

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ
ΕΛΛΑΔΑΣ**

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΜΜΕ(ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΠΥΡΓΟΥ)

Τίτλος Εργασίας:

«Γυναικεία επιχειρηματικότητα»

Title:

“Female entrepreneurship”

ΑΣΠΑΣΙΑ ΓΑΛΑΝΟΠΟΥΛΟΥ

ASPASIA GALANOPOULOU

Επιβλέπων Καθηγητής: Ηγουμενάκης Γεώργιος

Supervisor: Igoumenakis George

Πάτρα 2014

Περιεχόμενα

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	5
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	6
ABSTRACT	7
1.1. ΟΙ ΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	8
1.2. Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	10
1.3. ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	12
1.4. ΒΑΣΙΚΕΣ ΣΥΝΙΣΤΩΣΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	14
1.4.1. Η επιχείρηση	14
1.4.1.1. Η Επιχείρηση ως Κοινωνική Οργάνωση	15
1.4.1.2. Η Επιχείρηση ως Θεσμός.....	16
1.4.1.3. Η Επιχείρηση ως Σύστημα	16
1.4.2. Διακρίσεις Επιχειρήσεων.....	17
1.4.3. Δυσκολίες και κίνδυνοι στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας.....	19
1.4.4. Επιχειρηματικά κίνητρα και ευκαιρίες.....	21
1.5. ΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ.....	26
1.6. Η ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ.....	33
1.7. ΙΣΟΤΗΤΑ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	34
1.7.1. Ο οριζόντιος και ο κάθετος επαγγελματικός διαχωρισμός.....	36
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο - Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	38
2.1. Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΑΠΟ ΤΟ 2000 ΜΕΧΡΙ ΤΟ 2010	38
2.2. ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ (2009 -2010).....	41
2.3. ΟΙ ΒΑΣΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΟ 2011 – 2013.....	43
2.3.1. Επιχειρηματικές προδιαθέσεις και κίνητρα.....	45
2.4. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	47
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^ο – Η ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	50

3.1. ΕΞΕΛΙΞΗ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ.....	50
3.2. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ	52
3.3. Η ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΔΩΝ.....	53
3.4. Η ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΑΝΕΡΓΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	56
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ^ο - ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	58
4.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	58
4.2. ΤΟΜΕΙΣ ΠΟΥ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΟΙ ΓΥΝΑΙΚΕΣ	59
4.3. ΙΣΟΤΗΤΑ ΑΝΔΡΩΝ ΚΑΙ ΓΥΝΑΙΚΩΝ	60
4.4. ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ.....	62
4.5. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	63
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ^ο – Η ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	65
5.1. ΑΡΧΗ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	65
5.1.1. Οι ποσοτικοί δείκτες της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων των Ελληνίδων	66
5.1.2. Η εξέλιξη της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων των Ελληνίδων προ και μετά την έναρξη της οικονομικής κρίσης.....	67
5.1.3. Η ηλικιακή κατανομή των Ελληνίδων επιχειρηματιών	69
5.1.4. Ελληνίδες επιχειρηματίες και ένταση ανταγωνισμού	70
5.2. Η ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ Η ΜΟΡΦΩΣΗ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ	72
5.2.1. Το εκπαιδευτικό επίπεδο των Ελληνίδων επιχειρηματιών.....	72
5.3. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΓΙΑ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	74
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 ^ο - ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ	81
6.1. ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	81
6.2. Η ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΚΑΙ ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΗΣ ΕΡΕΥΝΑ.....	82
6.3. ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ.....	82
6.3.1. Κατάρτιση Ερωτηματολογίων.....	83
6.3.2. Δειγματοληψία και απογραφή	83

6.4. ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ.....	84
6.5. ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	85
6.6. ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ	86
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	111
ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	117
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	120

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.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω επίσης, όλες τις γυναίκες επιχειρηματίες και όλες τις υπαλλήλους των εταιρειών που απάντησαν με προθυμία στην έρευνά μου, συμπληρώνοντας το ερωτηματολόγιο, χωρίς τη βοήθεια των οποίων δεν θα ήταν δυνατή η ολοκλήρωση αυτής της εργασίας.

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

Σκοπός στην παρούσα πτυχιακή εργασία είναι η παρουσίαση της πορείας της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, όπως αυτή καταγράφηκε τα τελευταία δέκα χρόνια, πριν αλλά και μετά την περίοδο της οικονομικής κρίσης.

Ξεκινώντας λοιπόν τη μελέτη μας, κρίναμε απαραίτητο να αναφερθούμε στην έννοια της επιχειρηματικότητας, στη σημασία της, στα είδη της, στις βασικές συνιστώσες που την αποτελούν, καθώς και στη διαμόρφωση του επιχειρηματικού σχεδίου.

Στο δεύτερο κεφάλαιο, επικεντρωθήκαμε κυρίως στην επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα από το 2000 μέχρι και το 2013, παρουσιάζοντας τους βασικούς δείκτες της, καθώς και τις επιπτώσεις της κρίσης στη χώρα μας.

Το τρίτο κεφάλαιο αναφέρεται εξολοκλήρου στη γυναικεία απασχόληση. Παρουσιάσαμε την εξέλιξή της τα τελευταία χρόνια, τους παράγοντες που ωθούν τις γυναίκες στην εργασία, την εκπαίδευση που λαμβάνουν οι Ελληνίδες αλλά και τα επίπεδα ανεργίας που καταγράφονται τα τελευταία χρόνια.

Στο τέταρτο κεφάλαιο θίξαμε το θέμα της γυναικείας επιχειρηματικότητας, παρουσιάζοντας τους παράγοντες που την επηρεάζουν, τους τομείς στους οποίους δραστηριοποιούνται οι γυναίκες, καθώς και την ισότητα ανδρών και γυναικών στον εργασιακό χώρο και τα δικαιώματα απασχόλησής τους.

Στο πέμπτο κεφάλαιο, παρουσιάσαμε με στατιστικά στοιχεία την εξέλιξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, με βάση τα δεδομένα που συλλέξαμε από το Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών. Πιο συγκεκριμένα, παρουσιάσαμε τους ποσοτικούς δείκτες της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων των Ελληνίδων, την ηλικιακή κατανομή τους στις επιχειρήσεις, την πορεία της έντασης του ανταγωνισμού, την εκπαίδευσή τους, αλλά και τα προγράμματα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας που προσφέρονται από τη χώρα μας.

Στο έκτο και τελευταίο κεφάλαιο, γίνεται λόγος για τη μεθοδολογία που ακολουθήθηκε κατά τη διάρκεια της έρευνάς μας και για την ολοκλήρωση της εργασίας μας.

ABSTRACT

The aim in this thesis is to present the progress of women's entrepreneurship in Greece, as was recorded in the last ten years, before and after the period of economic crisis.

Starting our study, we considered it necessary to refer to the concept of entrepreneurship, and also to its importance and its types, to the basic components that constitute the entrepreneurship, and how we shape the business plan.

In the second chapter, we focused mainly on entrepreneurship in Greece between 2000 and 2013, showing the basic indicators and the impact of the crisis in our country.

The third chapter refers entirely on the female employment. We presented the development of recent years, the factors that push women into work, the education that has been received by Greek women and about the unemployment levels that have been recorded in recent years.

In the fourth chapter we discussed the issue of female entrepreneurship, presenting the factors that affect it, the sectors in which women are activated, and also about the gender of men and women in the workplace and their employment rights.

In the fifth chapter, we presented statistics about the development of women entrepreneurship in Greece, based on data collected by the Foundation for Economic and Industrial Research. More specifically, we presented quantitative indicators of entrepreneurship in the early stages of Greek women, the age distribution in enterprises, the course of the intensity of competition, the education, and the programs that support entrepreneurship offered by our country.

The sixth and final chapter, refer to the methodology that we followed for our research and the completion of our paper.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο – ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

1.1. ΟΙ ΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Η έννοια και το περιεχόμενο της λέξης «επιχειρηματικότητα», έλκουν ολοένα και περισσότερο την προσοχή ακαδημαϊκών και επιχειρηματιών, σε όλο τον κόσμο. Αυτό οφείλεται το γεγονός ότι, η επιχειρηματικότητα, ως μια ολοκληρωμένη έννοια και διαδικασία, και οι επιχειρηματίες ως άτομα, μπορούν να συμβάλλουν αποφασιστικά, τόσο στην κοινωνία όσο και στην οικονομία, με ποικίλους τρόπους. 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).

Η λέξη «επιχειρηματικότητα» προέρχεται από το ρήμα «επιχειρώ», το οποίο στην ελληνική γλώσσα σημαίνει «δοκιμάζω», «αρχίζω κάποιο έργο», «καταπιάνομαι με κάποια δραστηριότητα», «ενεργώ με συγκεκριμένο τρόπο και στόχο», «προσπαθώ να επιτύχω κάτι». Εξάλλου, ο διεθνώς επικρατών όρος «entrepreneurship» θα μπορούσε να μεταφραστεί κυριολεκτικά ως «παρεμβολή» ή ως «διοίκηση στρατευμάτων στη μάχη». Συνεπώς, η ίδια η έννοια υποδηλώνει ή εμπεριέχει συμπεριφορές και δεξιότητες, οι οποίες αφορούν στην πρωτοβουλία και την απόπειρα για την έναρξη μιας δραστηριότητας, στην οργάνωση και τη μεθόδευση των σχετικών ενεργειών, στην ύπαρξη κάποιου στόχου και στην κινητοποίηση προς την επίτευξή του, δηλαδή για ουσιαστική και δυναμική παρέμβαση στην κοινωνική πραγματικότητα (Κακαρούχα Π., 2008: 5-6).

Υπάρχουν πολλοί ορισμοί που αναφέρονται στην επιχειρηματικότητα. Ένας πρώτος ορισμός είναι αυτός που χρησιμοποίησε ο Γάλλος οικονομολόγος R. Cantillon (1930), ο οποίος όρισε τον επιχειρηματία ως εκείνο το άτομο «που προσπαθεί να εκμεταλλευτεί τη διαφορά των τιμών, ανάμεσα στην αγορά, με μια βεβαιωμένη τιμή, και στην πώληση των αγαθών, με βεβαιότητα (arbitrage)» (Wennekers, S. Et al., 2005: 46-47).

Στην επιχειρηματικότητα αναφέρθηκαν επίσης, οι A. Smith (1776), και ο J.Schumpeter (1934), οι οποίοι επίσης, περιέλαβαν στα μοντέλα τους τον επιχειρηματία ως βασικό παράγοντα, είτε για να τον διακρίνουν από τους εργάτες ως διαχειριστή των πόρων, είτε ως καταλύτη αλλαγών στην οικονομία. Η επιχειρηματικότητα για τον Schumpeter είναι η κύρια πηγή της οικονομικής ανάπτυξης. Ο επιχειρηματικός τύπος είναι το άτομο το καινοτόμο που επινοεί και δημιουργεί νέα προϊόντα και υπηρεσίες, βελτιώνει την αποδοτικότητα, μειώνει το κόστος ή δημιουργεί νέες αγορές. Το κίνητρό του κατά τον εντοπισμό της ευκαιρίας, είναι το κέρδος. Ο ρόλος των επιχειρηματιών είναι να ανανεώνουν και να ανατρέπουν τις συνθήκες παραγωγής, αναζητώντας νέες ανακαλύψεις, νέα πρωτόφαντη τεχνολογία παραγωγής νέων προϊόντων, ή των ήδη υπαρχόντων, με νέο τρόπο παραγωγής (Schumpeter, J., 1934: 65).

Αντιθέτως, ο κατά Kirzner επιχειρηματίας είναι κάποιος ο οποίος βρίσκεται σε επιφυλακή για να εντοπίσει επικερδείς ευκαιρίες συναλλαγής. Έχει την ικανότητα να εντοπίζει τους προμηθευτές και τους πελάτες και να δρα ως διαμεσολαβητής. Όταν το προϊόν ή η υπηρεσία έχουν ήδη προσφερθεί και η ευκαιρία φαντάζει αυτονόητη, χρειάζεται κάποιος με πρόσθετη γνώση για να την αναγνωρίσει και να την εκμεταλλευτεί. Ο ρόλος της πληροφόρησης στην αγορά είναι σημαντικός για τον κατά Kirzner επιχειρηματία.

Ο Shailer (1994), θεωρεί ότι: «ο όρος «επιχειρηματίας» χρησιμοποιείται πλέον ευρύτατα, με μεγάλη ποικιλία νοημάτων ανά εποχή, ανάλογα με τα συμφέροντα όσων τον χρησιμοποιούν και ότι οι ιδιοκτήτες/μάνατζερ δεν ανταποκρίνονται απαραίτητα σε κάποιον από τους δημοφιλείς σήμερα ορισμούς του επιχειρηματία» (Shailer, G., 1994:33-41).

Στην Ελλάδα διαβάζουμε ότι επιχειρηματικότητα είναι η δεξιότητα της οργάνωσης, του σχεδιασμού και της υλοποίησης μιας ιδέας, προκειμένου να

προσφερθεί στην αγορά ένα προϊόν ή μια υπηρεσία με τρόπο έξυπνο, πρωτότυπο και ανταγωνιστικό (Μαγουλά, Θ., 2003:50).

Ως *επιχειρηματικότητα* (entrepreneurship) νοείται κατά κύριο λόγο η νοοτροπία, που καθορίζει το σύνολο των δραστηριοτήτων ενός ατόμου ή μίας οργανωμένης ομάδας ατόμων, η οποία σχετίζεται με την αναγνώριση των υφιστάμενων ευκαιριών για ανάληψη πρωτοβουλιών, καθώς και με την προσπάθεια μετατροπής των πρωτοβουλιών αυτών σε αποτέλεσμα έτσι ώστε από αυτή τη διαδικασία να προκύψει οικονομικό όφελος. Απαραίτητα στοιχεία που συνδυάζονται με την επιχειρηματικότητα είναι η *ανάληψη πρωτοβουλίας*, η *καινοτομία*, η *ηγεσία*, και η *διαχείριση*, που υποβοηθούν την είσοδο μίας νέας επιχείρησης στην αγορά ή τη βελτίωση της θέσης μίας ήδη υπάρχουσας επιχείρησης (Ευρωπαϊκή Ένωση, 2003: 6).

Η επιχειρηματικότητα συνεπώς αφορά στα άτομα, τις επιλογές τους και τις ενέργειες στις οποίες προβαίνουν κατά την εκκίνηση, εξαγορά ή λειτουργία μιας επιχείρησης ή κατά τη διαδικασία λήψης στρατηγικών αποφάσεων μιας επιχείρησης. Τα άτομα αυτά, γνωστά ως *επιχειρηματίες* (entrepreneurs), αποτελούν ανομοιογενή ομάδα ατόμων που ωστόσο, έχουν αρκετά κοινά χαρακτηριστικά επιχειρηματικής συμπεριφοράς, συμπεριλαμβανομένης της ετοιμότητας για ανάληψη κινδύνων και της επιθυμίας για ανεξαρτησία και αυτοπραγμάτωση. Η έναρξη συνεπώς νέων επιχειρήσεων αποτελεί την πιο προφανή μορφή της επιχειρηματικότητας. Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια, οι όροι έχουν επεκταθεί ώστε να περιλαμβάνουν και κοινωνικές και πολιτικές μορφές επιχειρηματικής δραστηριότητας (Ευρωπαϊκή Ένωση, 2003: 6).

1.2. Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Το ερώτημα το οποίο πρέπει να θέσουμε είναι για ποιο λόγο η επιχειρηματικότητα είναι σημαντική και φυσικά ποια είναι η συμβολή της στην κοινωνία και συγκεκριμένα στις επιχειρήσεις.

Πρώτον, η επιχειρηματικότητα συμβάλει στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και στην ανάπτυξη κάθε επιχειρήσεις. Έρευνες έχουν αποδείξει ότι 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. Για παράδειγμα στις Κάτω Χώρες, στο διάστημα μεταξύ 1994 και 1998, το 8% των ταχέως αναπτυσσόμενων επιχειρήσεων δημιούργησαν το 60% των νέων θέσεων εργασίας στο πλαίσιο υφιστάμενων επιχειρήσεων. Επίσης η επιχειρηματικότητα είναι βασικός παράγοντας ανταγωνιστικότητας. Δηλαδή οι επιχειρήσεις οι οποίες προωθούν νέες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες δίνουν ώθηση στην παραγωγικότητα. Αυξάνουν την ανταγωνιστική πίεση αναγκάζοντας άλλες επιχειρήσεις να αντιδράσουν βελτιώνοντας τις επιδόσεις τους ή καινοτομώντας (Καραγιάννης, Α., 1999: 15-17).

Ένα άλλο χαρακτηριστικό της επιχειρηματικότητας είναι ότι απελευθερώνει το δυναμικό του ατόμου (χαρακτηριστικά όπως η ελευθερία, ανεξαρτησία και πρόκληση). 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 επίπεδων 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 κινητήρια 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.

Με βάση τα παραπάνω, η επιχειρηματικότητα συμβάλει 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.

1.3. 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).

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 ίδιον 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., Alhamis, I., 2010:168-9).

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

A) 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.

B) 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.

Ø **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.

Ø **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).

1.4. ΒΑΣΙΚΕΣ ΣΥΝΙΣΤΩΣΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

1.4.1. Η επιχείρηση

Η επιχείρηση αποτελεί μια παραγωγική - οικονομική μονάδα, με την έννοια ότι συνδυάζει και αξιοποιεί τους συντελεστές παραγωγής (εργασία, κεφάλαιο, γνώση, τεχνολογία κτλ.), 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, κτλ. (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 αποκτά 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 επιβίωση 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).

1.4.1.1. Η Επιχείρηση ως Κοινωνική Οργάνωση

Η επιχείρηση αποτελεί μια οργάνωση, όπως αυτή έχει περιγραφεί στις προηγούμενες σελίδες. Είναι χρήσιμο όμως εδώ να τονιστούν και τα κοινωνικά της στοιχεία. Η επιχείρηση αποτελεί μια κοινωνική πραγματικότητα ή "κοινωνική κατασκευή", αφού αποτελείται από ανθρώπους. Αυτό συνοπτικά σημαίνει ότι:

- Η επιχείρηση εκφράζει έναν τρόπο συλλογικής δράσης.
- Στο πλαίσιο αυτής αναπτύσσονται κοινωνικές σχέσεις, όπως διαπροσωπικές σχέσεις, σχέσεις αλληλεγγύης, κτλ.

- Η επιχείρηση αποτελεί μια κοινωνική οργάνωση στην οποία υπάρχουν, "συγκρούονται" και γίνονται αντικείμενο διαπραγμάτευσης διαφορετικά συμφέροντα διαφορετικών ομάδων, όπως, για παράδειγμα, εργαζόμενοι-εργοδότες.

- Στην επιχείρηση υπάρχουν σχέσεις εξουσίας, με την έννοια ότι για κάθε ζήτημα που απαιτείται απόφαση υπάρχει "νόμιμο" δικαίωμα, που προσδιορίζει

ποιος ή ποιοι θα αποφασίσουν και ποιοι είναι υποχρεωμένοι να συμμορφωθούν σ' αυτήν ή να την εκτελέσουν.

- Η επιχείρηση λειτουργεί σύμφωνα με ένα πλαίσιο τυπικών ή άτυπων κανόνων, που ρυθμίζουν ή υποχρεώνουν σε συμμόρφωση την ατομική ή ομαδική συμπεριφορά των ανθρώπων.

- Η επιχείρηση, εκτός από προϊόντα ή υπηρεσίες, προσφέρει απασχόληση, ικανοποίηση κοινωνικών αναγκών και πρέπει να "αισθάνεται" κοινωνική ευθύνη απέναντι στο περιβάλλον της.

1.4.1.2. Η Επιχείρηση ως Θεσμός

Η επιχείρηση αποτελεί ένα θεμελιώδη θεσμό, τουλάχιστον ίσης σπουδαιότητας με αυτή των υπολοίπων θεσμών, όπως, για παράδειγμα, του σχολείου ή της δικαιοσύνης. Αποτελεί βασικό πυλώνα της κοινωνίας. Η ανάπτυξη, η ευημερία, η κοινωνική δικαιοσύνη, και η εξέλιξη των κοινωνιών συνδέεται άμεσα με το θεσμό της επιχείρησης. Για το λόγο αυτό, προσδιορίζονται σε σημαντικό βαθμό από το πλαίσιο ρυθμιστικών διατάξεων π.χ. (Σύνταγμα, νόμος) κάθε κοινωνίας, η ίδρυση, η λειτουργία κάθε επιχείρησης, οι σχέσεις μεταξύ αυτής και του περιβάλλοντος της (π.χ. εργαζόμενοι, μέτοχοι, προμηθευτές, δανειστές, πελάτες) που συνδέονται με την επιχείρηση, ακόμη και ο "θάνατος" της (η διάλυση της). Η επιχείρηση είναι επίσης υποχρεωμένη να διατυπώνει επισήμως τους βασικούς κανόνες που διέπουν τη φύση και τη λειτουργία της (π.χ. καταστατικό) και να διαθέτει θεσμική οργάνωση (Γενική Συνέλευση, Διοικητικά Συμβούλια, κτλ) (Μπουράντας, Δ., κ.ά., 1999: 25).

1.4.1.3. Η Επιχείρηση ως Σύστημα

Όπως κάθε οργάνωση, έτσι και η επιχείρηση μπορεί να θεωρηθεί ως ένα σύστημα, και, συνεπώς, να γίνει αντιληπτή και να μελετάται ως τέτοιο. Διευκρινίζεται ότι σύστημα είναι ένα σύνολο στοιχείων ή μερών τα οποία συνδέονται μεταξύ τους με σχέσεις αλληλεπίδρασης και αποτελούν μια ολότητα. Σύμφωνα με το παρακάτω σχήμα (Σχήμα 1.1.) η επιχείρηση:

§ Λαμβάνει ως εισροές από το περιβάλλον ανθρώπινους, οικονομικούς, υλικούς και άλλους πόρους.

- § Επεξεργάζεται-μετασχηματίζει-μεταποιεί τους πόρους αυτούς μέσω διάφορων λειτουργιών και μέσων.
- § Δίνει στο περιβάλλον τις εκροές (π.χ. προϊόντα-υπηρεσίες).
- § Είναι διακριτή από το περιβάλλον της, με την έννοια ότι έχει σύνορα.
- § Προσαρμόζεται στο περιβάλλον της μέσω του μηχανισμού ελέγχου-ανατροφοδότησης (Μπουράντας, Δ., κ.ά., 1999: 25-26).



Σχήμα 1.1. Η Επιχείρηση ως Σύστημα

Με βάση τη συστημική προσέγγιση, η διοίκηση των επιχειρήσεων απαιτεί την κατανόηση και τη μελέτη του κάθε στοιχείου-μέρους της ξεχωριστά, αλλά και τις σχέσεις μεταξύ αυτών. Για παράδειγμα, δεν αρκεί μόνο να μελετηθεί η τεχνολογία μιας επιχείρησης, αλλά και η σχέση αυτής με τους ανθρώπους. Αυτό ασφαλώς συνεπάγεται και για την επιχείρηση, όπως και για κάθε άλλο οργανισμό, τη διεπιστημονική προσέγγιση των ζητημάτων της διοίκησής τους (Μπουράντας, Δ., κ.ά., 1999: 25-26).

1.4.2. 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 κ.λπ. 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 κλπ.) (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 αξίας τους δηλαδή η δημιουργία πλούτου, η αύξηση και ο πολλαπλασιασμός του αρχικού κεφαλαίου (Τζωρτζάκη Κ. & Α. Τζωρτζάκη, 1992: 79-80).

1.4.3. 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).

1.4.4.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).

Κίνητρα έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας ανά χώρα,

2011

	Επιγ/κότητα ανάγκης (% επιχειρηματιών αρχικών σταδίων)	Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας με στόχο την αύξηση εισοδήματος ή/και μεγαλύτερη ανεξαρτησία (% επιχειρηματιών αρχικών σταδίων)
Χώρες Α	37,0	38,5
Χώρες Β	28,2	41,7
Αυστραλία	15,0	73,1
Βέλγιο	10,4	72,4
Τσεχία	27,3	56,5
Δανία	7,1	64
Φινλανδία	18,3	59,4
Γαλλία	14,8	70,7
Γερμανία	18,6	54,9
Ελλάδα	25,4	36,8
Ιρλανδία	29,5	36,9
Ιαπωνία	24,9	63,5
Κορέα	41,5	36,2
Ολλανδία	9,1	62,3
Νορβηγία	4,3	70,5
Πορτογαλία	17,8	58,1
Σγκαπούρη	16,2	52,6
Σλοβενία	12,1	51,2
Ισπανία	25,9	39,3
Σουηδία	6,1	67,6
Ελβετία	11,4	61,4
Ταϊβάν	17,5	49,8
Ην. Αραβικά Εμιράτα	14,4	67,4
Ην. Βασίλειο	17,2	46,3
ΗΠΑ	21,2	58,9
Χώρες Γ	17,6	57
Μ.Ο. GEM	27,6	45,7

Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

Πίνακας 1.1.

