυναίκες εξακολουθούν να αντιμετωπίζουν ιδιαίτερα προβλήματα όσον αφορά την πρόσβαση στην αγορά εργασίας, την εξέλιξη της σταδιοδρομίας, τα εισοδήματα και το συνδυασμό του επαγγελματικού και οικογενειακού βίου. Συνεπώς, είναι σημαντικό, μεταξύ άλλων:

- Να εξασφαλιστεί ότι οι δραστικές πολιτικές αγοράς εργασίας καθίστανται διαθέσιμες και στις γυναίκες αναλογικά με το μερίδιο ανεργίας τους.
- Να μειωθούν τα αντικίνητρα φόρου, παροχών, οπουδήποτε εντοπιστούν, εξαιτίας των αρνητικών συνεπειών τους στη γυναικεία προσφορά εργασίας.
- Να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στα εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες για τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων ή την αυτοαπασχόλησή τους.

- Να εξασφαλιστεί ότι οι γυναίκες μπορούν να επωφεληθούν θετικά από τις ευέλικτες μορφές της οργάνωσης εργασίας. Επομένως τα κράτη μέλη θα υιοθετήσουν μία προσέγγιση ενσωμάτωσης της διάστασης της ισότητας των φύλων κατά την εφαρμογή των κατευθυντήριων γραμμών και των τεσσάρων αξόνων. Προκειμένου να αξιοποιήσουν ουσιαστικά την πρόοδο της προσέγγισης αυτής, τα κράτη μέλη πρέπει να προβλέψουν επαρκή συστήματα και διαδικασίες συλλογής στοιχείων.

Προκειμένου να μειωθεί το άνοιγμα της ψαλίδας μεταξύ των φύλων, τα κράτη μέλη θα εξετάσουν επίσης την αυξημένη χρήση μέτρων για την προώθηση της απασχόλησης πρόοδο των γυναικών.

- Αναλογικότερη κατά φύλο εκπροσώπηση στα διάφορα όργανα της δημόσιας διοίκησης, στις ανώτερες βαθμίδες καθώς και στις κυβερνητικές θέσεις.
- Εκστρατείες πληροφόρησης, ενημέρωσης και υποστήριξης γυναικών υποψηφίων στις εκλογές.
- Προγράμματα επιμόρφωσης και εξειδίκευσης των γυναικών με σκοπό την προώθησή τους σε θέσεις υψηλής ευθύνης.
- Διαφοροποίηση των επαγγελματικών επιλογών των γυναικών.

Η εκπαίδευση και η επαγγελματική κατάρτιση μπορούν να συμβάλουν, με διάφορους τρόπους, στη βελτίωση της θέσης των γυναικών, κυρίως με το ξεπέρασμα των προβλημάτων σε επίπεδο διακρίσεων στον επαγγελματικό χώρο, τις οποίες αντιμετωπίζουν προσερχόμενες στην αγορά εργασίας. Τόσο η αρχική εκπαίδευση όσο και η επαγγελματική κατάρτιση, επιτρέπουν στις γυναίκες:

- Να μην περιθωριοποιούνται σε «γυναικείες δουλειές», που συνήθως είναι κακά αμειβόμενες
- Να έρχονται σε ανταγωνισμό με τους άντρες, με βάση αντικειμενικά κριτήρια και να ξεπερνούν, με αυτόν τον τρόπο, τα εμπόδια πρόσληψης και προαγωγής.
- Να πετυχαίνουν καλύτερες αμοιβές.
- Να μην υποβαθμίζονται στην αγορά εργασίας, όταν επανέρχονται σ' αυτήν μετά από μία απουσία.

Τα στοιχεία που δείχνουν τη σημασία της εκπαίδευσης και της κατάρτισης είναι πολλά. Σε πολλές ανεπτυγμένες χώρες, η αντιπροσώπευση των γυναικών σε υψηλότερου επιπέδου απασχολήσεις βελτιώθηκε σχετικά γρήγορα, από τη στιγμή που και το εκπαιδευτικό επίπεδό τους βελτιωνόταν. Το φαινόμενο αυτό δείχνει εν μέρει να διαψεύδεται από μετρήσεις της χωρητικότητας σε πολλά επαγγέλματα, που αφήνουν να φανεί ότι η κατάσταση παραμένει στάσιμη. Όμως αυτή η φαινομενική στασιμότητα κρύβει δύο αντίρροπες τάσεις: Αφενός την πρόσβαση περισσότερων γυναικών σε απασχολήσεις υψηλού επιπέδου, αφετέρου τη συνεχή αύξηση της παρουσίας γυναικών σε πολλές «κατώτερες εργασίες», όπως οι δουλειές γραφείου και, γενικά, οι υπηρεσίες, που αναπτύσσονται μαζί με τη συνολική εξέλιξη των οικονομιών.

Όσον αφορά τη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Περιφέρεια θα πρέπει να υπάρχει:

- Οικονομική βοήθεια και υποστήριξη από δημόσιους φορείς με σκοπό την προώθηση και των προϊόντων αλλά και των περιοχών.
- Βοήθεια και στήριξη από την τοπική κοινωνία.
- Επιδοτούμενα προγράμματα από την Ευρωπαϊκή Ένωση.

- Ευνοϊκοί όροι χρηματοδότησης από τράπεζες και δανειστές.
- Πρόγραμμα ενημέρωσης και εκπαίδευσης των μελών των συνεταιρισμών για βελτίωση των γνώσεων πάνω στο αντικείμενο εργασίας τους.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Αβδελίδης, Π. (1989), *Συνεταιριστική προβλήματα*, Β' έκδοση, Αθήνα: Νέα Σύνορα, σελ. 78-80
- Ανδριώτης, Κ. (2008), *Αειφορία και εναλλακτικός τουρισμός*, Αθήνα: Σταμούλης, σελ. 149-152
- Βασιλειάδης, Α., Χριστοδουλοπούλου, Γ. & Χαριτωνίδου, Α. (2007), *Εμπόδια της γυναικείας επιχειρηματικότητας*, Λάρισα: Υπουργείο Εθνικής Παιδείας & Θρησκευμάτων Διεύθυνση Σπουδών Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης Παιδαγωγικό Ινστιτούτο – Τομέας ΣΕΠ, σελ.14-15
- Βουδούρη, Ε. (2008), *Επιχειρησιακό Σχέδιο*, Αθήνα: Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών – Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας, σελ. 5
- Γεωργιάδης, Π. (2008), *Εγχειρίδιο Επιχειρηματικότητας – για υποψήφιους και νέους επιχειρηματίες*, Αθήνα: Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, σελ. 5, 11-13, 19
- Γιδαράκου, Ι. (2007), *Γυναικεία συνεταιριστική επιχειρηματικότητα: Θεωρία και πρακτική*, Αθήνα: Σταμούλης, σελ. 2-4, 125-127
- Γκαγκάτσιος, Ι., Λελεδάκης, Γ. (2008), *Καινοτομία – Επιχειρηματικότητα Επιχειρήσεις*, Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων, Ινστιτούτο Διαρκούς Εκπαίδευσης Ενηλίκων, σελ. 60-62
- Δροσοπούλου Σόνια, (1989), *Αγροτο – τουριστικοί Συνεταιρισμοί* (Ελλάδα – Ε. Ο. Κ. Νομικό και κοινωνικό πλαίσιο), Αθήνα: Interbooks, σελ. 30, 87-88
- Ιωαννίδης, Σ. (2013), *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2011-12, Η εξέλιξη των δεικτών της επιχειρηματικότητας στη διάρκεια της κρίσης*, Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών, σελ. 39-40, 47-51
- Ιωαννίδης, Σ. & Γιωτόπουλος, Ι. (2014), *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2012-13: Ενδείξεις ανάκαμψης της μικρής επιχειρηματικότητας*, Αθήνα: Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE), σελ. 9-10, 11-13, 57-63, 76-79
- Καραγιάννης, Α. (1999), *Επιχειρηματικότητα και Οικονομία*, Αθήνα: 15-17
- Κιόχος, Π., Παπανικολού Γ. & Κιόχος Α. (2003), *Ανάλυση και έλεγχος επιχειρησιακών στρατηγικών*, Αθήνα: Interbooks, σελ. 85-89
- Κιούρτσης, Κ. (2011), *Γυναικεία Επιχειρηματικότητα, Ενότητα III: Ισότητα ευκαιριών στην κοινωνική και επαγγελματική ζωή*, Εκπαιδευτικό Υλικό 3^{ης} Εβδομάδας, σελ. 6-7
- Μπουράντας, Δ., Βάθης, Α., Παπακωνσταντίνου, Χ. & Ρεκλείτης, Π. (1999). Αρχές οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων και Υπηρεσιών. Αθήνα: Οργανισμός Εκδόσεων Διδακτικών Βιβλίων, σελ. 25
- Παπαδάκη-Κλαυδιανού, Α., (1996), *Γεωργική Εκπαίδευση*, Θεσσαλονίκη: Πανεπιστημιακού Τυπογραφείου, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, σελ. 6-7, 9-12
- Πηλαβάκη, Α. (2007), *Μισθολογικό Χάσμα και Οριζόντιος και κάθετος διαχωρισμός επαγγελματιών*, Λευκωσία: Πρακτικά από Συνέδριο Εθνικού Μηχανισμού για τα δικαιώματα