Ο Πίνακας 1.1. παρουσιάζει τα δεδομένα για την επιχειρηματικότητα ανάγκης και για την επιχειρηματικότητα ευκαιρίας με στόχο την αύξηση του εισοδήματος ή/και μεγαλύτερη ανεξαρτησία. Η τελευταία μεταβλητή επιλέγεται εδώ επειδή

συγκεντρώνει τη μεγάλη πλειονότητα όσων απάντησαν ότι βασικό τους κίνητρο είναι η εκμετάλλευση μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας.

Τα δεδομένα του Πίνακα 1.1. προσφέρουν μιαν εξήγηση για το ότι υψηλή επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων συσχετίζεται αντίστροφα με το επίπεδο οικονομικής ανάπτυξης. Υψηλή επιχειρηματικότητα ανάγκης εμφανίζουν οι φτωχότερες χώρες του πλανήτη (37% η ομάδα Α και 28,2% η ομάδα Β), ενώ οι χώρες καινοτομίας καταγράφουν το χαμηλότερο ποσοστό (17,6%). Στις τελευταίες, η ύπαρξη πολλών ευκαιριών για ικανοποιητική μισθωτή απασχόληση ωθεί στην επιχειρηματικότητα μόνον εκείνους που έχουν ανακαλύψει μια πραγματική καλή ευκαιρία για επικερδή επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Αντίθετα, στις φτωχότερες χώρες πολλά άτομα ωθούνται στην επιχειρηματική δραστηριότητα γιατί δεν έχουν άλλη δυνατότητα να εξασφαλίσουν τα προ το ζην (Ιωαννίδης, Σ., 2013: 47-51).

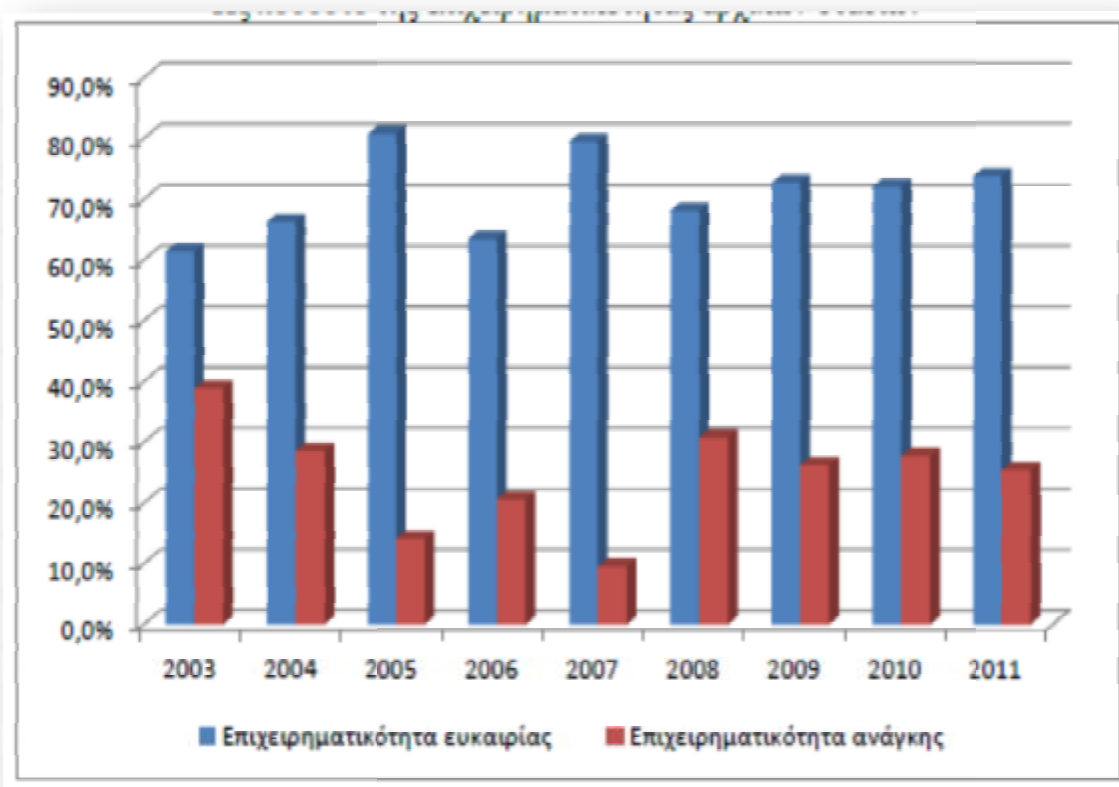
Στον δείκτη της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας, η σχέση ανάμεσα στην τιμή του δείκτη και στο επίπεδο ανάπτυξης είναι θετική. Από το 38,5% για τις χώρες που βασίζονται στην εκμετάλλευση συντελεστών παραγωγής (ομάδα Α), ο δείκτης ανεβαίνει στο 41,7% για τις χώρες που βασίζονται στη βελτίωση της οικονομικής αποτελεσματικότητας (ομάδα Β) και εκτοξεύεται στο 57% στις χώρες καινοτομίας (ομάδα Γ). Όσο λοιπόν πλουσιότερη είναι μια χώρα, τόσο περισσότερο το κίνητρο για επιχειρηματική δραστηριοποίηση έχει να κάνει με την ποιότητα της επιχειρηματικής ευκαιρίας που έχει ανακαλύψει κάποιος και τόσο λιγότερο επηρεάζεται από την ανάγκη βιοπορισμού.

Στον δείκτη της επιχειρηματικότητας ανάγκης, το 2011 η Ελλάδα καταγράφει μια από τις υψηλότερες επιδόσεις ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας (ομάδα Γ). Πολλοί Έλληνες δηλώνουν, με άλλα λόγια, ότι καταφεύγουν στην επιχειρηματικότητα λόγω έλλειψης ευκαιριών για ικανοποιητική μισθωτή απασχόληση. Αλλά όταν κάποιος εισέρχεται στον επιχειρηματικό στίβο από ανάγκη είναι εύλογο να υποθεθεί ότι και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του εγχειρήματός του δεν θα είναι ιδιαίτερα φιλόδοξα, σε όρους καινοτομικότητας, ταχείας αύξησης της απασχόλησης και άλλων ποιοτικών παραγόντων. Αντίστροφα, η Ελλάδα εμφανίζει έναν από τους χαμηλότερους δείκτες επιχειρηματικότητας ευκαιρίας (36,8%) ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας. Μάλιστα, ο σχετικός δείκτης στη χώρα μας είναι χαμηλότερος από τον μέσο όρο στις δύο ομάδες (Α και Β) των φτωχότερων χωρών. Το εύρημα αυτό, και με δεδομένο ότι τα στοιχεία προέρχονται από το 2011, έτος που

η Ελλάδα βρισκόταν σε βαθειά ύφεση, έρχεται βεβαίως σε απόλυτη αρμονία με το χαμηλό ποσοστό των Ελλήνων που, όπως φάνηκε παραπάνω, βλέπουν επιχειρηματικές ευκαιρίες γύρω τους (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 αντανακλάται 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

Διάγραμμα 1.1.

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 λόγια, 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 εγχειρημάτων (Ιωαννίδης, Σ., 2013: 47-51).

1.5. 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 άγγελιοι») 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 υλοποίησή 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).

Ø 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:

- Ø Αποστολή (Τι): καθορισμός του τι είναι η επιχείρηση και τι θέλει να καταφέρει μακροπρόθεσμα (σκοπός της).
- Ø Συνεισφορά (Γιατί): Τεκμηρίωση της ηθικής της σκοπιμότητας και της διαφοροποίησής της από τον ανταγωνισμό.
- Ø Μέθοδος (Πώς): Σύντομη περιγραφή του τρόπου επίτευξης του σκοπού.
- Ø 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 πρέπει 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 χρηματορροών** (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

1.6. 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).

1.7. 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 προσβέυεται 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).

1.7.1.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).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο - Η 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 ένταξη 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 κίνητρό 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 δυσανεκτικό 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.

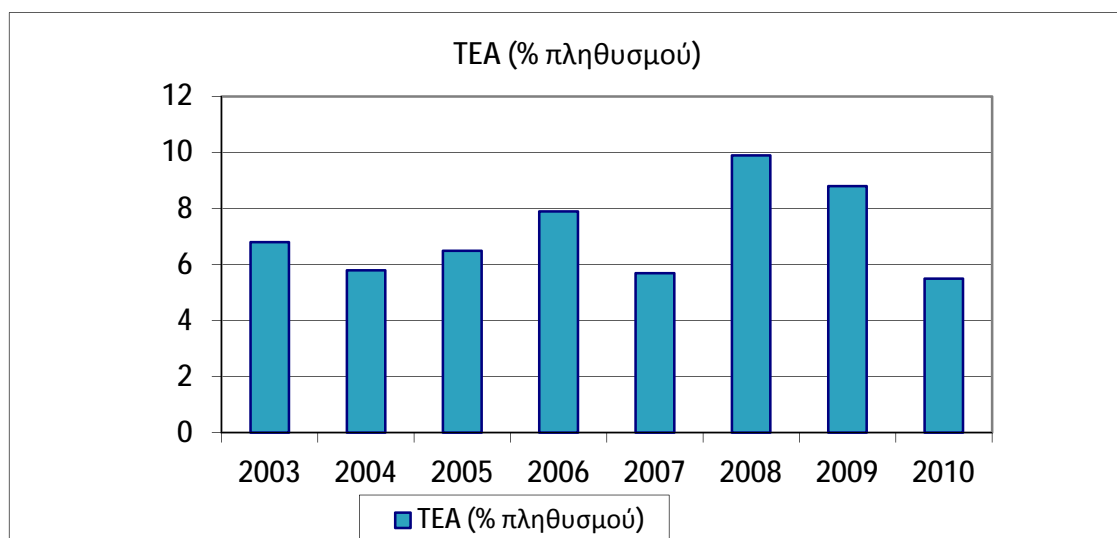
Αν και η κρίση στις παγκόσμιες αγορές αρχικά, δεν επηρέασε άμεσα την ελληνική οικονομία, τα αποτελέσματα της οικονομικής αρρυθμίας έπληξαν την

εγγώρια 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 δυσaréσκεια από την υπάρχουσα εργασία εξαιτίας των χαμηλών απολαβών γεγονός που οδηγεί στην αναζήτηση νέας.

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 (Τ.Ε.Α.), 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, πάραυτα 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, http://mokep.unipi.gr/article_elements/meletes_ereynes/GEM_2010-11_final_ppt.pdf, Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2010 – 2011).

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%	63,30%	39,80%	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.

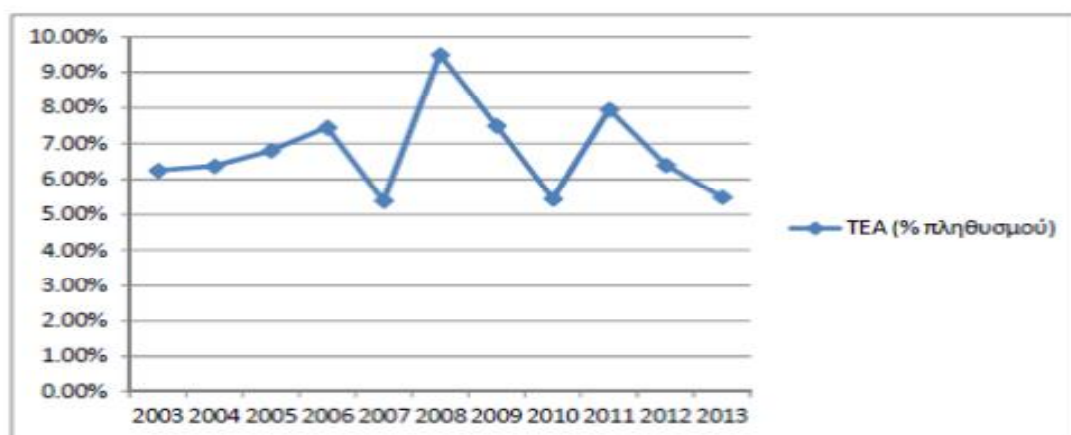
Αντίθετα είναι τα πράγματα για τους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων, οι οποίοι προσδοκούν για μια καλύτερη χρονιά από το 2010 και μετά. Περισσότερες ευκαιρίες για το μέλλον πιστεύουν ότι θα έχουν το 12,6% των ερωτηθέντων σε αντίθεση με το 3,0% του 2009. Ομοίως, και το 2010 που το ποσοστό πέφτει στο 36,4% 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 κατατάσσόταν 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.

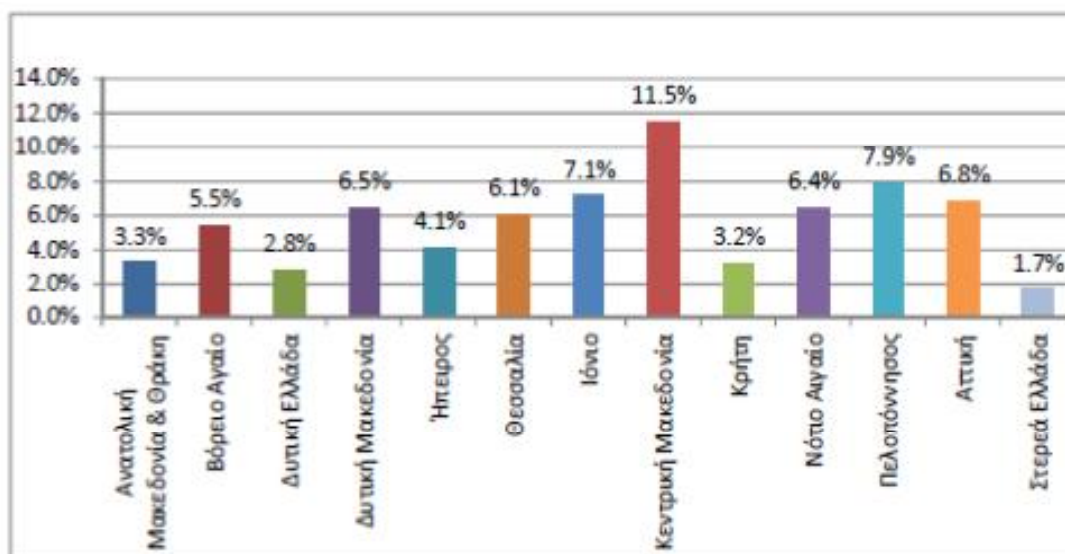
Διάγραμμα 2.2. Εξέλιξη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων (TEA) ως % του πληθυσμού



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Η ανάλυση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων σε περιφερειακό επίπεδο είναι εξίσου υψηλής σπουδαιότητας καθώς είναι εύλογο να υποθεθεί 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

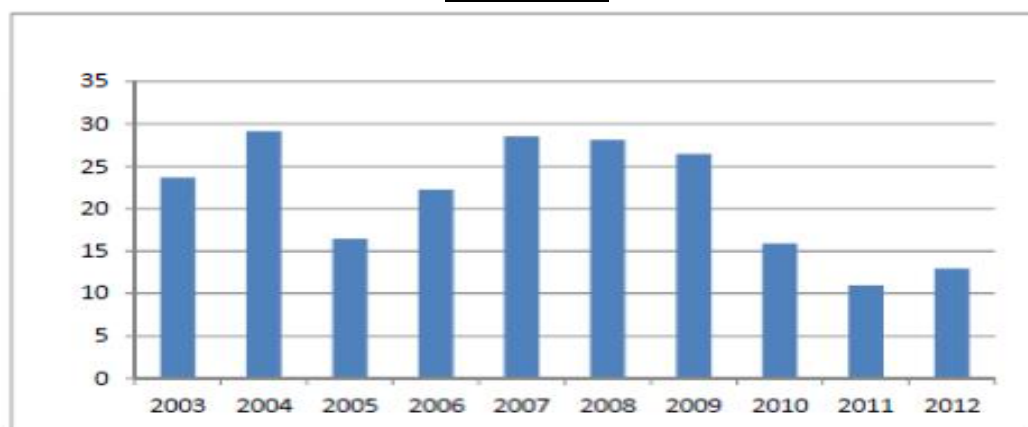
2.3.1. Επιχειρηματικές προδιαθέσεις και κίνητρα

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)

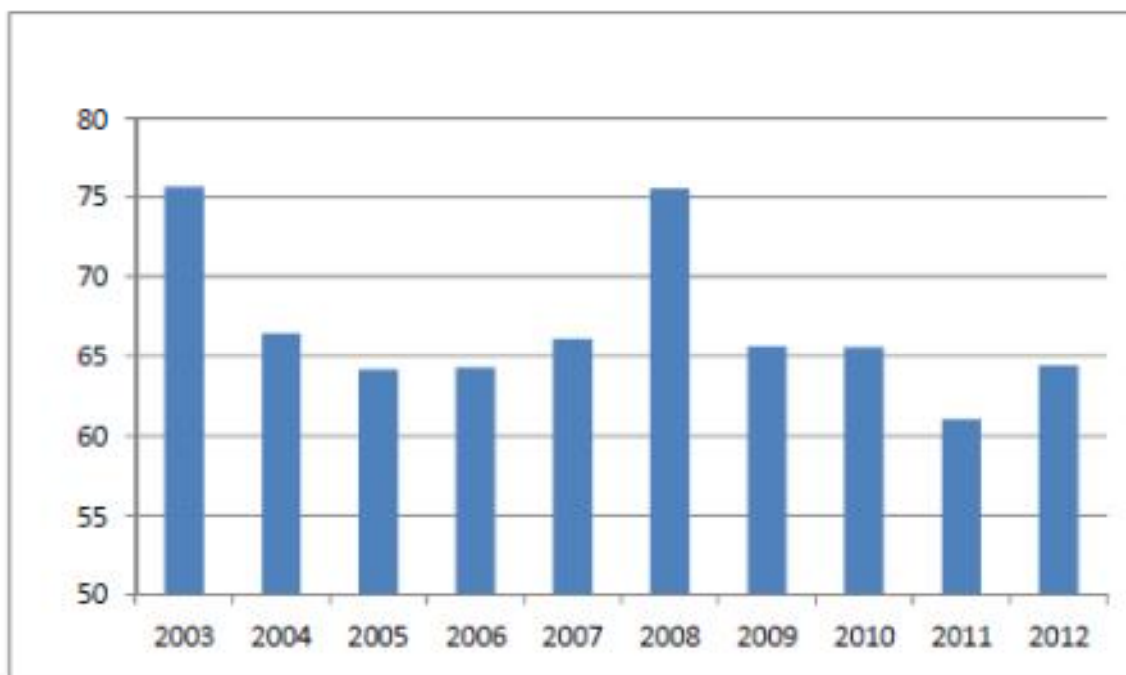


Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

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 επιχειρούμενο 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. Στατιστικώς, 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 είσπραξης. 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.) (Κουζόφ, Σ., 2012, http://www.startupgreece.gov.gr/el/content/που-θα-βρω-χρηματοδότηση-για-την-επιχειρησή-μου,Που_θα_βρω_χρηματοδότηση_για_την_επιχείρηση_μου;).

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

· **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-επιχειρήσή-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-επιχειρήσή-μου,Που θα βρω χρηματοδότηση για την επιχείρηση 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 υλοποίηση 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 άτοκο 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-επιχειρήσή-μου,Που θα βρω χρηματοδότηση για την επιχείρηση μου;>).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο – Η ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

3.1. ΕΞΕΛΙΞΗ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ

Η συμμετοχή των γυναικών στο εργατικό δυναμικό αποτελεί μια πρόσφατη ιστορική εξέλιξη του τελευταίου αιώνα, η οποία συνέβαλε σημαντικά στην επιτυχή πορεία της οικονομίας. Για εκατοντάδες χρόνια πριν επικρατούσε η προκατάληψη που όριζε πως η θέση της γυναίκας ήταν στο σπίτι, με εξαιρετικά περιορισμένες δυνατότητες. Έτσι, η γυναίκα ήταν αποκλεισμένη από κάθε μορφής εκπαίδευση και εργασία.

Κατά τη διάρκεια του 20ού αιώνα η γυναίκα πραγματοποίησε τα πρώτα βήματα στον τομέα της εργασίας τα οποία ενδυναμώθηκαν κατά τη Βιομηχανική Επανάσταση. Ειδικότερα, τα τελευταία 40 χρόνια το ποσοστό συμμετοχής των γυναικών στην αγορά εργασίας τείνει να αυξάνεται συνεχώς.

Διερευνώντας τους παράγοντες που συνέβαλαν στην αύξηση της γυναικείας απασχόλησης, διαπιστώνουμε πως σημαντικό ρόλο διαδραμάτισε η αύξηση του επιπέδου εκπαίδευσης που σημειώθηκε τα τελευταία χρόνια. Όπως επιδεικνύουν μάλιστα, αποτελέσματα διάφορων εμπειρικών ερευνών, όσο περισσότερα είναι τα χρόνια εκπαίδευσης που αποκτά μια γυναίκα τόσο μεγαλύτερη είναι και η συνεισφορά της στην αγορά εργασίας.

Καθοριστικός είναι και ο ρόλος της ηλικίας στην απόφαση της γυναίκας να εργαστεί. Σύμφωνα με πληροφορίες της Στατιστικής υπηρεσίας, γυναίκες ηλικίας 55 ετών και άνω έχουν την τάση να αποχωρούν από την απασχόληση. Ενώ, σε μικρότερες ηλικίες, οι γυναίκες παρουσιάζουν και τα μεγαλύτερα ποσοστά συμμετοχής: 81% συμμετοχή σε ηλικίες 25-39 και 73% σε ηλικίες 40-54 (πληροφορίες για το έτος 2004).

Εξίσου σημαντική είναι η επίδραση που διαδραματίζει η ύπαρξη εξαρτώμενων παιδιών σε μια οικογένεια. Πιο συγκεκριμένα, η ύπαρξη παιδιών ηλικίας κάτω των δώδεκα ετών μειώνει την πιθανότητα να εργαστεί μια γυναίκα. Το ποσοστό αυτό παρουσιάζει ακόμη μεγαλύτερη μείωση αν τα παιδιά είναι μικρότερα από πέντε ετών (Στυλιανού, Χ., 2012, <http://www.studyprus.eu/καριέρα--άρθρα/ποιοι-παράγοντες-οθούν-την-γυναίκα-στην-αγορά-εργασίας>).

Επιπρόσθετοι παράγοντες που αυξάνουν την πιθανότητα μια γυναίκα να εργαστεί είναι η κακή οικονομική κατάσταση, η ιατροφαρμακευτική περίθαλψη και η μη ύπαρξη εισοδημάτων εκτός εργασίας, όπως είναι για παράδειγμα τα επιδόματα. Επιπλέον, μειωμένα είναι τα ποσοστά στην περίπτωση μονογονείας. Στον παράγοντα αυτό συνέβαλε και η αύξηση των διαζυγίων τα τελευταία χρόνια.

Παρόλη όμως την αύξηση της γυναικείας απασχόληση, παρατηρείται μια γενική απουσία των γυναικών σε διευθυντικές θέσεις εργασίας ή σε επαγγέλματα που απαιτούν τη λήψη αποφάσεων, τα οποία και θεωρούνται «ανδρικά» επαγγέλματα. Μεγάλο είναι επίσης και το μισθολογικό χάσμα που υπάρχει μεταξύ των δύο φύλων με το ποσοστό να ανέρχεται στο 25%. Θα πρέπει, λοιπόν, να εξελιχθεί διαδραστικά ο ρόλος της κοινωνίας στα επόμενα χρόνια για την παροχή κινήτρων και την αύξηση των ευκαιριών εργοδότησης με μεγαλύτερη ευελιξία και δικαιώματα στις γυναίκες και ειδικά στις εργαζόμενες μητέρες (Στυλιανού, Χ., 2012, <http://www.studyprus.eu/καριέρα-άρθρα/ποιοι-παράγοντες-ωθούν-την-γυναίκα-στην-αγορά-εργασίας>).

Γενικότερα η συμμετοχή των γυναικών είναι στενά συνδεδεμένη με τη θέση τους στην οικογένεια. Οι γυναίκες που εργάζονται διατηρούν την εργασία τους συνήθως μέχρι το πρώτο τους παιδί, όπου και διακόπτουν, χωρίς αργότερα να εντάσσονται στην αγορά εργασίας.

Εξαιτίας αυτών των καθηκόντων τους στην οικογένεια, οι γυναίκες πέφτουν συχνά θύματα εκμετάλλευσης στην αγορά εργασίας. Έτσι, αναγκάζονται να δουλεύουν με καθεστώς μερικής απασχόλησης ή σε δουλειές με συνηθέστερες συνθήκες εργασίας, οι οποίες μπορούν να συνδυαστούν με τις οικογενειακές τους υποχρεώσεις (Δήμου, Α., 1989: 45).

Η μερική απασχόληση, η οποία ανήκει στην κατηγορία της ευέλικτης απασχόλησης, σε αντίθεση με την καθημερινή και με πλήρες ωράριο απασχόλησης, είναι μια μορφή εργασίας με μειωμένο ωράριο και με μειωμένες αποδοχές. Οι ευέλικτες μορφές απασχόλησης αναπαράγουν τα στερεότυπα για τον ρόλο της γυναίκας στην εργασία και την οικογένεια. Με τον τρόπο αυτό επιβεβαιώνεται ο συμπληρωματικός χαρακτήρας της γυναικείας εργασίας και ενισχύεται η διάκριση των επαγγελμάτων σε γυναικεία και ανδρικά, ενώ η αγορά εργασίας χωρίζεται σε αυτή των αντρών και των γυναικών.

3.2. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ

Οι σημαντικότεροι παράγοντες που συντέλεσαν στην είσοδο της γυναίκας στην αγορά εργασίας, από πλευρά κινήτρων, δυνατοτήτων και ευκαιριών ήταν οι εξής:

1. Οι αλλαγές στον κύκλο ζωής των γυναικών, με καλύτερο προγραμματισμό των επαγγελματικών και οικογενειακών απαιτήσεων.
2. Το υψηλό μορφωτικό επίπεδο και η επαγγελματική εξειδίκευση και κατάρτισή τους.
3. Η προοδευτική εξασθένηση των διακρίσεων σε βάρος των γυναικών, της κοινωνικής κατακραυγής και η μετατροπή της από απαξία σε αξία.
4. Οι τεχνολογικές αλλαγές, οι οποίες ελαχιστοποιούν τον χρόνο οικιακής απασχόλησης, λόγω της αυτοματοποίησης, της απλοποίησης ή και της εξάλειψης του χρόνου των εργασιών, καθώς και η αυξημένη συμβολή των σύγχρονων ανδρών στις οικιακές εργασίες.
5. Οι αυξημένες κοινωνικές παροχές του κράτους πρόνοιας (νηπιαγωγεία, παιδικοί σταθμοί, κ.ά.), όπου θεωρείται ως δικαίωμα των γυναικών και ως προϋπόθεση ικανοποίησης του δικαιώματός τους για εργασία.
6. Η άνοδος του βιοτικού επιπέδου, η βελτίωση των υπηρεσιών υγείας, των όρων υγιεινής και η μείωση του μέσου αριθμού των παιδιών στη βελτίωση της υγείας και της φυσικής κατάστασης των γυναικών (Μουσούρου, Λ, 1993: 88).
7. Οι αυξημένες καταναλωτικές ανάγκες της σύγχρονης οικογένειας, της οποίας σπανιότατα ικανοποιεί το εισόδημα ενός μόνο μέλους, συνήθως του συζύγου.
8. Η στήριξη κλάδων, τους οποίους άνδρες ή αποφεύγουν να ασχοληθούν ή αποχωρούν από αυτούς.
9. Με τη μείωση του μέσου αριθμού των παιδιών και την απόκτησή τους, της οποίας σπανιότατα ικανοποιεί το εισόδημα ενός μόνο μέλους, συνήθως του συζύγου.
10. Τέλος, η επιθυμία της γυναίκας να είναι οικονομικά ανεξάρτητη, να ξεφύγει από την οικιακή ρουτίνα και την ανία, να βελτιώσει την κοινωνική της θέση και να προσφέρει στη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου της οικογένειας.

3.3. Η ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΔΩΝ

Το φύλο των μαθητών αποτέλεσε σημαντική μεταβλητή στη διαδικασία της εκπαίδευσης. Παρά την επίσημη θεσμοθέτηση του δικαιώματος των ελληνίδων για μόρφωση (Διάταγμα του νεοσύστατου Κράτους του 1834), στην πραγματικότητα τόσο η πρωτοβάθμια όσο και η δευτεροβάθμια εκπαίδευση στις επίσημες πολιτικές υποδοχής μαθητών/τριών, αλλά και στα αναλυτικά προγράμματα και διδακτικές μεθόδους προωθούσαν έναν ξεκάθαρο διαχωρισμό αγοριών και κοριτσιών.

Η εξέλιξη της εκπαίδευσης των κοριτσιών ως την τελευταία δεκαετία του 19^{ου} αιώνα φανερώνει την αμφίδρομη σχέση που υπάρχει ανάμεσα στην εκπαίδευση και τις κοινωνική συνθήκες και αλλαγές. Η εκπαίδευση, παρόλες τις αγκυλώσεις του παρελθόντος, φάνηκε στα τέλη του 19^{ου} αιώνα να βοηθά μια αξιοπρόσεκτη παρουσία των γυναικών στα εκπαιδευτικά – και όχι μόνο – πράγματα. Χρόνο με τον χρόνο οι μορφωμένες γυναίκες πλήθαιναν και έκαναν αισθητή την παρουσία τους σε διάφορους τομείς: στο χώρο της εργασίας (δασκάλες, νηπιαγωγοί, διευθύντριες ιδιωτικών και δημοτικών Παρθεναγωγείων κλπ.), στο χώρο της πνευματικής ζωής (δημοσίευση παιδαγωγικών και λογοτεχνικών μελετών και άρθρων, ομιλίες σε πολιτιστικούς συλλόγους κλπ.) και στον κοινωνικό χώρο με τη δημιουργία γυναικείων συλλόγων και την έκδοση των πρώτων γυναικείων περιοδικών (Γούβιας, Δ., http://www.rhodes.aegean.gr/tepaes/anamorfosi/gouvias/ΦΥΛΟ_ΚΑΙ_ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ.htm).

Πέρα όμως από τις ατομικές πρωτοβουλίες και προσπάθειες, στην σταδιακή διαφοροποίηση των απόψεων σχετικά με τη γυναικεία εκπαίδευση συνέβαλαν και ευρύτερες κοινωνικές εξελίξεις όπως: α) δημογραφικοί λόγοι, όπως ο μεγάλος αριθμός των ανύπαντρων, οικονομικά εξαρτημένων γυναικών και, κυρίως, β) οι ευρύτερες οικονομικές και πολιτικές αλλαγές της εποχής, όπως είναι η δημιουργία νέων τύπων απασχόλησης, τα κενά που δημιουργήθηκαν στη διάρκεια των πολέμων και η διαδικασία πολιτικής δημοκρατικοποίησης που έδινε μεγαλύτερη έμφαση στην ατομικότητα.

Η υιοθέτηση της αντίληψης για την ισότητα ευκαιριών, όπως παρουσιάστηκε στη βιβλιογραφία των δεκαετιών του 1960 και 1970 από Έλληνες θεωρητικούς της εκπαιδευτικής πολιτικής και της κοινωνικής ανάλυσης, οδήγησε στην ευρεία διάχυση των αντίστοιχων ιδεών, τόσο στον ακαδημαϊκό κόσμο, όσο και στις πολιτικά δραστήριες ομάδες που έχουν σχέση με την εκπαίδευση και το γυναικείο ζήτημα.

Στην πραγματικότητα, το συγκεκριμένο ζήτημα, πριν αποτελέσει μέρος της (εκπαιδευτικής) πολιτικής, ήλθε ως εισαγόμενος προβληματισμός από τους θεωρητικούς της εκπαίδευση και τις εκθέσεις των διεθνών οργανισμών όπως του ΟΟΣΑ και της ΟΥΝΕΣΚΟ (Γούβιας, Δ., http://www.rhodes.aegean.gr/tepaes/anamorfosi/gouvias/ΦΥΛΟ_ΚΑΙ_ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ.htm).

Οι μεταρρυθμίσεις της δεκαετίας του 1970 έπρεπε, ανάμεσα στα άλλα, να εξισορροπήσουν την καθυστέρηση των μεταρρυθμίσεων της δεκαετίας του 1960 που είχαν «αναβληθεί» εξαιτίας της δικτατορίας του 1967. Οι ελληνικές κυβερνήσεις, από τις αρχές της δεκαετίας του 1970, εισήγαγαν μέτρα που σχεδιάστηκαν για να προκαλέσουν αλλαγές με στόχο τη δημιουργία ίσων ευκαιριών προκειμένου τα κορίτσια και οι γυναίκες να συνεχίσουν την εκπαιδευτική και επαγγελματική καριέρα τους. Τα μέτρα περιέλαβαν την κατάργηση των ελίτ σχολείων που λειτουργούσαν αποκλειστικά για τον ανδρικό πληθυσμό, την καθιέρωση «μεικτών» σχολείων σε όλη τη χώρα και το άνοιγμα στις γυναίκες κάποιων τριτοβάθμιων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων που επέτρεπαν τη φοίτηση μόνο σε άνδρες.

Σήμερα, η συμμετοχή των αγοριών και κοριτσιών στη βασική εκπαίδευση δεν παρουσιάζει διαφορές. Το γεγονός αυτό παρατηρείται τις τελευταίες δεκαετίες ως αποτέλεσμα κοινωνικών αλλαγών, αλλά και της εκπαιδευτικής πολιτικής για την υποχρεωτική εκπαίδευση και τα ενιαία σχολεία της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης κοινά για τα αγόρια και τα κορίτσια. Η ανάλυση της εξέλιξης της πρόσβασης των γυναικών στις διαφορετικές εκπαιδευτικές βαθμίδες δείχνει εικόνα που είναι εντελώς ίδια με εκείνη που εμφανίζεται σε άλλα μέρη του κόσμου και σε άλλες χώρες της Ευρώπης ειδικότερα. Η αύξηση της συμμετοχής των κοριτσιών στη δεκαετία του '70 είχε και σημαντικά ποιοτικά αποτελέσματα:

- Οι εκπαιδευτικοί ευαισθητοποιήθηκαν στο πρόβλημα της προκατάληψης στην εκπαίδευση για τους ρόλους των δύο φύλων.
- Τα σχολεία «θηλέων» καταργήθηκαν στη δεκαετία του '70, ενώ ταυτόχρονα ίσχυσε – θεσμικά τουλάχιστον – η εννιάχρονη υποχρεωτική εκπαίδευση.
- Η επιρροή του γυναικείου κινήματος οδήγησε στη συνειδητοποίηση της ανάγκης αλλαγών στο περιεχόμενο του αναλυτικού προγράμματος και των βιβλίων, οι

οποίες να οδηγούν λιγότερο στον περιορισμό των εκπαιδευτικών επιλογών των κοριτσιών.

- Ο παραδοσιακός χαρακτήρας της γενικής κατεύθυνσης του ελληνικού σχολείου και η έλλειψη διαχωρισμού ή πρώιμης εξειδίκευσης, που οδηγούν τα κορίτσια να αποφοιτούν από το γενικό δευτεροβάθμιο σχολείο με δυνατότητα πρόσβασης στην Τριτοβάθμια Εκπαίδευση (Γούβιας, Δ., http://www.rhodes.aegean.gr/tepaes/anamorfosi/gouvias/ΦΥΛΟ_ΚΑΙ_ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ.htm).

Οι αλλαγές που σημειώθηκαν σε σχέση με το γυναικείο φύλο μπορούν να ταξινομηθούν σε δύο κατηγορίες: α) πολιτικές αλλαγές που συμβαίνουν μέσα στο εκπαιδευτικό σύστημα, και β) πρακτικές εκτός του εκπαιδευτικού συστήματος, όπως για παράδειγμα οι θεσμικές παρεμβάσεις για την απασχόληση, τις γονικές άδειες, τις άδειες μητρότητας κλπ.. Όλα τα παραπάνω έχουν καθοριστική σημασία για τις επιλογές των κοριτσιών, ιδιαίτερα σε σχέση με την Τριτοβάθμια Εκπαίδευση.

Στη δεκαετία τους 1980 έγιναν προσπάθειες για τη συστηματική αναθεώρηση του αναλυτικού προγράμματος και των σχολικών βιβλίων, με σκοπό (ανάμεσα στα άλλα) την αφαίρεση του περιεχομένου που τυχόν εξέφραζε κάποια προκατάληψη στα φύλα. Βέβαια δεν υπήρξε καμία συστηματική προσπάθεια αλλαγής στις καθημερινές εκπαιδευτικές πρακτικές, οι οποίες θα εξουδετέρωναν τις παραδοσιακές στάσεις απέναντι στο ρόλο των φύλων, ούτε υπήρχε πρόβλεψη να γίνονται στην τάξη ειδικές συζητήσεις για θέματα διαφυλικών διαφορών, ή σεξουαλικών ταυτοτήτων.

Παραδοσιακά υπήρχε υπο-αντιπροσώπηση των γυναικών στην Τριτοβάθμια Εκπαίδευση, αλλά τα τελευταία χρόνια αυτό έχει αλλάξει δραστικά. Η παρουσία των κοριτσιών στον φοιτητικό πληθυσμό έχει φτάσει σχεδόν στο 50% από μόλις 23% το 1960-61 (Πολυδωρίδη, Γ., 1995^α: 107):

Ακόμη όμως κι αν τυπικά οι γυναίκες δεν εξαιρούνται από την πρόσβαση στην Τριτοβάθμια Εκπαίδευση, το πρότυπο οργάνωσης των επαγγελματικών σπουδών είναι τέτοιο ώστε οι συνήθεις επιλογές για τα κορίτσια να οδηγούν στους παραδοσιακά «γυναικοκρατούμενους» κλάδους της αγοράς εργασίας.

Πρόσφατες έρευνες δείχνουν ότι το φύλο του μαθητή/τριας εξακολουθεί να διαδραματίζει διαφοροποιητικό ρόλο, κυρίως όταν κρατούμε σταθερές τις υπόλοιπες προσωπικές και κοινωνικές μεταβλητές. Πιο συγκεκριμένα (Γουβιάς, Δ., 1999: 78):

- Τα κορίτσια σημειώνουν υψηλότερες επιδόσεις μέσα στο σχολείο.
- Τα αγόρια σημειώνουν υψηλότερες επιδόσεις στις Γενικές Εξετάσεις.
- Τα κορίτσια έχουν λιγότερες συγκριτικά πιθανότητες να εισαχθούν στην Τριτοβάθμια Εκπαίδευση από ότι τα αγόρια.
- Τα κορίτσια έχουν λιγότερες συγκριτικά πιθανότητες να εισαχθούν στα ΑΕΙ, κυρίως όταν εξετάζουμε τις δυο πρώτες δέσμες, ενώ το αντίστροφο συμβαίνει με τις δυο τελευταίες δέσμες.
- Τα αγόρια έχουν περισσότερες συγκριτικά πιθανότητες να εισαχθούν στα τμήματα εκείνα με τις καλύτερες επαγγελματικές προοπτικές και το μεγαλύτερο κύρος στην αγορά εργασίας.

Το μεγαλύτερο ποσοστό των εκπαιδευτικών στο δημόσιο τομέα είναι γυναίκες. Η πολιτική της επετηρίδας έχει υποστηριχθεί ότι βοήθησε τα μέγιστα στην αύξηση της αντιπροσώπευσης των γυναικών και συνιστούσε «την καλύτερη πιθανή πολιτική σε σχέση με την ισότητα των ευκαιριών».

Παρόλα αυτά, το γεγονός ότι οι γυναίκες εκπαιδευτικοί κυριαρχούν στις χαμηλές βαθμίδες του εκπαιδευτικού συστήματος και οι άνδρες στις ανώτερες – ιδιαίτερα στα μαθηματικά, τεχνολογία και φυσικές επιστήμες – θεωρείται ότι έχει άμεση σχέση με την εμμονή σε παραδοσιακές στάσεις ως προς τις εκπαιδευτικές και εργασιακές επιλογές των αγοριών και των κοριτσιών.

3.4. Η ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΑΝΕΡΓΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Σήμερα, στην Ελλάδα, απασχολείται το 48,9% των γυναικών ηλικίας 15 - 64 ετών έναντι 73,5% των ανδρών. Η ανεργία των γυναικών έφθασε το 2010 το 15,9% έναντι 8,5% των ανδρών. Η Ελλάδα παρουσιάζει τα δεύτερα υψηλότερα ποσοστά γυναικείας ανεργίας μεταξύ της Ε.Ε. των «27» και τη μεγαλύτερη διαφορά μεταξύ γυναικείας και ανδρικής ανεργίας στη Ε.Ε. των «15». Σύμφωνα με στοιχεία της Eurostat, η γυναικεία ανεργία στην Ελλάδα ανήλθε στο 13,2% το 2009 εμφανίζοντας τα δεύτερα υψηλότερα ποσοστά μετά τη Λεττονία (13,9%). Συγχρόνως στην Ελλάδα παρουσιάζεται η μεγαλύτερη διαφορά μεταξύ ανδρικής και γυναικείας ανεργίας, με την ανδρική να έχει ανέλθει το 2009 στο 6,9% του ανδρικού εργατικού δυναμικού

(έναντι 13,2% της γυναικείας). Επιπλέον, οι γυναίκες αμείβονται με το 78% των αμοιβών των ανδρών.

Σύμφωνα με την έκθεση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την ισότητα μεταξύ ανδρών και γυναικών το 2010, η οικονομική και χρηματιστηριακή κρίση επηρέασαν καταρχήν την απασχόληση των ανδρών, αφού άνδρες κυρίως απασχολούνταν στη βιομηχανία, τις κατασκευές, τις μεταφορές. Συνολικά στην Ε.Ε. από τον Μάιο 2008 έως τον Σεπτέμβριο 2009 η ανεργία των ανδρών αυξήθηκε από το 6,4% στο 9,3% και των γυναικών από 7,4% σε 9% (Δεληθανάση, Μ., 2010, <http://www.kathimerini.gr/411456/article/epikairothta/ellada/oi-ellhnides-8ymata-ths-krishs>).

Ωστόσο, στις μισές χώρες της Ε.Ε. τα ποσοστά ανεργίας των γυναικών παραμένουν υψηλότερα από αυτά των ανδρών. Διότι η κρίση εκδηλώθηκε με μαζικές απολύσεις μισθωτών σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις και εργαζομένων με συμβάσεις ορισμένου χρόνου, όπου πλειοψηφούν οι γυναίκες. Εξίσου γυναικοκρατούμενος είναι ο δημόσιος τομέας. Οι απολύσεις των συμβασιούχων στο Δημόσιο και την εκπαίδευση αφορούν κυρίως γυναίκες. Πρωταρχικά θύματα ήταν οι γυναίκες και με τον δραστικό περιορισμό των προσλήψεων στο Δημόσιο, όπου μέχρι σήμερα έβρισκαν απασχόληση το 60% των γυναικών και το 40% των ανδρών πτυχιούχων ΑΕΙ.

Σε ό,τι αφορά τα ποσοστά ημιαπασχόλησης, στην Ελλάδα αυτά των γυναικών έχουν αυξηθεί από 7,7% το 2003 σε 10,4% το 2009, ενώ των ανδρών από 2,2% το 2003 σε 3,2% το 2009. Σε ό,τι αφορά τις μισθολογικές διαφορές, την απάντηση δίνει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή στην έκθεσή της: η πλήρης ισότητα των φύλων στην αγορά εργασίας θα αύξανε κατά μέσον όρο 30% το ΑΕΠ της Ε.Ε. Για την Ελλάδα, η αύξηση αυτή θα ήταν 40% (Δεληθανάση, Μ., 2010, <http://www.kathimerini.gr/411456/article/epikairothta/ellada/oi-ellhnides-8ymata-ths-krishs>).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο - ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

4.1. 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).

4.2. 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 ηρωικό, υπό συνθήκες κρίσεως, ευχάριστο, όταν σερβίρει τα ποτά. Οι γυναίκες βοηθοί των δικηγόρων σε δύσκολες δίκες υποτίθεται ότι τους στηρίζουν σαν μητέρες.

4.3. ΙΣΟΤΗΤΑ ΑΝΔΡΩΝ ΚΑΙ ΓΥΝΑΙΚΩΝ

Ανεξάρτητα από την τυπικά θεσμοθετημένη και διακηρυγμένη ισότητα ως προς την αμοιβή και την επαγγελματική εξέλιξη ανδρών και γυναικών και τις εξαγγελίες για την ύπαρξη ίσων ευκαιριών στον εργασιακό χώρο, καθημερινά πραγματοποιούνται βάσει εθιμικών ή άγραφων νόμων ουσιώδεις διακρίσεις μεταξύ αντρών και γυναικών με τη μορφή άτυπων σχέσεων εξουσίας και εξάρτησης.

Η επαγγελματική θέση της γυναίκας χαρακτηρίζεται ακόμη και σήμερα από αντιφάσεις και αδιέξοδα , διότι η νομοθετική ισότητα και οι θεσμικές μεταρρυθμίσεις δεν προεξοφλούν στην καθημερινή πρακτική την ισότιμη πρόσβαση και εξέλιξη των δύο φύλων στην αγορά εργασίας. Εξάλλου, το ζήτημα της ίσης αμοιβής, ίσης μεταχείρισης στις εργασιακές σχέσεις και των προστατευτικών διατάξεων που αφορούν την εργαζόμενη γυναίκα συνιστούν ένα πολύ μικρό μέρος στο σύνολο των κανόνων του Εργατικού Δικαίου, σαν να πρόκειται για μία μικρή κατηγορία εργαζομένων.

Στο εργασιακό περιβάλλον σε αρκετές περιπτώσεις η εργαζόμενη γυναίκα αντιμετωπίζεται από τους ιεραρχικά προϊστάμενους , αλλά και τους συναδέλφους της, με προκατάληψη, δυσπιστία και επιφυλακτικότητα ως προς τις γνώσεις και τις ικανότητες της. Προστατευτικές θεσμικές διατάξεις, όπως η πρόωρη μειωμένη συνταξιοδότηση των έγγαμων μητέρων, λειτουργούν σε μεγάλο βαθμό ως μηχανισμοί νομιμοποίησης και αναπαραγωγής των διακρίσεων και των στερεοτύπων σε βάρος των γυναικών (Ιωαννίδου, Α., 2011, http://www.apostaktirio.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=1195:2011-10-27-23-05-47&catid=44:2010-05-30-21-51-25&Itemid=59).

Οι έντονες διαφοροποιήσεις των εργασιών κατά φύλο παγίωσαν έναν αυθαίρετο, συμβατικό διαχωρισμό των θέσεων εργασίας σε «ανδρικές» και «γυναικείες». Υπάρχουν συγκεκριμένοι τομείς της οικονομικής δραστηριότητας και απασχόλησης, οι οποίοι κυριαρχούνται συνήθως από γυναίκες, όπως οι κοινωνικές υπηρεσίες, τα παραϊατρικά επαγγέλματα και η εκπαίδευση, ενώ στα κατασκευαστικά επαγγέλματα, την βιομηχανία και τις μεταφορές έχουν μεγαλύτερη διείσδυση οι άνδρες. Οι γυναίκες συγκριτικά με τους άνδρες κατέχουν θέσεις εργασίας με ελάχιστη αυτονομία, χαμηλότερο γόητρο, λιγότερη εμπλοκή σε διαδικασίες λήψης αποφάσεων και μεγαλύτερη εποπτεία από τους άνδρες. Οι άνδρες έχουν, ακόμη, διπλάσιες πιθανότητες σε σύγκριση με τις γυναίκες να κατέχουν θέσεις διευθυντών

και τριπλάσιες για θέσεις γενικών διευθυντών. Η διαίρεση αυτή των αρμοδιοτήτων κατά φύλο εφαρμόστηκε κυρίως για να αποκλείσει τις γυναίκες από τα ανώτερα και όχι από τα βαριά και ανθυγιεινά επαγγέλματα. Η γυναίκα κατά κόρον απορροφήθηκε σε επίπονα, άχαρα και κακοπληρωμένα επαγγέλματα, όπως αυτό της καθαρίστριας.