της γυναίκας με θέμα: «Εθνικό σχέδιο δράσης για την ισότητα ανδρών και γυναικών - Ισότητα στην απασχόληση και επαγγελματική εκπαίδευση», σελ. 38-40

- Ρεγκούκος, Π. (2012), *Επιχειρηματικότητα σε κρίση*, Αθήνα: Σταμούλης, σελ. 166-169
- Σαϊτάκης, Α., Μαυρογιάννης, Γ. (2007), *Οδηγός Επιχειρηματικότητας*, Αναπτυξιακή Ηρακλείου Α.Ε., σελ. 22
- Τζωρτζάκη, Κ., Τζωρτζάκη, Α. (1992), *Οργάνωση και Διοίκηση*, Αθήνα: Rosili, σελ. 79-80
- Χαραλαμπίδης, Γ. (2008), *Πολίτης & Επιχειρηματικότητα*, Σημειώσεις σεμιναρίου, Κέντρο στήριξης & ανάπτυξης επιχειρηματικότητας «επιχειρείν», Θεσσαλονίκη, σελ. 17-22

ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Clamp, C., Alhamis, I. (2010), *Social Entrepreneurship in the Mondragon Co-operative Corporation and the Challenges of Successful Replication*, The Journal of Entrepreneurship, σελ.168-9
- Rotter, J.B. (1966), *Generalized Expectancies for internal versus external control of reinforcement*, Psychological Monographs: General & Applied, σελ. 80
- Schumpeter, J. (1934), *The Theory of Economic Development*, Cambridge, Mass: Harvard University Press, σελ. 65
- Shaver, K. G., Scott, L. R. (1991), *Person, process, choice: The psychology of new venture creation*, Entrepreneurship: Theory and Practice, v. 16(2). Σελ. 23-45
- Siropolis, N. (2001), *Διοίκηση Μικρών & Μεσαίων Επιχειρήσεων*, Αθήνα: Παπαζήσης ΑΕΒΕ, σελ. 111
- Webb, P., Webb, S. (2004), *Βιωσιμότητα ΜμΕ: πρακτικός οδηγός για τη δημιουργία μιας υγιούς και ισχυρής οικονομικά επιχείρησης*, Αθήνα: Μ. Γκιούρδας, σελ. 43
- Welsch, H.P. (2004), *Entrepreneurship: The Way Ahead* Routledge, New York, σελ. 29

ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

- <http://www.productsgreek.com/el/elliniko-ouzo-tsipouro-liker-mpyra/etaireies-trofimon/item/391-agrotikos-synetairismos-gynaikon-argolidas>, 2012, Αγροτικός Συνεταιρισμός Γυναικών Αργολίδας
- Μεθοδολογικές Έρευνες, 2007, <http://www.slideshare.net/dourvas/project-10107509>
- Ποσοτικές έρευνες, (n.d.), <http://www.ekke.gr/estia/Grenved/seminar3.htm>
- Ποιοτική έρευνα, 2012. Πανεπιστήμιο, http://lab.pe.uth.gr/psych/index.php?option=com_content&view=article&id=87&Itemid=245&lang=el
- Ιωαννίδης, Σ., 2004, <http://www.gemconsortium.org/docs/download/508>, Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα
- Παππάς, Β., 2009, <http://epixeirein.gr/2009/12/29/η-ελληνική-επιχειρηματικότητα-στα-πρ/>, Η ελληνική επιχειρηματικότητα στα πρόθυρα της κρίσης

- Ιωαννίδης, Σ., Χατζηχρήστου, Σ., 2012, http://mokep.unipi.gr/article_elements/meletes_ereynes/GEM_2010-11_final_ppt.pdf, Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2010 - 2011
- <http://www.espa.gr/el/Pages/ProclamationsFS.aspx?item=2086>, 2009, Ενίσχυση επιχειρηματικότητας γυναικών
- <http://www.sege.gr/>, 2012, Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Γυναικών Ελλάδος
- http://www.kethi.gr/index.php?option=com_content&view=section&layout=blog&id=2&Itemid=3&lang=el, 2011, Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας
- http://www.kethi.gr/index.php?option=com_content&view=section&layout=blog&id=2&Itemid=3&lang=el, 2011, Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας
- <http://www.equal-greece.gr/mainlinks.asp?aa=1>, 2006, Κοινοτική Πρωτοβουλία Equal
- <http://www.anko.gr/leader/leadergeneral.html>, 2000, Η κοινοτική πρωτοβουλία Leader+
- <http://www.career.tuc.gr/3580.0.html>, 2014, Γυναικεία Επιχειρηματικότητα – Ενίσχυση γυναικείας επιχειρηματικότητας
- Κουζόφ, Σ., 2012, <http://www.startupgreece.gov.gr/el/content/που-θα-βρω-χρηματοδότηση-για-την-επιχειρησή-μου>, Που θα βρω χρηματοδότηση για την επιχείρησή μου;
- Κιούρτσης, Κ., 2011, www.blogs.sch.gr/kkiourtsis/files/2011/07/Θ.Ε.-3.11.pdf, Γυναικεία Επιχειρηματικότητα – Ίσες Ευκαιρίες
- <http://eommex.gr>, 2011, Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα (Πελοπόννησος)
- <http://www.minagric.gr/index.php/el/for-farmer-2/agrotourism/agricultural-association>, 2014, Γυναικείοι Αγροτικοί Συνεταιρισμοί
- http://www.minagric.gr/images/stories/docs/agrotis/agrotourismos/PELLOPONHSOS_210814.pdf, 2014, Γυναικείοι Αγροτικοί Συνεταιρισμοί Πελοποννήσου

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΡΟΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΟΥΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

1. Ηλικία

	Σύνολο	Ποσοστό
18-22		
23-30		
31-40		
41-50		
51-60		
60 και άνω		

2. Ποια είναι το επίπεδο της εκπαίδευσης που έχετε λάβει;

	Σύνολο	Ποσοστό
Απόφοιτη Γυμνασίου		
Απόφοιτη Λυκείου		
Ανώτατη Εκπαίδευση (κάτοχος πτυχίου)		
Μεταπτυχιακές Σπουδές		

3. Πότε λειτούργησε για πρώτη φορά η επιχείρηση;

	Σύνολο	Ποσοστό
1 έως 5 έτη		
6 έως 15 έτη		
16 έως 25 έτη		
26 έως 35 έτη		

4. Πότε γίνατε για πρώτη φορά μέλος του συνεταιρισμού;

	Σύνολο	Ποσοστό
πριν λίγους μήνες		
πριν 1 με 5 χρόνια		
πριν 6 με 15 χρόνια		
πριν 16 και πάνω		

5. Συνέβαλαν άλλοι φορείς ή άτομα στην ανάπτυξη της ιδέας αυτής;