Θα μπορούσαμε να υποστηρίξουμε ότι η ανισότητα και η αδικία που υφίσταται η γυναίκα στο εργασιακό περιβάλλον δεν είναι αποτέλεσμα ενός χαμηλού μορφωτικού επιπέδου και μίας ελλιπούς επαγγελματικής κατάρτισης σε σύγκριση με το εργατικό δυναμικό των ανδρών – αντίθετα συχνά υπερέχει μορφωτικά -, αλλά αποτέλεσμα διαφορετικής, υποδεέστερης κοινωνικής αντιμετώπισής της, λόγω φύλου. Κάτω από τις σύγχρονες επισφαλείς εργασιακές συνθήκες είναι προφανής η ευάλωτη θέση των γυναικών στο εργασιακό τοπίο. Σε μία περίοδο έντονης οικονομικής κρίσης, όπου επικρατεί μία συνεχώς αυξανόμενη τάση περικοπής του εργατικού δυναμικού, οι γυναίκες σε σχέση με τους άνδρες εργαζόμενους περιθωριοποιούνται ευκολότερα, γίνονται αποδέκτες απόλυσης και οδηγούνται μαζικά στην ανεργία.

Πράγματι, η συσσώρευση πολλαπλών ρόλων επιβάλλει στην εργαζόμενη ένα ρυθμό που δεν της επιτρέπει να καλύψει αρμονικά τις προσωπικές της ανάγκες και να αξιοποιήσει δημιουργικά τον ελεύθερο χρόνο της. Ο συνδυασμός των παραδοσιακών «γυναικείων» καθηκόντων με τις υποχρεώσεις της μισθωτής εργασίας έχει σαν συνέπεια ακόμη και την υπερκόπωση σε σωματικό και ψυχολογικό επίπεδο, η οποία απομονώνει την γυναίκα από κοινωνικοπολιτικές δραστηριότητες που θα εμπλούτιζαν την προσωπικότητα και την δημιουργικότητά της (Ιωαννίδου, Α., 2011, http://www.apostaktirio.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=1195:2011-10-27-23-05-47&catid=44:2010-05-30-21-51-25&Itemid=59).

4.4. ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ

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

- **Ίση αμοιβή για ίση εργασία:** σε όλες τις 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 μέρος 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).

4.5. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Μια από τις βασικότερες προαπαιτούμενες συνθήκες για την εκκίνηση μιας 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 μέγλωμα 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 αδυναμίες 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 5^ο – Η ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

5.1. 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).

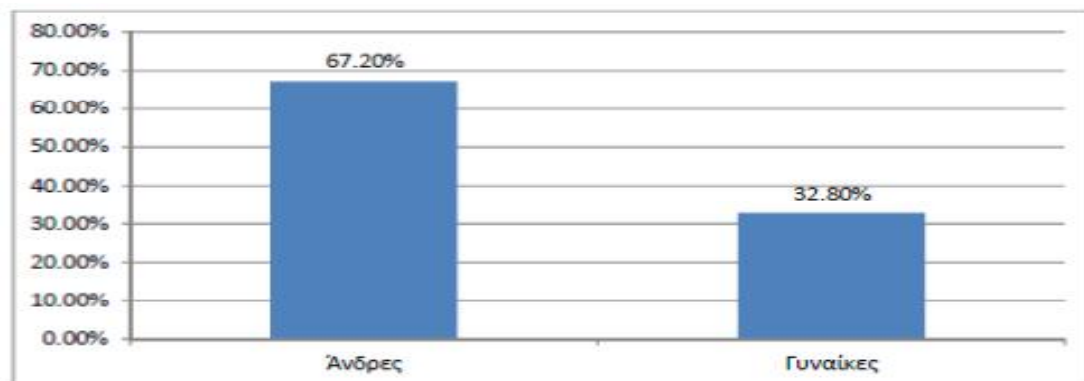
Το γεγονός ότι ένα σοβαρό ποσοστό του γυναικείου πληθυσμού δεν εισέρχεται στον επιχειρηματικό στίβο σημαίνει ότι λιγότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες γίνονται αντικείμενο εκμετάλλευσης, άρα δημιουργούνται λιγότερες επιχειρήσεις από όσες θα μπορούσαν να ιδρυθούν και να αποδειχθούν κερδοφόρες. Αλλά το θέμα 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 διδασκτόρων 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 επιχειρηματικότητα 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- υπερτερούσε 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).

5.1.1. 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 5.1. που ακολουθεί παρουσιάζει τα ίδια δεδομένα ως ποσοστά της συνολικής επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων (Ιωαννίδης, Σ., Γιωτόπουλος, Ι., 2014:59-61).

Διάγραμμα 5.1. Ποσοστιαία κατανομή επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ανά φύλο στην Ελλάδα για το 2012

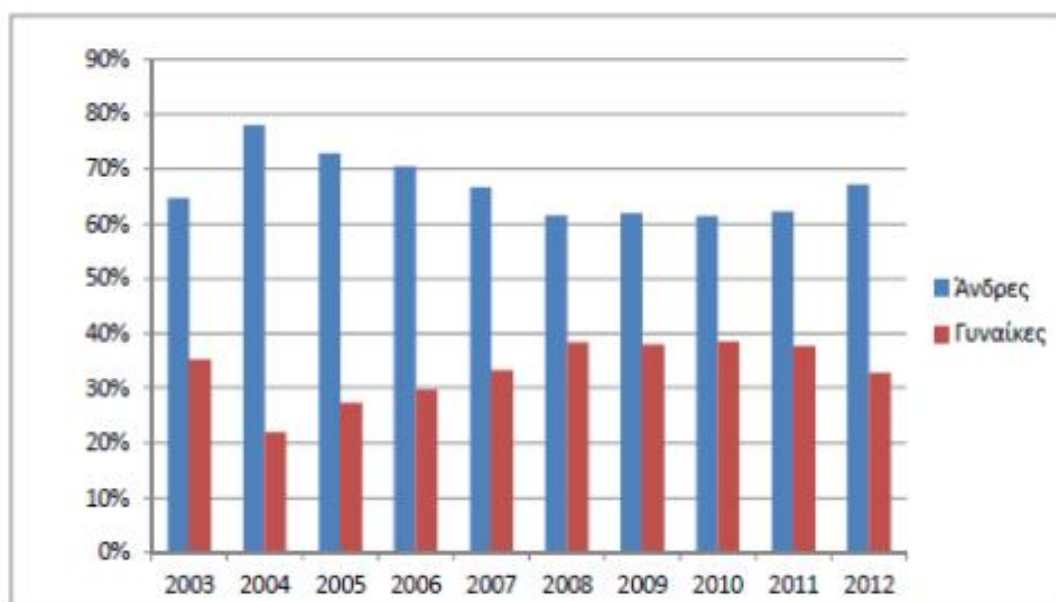


Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

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

Το Διάγραμμα 5.2 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 5.2. Διαχρονική εξέλιξη κατανομής επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατά φύλο



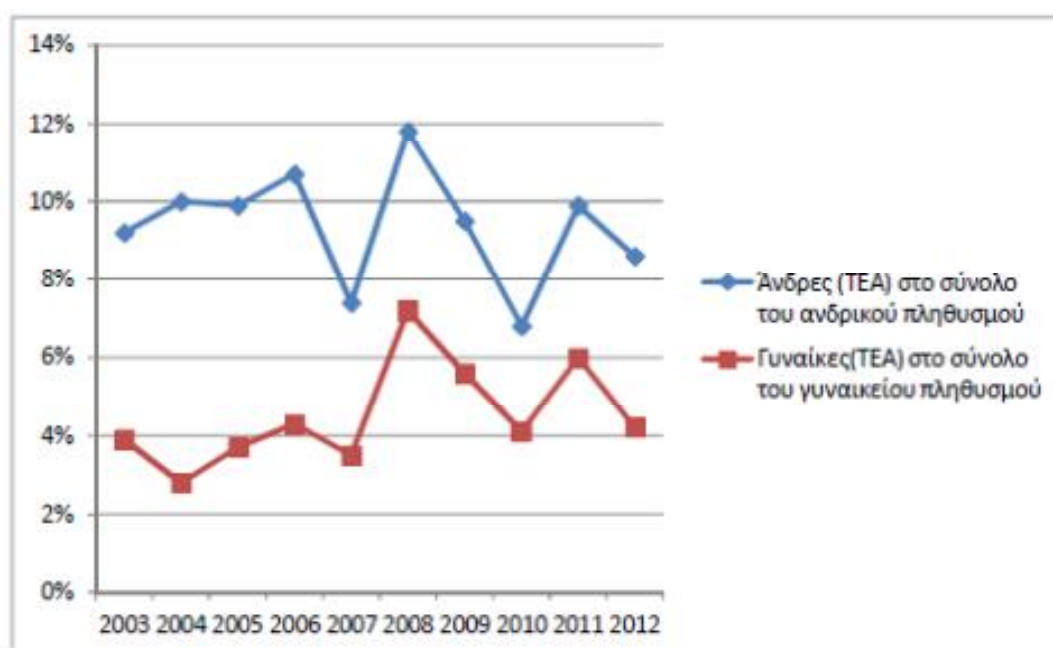
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

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%. Εξάιρεση 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 5.3.

Διάγραμμα 5.3. Διαχρονική εξέλιξη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατά πληθυσμό



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

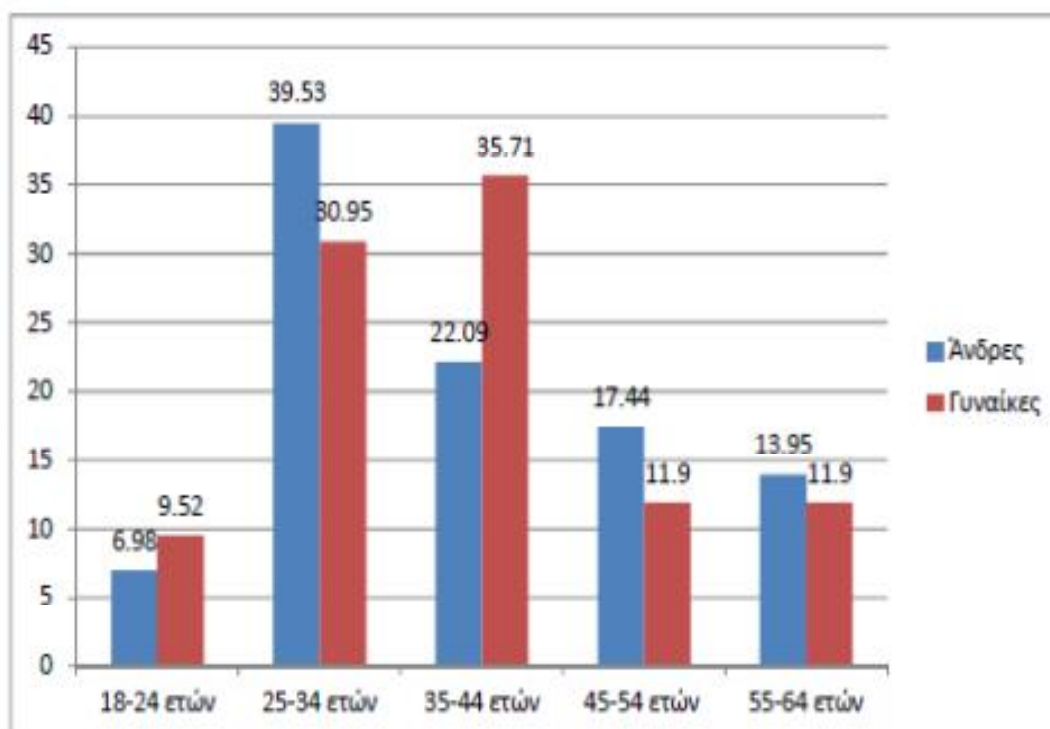
Το ενδιαφέρον εδώ είναι ότι τα ποσοστά συμμετοχής ανδρών και γυναικών στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων μεταβάλλονται διαχρονικά σχεδόν απόλυτα παράλληλα. Τα δεδομένα αυτά αφορούν βέβαια την Ελλάδα, ωστόσο, το ίδιο φαινόμενο εμφανίζεται σε όλες τις χώρες καινοτομίας. Μολονότι λοιπόν η ροπή του 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.

5.1.3. Η ηλικιακή κατανομή των Ελληνίδων επιχειρηματιών

Η ανάλυση της ηλικιακής κατανομής των Ελληνίδων επιχειρηματιών μπορεί να φανεί ιδιαίτερος χρήσιμη διότι θα επιτρέψει να εξαχθούν κρίσιμα συμπεράσματα αναφορικά με τη σύνθεση της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Στο Διάγραμμα 5.4., 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 5.4. 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).

5.1.4. Ελληνίδες επιχειρηματίες και ένταση ανταγωνισμού

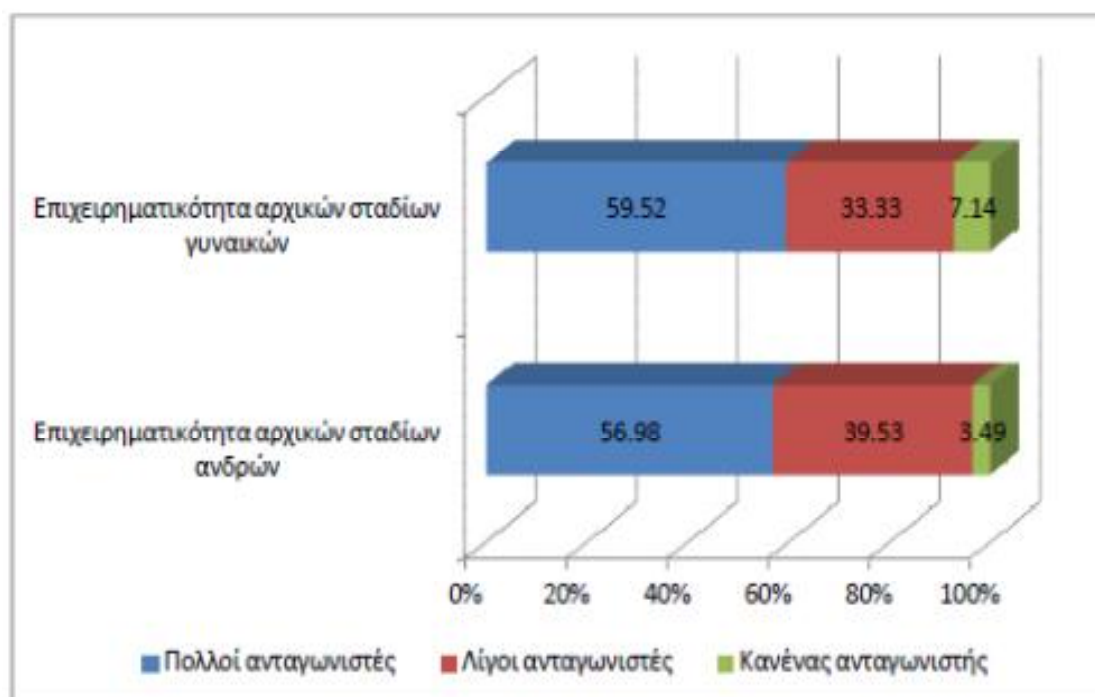
Η ένταση του ανταγωνισμού συνιστά έναν κρίσιμο παράγοντα στη βιβλιογραφία της βιομηχανικής οργάνωσης και της επιχειρηματικότητας καθώς έχει καθοριστική γενικότερα στην ενθάρρυνση της οικονομικής ανάπτυξης. Από την άλλη πλευρά, η ύπαρξη χαμηλής εντάσεως ανταγωνισμού, όταν εκφράζει τη δημιουργία «νησίδων αγοράς» στις οποίες δεν υφίσταται τουλάχιστον στα πρώτα στάδια μεγάλος αριθμός ανταγωνιστών, έχει σημαντική αξία καθώς ενδεχομένως υποδηλώνει πως οι επιχειρήσεις που έχουν δημιουργήσει τις «νησίδες αγοράς» ακολουθούν στρατηγικές διαφοροποίησης του προϊόντος και αυξάνουν τη πιθανότητα εισαγωγής και διατήρησης καινοτομίας.

Η ερώτηση που προσεγγίζει την ένταση του ανταγωνισμού, διατυπώνεται προς τους ερωτώμενους επιχειρηματίες ως ακολούθως: εάν υπάρχουν πολλές, λίγες ή καμία επιχείρηση που είτε να προσφέρουν το ίδιο ή όμοιο προϊόν είτε να παρέχουν ίδια ή όμοια υπηρεσία. Όπως δείχνουν τα περιγραφικά στοιχεία που παρέχει το

Διάγραμμα 5.5, οι γυναίκες επιχειρηματίες εμφανίζονται περισσότερο ικανές να δημιουργήσουν κάποια «νησίδα αγοράς» σε σχέση με τους άνδρες επιχειρηματίες στην Ελλάδα, καταγράφοντας σχεδόν διπλάσιο ποσοστό (Ιωαννίδης, Σ., Γιωτόπουλος, Ι., 2014: 82-83).

Το σημαντικό αυτό εύρημα υποστηρίζει το προηγούμενο αποτέλεσμα καθώς φαίνεται πως η υπεροχή των Ελληνίδων επιχειρηματιών ως προς την αξιοποίηση σύγχρονης τεχνολογικής αναβάθμισης μεταφράζεται σε ένα βαθμό σε επιχειρηματικές πρωτοβουλίες που αντιμετωπίζουν χαμηλότερης εντάσεως ανταγωνισμό. Έτσι, από την ανάλυση μπορεί να εξαχθεί ένα επιπλέον σημαντικό συμπέρασμα ότι οι γυναίκες εμφανίζονται περισσότερο ικανές σε σχέση με τους άνδρες να δημιουργήσουν και να αναπτύξουν νέες αγορές. Το εμπειρικό αυτό εύρημα ισχυροποιεί τα επιχειρήματα υπέρ της προώθησης της γυναικείας επιχειρηματικότητας και θα πρέπει να ληφθούν υπόψη στο σχεδιασμό δράσεων από τους διαμορφωτές πολιτικής.

Διάγραμμα 5.5. Ένταση ανταγωνισμού και επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων κατά φύλο



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

5.2. 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».

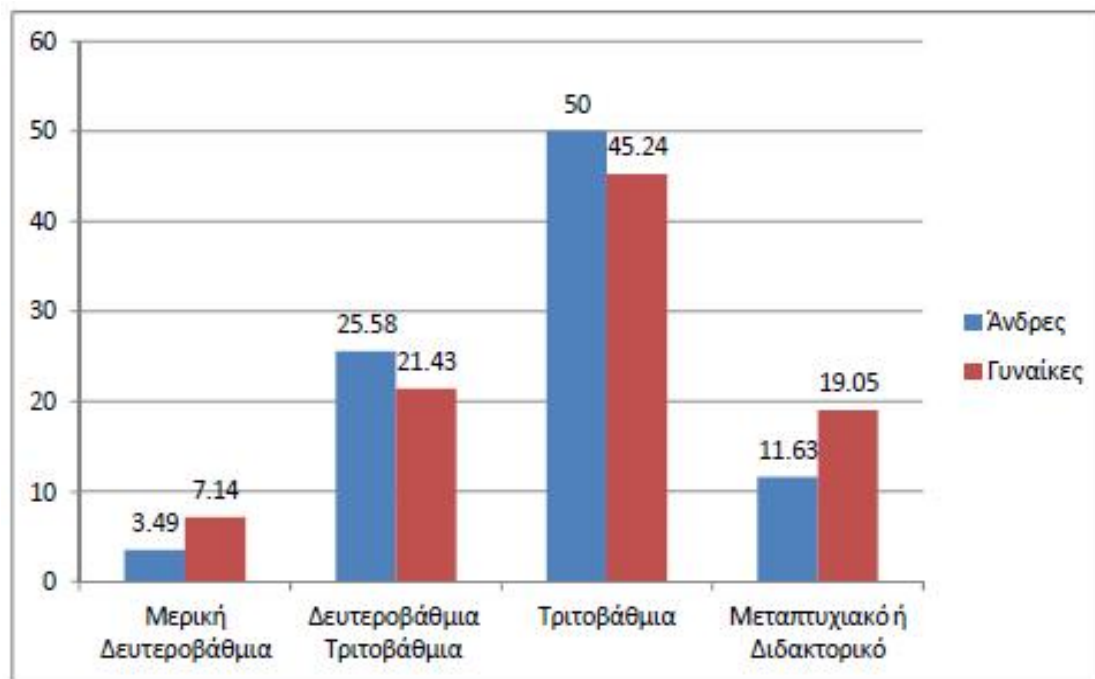
Η εκπαίδευση και η κατάρτιση βοηθάει τις γυναίκες να βρουν δουλειά. Όμως, οι γυναίκες της υπαίθρου, που αποτελούν το χαμηλότερο εκπαιδευσης και εξειδίκευσης εργατικό δυναμικό, δεν έχουν επωφεληθεί από τα προγράμματα κατάρτισης και πολιτικών διαρθρωτικής προσαρμογής. Γυναίκες που έχουν μόλις τελειώσει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

5.2.1. 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 5.6., 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 5.6. Εκπαιδευτικό επίπεδο επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατά φύλο



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

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 «ρηχή»

επιχειρηματικότητα στην επιχειρηματικότητα εντάσεως γνώσης (Ιωαννίδης, Σ., Γιωτόπουλος, Ι., 2014:78-79).

5.3. 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:

Α. 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 ισχυρής και ικανής συνθήκης 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 Γυναικών 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 στηρίζει 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 ξενοφοβίας 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 κατάργησης 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).

E. 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).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο – ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

6.1. 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 στις γυναικείες επιχειρήσεις στην Ελλάδα την τελευταία κυρίως δεκαετία.

Οι επιμέρους στόχοι της έρευνας είναι:

1. Η καταγραφή της υπάρχουσας άποψης για την ελληνική επιχειρηματικότητα.
2. Η καταγραφή της άποψης για την αρχή και την πορεία της γυναικείας απασχόλησης.
3. Η παρουσίαση της εξέλιξης των γυναικείων επιχειρήσεων ανά τα χρόνια.
4. Η έρευνα για την οικονομική βοήθεια που δέχονται οι γυναικείες επιχειρήσεις.
5. 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 εστάλη υλικό για τις ανάγκες της εργασίας σε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο αυτό.

6.2. 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>).

6.3. 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.

6.3.1. 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>).

6.3.2. 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.

6.4. 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, περιπτώσιολογικές 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 φανερή 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.

6.5. ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ

Τα προβλήματα τα οποία προκύπτουν συνήθως σε κάθε εμπειρική έρευνα σχετίζονται με την έλλειψη χρόνου και τη δυσκολία στη συλλογή στοιχείων. Τα προβλήματα τα οποία συνάπτονται στη συλλογή στοιχείων της παρούσας έρευνας, εστιάζονται στα ακόλουθα σημεία:

- § Υπάρχει κάποιο δείγμα του πληθυσμού που θα απαντήσει στα ερωτηματολόγια μόνο στον Πύργο.
- § Ο χρόνος για τη συλλογή και ανάλυση δεδομένων είναι σχετικά περιορισμένος.
- § Οι πιο πολλές από τις γυναίκες επιχειρηματίες μπορεί να μην ήταν ειλικρινείς.
- § Όσες πρέπει να απαντήσουν στο ερωτηματολόγιο, θα πρέπει να είναι συνεπείς με τον χρόνο που τους δίνεται και να απαντήσουν με ακρίβεια.
- § Από το κατά πόσο οι ερωτηθείσες κατανοούν και αντιλαμβάνονται τις ερωτήσεις, εξαρτάται και ο βαθμός αξιολόγησης των συμπερασμάτων.

Στην πραγματικότητα όμως το γεγονός ότι έχει επιλεγθεί αντιπροσωπευτικό δείγμα αλλά και ότι γίνεται συνδυασμός πρωτογενούς και δευτερογενούς έρευνας,

προσφέρει τη δυνατότητα εξάλειψης τυχόν αδυναμιών και συμβάλλει στη δημιουργία στατιστικά σημαντικών συμπερασμάτων.

6.6. 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 όπως αυτή εξελίσσεται την τελευταία δεκαετία κυρίως στη χώρα μας. Η ερευνητική μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε ήταν η μέθοδος της δειγματοληψίας μέσω ερωτηματολογίων με ερωτήσεις κλειστού τύπου.

Η έρευνά μας αποτελείται από ένα ερωτηματολόγιο των είκοσι ερωτήσεων (20), που απαντήθηκε από σαράντα (40) γυναίκες, σαράντα (40) διαφορετικών επιχειρήσεων κυρίως στην περιοχή του Πύργου. Οι επιχειρήσεις αυτές ήταν κυρίως εμπορικά μαγαζιά με προϊόντα ένδυσης και υπόδησης (9), επιχειρήσεις αισθητικής όπως κομμωτήρια και ινστιτούτα ομορφιάς (4), γυναικείοι συνεταιρισμοί με τρόφιμα (4), ξενοδοχειακές επιχειρήσεις (3), φροντιστήρια ξένων γλωσσών (4), επιχειρήσεις ψυχαγωγίας όπως μπαρ και καφετέριες (5), μαγαζιά με χειροτεχνικές εργασίες όπως κοσμήματα και κεντήματα (4), παιδικοί σταθμοί (4) και επιχειρήσεις που προσφέρουν υπηρεσίες μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου (3).

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 ενδεικνυόμενη 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 7, 8, 12, 16, 18, 19 και 20 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.

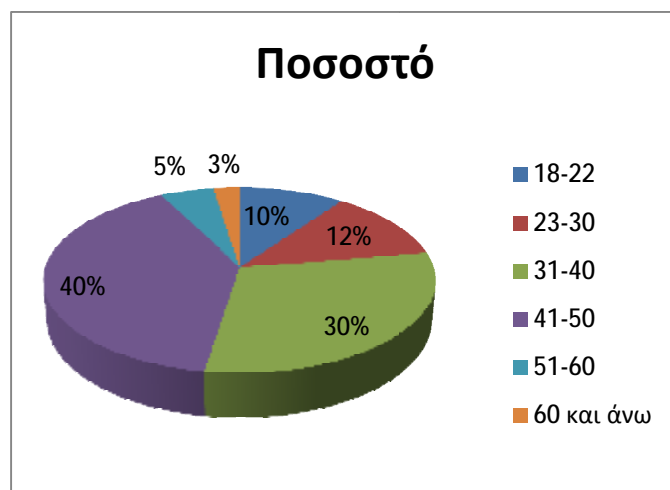
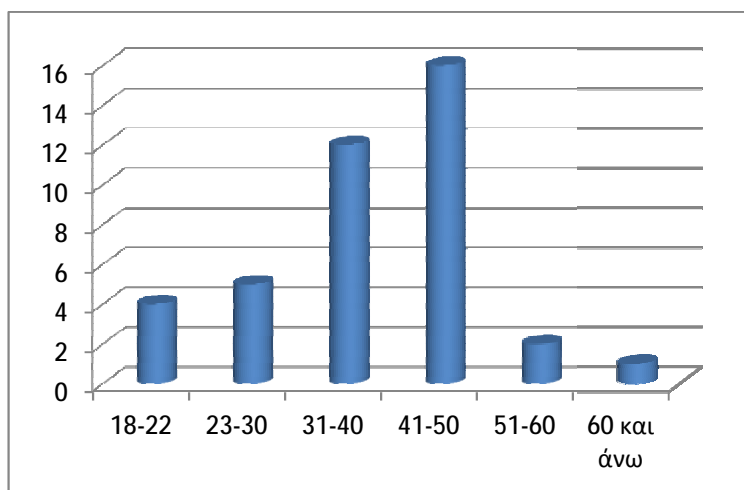
Οι κλειστές ερωτήσεις προτιμήθηκαν κατά τη σύνταξη του τελικού ερωτηματολογίου, επειδή είναι πιο εύκολο να απαντηθούν από άποψη ταχύτητας, γεγονός που εξασφαλίζει περισσότερες απαντήσεις σε δεδομένο χρόνο. Παράλληλα γίνεται πιο εύκολα η στατιστική επεξεργασία. Επίσης ο ερευνητής εστιάζει την προσοχή του σε αυτό που θέλει να μάθει.

Η επεξεργασία διήρκεσε τρεις περίπου μήνες με την παρακάτω διαδικασία. Αρχικά τα ερωτηματολόγια ελέγχθηκαν και αριθμήθηκαν και το πρόγραμμα που χρησιμοποιήθηκε στην ανάλυση των δεδομένων, ήταν το Excel Windows. Συνολικά τα ερωτηματολόγια που επεστράφησαν συμπληρωμένα ήταν σαράντα.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΡΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

1. Ηλικία

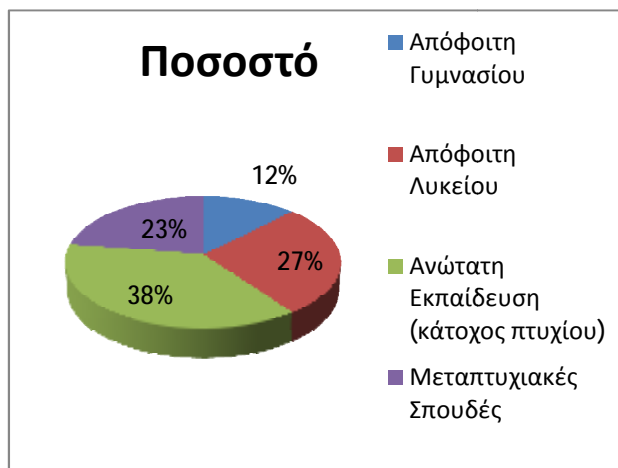
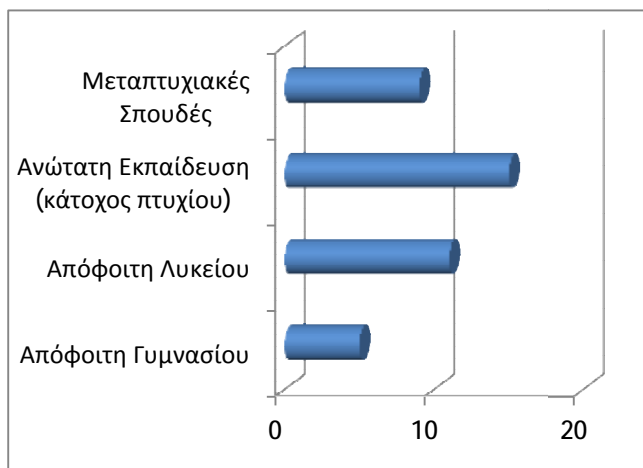
	Σύνολο	Ποσοστό
18-22	4	10%
23-30	5	12%
31-40	12	30%
41-50	16	40%
51-60	2	5%
60 και άνω	1	3%



Στην έρευνά μας πήραν μέρος σαράντα γυναίκες επιχειρηματίες εκ των οποίων το 40% ήταν ηλικίας 41 έως 50 ετών, το 30% από 31 έως 40, το 12% ήταν ηλικίας 23 έως 30, το 10% ηλικίας 18 έως 22 χρόνων, το 5% από 51 έως 60 και το 3% άνω των 60 χρόνων.

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

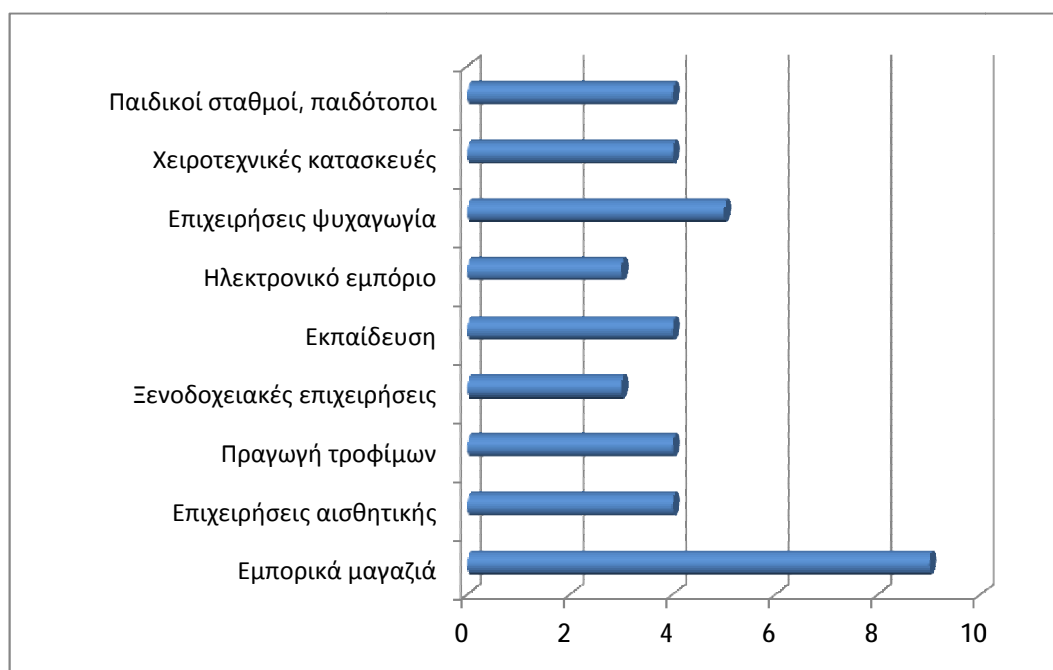
	Σύνολο	Ποσοστό
Απόφοιτη Γυμνασίου	5	12%
Απόφοιτη Λυκείου	11	27%
Ανώτατη Εκπαίδευση (κάτοχος πτυχίου)	15	38%
Μεταπτυχιακές Σπουδές	9	23%



Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων γυναικών (38%) είναι κάτοχοι πτυχίου από την Ανώτατη εκπαίδευση. Ακολουθούν με 27% οι απόφοιτες Λυκείου, με 23% αυτές που έχουν κάνει μεταπτυχιακές σπουδές και τέλος με 12% οι απόφοιτες Γυμνασίου.

3. Σε ποιον τομέα δραστηριοποιείστε επιχειρηματικά;

	Σύνολο	Ποσοστό
Εμπορικά μαγαζιά (ένδυση, υπόδηση, κ.ά.)	9	22%
Επιχειρήσεις αισθητικής (κομμωτήρια, ινστιτούτα ομορφιάς)	4	10%
Παραγωγή τροφίμων	4	10%
Ξενοδοχειακές επιχειρήσεις	3	7%
Εκπαίδευση (φροντιστήρια ξένων γλωσσών, κ.ά)	4	10%
Ηλεκτρονικό εμπόριο	3	8%
Επιχειρήσεις ψυχαγωγίας (μπαρ, καφέ, κ.ά.)	5	13%
Χειροτεχνικές κατασκευές (κοσμήματα, κεντήματα, κ.ά)	4	10%
Παιδικοί σταθμοί, Παιδότοποι	4	10%

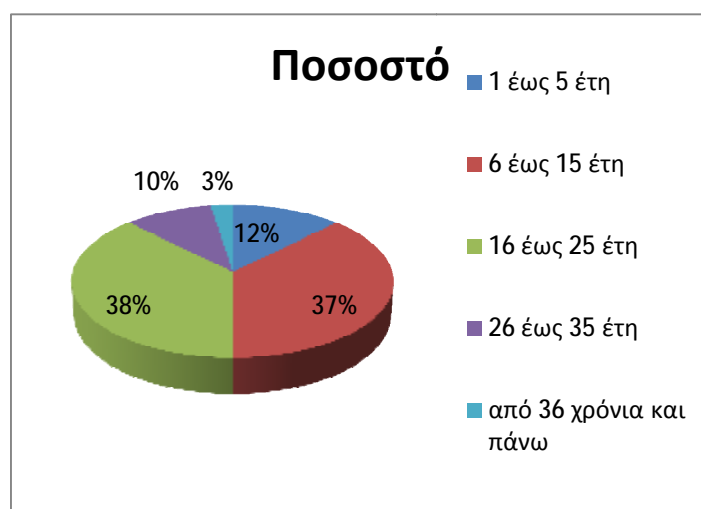
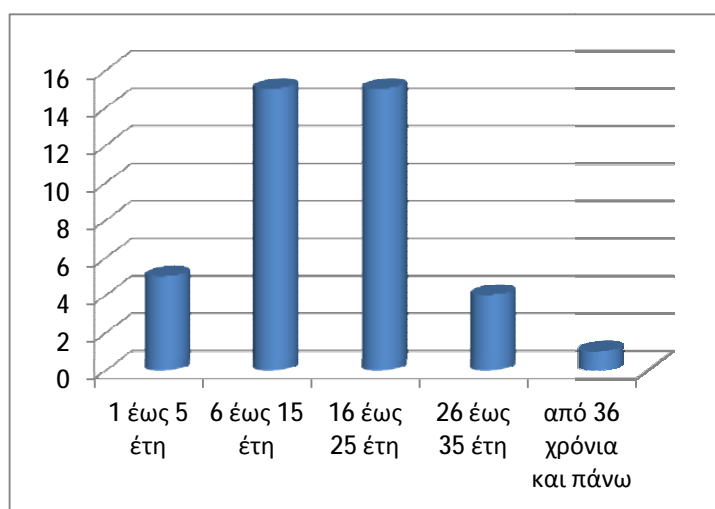




Στην έρευνά μας πήραν μέρος εμπορικά μαγαζιά (22%), επιχειρήσεις ψυχαγωγίας (13%), αισθητικής (10%), παραγωγής τροφίμων (10%), εκπαιδευτικά κέντρα (10%), επιχειρήσεις χειροτεχνικών επισκευών (10%), παιδικοί σταθμοί (10%), επιχειρήσεις ηλεκτρονικών επιχειρήσεων (8%) και ξενοδοχειακές επιχειρήσεις (7%).

4. Πότε λειτούργησε για πρώτη φορά η επιχείρηση;

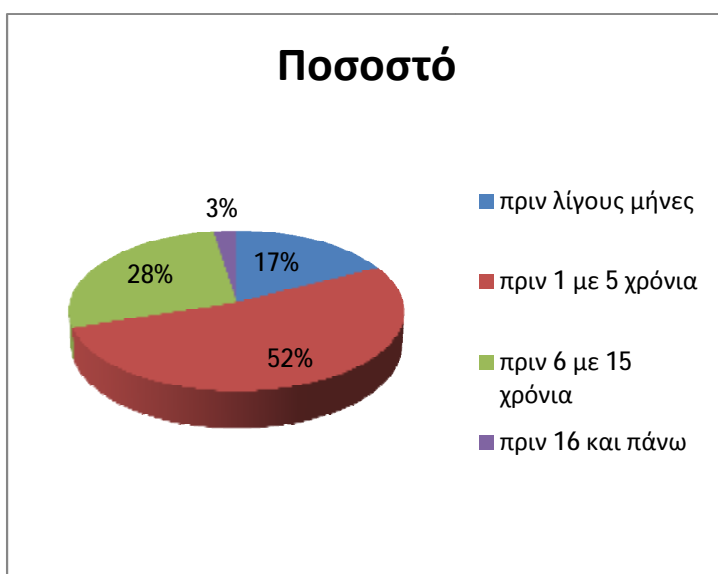
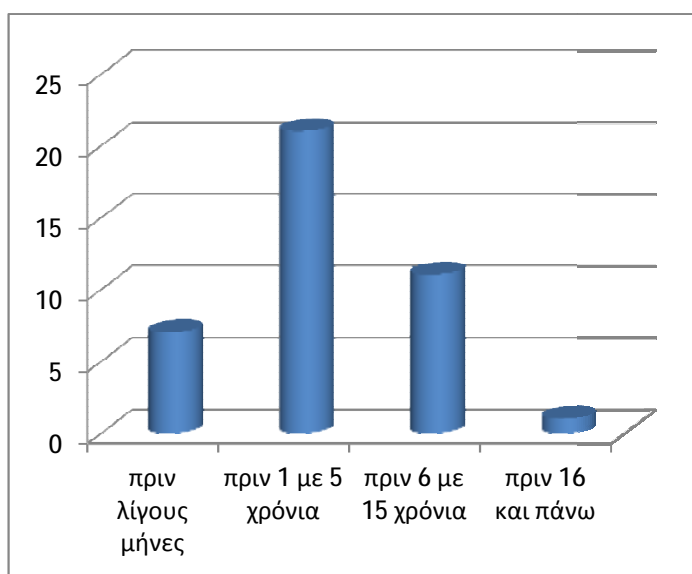
	Σύνολο	Ποσοστό
1 έως 5 έτη	5	12%
6 έως 15 έτη	15	37%
16 έως 25 έτη	15	38%
26 έως 35 έτη	4	10%
Από 36 χρόνια και πάνω	1	3%



Η πλειοψηφία των γυναικείων επιχειρήσεων που ρωτήσαμε λειτούργησε πρώτη φορά την επιχείρησή τους πριν από 16 με 25 χρόνια (38%). Έπονται οι επιχειρήσεις που λειτούργησαν πριν 6 με 15 χρόνια με ποσοστό 37% και αυτές που ξεκίνησαν πριν ένα με πέντε χρόνια (12%). Στις τελευταίες θέσεις βρίσκονται οι επιχειρήσεις που λειτούργησαν πριν 26 με 35 χρόνια (10%) και από 36 χρόνια και πάνω (3%).

5. Πότε γίνετε για πρώτη φορά μέλος της επιχείρησης;

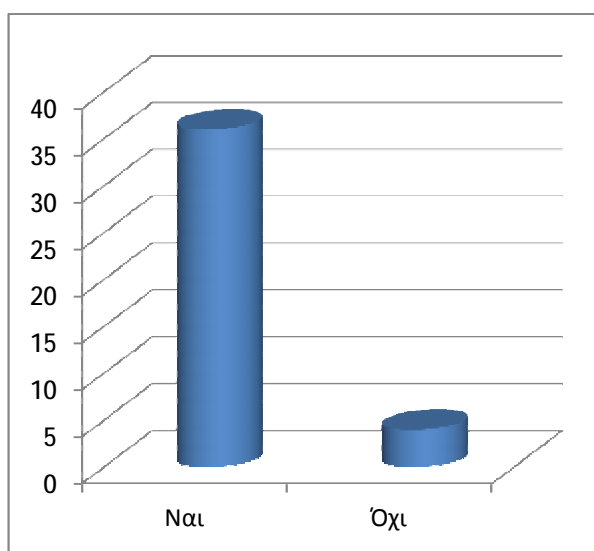
	Σύνολο	Ποσοστό
πριν λίγους μήνες	7	17%
πριν 1 με 5 χρόνια	21	52%
πριν 6 με 15 χρόνια	11	28%
πριν 16 και πάνω	1	3%



Οι περισσότερες γυναίκες επιχειρηματίες φαίνεται να έγιναν μέλος στην επιχείρηση στην οποία εργάζονται πριν από ένα με πέντε χρόνια (52%). Έπονται, με ποσοστό 28% εκείνες που έγιναν μέλη πριν από 6 με 15 χρόνια, με 17% πριν από λίγους μήνες και με 3% πριν από 16 χρόνια και πάνω.

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

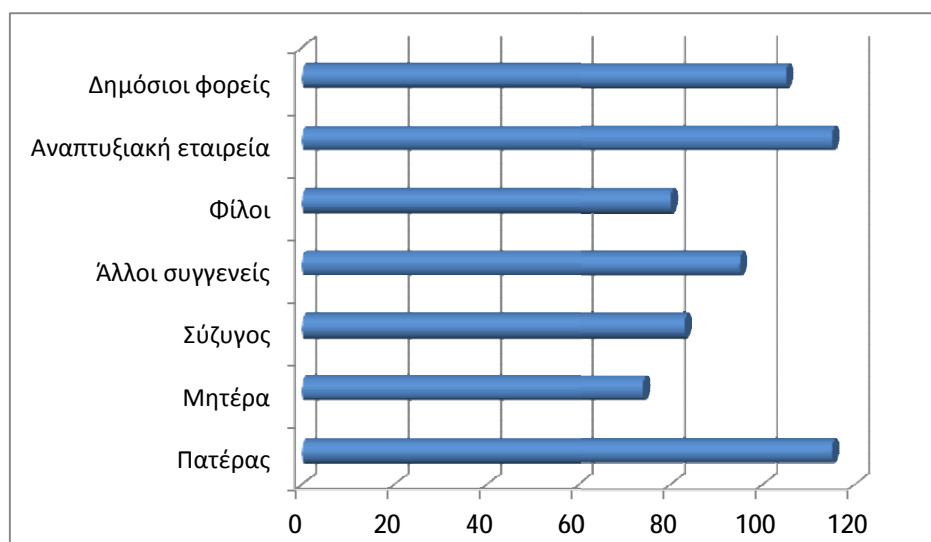
	Σύνολο	Ποσοστό
Ναι	36	90%
Όχι	4	10%



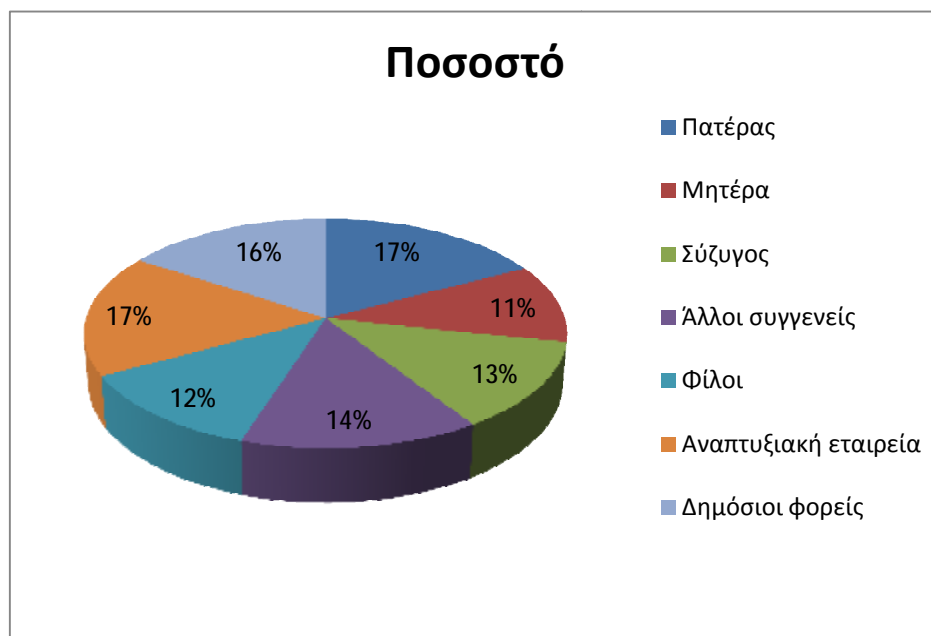
Στην πλειοψηφία τους, οι γυναίκες επιχειρηματίες βοηθήθηκαν από φορείς και άλλα άτομα για την ανάπτυξη της επιχειρηματικής τους ιδέας (90%). Μόνο το 10% απάντησε αρνητικά.

7. Εάν ναι, ποιοι συγκεκριμένα; (Πάρα πολύ = 5, πολύ = 4, μέτρια = 3, λίγο = 2, καθόλου = 1)

	Σύνολο	Ποσοστό
Πατέρας	115	17%
Μητέρα	74	11%
Σύζυγος	83	15%
Άλλοι συγγενείς	95	14%
Φίλοι	80	12%
Αναπτυξιακή Εταιρεία	115	17%
Δημόσιοι φορείς	105	16%



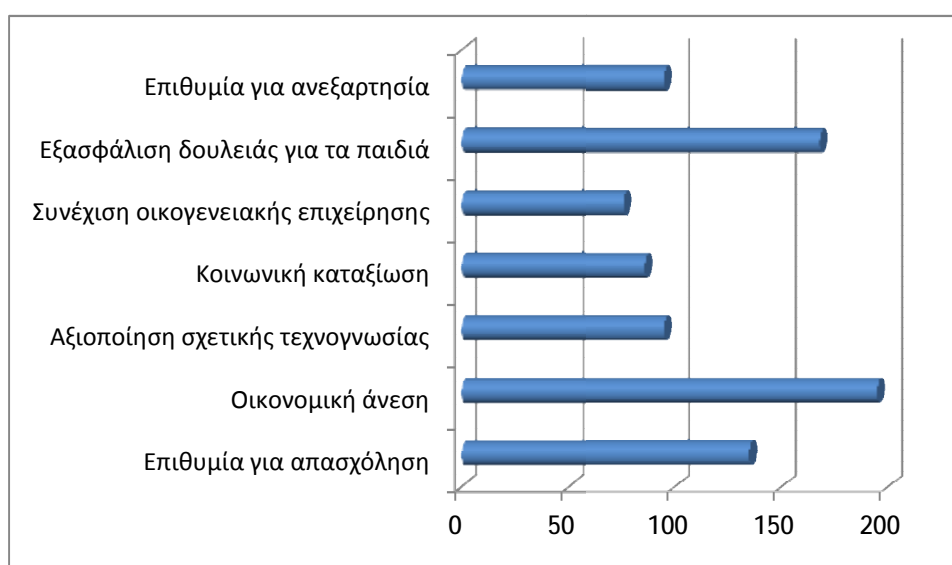
Οι περισσότερες γυναίκες επιχειρηματίες φαίνεται να βοηθήθηκαν από την οικογένειά τους για την υλοποίηση της επιχειρηματικής τους ιδέας και πιο συγκεκριμένα, από τον πατέρα τους (17%), τον σύζυγό τους (13%), τη μητέρα τους (11%) και λοιπούς συγγενείς (14%). Σημαντικό ρόλο βέβαια φαίνεται να διαδραμάτισαν η αναπτυξιακές εταιρείες (17%), οι δημόσιοι φορείς (16%) και τέλος οι φίλοι (12%).