	Σύνολο	Ποσοστό
Ναι		
Όχι		

6. Εάν ναι, ποιοι συγκεκριμένα;

	Σύνολο	Ποσοστό
Πατέρας		
Μητέρα		
Σύζυγος		
Άλλο συγγενείς		
Φίλοι		
Αναπτυξιακή Εταιρεία		
Δημόσιοι φορείς		

7. Ποια είναι τα κίνητρό σας για τη δημιουργία της επιχείρησης;

Αξιολογείστε ως προς τη σημαντικότητα με βαθμό από 1-5 κάθε ένα από τους παρακάτω παράγοντες (1= καθόλου σημαντικό, 5= πάρα πολύ σημαντικό)

	Σύνολο	Ποσοστό
Επιθυμία για απασχόληση		
Οικονομική άνεση		
Αξιοποίηση σχετικής τεχνογνωσίας – χόμπι		
Κοινωνική καταξίωση (κύρος)		
Συνέχιση οικογενειακής επιχείρησης		
Εξασφάλιση δουλειάς για τα παιδιά		
Επιθυμία για ανεξαρτησία		

8. Ποιος ήταν ο κύριος λόγος που κάνατε την επιχείρησή σας στον τόπο αυτό;

	Σύνολο	Ποσοστό
Ιδιόκτητος χώρος		
Τόπος διαμονής		
Τόπος καταγωγής		
Αναπτυγμένη περιοχή		
Τοπικές ιδιαιτερότητες		

9. Ποια είναι τα πλεονεκτήματα της εγκατάστασης της επιχείρησης στον τόπο αυτό;

	Σύνολο	Ποσοστό
Ιδιοκτησία		
Προοπτικές ανάπτυξης περιοχής		
Εύκολη πρόσβαση		
Πελατεία		
Κανένα		

10. Ποια είναι τα μειονεκτήματα της εγκατάστασης της επιχείρησης στον τόπο αυτό;

	Σύνολο	Ποσοστό
Ελλειψείς υποδομές		
Οικονομικές ιδιαιτερότητες, χαμηλοί τζίροι		
Μικρή τουριστική περίοδος, ερήμωση στις μη τουριστικές		
Κανένα		

11. Πόσο διάστημα μεσολάβησε από τη στιγμή που αποφασίσατε να κάνετε τη δική σας επιχείρηση μέχρι την έναρξη λειτουργίας της;

	Σύνολο	Ποσοστό
Λιγότερο από ένα μήνα		
Από ένα μήνα έως έξι μήνες		
Από έξι μήνες έως ένα χρόνο		
Περισσότερο από ένα χρόνο		

12. Πόσο καλά γνωρίζετε το αντικείμενο με το οποίο ασχολείται η επιχείρησή σας;

	Σύνολο	Ποσοστό
Πάρα πολύ καλά		
Πολύ καλά		
Μέτρια		
Λίγο		
Καθόλου		

13. Οι πελάτες σας είναι κυρίως:

	Σύνολο	Ποσοστό
Ντόπιοι		
Έλληνες τουρίστες		
Αλλοδαποί τουρίστες		

14. Πώς ήταν οι πωλήσεις - κίνηση φέτος σε σχέση με πέρυσι:

	Σύνολο	Ποσοστό
Αυξημένη πολύ		
Αυξημένη ελάχιστα		
Περίπου το ίδιο		
Μειωμένη ελάχιστα		
Μειωμένη πολύ		

15. Οι επιχειρήσεις με τις οποίες συνεργάζεστε βρίσκονται:

	Σύνολο	Ποσοστό
Στην περιοχή σας		
Στην ευρύτερη περιοχή		
Εκτός της περιοχής σας		

16. Η λειτουργία της δικής σας επιχείρησης συνέβαλε: (Πάρα πολύ = 5, πολύ = 4, μέτρια = 3, λίγο = 2, καθόλου = 1)