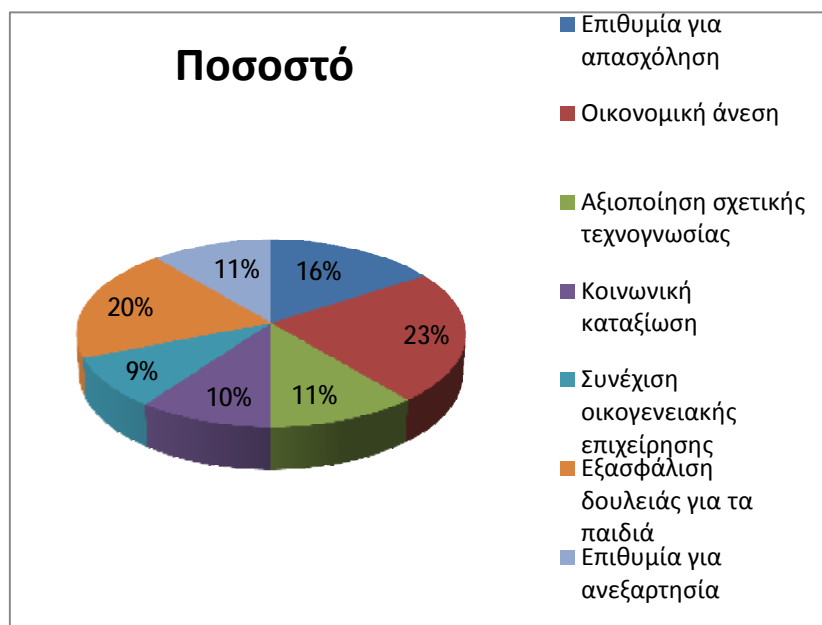
8. Ποια είναι τα κίνητρό σας για τη δημιουργία της επιχείρησης;

Αξιολογείστε ως προς τη σημαντικότητα με βαθμό από 1-5 κάθε ένα από τους παρακάτω παράγοντες (Πάρα πολύ = 5, πολύ = 4, μέτρια = 3, λίγο = 2, καθόλου = 1)

	Σύνολο	Ποσοστό
Επιθυμία για απασχόληση	135	16%
Οικονομική άνεση	195	23%
Αξιοποίηση σχετικής τεχνογνωσίας – χόμπι	95	11%
Κοινωνική καταξίωση (κύρος)	86	10%
Συνέχιση οικογενειακής επιχείρησης	76	9%
Εξασφάλιση δουλειάς για τα παιδιά	168	20%
Επιθυμία για ανεξαρτησία	95	11%



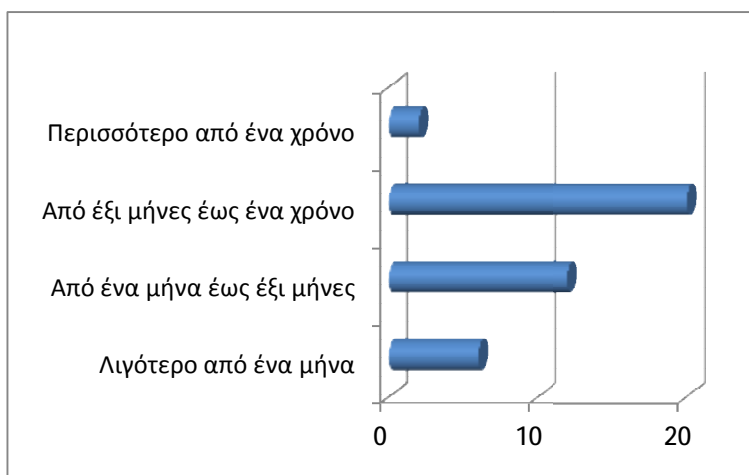
Η πλειοψηφία των γυναικών ξεκίνησαν την επιχείρησή τους κυρίως για οικονομικούς λόγους (23%) και για την εξασφάλιση δουλειάς για τα παιδιά τους (20%). Έπονται οι επιθυμίες τους για



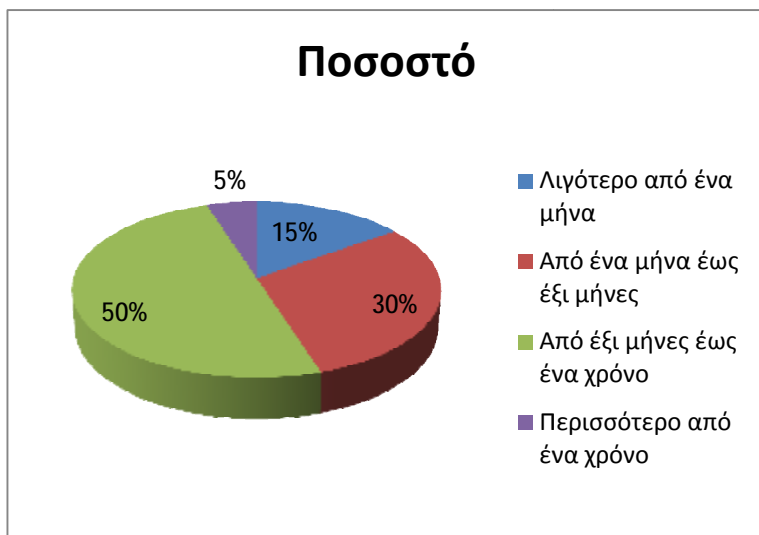
απασχόληση (16%), η επιθυμία τους για ανεξαρτησία (11%), η αξιοποίηση της σχετικής τεχνογνωσίας τους/χόμπι (11%), η κοινωνική τους καταξίωση (10%) και η συνέχιση της οικογενειακής τους επιχείρησης (9%).

9. 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	6	15%
Από ένα μήνα έως έξι μήνες	12	30%
Από έξι μήνες έως ένα χρόνο	20	50%
Περισσότερο από ένα χρόνο	2	5%

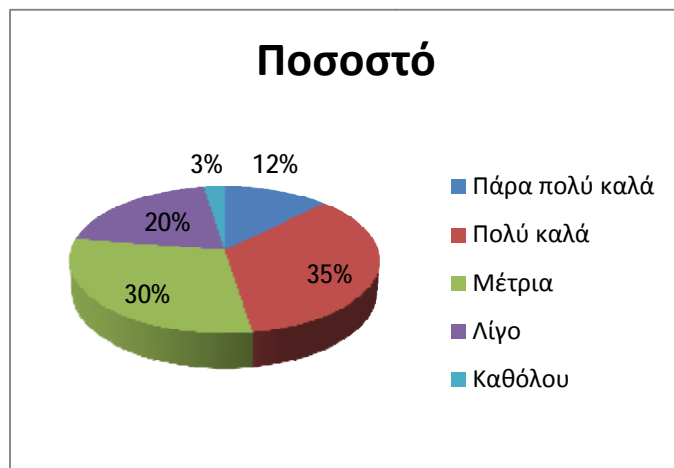
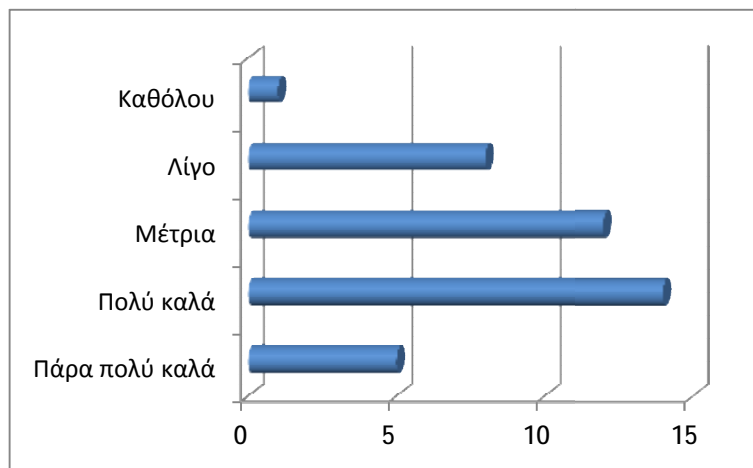


Οι περισσότερες γυναίκες επιχειρηματίες χρειάστηκαν έξι μήνες μέχρι ένα χρόνο (50%) για να λειτουργήσουν την επιχείρησή τους. Ακολουθεί το 30% που απάντησε ότι του πήρε ένα μήνα έως έξι μήνες, το 15% με λιγότερο από μην και το 5% με περισσότερο από ένα χρόνο.



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

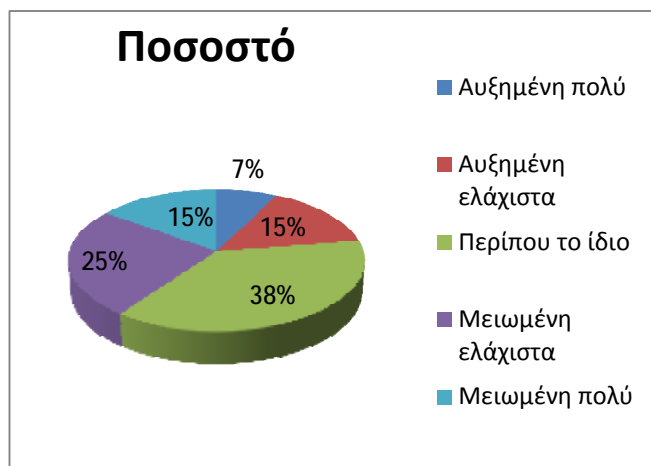
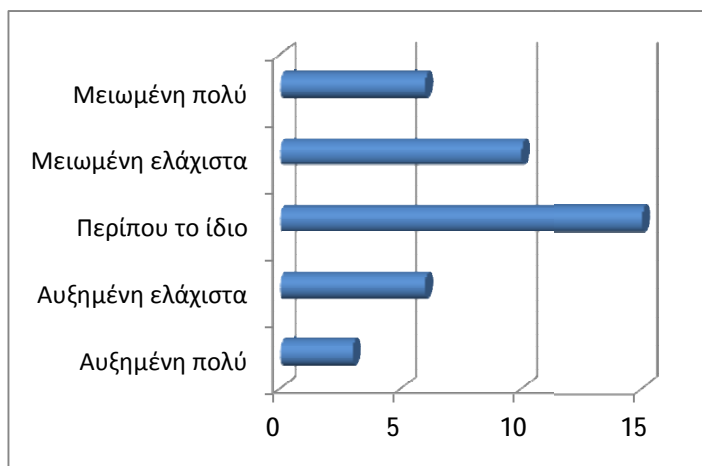
	Σύνολο	Ποσοστό
Πάρα πολύ καλά	5	12%
Πολύ καλά	12	30%
Μέτρια	14	35%
Λίγο	8	20%
Καθόλου	1	3%



Οι Ελληνίδες επιχειρηματίες που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο μας απάντησαν ότι γνωρίζουν πολύ καλά το αντικείμενο με το οποίο ασχολείται η επιχείρησή τους (35%). Ακολουθεί το 30% που απάντησε ότι το γνωρίζει μέτρια, το 20% ότι το γνωρίζει λίγο, το 12% απάντησε πάρα πολύ καλά και μόνο 3% καθόλου.

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

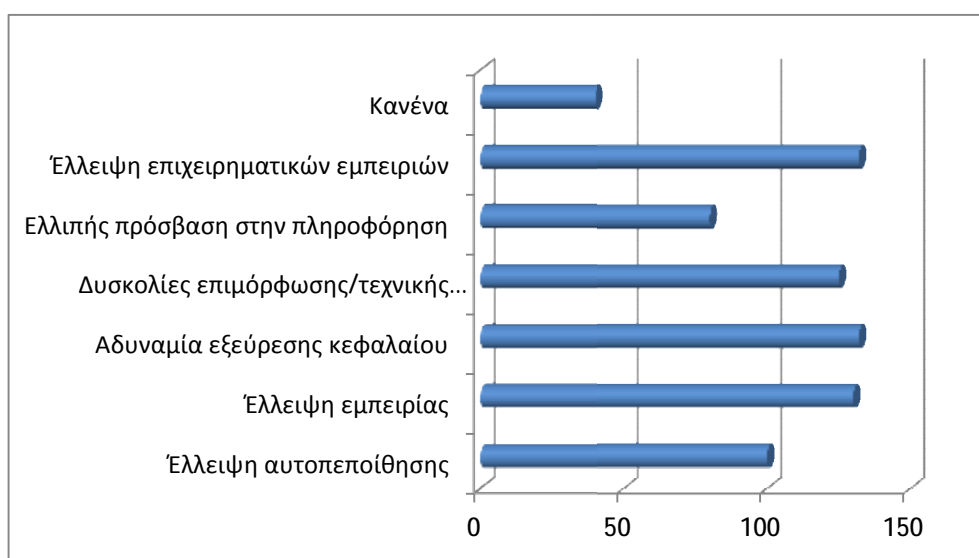
	Σύνολο	Ποσοστό
Αυξημένη πολύ	3	7%
Αυξημένη ελάχιστα	6	15%
Περίπου το ίδιο	15	38%
Μειωμένη ελάχιστα	10	25%
Μειωμένη πολύ	6	15%



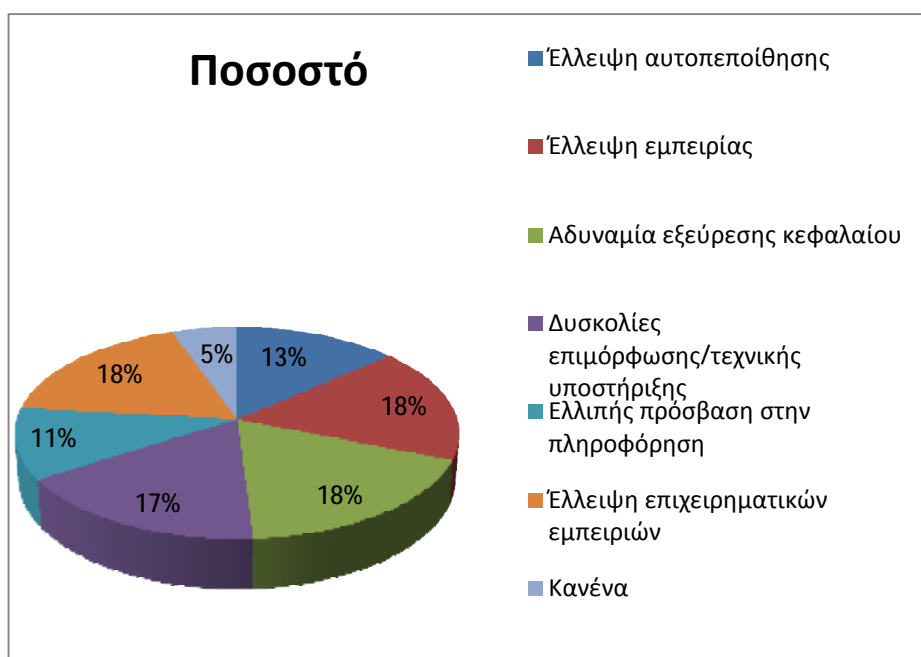
Οι φετινές πωλήσεις σε σύγκριση με τις περσινές, σύμφωνα με τις γυναίκες επιχειρηματίες ήταν περίπου το ίδιο (38%). Το 25% απάντησε ότι ήταν μειωμένες ελάχιστα, το 15% μειωμένες πολύ, το άλλο 15% αυξημένες ελάχιστα και το 7% μειωμένες πολύ.

12. Ποια ήταν τα κυριότερα προβλήματα που αντιμετωπίσατε στο ξεκίνημα της επιχείρησής σας; (Πάρα πολύ = 5, πολύ = 4, μέτρια = 3, λίγο = 2, καθόλου = 1)

	Σύνολο	Ποσοστό
Έλλειψη αυτοπεποίθησης	100	13%
Έλλειψη εμπειρίας	130	18%
Αδυναμία στην εξεύρεση κεφαλαίου	132	18%
Δυσκολίες επιμόρφωσης και τεχνικής υποστήριξης	125	17%
Ελλιπής πρόσβαση στην πληροφόρηση	80	11%
Έλλειψη επιχειρηματικών εμπειριών	132	18%
Κανένα	40	5%



Τα κυριότερα προβλήματα που φαίνεται να αντιμετώπισαν οι Ελληνίδες επιχειρηματίες κατά την έναρξη των επιχειρήσεών τους είναι η έλλειψη επιχειρηματικών

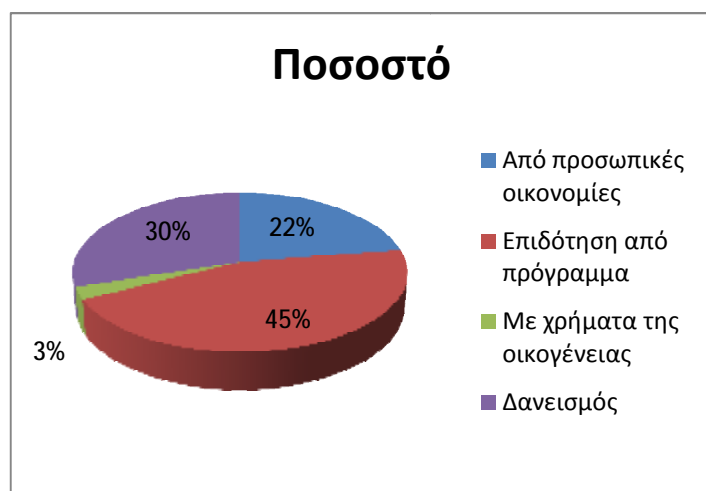
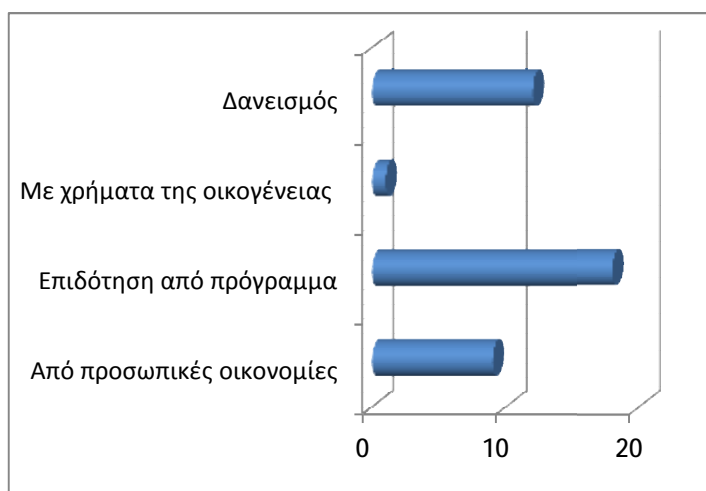


εμπειριών (18%), η αδυναμία εξεύρεσης κεφαλαίου (18%) και η έλλειψη εμπειρίας (18%). Ακολουθούν οι δυσκολίες επιμόρφωσης και τεχνικής υποστήριξης (17%), η έλλειψη αυτοπεποίθησης (13%) και η ελλιπής πρόσβαση στην πληροφόρηση (11%). Κανένα πρόβλημα

φαίνεται να μην αντιμετώπισε μόνο το 5%.

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

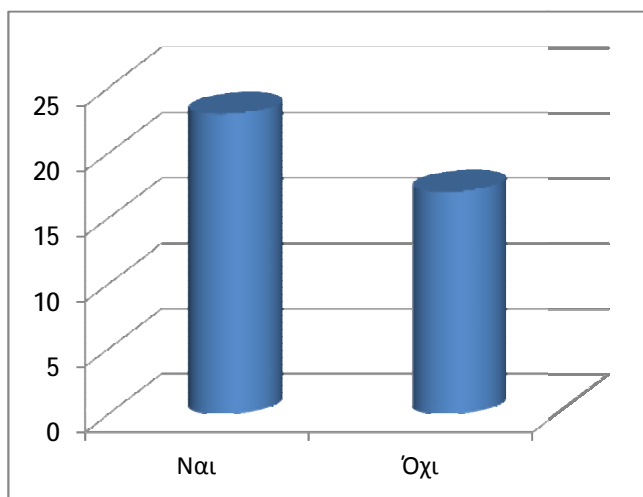
	Σύνολο	Ποσοστό
Από προσωπικές οικονομίες	9	22%
Επιδότηση από πρόγραμμα	18	45%
Με χρήματα της οικογένειας	1	3%
Δανεισμός	12	30%



Το 45% των γυναικείων επιχειρήσεων που ρωτήσαμε μας απάντησε ότι άντλησε το κεφάλαιο για την επιχείρησή τους από επιδοτούμενα προγράμματα του κράτους. Εν συνεχεία, το 30% από κάποιο δάνεια, τα 22% από προσωπικές οικονομίες και μόνο το 3% από χρήματα της οικογένειάς τους.

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

	Σύνολο	Ποσοστό
Ναι	23	57%
Όχι	17	43%

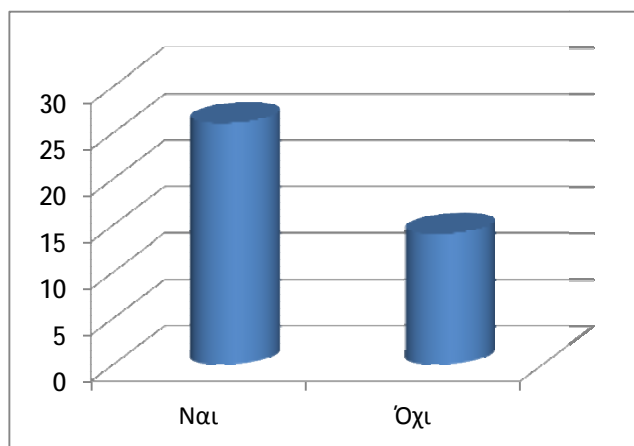


Το 57% των ερωτηθέντων γυναικών μας απάντησε ότι θα επιθυμούσε τα παιδιά τους να ασχοληθούν με την επιχείρησή τους μελλοντικά, ενώ το 43% απάντησε αρνητικά.



15. Σας βοηθάει κάποιο μέλος της οικογένειά σας χωρίς αμοιβή;

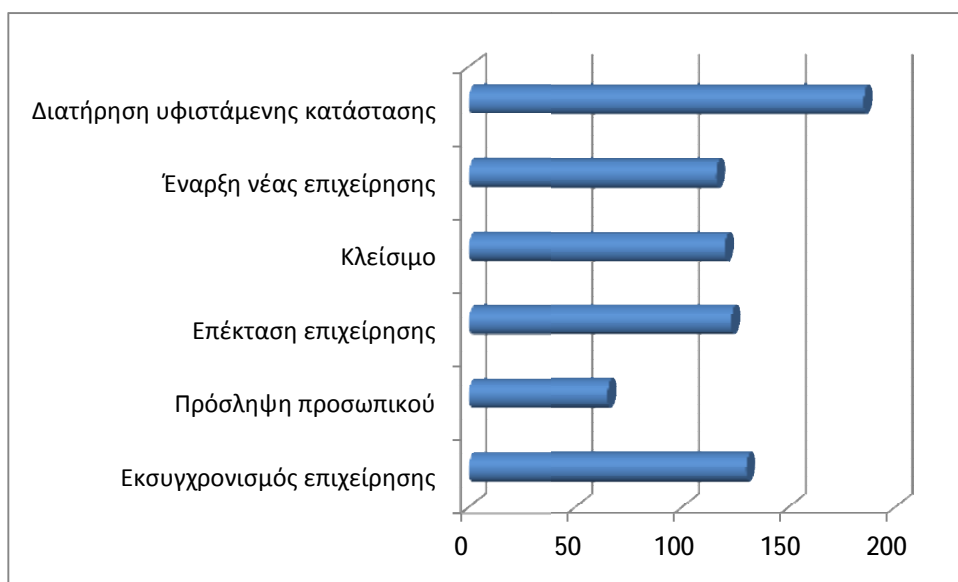
	Σύνολο	Ποσοστό
Ναι	26	65%
Όχι	14	35%



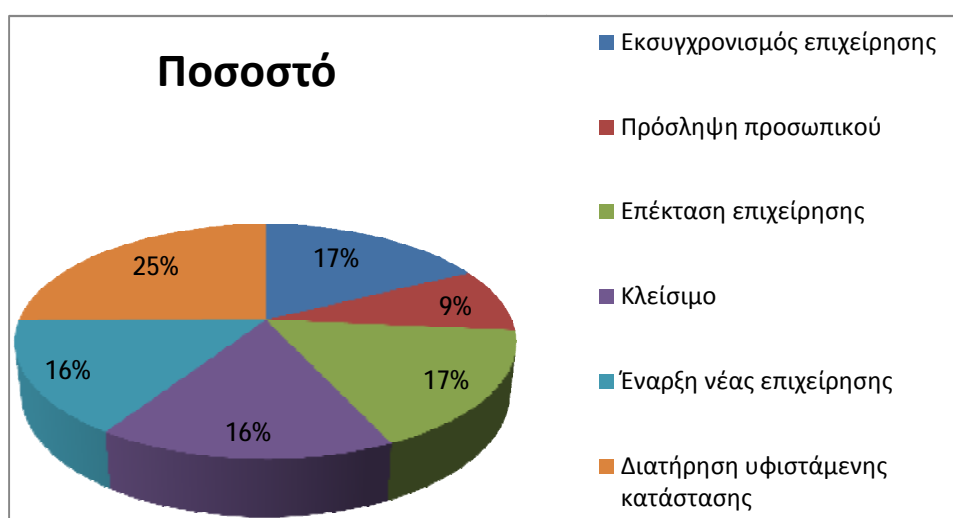
Οι περισσότερες γυναικείες επιχειρήσεις δέχονται βοήθεια από κάποιο μέλος της οικογένειάς τους (65%). Μόνο το 35% φαίνεται να μην δείχνει ενδιαφέρον για την προσωπική επιχείρηση.

16. Ποιο είναι τα μελλοντικά σας σχέδια για την επιχείρησή; (Πάρα πολύ = 5, πολύ = 4, μέτρια = 3, λίγο = 2, καθόλου = 1)

	Σύνολο	Ποσοστό
Εκσυγχρονισμός της υφιστάμενης επιχείρησης	130	17%
Πρόσληψη προσωπικού για την υφιστάμενη επιχείρηση	65	9%
Επέκταση της υφιστάμενης επιχείρησης σε νέες δραστηριότητες	123	17%
Κλείσιμο	120	16%
Έναρξη νέας επιχείρησης ή να κάνετε μια νέα επιχείρηση	116	16%
Διατήρηση της υφιστάμενης κατάστασης	185	25%



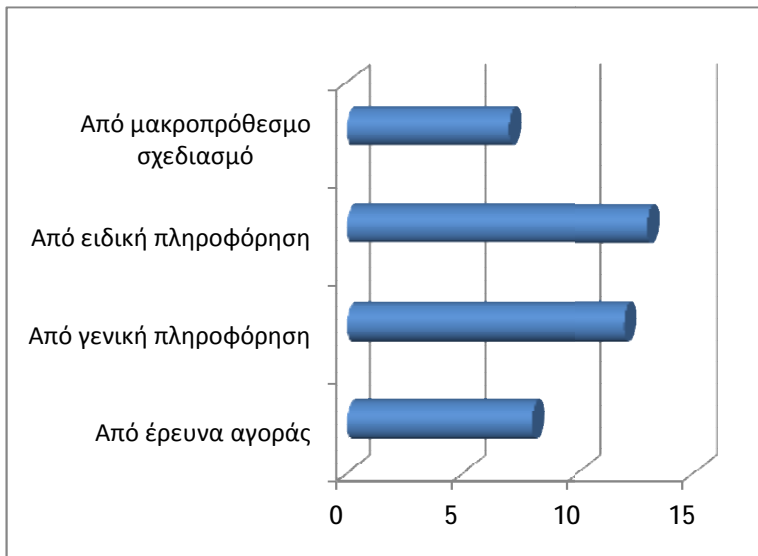
Τα μελλοντικά σχέδια της πλειοψηφίας των γυναικών που ρωτήσαμε αφορούν τη διατήρηση της υφιστάμενης κατάστασης στην επιχείρηση (25%), τον εκσυγχρονισμό της (17%) ή και την επέκτασή της σε νέες δραστηριότητες (17%). Ακολουθούν με μικρότερα ποσοστά το κλείσιμο (16%) και η έναρξη νέας επιχείρησης (16%)



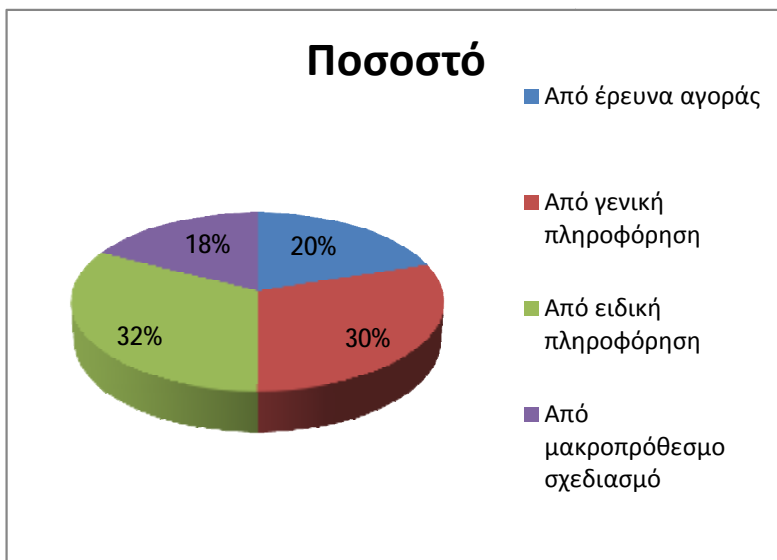
και τέλος, η πρόσληψη προσωπικού (9%).

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

	Σύνολο	Ποσοστό
Από έρευνα αγοράς	8	20%
Από γενική πληροφόρηση	12	30%
Από ειδική πληροφόρηση	13	32%
Από μακροπρόθεσμο σχεδιασμό	7	18%

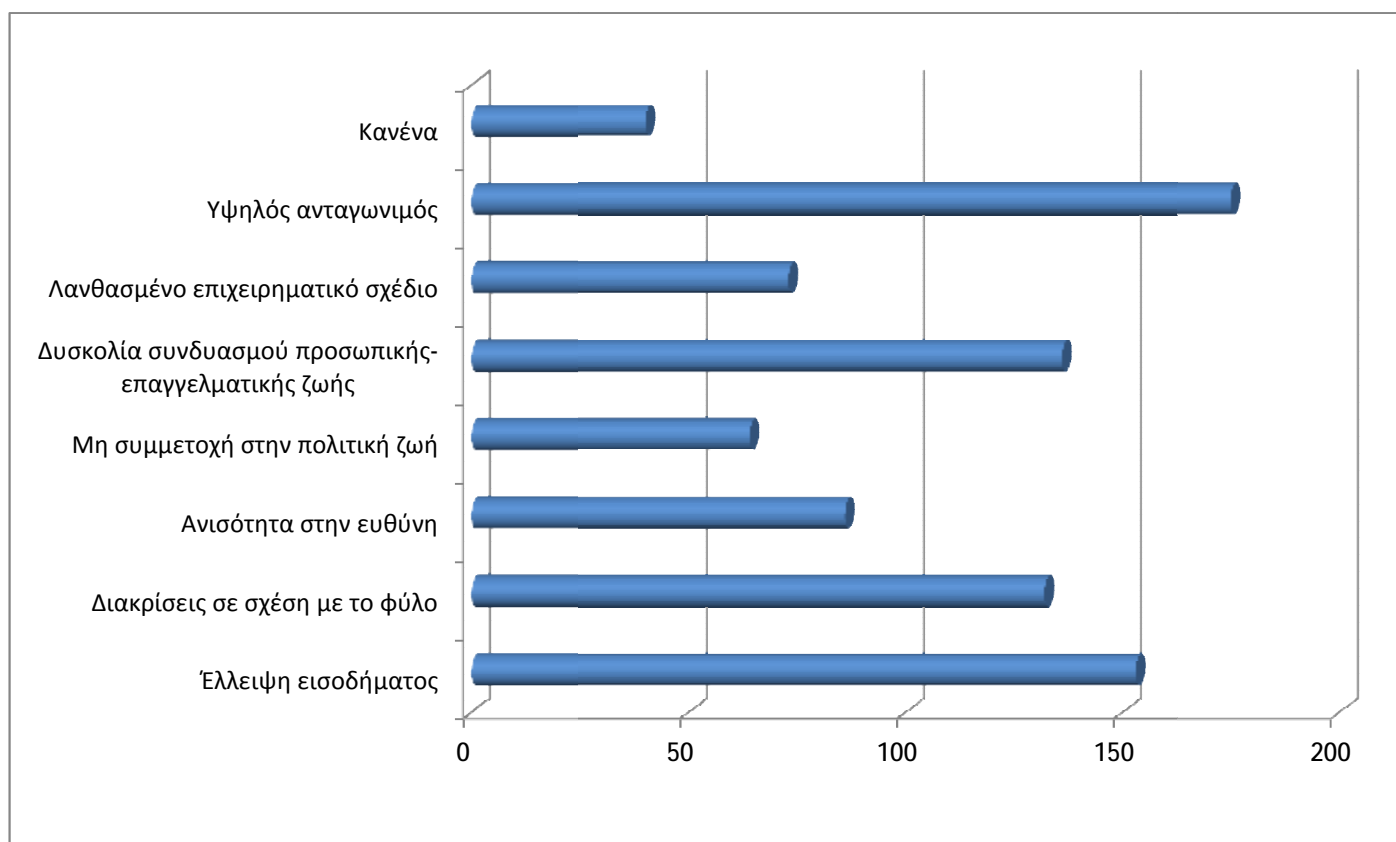


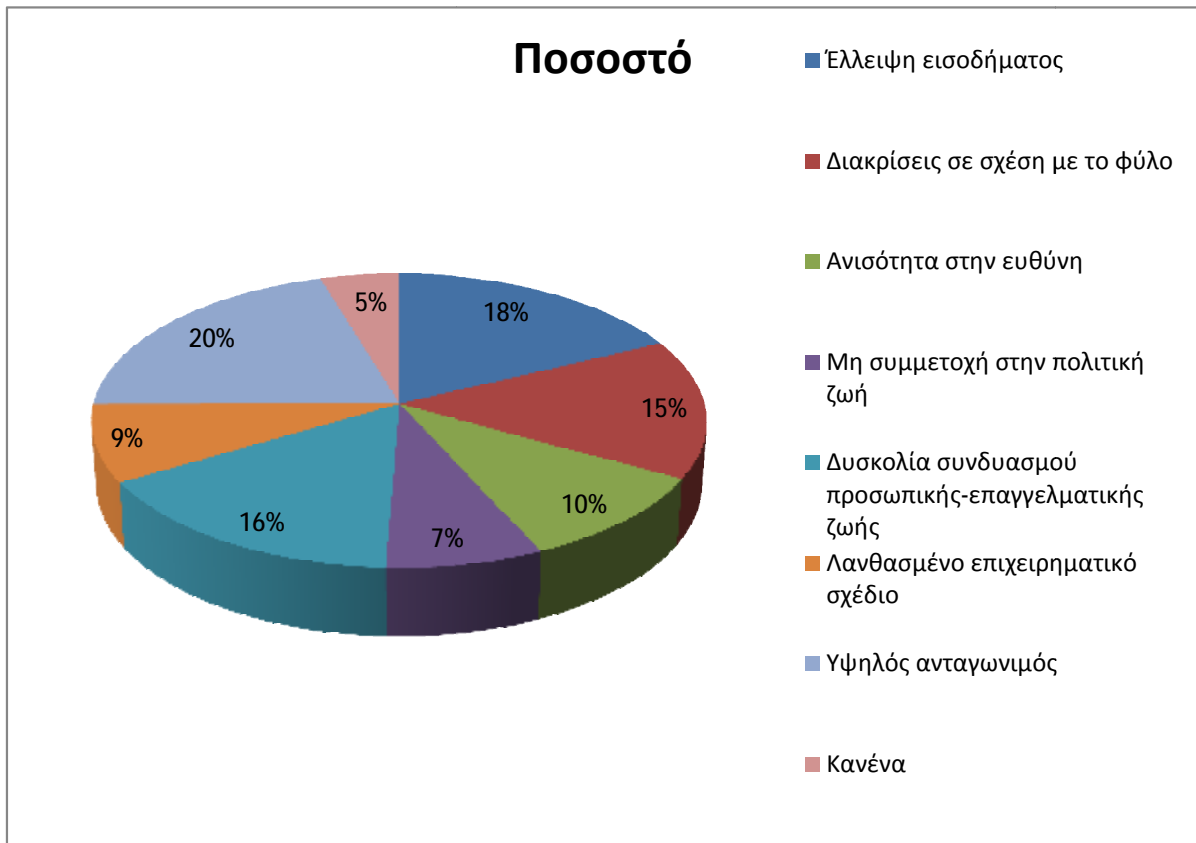
Στην πιθανότητα επέκτασης σε νέες δραστηριότητες της υπάρχουσας επιχείρησης, το 32% των ερωτηθέντων γυναικών απάντησε ότι θα έπαιρνε αυτή την απόφαση μετά από ειδική πληροφόρηση και το 30% μετά από πιο γενική ενημέρωση. Το 20% από έρευνα αγοράς και το 18% από μακροπρόθεσμο σχεδιασμό.



18. Θα λέγατε ότι αντιμετωπίσατε κάποιο από τα παρακάτω προβλήματα κατά τη δημιουργία της επιχείρησής ή την περίοδο συμμετοχής σας σε αυτή; (Πάρα πολύ = 5, πολύ = 4, μέτρια = 3, λίγο = 2, καθόλου = 1)

	Σύνολο	Ποσοστό
Έλλειψη προσωπικού εισοδήματος	153	18%
Διακρίσεις στον καταμερισμό εργασίας σε σχέση με τους άντρες	132	15%
Ανισότητα στην ευθύνη και στη διαχείριση της εκμετάλλευσης	86	10%
Μη συμμετοχή στην πολιτική ζωή, στους συνεταιρισμούς και στα συνδικαλιστικά όργανα	64	7%
Δυσκολία συνδυασμού επαγγελματικής και προσωπικής ζωής	136	16%
Λανθασμένη οργάνωση επιχειρηματικού σχεδίου	73	9%
Υψηλό ανταγωνισμό	175	20%
Κανένα	40	5%

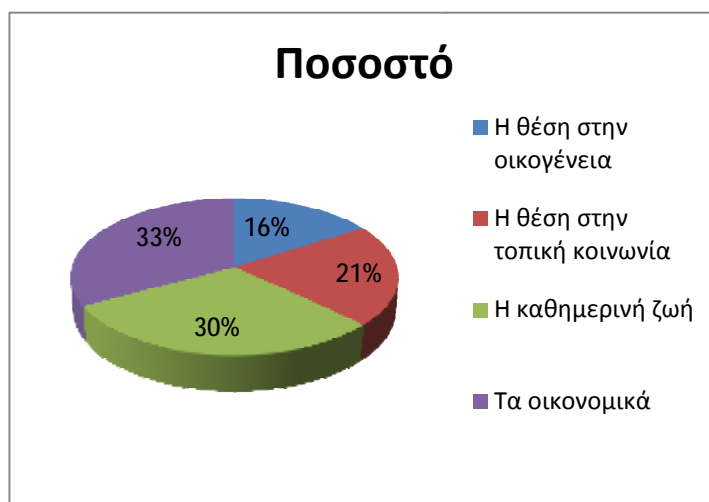
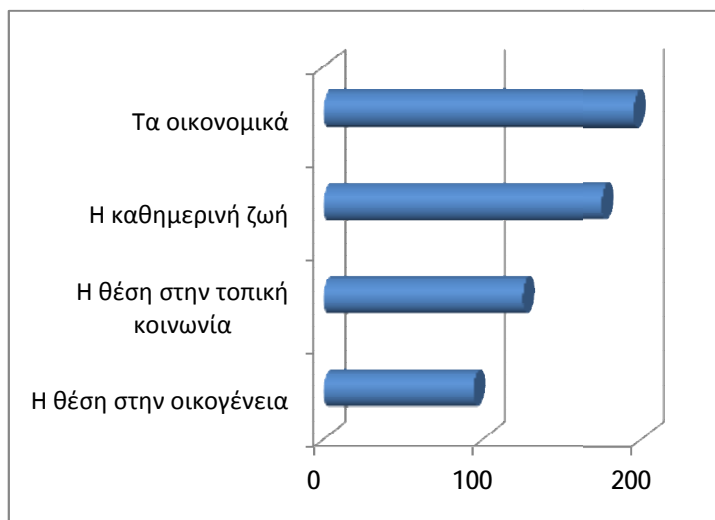




Τα σημαντικότερα προβλήματα που φαίνεται να αντιμετωπίσαν οι γυναίκες επιχειρηματίες κατά την έναρξη της επιχείρησής τους είναι ο υψηλός ανταγωνισμός (20%), η έλλειψη εισοδήματος (18%) και η δυσκολία συνδυασμού προσωπικής με επαγγελματικής ζωής (16%). Εν συνεχεία, το 15% απάντησε τις διακρίσεις σε σχέση με το φύλο τους, το 10% την ανισότητα στην ευθύνη και στη διαχείριση της εκμετάλλευσης, το 9% το λανθασμένο επιχειρηματικό σχέδιο, το 7% τη μη συμμετοχή στην πολιτική ζωή, στους συνεταιρισμούς και στα συνδικαλιστικά όργανα και μόνο το 5% απάντησε ότι δεν αντιμετώπισε κανένα πρόβλημα.

19. Από τότε που ασχολείστε με την επιχείρηση έχει βελτιωθεί: (Πάρα πολύ = 5, πολύ = 4, μέτρια = 3, λίγο = 2, καθόλου = 1)

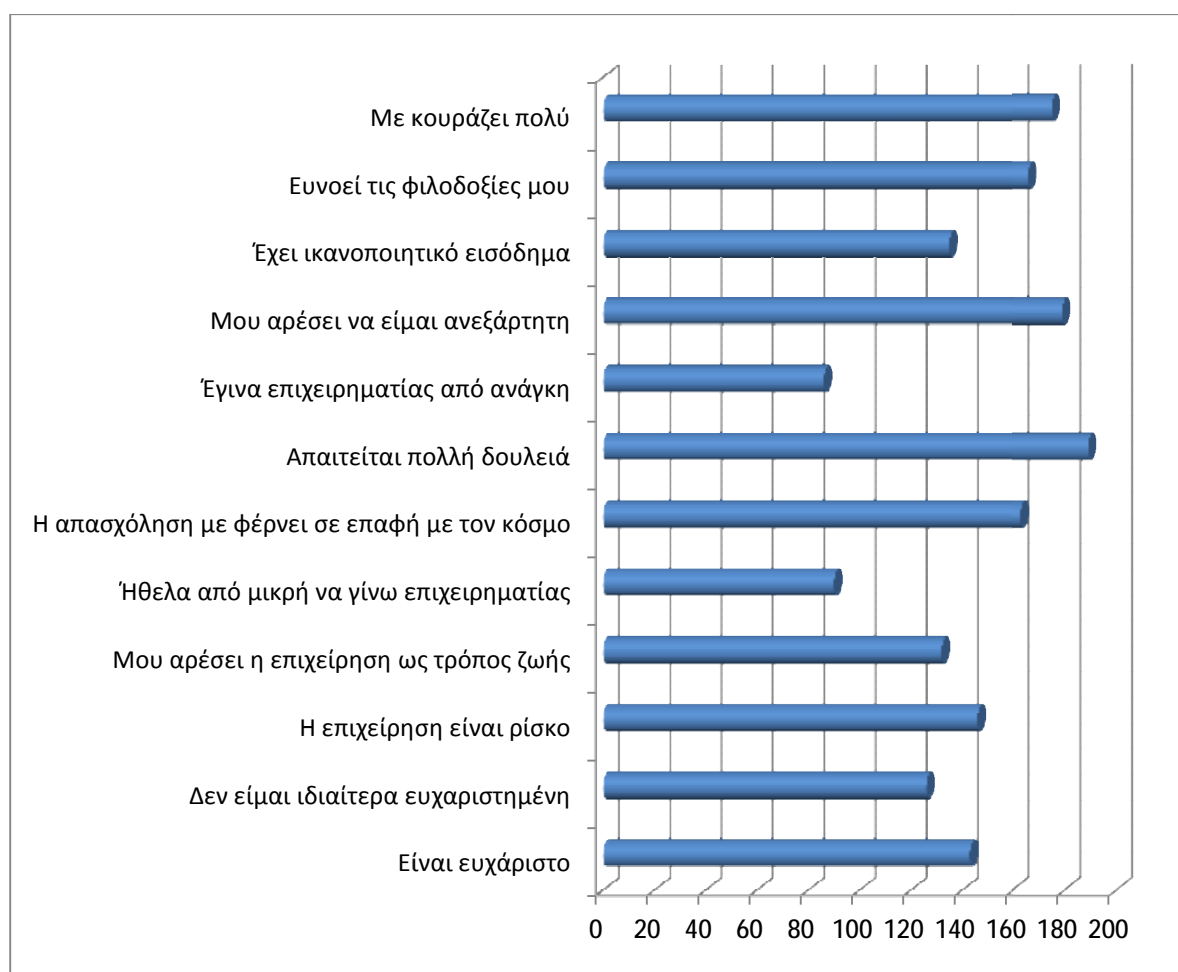
	Σύνολο	Ποσοστό
Η θέση σας στην οικογένεια	94	16%
Η θέση σας στην τοπική κοινωνία	125	21%
Η καθημερινή σας ζωή	175	30%
Τα οικονομικά σας	195	33%

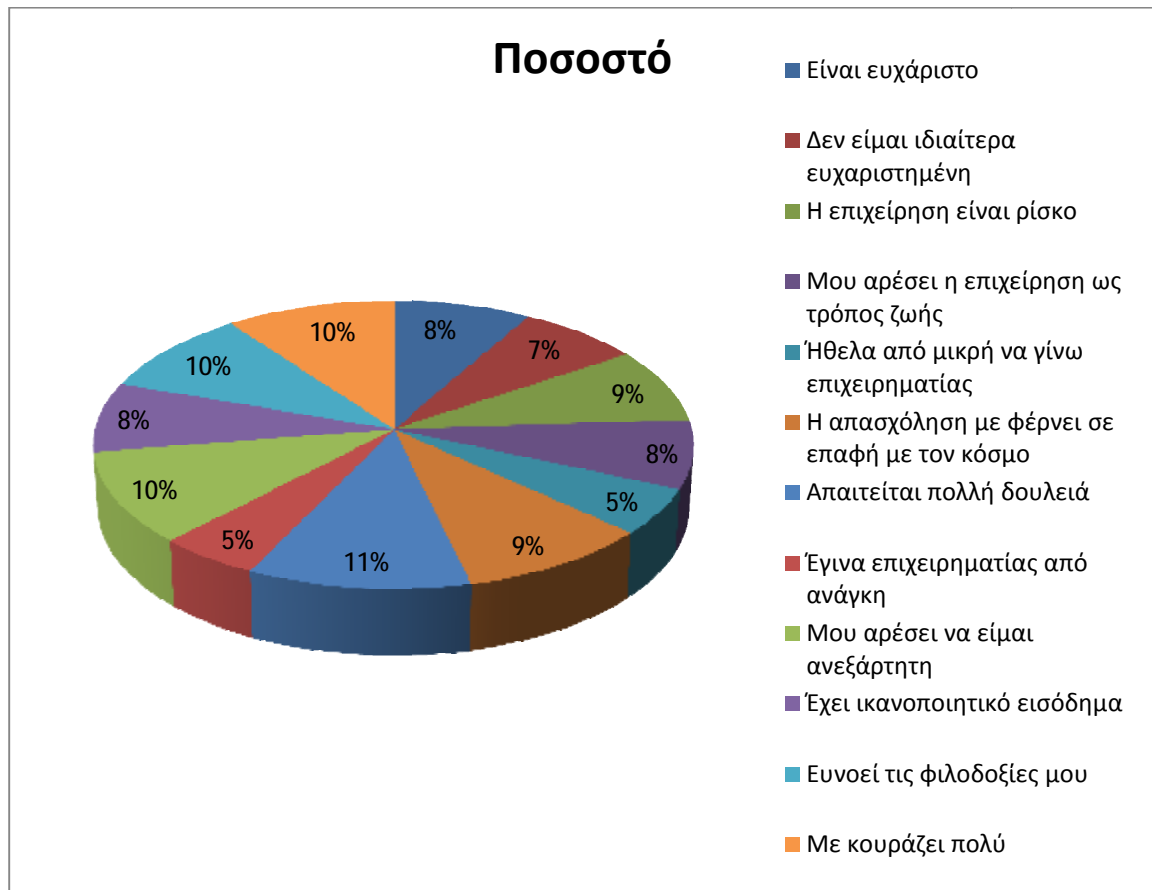


Η απασχόληση των γυναικών στις επιχειρήσεις τους έχει προσφέρει μεγαλύτερη οικονομική άνεση (33%), βελτίωση της καθημερινότητάς τους (30%), της θέσης τους στην τοπική κοινωνία (21%) και της θέσης τους στην οικογένειά τους (16%).