	Σύνολο	Ποσοστό
Στη δημιουργία άλλων νέων επιχειρήσεων στην περιοχή		
Την τόνωση της λειτουργίας υφιστάμενων επιχειρήσεων		
Στην καλύτερη εξυπηρέτηση των μόνιμων κατοίκων		
Στην καλύτερη εξυπηρέτηση των τουριστών		
Στη δημιουργία θέσεων εργασίας για τον τοπικό πληθυσμό		
Στη δημιουργία συμπληρωματικών εισοδημάτων για την οικογένεια		
Στη βελτίωση των βασικών υποδομών		
Στη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών στην τοπική κοινωνία		

17. Ποια ήταν τα κυριότερα προβλήματα που αντιμετωπίσατε στο ξεκίνημα της επιχείρησής σας;

	Σύνολο	Ποσοστό
Υποδομές		
Έλλειψη εμπειρίας		
Οικονομικά		
Προμήθειες		
Κανένα		

18. Η τοπική κοινωνία στηρίζει την επιχείρησή σας;

	Σύνολο	Ποσοστό
Πάρα πολύ		
Πολύ		
Μέτρια		
Λίγο		
Καθόλου		

19. Οι τοπικοί φορείς στηρίζουν την επιχείρησή σας;

	Σύνολο	Ποσοστό
Πάρα πολύ		
Πολύ		
Μέτρια		
Λίγο		
Καθόλου		

20. Από πού αντλήσατε τα κεφάλαια για την επιχείρησή σας;

	Σύνολο	Ποσοστό
Από προσωπικές οικονομίες		
Επιδότηση από πρόγραμμα		
Με χρήματα της οικογένειας		
Δανεισμός		

21. Θα θέλατε κάποιο από τα παιδιά σας να ασχοληθεί με την επιχείρησή σας;

	Σύνολο	Ποσοστό
Ναι		
Όχι		

22. Ποιο είναι τα μελλοντικά σας σχέδια για την επιχείρηση;

	Σύνολο	Ποσοστό
Εκσυγχρονισμός της υφιστάμενης επιχείρησης		
Πρόσληψη προσωπικού για την υφιστάμενη επιχείρηση		
Επέκταση της υφιστάμενης επιχείρησης σε νέες δραστηριότητες		
Κλείσιμο		
Έναρξη νέας επιχείρησης ή να κάνετε μια νέα επιχείρηση		
Διατήρηση της υφιστάμενης κατάστασης		

23. Σε περίπτωση που σκέφτεστε να επεκταθείτε σε νέες δραστηριότητες, πώς καταλήξατε στην απόφαση αυτή;

	Σύνολο	Ποσοστό
Από έρευνα αγοράς		
Από γενική πληροφόρηση		
Από ειδική πληροφόρηση		
Από μακροπρόθεσμο σχεδιασμό		

24. Πόσο ικανοποιημένη είστε από τα έργα υποδομής και την παροχή κοινωνικών υπηρεσιών του τόπου εγκατάστασης της επιχείρησής (Πάρα πολύ = 5, πολύ = 4, μέτρια = 3, λίγο = 2, καθόλου = 1)

	Σύνολο	Ποσοστό
Δίκτυο μεταφορών		
Συγκοινωνία		
Τηλεπικοινωνίες		
Ταχυδρομείο		
Κατάσταση δρόμων		
Αστυνομική προστασία		
Ευκαιρίες απασχόλησης στην περιοχή		
Ιατρική περίθαλψη		
Ευκολίες αγοράς ειδών πρώτης ανάγκης		
Αποτελεσματική τοπική αυτοδιοίκηση		
Μέσα ψυχαγωγίας		
Δίκτυο ύδρευσης		

25. Θα λέγατε ότι αντιμετωπίσατε κάποιο από τα παρακάτω προβλήματα κατά τη δημιουργία του συνεταιρισμού ή την περίοδο συμμετοχής σας σε αυτόν;

	Σύνολο	Ποσοστό
Έλλειψη προσωπικού εισοδήματος		
Διακρίσεις στον καταμερισμό εργασίας σε σχέση με τους άντρες		
Ανισότητα στην ευθύνη και στη διαχείριση της αγροτικής εκμετάλλευσης		
Μη συμμετοχή στην πολιτική ζωή, στους συνεταιρισμούς και στα συνδικαλιστικά όργανα		
Κανένα		