20. Σημειώστε την άποψή σας για τις παρακάτω προτάσεις: (Πάρα πολύ = 5, πολύ = 4, μέτρια = 3, λίγο = 2, καθόλου = 1)

	Σύνολο	Ποσοστό
Το να είσαι επιχειρηματίας είναι ευχάριστο	143	8%
Δεν θα έλεγα ότι είμαι ιδιαίτερα ευχαριστημένη με το να είμαι επιχειρηματίας	126	7%
Η επιχείρηση είναι ρίσκο	146	9%
Μου αρέσει η επιχείρηση ως τρόπος ζωής	132	8%
Ήθελα από μικρή να γίνω επιχειρηματίας	90	5%
Η απασχόληση με την επιχείρηση με φέρνει σε επαφή με τον κόσμο	163	9%
Το να είναι κάποιος επιχειρηματίας απαιτεί πολλή δουλειά	189	11%
Έγινα επιχειρηματίας από ανάγκη	86	5%
Μου αρέσει να δουλεύω κατά τρόπο ανεξάρτητο	179	10%
Το να είσαι επιχειρηματίας έχει ικανοποιητικό εισόδημα	135	8%
Η επιχειρηματικότητα ευνοεί τις φιλοδοξίες μου	166	10%
Με κουράζει πολύ η επιχείρησή μου	175	10%





Η απόψεις που κυριαρχούν στον χώρο των γυναικείων επιχειρήσεων είναι ότι το να είναι κανείς επιχειρηματίας απαιτεί πολλή δουλειά (11%), ότι είναι κουραστικό (10%), αλλά ευνοεί τις φιλοδοξίες του ατόμου (10%) και του προσφέρει ανεξαρτησία (10%). Επίσης, σύμφωνα με τις Ελληνίδες επιχειρηματίες η επιχείρηση είναι ρίσκο (9%), σε φέρνει σε επαφή με τον κόσμο (9%), προσφέρει ένα ευχάριστο τρόπο ζωής (8%) και ικανοποιητικό εισόδημα (8%). Τέλος, οι γυναίκες επιχειρηματίες είναι ιδιαίτερα ευχαριστημένες με την επιχείρησή τους και η θέση τους (7%) και πραγματοποίησαν το όνειρο που είχαν από μικρές (5%). Μόνο το 5% απάντησε ότι το κάνει από ανάγκη.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Σκοπός στην εργασία αυτή, ήταν η παρουσίαση της πορείας της γυναικείας επιχειρηματικότητας τα τελευταία χρόνια, όπως αυτή έχει καταγραφεί μέσα από μελέτες και στατιστικά στοιχεία στη χώρα μας.

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:

- Û Την ικανότητα να «ακούν» και να «βλέπουν» τις συλλογικές ανάγκες και να είναι δεκτικοί στο καινούργιο
- Û Τη δυνατότητα να συνθέτουν τις υπάρχουσες γνώσεις και τις νέες ιδέες, προκειμένου να ανταποκριθούν στις επερχόμενες συλλογικές ανάγκες
- Û Τη καλλιέργεια της διαίσθησής τους που θα τους επιτρέψει να σταθμίζουν τα δεδομένα πέρα από τις όποιες αναλύσεις και να «μπαίνουν στη φωτιά» και
- Û 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

- ✚ Τώρα σε ό,τι αφορά την *πορεία της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα* τα τελευταία χρόνια θα λέγαμε ότι η μεγάλη διακύμανση του δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στη διάρκεια της κρίσης αποκαλύπτει ότι οι Έλληνες και οι Ελληνίδες αντέδρασαν στην αβεβαιότητα που έφερε η κρίση, ιδρύοντας μικρές επιχειρήσεις. Από την άλλη πλευρά βεβαίως, η ύφεση κάνει πολύ πιο δύσκολη την επιβίωση αυτών των εγχειρημάτων σε σύγκριση με το παρελθόν.
- ✚ Έχει ενδιαφέρον το γεγονός ότι, παρά την ύφεση που μαστίζει την ελληνική οικονομία, το ποσοστό του πληθυσμού που διατηρεί την θέση του ως καθιερωμένοι επιχειρηματίες δεν έχει μεταβληθεί σημαντικά καθ' όλη την πενταετία της κρίσης.
- ✚ Κατά την τελευταία πενταετία λοιπόν, η διακύμανση της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας είναι πολύ μικρότερη από τη διακύμανση του δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων. Αυτό οδηγεί και σε μικρή διακύμανση του δείκτη συνολικής επιχειρηματικότητας.

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 είσοδός 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.

Τα στοιχεία λοιπόν που καταφέραμε και αντλήσαμε, με τη βοήθεια της μελέτης του IOBE, αποδεικνύουν ότι:

- 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.
- Αναφορικά με τα κίνητρα της γυναικείας επιχειρηματικότητας, η επιχειρηματικότητα ανάγκης στην Ελλάδα εμφανίζεται ισχυρότερη στις γυναίκες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων συγκριτικά με τους άνδρες.
- Στην Ελλάδα οι αντιλήψεις των γυναικών σχετικά με το εάν διαθέτουν τις ικανότητες και τις δεξιότητες ώστε να αναλάβουν επιχειρηματική πρωτοβουλία παρουσιάζουν ποσοστά που είναι χαμηλότερα από τις σχετικές αντιλήψεις των ανδρών.
- Σε ό,τι αφορά τον φόβο αποτυχίας, οι γυναίκες δηλώνουν για το 2012 πως διακατέχονται από φόβο αποτυχίας για την εκκίνηση μιας νέας επιχειρηματικής προσπάθειας.
- Οι γυναίκες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων φαίνεται πως εστιάζουν κυρίως στις υπηρεσίες προς καταναλωτές.
- Οι άνδρες νέοι επιχειρηματίες εισέρχονται στον επιχειρηματικό στίβο σε μικρότερη ηλικία συγκριτικά με τις γυναίκες. Ειδικότερα, το υψηλότερο ποσοστό 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. 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 ποσοστό γυναικών επιχειρηματιών που κατέχουν μεταπτυχιακό και διδακτορικό δίπλωμα είναι κατά 7,5 μονάδες περίπου υψηλότερο σε σχέση με το

αντίστοιχο ποσοστό των ανδρών. 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 «ρηχή» επιχειρηματικότητα στην επιχειρηματικότητα εντάσεως γνώσης.

- Οι γυναίκες επίσης έχουν τη τάση να αξιοποιούν τις νεότερες τεχνολογίες στο επιχειρηματικό τους εγχείρημα που αναμένεται άμεσα να ξεκινήσει ή είναι πολύ πρόσφατο, ενώ οι άνδρες επιχειρηματίες φαίνεται πως παραμένουν σε μεγαλύτερο βαθμό προσκολλημένοι στη χρήση παλαιότερων τεχνολογιών. Επίσης, φαίνεται πως η υπεροχή των Ελληνίδων επιχειρηματιών ως προς την αξιοποίηση σύγχρονης τεχνολογικής αναβάθμισης μεταφράζεται σε ένα βαθμό σε επιχειρηματικές πρωτοβουλίες που αντιμετωπίζουν χαμηλότερης εντάσεως ανταγωνισμό. Ως εκ τούτου, οι γυναίκες εμφανίζονται περισσότερο ικανές σε σχέση με τους άνδρες να δημιουργήσουν και να αναπτύξουν νέες αγορές. Το εμπειρικό αυτό εύρημα ισχυροποιεί τα επιχειρήματα υπέρ της προώθησης της γυναικείας επιχειρηματικότητας και θα πρέπει να ληφθούν υπόψη στο σχεδιασμό δράσεων από τους διαμορφωτές πολιτικής.

Τα συμπεράσματα που προέκυψαν μέσα από τη δική μας έρευνα αποδεικνύουν ότι η πλειοψηφία των Ελληνίδων επιχειρηματιών:

- § Είναι κάτοχοι πτυχίου από την Ανώτατη εκπαίδευση αλλά και απόφοιτες Λυκείου.
- § Λειτουργήσαν πρώτη φορά την επιχείρησή τους πριν από 16 με 25 χρόνια.
- § Έγιναν μέλος στην επιχείρηση στην οποία εργάζονται πριν από ένα με πέντε χρόνια.
- § Βοηθήθηκαν από φορείς και άλλα άτομα για την ανάπτυξη της επιχειρηματικής τους ιδέας και κυρίως από την οικογένειά τους και πιο συγκεκριμένα, από τον πατέρα τους, τον σύζυγό τους αλλά και από αναπτυξιακές εταιρείες.
- § Ξεκίνησαν την επιχείρησή τους κυρίως για οικονομικούς λόγους και για την εξασφάλιση δουλειάς για τα παιδιά τους.
- § Χρειάστηκε έξι μήνες μέχρι ένα χρόνο για να λειτουργήσει την επιχείρηση.

- § Γνωρίζουν πολύ καλά το αντικείμενο με το οποίο ασχολείται η επιχείρησή τους.
- § Οι φετινές πωλήσεις σε σύγκριση με τις περσινές ήταν περίπου το ίδιο.
- § Αντιμετώπισαν προβλήματα κατά την έναρξη των επιχειρήσεών τους, όπως την έλλειψη επιχειρηματικών εμπειριών, την αδυναμία εξεύρεσης κεφαλαίου και την έλλειψη εμπειρίας.
- § Άντλησε το κεφάλαιο για την επιχείρησή τους από επιδοτούμενα προγράμματα του κράτους.
- § Θα επιθυμούσε τα παιδιά τους να ασχοληθούν με την επιχείρησή τους μελλοντικά.
- § Δέχονται βοήθεια από κάποιο μέλος της οικογένειάς τους.
- § Μελλοντικά θα επιθυμούσε για την επιχείρηση τη διατήρηση της υφιστάμενης κατάστασης στην επιχείρηση, τον εκσυγχρονισμό της ή και την επέκτασή της σε νέες δραστηριότητες.
- § Στην πιθανότητα επέκτασης σε νέες δραστηριότητες της υπάρχουσας επιχείρησης, θα έπαιρνε αυτή την απόφαση από ειδική πληροφόρηση.
- § Κατά την έναρξη της επιχείρησής τους αντιμετώπισαν προβλήματα που είχαν να κάνουν με τον υψηλό ανταγωνισμό (20%), την έλλειψη εισοδήματος και τη δυσκολία συνδυασμού προσωπικής με επαγγελματικής ζωής.
- § Έχει επωφεληθεί από τις επιχειρήσεις τους αφού η απασχόληση με αυτές τους έχει προσφέρει μεγαλύτερη οικονομική άνεση και βελτίωση της καθημερινότητάς τους.
- § Εκτιμά ότι το να είναι κανείς επιχειρηματίας απαιτεί πολλή δουλειά, ότι είναι κουραστικό, αλλά ευνοεί τις φιλοδοξίες του ατόμου και του προσφέρει ανεξαρτησία. Επίσης, σύμφωνα με τις Ελληνίδες επιχειρηματίες η επιχείρηση είναι ρίσκο, σε φέρνει σε επαφή με τον κόσμο, προσφέρει ένα ευχάριστο τρόπο ζωής και ικανοποιητικό εισόδημα.

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 εξελιγμένη επιχειρηματική κίνηση, με όσο το δυνατόν μειωμένο ρίσκο.
- Προνομιακό καθεστώς, φορολογικό και ασφαλιστικό, ελκυστικό για τις νέες 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.
- Βελτίωση του δαιδαλώδους φορολογικού και ασφαλιστικού περιβάλλοντος, που κάνει τα λάθη και τις οικονομικές επιβαρύνσεις αναπόφευκτα.

Όσον αφορά τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας των επιχειρηματιών τα οποία, αν και σπάνια μπορούν όλα να βρεθούν συγκεντρωμένα στο ίδιο άτομο, αποτελούν βασικές προϋποθέσεις για μια επιτυχημένη επιχειρηματική καριέρα:

- Η θέληση για επιτυχία
- Η διάθεση για ανάληψη κινδύνου
- Η εργατικότητα και η επιμονή
- Οι ηγετικές αλλά και οι ομαδικές ικανότητες
- Η ικανότητα ρεαλιστικού προγραμματισμού
- Η ικανότητα προώθησης προϊόντων ή υπηρεσιών
- Η υπευθυνότητα και η εντιμότητα
- Η προσαρμοστικότητα

Û Η οργανωτική και διοικητική ικανότητα

Û Η ικανότητα επικοινωνίας

Επίσης, για την επιτυχημένη πορεία μιας επιχείρησης, η γυναίκα επιχειρηματίας θα πρέπει να έχει υπόψη της τα παρακάτω:

- § Τις προσωπικές εμπειρίες που διαθέτει ένα άτομο από τη ζωή, τις σπουδές, την επαγγελματική του διαδρομή, τα χόμπι του κ.λπ.
- § Κάποια απρόσμενα, τυχαία, ή στιγμιαία γεγονότα.
- § Τις αποτυχίες άλλων επιχειρηματιών και την αίσθηση ότι «εγώ θα τα καταφέρω καλύτερα».
- § Τις δημογραφικές, οικονομικές, κοινωνικές και άλλες αλλαγές.
- § Τη νέα γνώση που δημιουργείται και οι ευκαιρίες που ακολουθούν μια τέτοια εξέλιξη.
- § Τους συνεταιρισμούς και τις συνεργασίες ατόμων που συμπληρώνουν ο ένας τον άλλο και αισθάνονται ότι μαζί θα πετύχουν ως επιχειρηματίες.
- § Τους καταναλωτές και τις διαμορφούμενες ανάγκες τους.
- § Τα υπάρχοντα προϊόντα και τις υπηρεσίες σε σχέση με δυνατότητες βελτίωσής τους.
- § Τα κανάλια διανομής και τους προμηθευτές.

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:

- ο Να μην περιθωριοποιούνται σε «γυναικείες δουλειές», που συνήθως είναι κακά αμειβόμενες
- ο Να έρχονται σε ανταγωνισμό με τους άντρες, με βάση αντικειμενικά κριτήρια και να ξεπερνούν, με αυτόν τον τρόπο, τα εμπόδια πρόσληψης και προαγωγής.
- ο Να πετυχαίνουν καλύτερες αμοιβές.
- ο 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.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- 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. 7-9
- 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. 19
- Γουβιάς, Δ. (1991), *Εξισωτικές Λειτουργίες των Γενικών Εξετάσεων και Επιλεκτικότητα στην Πρόσβαση στην Τριτοβάθμια Εκπαίδευση: η περίπτωση της Αθήνας», Αθήνα: Αντιτετράδια της εκπαίδευσης, σελ. 78*
- Γκαγκάτσιος, Ι., Λελεδάκης, Γ. (2008), *Καινοτομία – Επιχειρηματικότητα Επιχειρήσεις*, Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων, Ινστιτούτο Διαρκούς Εκπαίδευσης Ενηλίκων, σελ. 60-62
- Δήμου, Α. (1989), *Η μερική απασχόληση: ένα γυναικείο φαινόμενο της αγοράς εργασίας*, Αθήνα: Σύγχρονα θέματα, σελ. 45
- Ευρωπαϊκή Ένωση (2003), *Πράσινη Βίβλος για την επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη*, σελ. 6
- Ζαϊρης, Ε.Π. (2005), *Στατιστική Μεθοδολογία*, Αθήνα: Κριτική ΑΕ, σελ. 27
- 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. 9-13, 57-63, 76-79, 82-83, 166-169

- Κακαρούχα, Π. (2008), *Εγχειρίδιο Επιχειρηματικότητας - για υποψήφιους και νέους επιχειρηματίες*, Αθήνα, σελ. 5-6
- Καραγιάννης, Α. (1999), *Επιχειρηματικότητα και Οικονομία*, Αθήνα: 15-17
- Μαγουλά, Θ. (2003), *Οικονομία – Επιχειρηματικότητα*, Αθήνα: Παιδαγωγικό Ινστιτούτο, Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων, σελ. 50
- Μουσούρου, Λ (1993), *Γυναίκα και απασχόληση: Δέκα ζητήματα*, Αθήνα: Gutenberg, σελ. 88
- Μπουράντας, Δ., Βάθης, Α., Παπακωνσταντίνου, Χ. & Ρεκλείτης, Π. (1999), *Αρχές οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων και Υπηρεσιών*, Αθήνα: Οργανισμός Εκδόσεων Διδακτικών Βιβλίων, σελ. 25, 26
- 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
- Πολυδωρίδη - Κοντογιαννοπούλου Γ. (1995^α), *Εκπαιδευτική Πολιτική και Πρακτική: Μια Κοινωνιολογική Ανάλυση*. Αθήνα: Gutenberg, σελ. 107
- 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, Θεσσαλονίκη: Κέντρο στήριξης & ανάπτυξης επιχειρηματικότητας «επιχειρείν», σελ. 17-22

ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Clamp, C., Alhamis, I. (2010), *Social Entrepreneurship in the Mondragon Cooperative 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
- Wennekers, S., Thurik, R., van Stel, A. & Noorderhaven, N. (2005), *Uncertainty avoidance and the rate of business ownership across 22 OECD countries, 1976-2000*, Institute for Development Strategies, σελ. 46-47

ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Κιούρτσης, Κ., 2011, www.blogs.sch.gr/kkiourtsis/files/2011/07/Θ.Ε.-3.11.pdf, *Γυναικεία Επιχειρηματικότητα – Ίσες Ευκαιρίες*

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

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;

Στυλιανού, Χ., 2012, <http://www.studyprus.eu/καριέρα--άρθρα/ποιοι-παράγοντες-ωθούν-την-γυναίκα-στην-αγορά-εργασίας>

Ιωαννίδης, Σ., 2004, <http://www.gemconsortium.org/docs/download/508>, Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα

Γούβιας, Δ., http://www.rhodes.aegean.gr/tepaes/anamorfosi/gouvias/ΦΥΛΟ_ΚΑΙ_ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ.htm

Δεληθανάση, Μ., 2010, <http://www.kathimerini.gr/411456/article/epikairothta/ellada/oi-ellhnides-8ymata-ths-krishs>

Ιωαννίδου, Α., 2011, http://www.apostaktirio.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=1195:2011-10-27-23-05-47&catid=44:2010-05-30-21-51-25&Itemid=59

<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.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

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

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΡΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

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. Σε ποιον τομέα δραστηριοποιείστε επιχειρηματικά?

	Σύνολο	Ποσοστό
Εμπορικά μαγαζιά (ένδυση, υπόδηση, κ.ά.)		
Επιχειρήσεις αισθητικής (κομμωτήρια, ινστιτούτα ομορφιάς)		
Παραγωγή τροφίμων		
Ξενοδοχειακές επιχειρήσεις		
Εκπαίδευση (φροντιστήρια ξένων γλωσσών, κ.ά)		
Ηλεκτρονικό εμπόριο		
Επιχειρήσεις ψυχαγωγίας (μπαρ, καφέ, κ.ά.)		
Χειροτεχνικές κατασκευές (κοσμήματα, κεντήματα, κ.ά)		
Παιδικοί σταθμοί, Παιδότοποι		

4. 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		
Από 36 χρόνια και πάνω		

5. Πότε γίνετε για πρώτη φορά μέλος της επιχείρησης;

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

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

	Σύνολο	Ποσοστό
Ναι		
Όχι		

7. Εάν ναι, ποιοι συγκεκριμένα; (Πάρα πολύ = 5, πολύ = 4, μέτρια = 3, λίγο = 2, καθόλου = 1)

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

8. 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 (Πάρα πολύ = 5, πολύ = 4, μέτρια = 3, λίγο = 2, καθόλου = 1)

	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		

9. 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		

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

	Σύνολο	Ποσοστό
Πάρα πολύ καλά		
Πολύ καλά		
Μέτρια		
Λίγο		
Καθόλου		

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

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

12. Ποια ήταν τα κυριότερα προβλήματα που αντιμετωπίσατε στο ξεκίνημα της επιχείρησής σας; (Πάρα πολύ = 5, πολύ = 4, μέτρια = 3, λίγο = 2, καθόλου = 1)

	Σύνολο	Ποσοστό
Έλλειψη αυτοπεποίθησης		
Έλλειψη εμπειρίας		
Αδυναμία στην εξεύρεση κεφαλαίου		
Δυσκολίες επιμόρφωσης και τεχνικής υποστήριξης		
Ελλιπής πρόσβαση στην πληροφόρηση		
Έλλειψη επιχειρηματικών εμπειριών		
Κανένα		

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

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

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

	Σύνολο	Ποσοστό
Ναι		
Όχι		

15. Σας βοηθάει κάποιο μέλος της οικογένειάς σας χωρίς αμοιβή?

Ναι		
Όχι		

16. Ποιο 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		
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		

17. 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		

18. Θα λέγατε ότι αντιμετωπίσατε κάποιο από τα παρακάτω προβλήματα κατά τη δημιουργία της επιχείρησης ή την περίοδο συμμετοχής σας σε αυτή; (Πάρα πολύ = 5, πολύ = 4, μέτρια = 3, λίγο = 2, καθόλου = 1)

	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		
Δυσκολία συνδυασμού επαγγελματικής και προσωπικής ζωής		
Λανθασμένη οργάνωση επιχειρηματικού σχεδίου		
Υψηλό ανταγωνισμό		
Κανένα		

19. Από τότε που ασχολείστε με την επιχείρηση έχει βελτιωθεί: (Πάρα πολύ = 5, πολύ = 4, μέτρια = 3, λίγο = 2, καθόλου = 1)

	Σύνολο	Ποσοστό
Η θέση σας στην οικογένεια		
Η θέση σας στην τοπική κοινωνία		
Η καθημερινή σας ζωή		
Τα οικονομικά σας		

20. Σημειώστε την άποψή σας για τις παρακάτω προτάσεις: (Πάρα πολύ = 5, πολύ = 4, μέτρια = 3, λίγο = 2, καθόλου = 1)

	Σύνολο	Ποσοστό
Το να είσαι επιχειρηματίας είναι ευχάριστο		
Δεν θα έλεγα ότι είμαι ιδιαίτερα ευχαριστημένη με το να είμαι επιχειρηματίας		
Η επιχείρηση είναι ρίσκο		
Μου αρέσει η επιχείρηση ως τρόπος ζωής		
Ήθελα από μικρή να γίνω επιχειρηματίας		
Η απασχόληση με την επιχείρηση με φέρνει σε επαφή με τον κόσμο		
Το να είναι κάποιος επιχειρηματίας απαιτεί πολλή δουλειά		
Έγινα επιχειρηματίας από ανάγκη		
Μου αρέσει να δουλεύω κατά τρόπο ανεξάρτητο		
Το να είσαι επιχειρηματίας έχει ικανοποιητικό εισόδημα		
Η επιχειρηματικότητα ευνοεί τις φιλοδοξίες μου		
Με κουράζει πολύ η επιχείρησή μου		

