



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ
ΧΩΡΟΤΑΞΙΑΣ, ΠΟΛΕΟΔΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ, ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ
ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΩΝ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ

ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ
ΣΠΟΥΔΩΝ: ΝΕΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ,
ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Η ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΩΣ ΜΟΧΛΟΣ
ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: ΔΗΜΟΣ ΒΟΛΟΥ

FEMALE ENTREPRENEURSHIP AND ITS CONTRIBUTION TO
THE LOCAL DEVELOPMENT
CASE STUDY: MUNICIPALITY OF VOLOS

Ονοματεπώνυμο : ΤΖΩΡΤΖΗ ΕΙΡΗΝΗ

A.M: M060317005

Επιβλέπων Καθηγητής: ΚΑΛΛΙΩΡΑΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

Βόλος, 2019

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Οφείλω να ευχαριστήσω τον επίκουρο καθηγητή Καλλιώρα Δημήτριο για την επίβλεψη αυτής της διπλωματικής εργασίας και την εμπιστοσύνη που μου έδειξε με την ανάθεση του συγκεκριμένου θέματος. Δίχως την καθοδήγηση και υποστήριξη του θα ήταν αδύνατη η ολοκλήρωση αυτής της διπλωματικής.

Θέλω να ευχαριστήσω θερμά:

Την οικογένεια μου, τους γονείς μου που με στήριζαν σε όλα τα χρόνια της ακαδημαϊκής μου πορείας και όχι μόνο καθώς επίσης θέλω να ευχαριστήσω τα αδέρφια μου τα οποία παρά τις αντιπαραθέσεις τις οποίες έχουμε είναι πάντα εκεί για να με ακούσουν και να με βοηθήσουν.

Τους φίλους μου, που με βοήθησαν σε διάφορα στάδια της διπλωματικής μου και μου συμπαραστάθηκαν όλες τις φορές που είχα κάποιο πρόβλημα.

Τέλος θέλω να ευχαριστήσω όλες τις γυναίκες επιχειρηματίες του δήμου Βόλου, οι οποίες με τα χαράς δέχτηκαν να συμμετάσχουν στην έρευνα μου με την συμπλήρωση των ερωτηματολογίων, δίνοντας νόημα στην διπλωματική αυτή εργασία.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην παρούσα εργασία γίνεται μια μελέτη της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας και πώς αυτή μπορεί να συμβάλει στην τοπική ανάπτυξη. Ως μελέτη περίπτωσης της εργασίας αυτής έχει επιλεγθεί ο Δήμος Βόλου, με τη δομή της διπλωματικής εργασίας να διαρθρώνεται σε δύο σκέλη. Στο πρώτο σκέλος γίνεται η εννοιολογική αποσαφήνιση των όρων, που σχετίζονται με την οικονομική μεγέθυνση την οικονομική και τοπική ανάπτυξη, όπως επίσης και με την έννοια της επιχειρηματικότητας. Στη συνέχεια του πρώτου σκέλους παρουσιάζεται η βιβλιογραφική ανασκόπηση της εργασίας καθώς επίσης και κάποια στοιχεία για τον Δήμο Βόλου. Προχωρώντας στο δεύτερο σκέλος, παρουσιάζεται αναλυτικά η διαδικασία εκπόνησης της πρωτογενούς έρευνας, που διεξήχθη για την περιοχή του δήμου Βόλου. Τα στοιχεία συλλέχθηκαν με τη βοήθεια ερωτηματολογίων τα οποία μοιράστηκαν στις γυναίκες επιχειρηματίες του δήμου. Τέλος η διπλωματική ολοκληρώνεται με την εξαγωγή συμπερασμάτων για το σύνολο του πεδίου που μελετήθηκε.

Λέξεις κλειδιά: Επιχειρηματικότητα, Γυναικεία επιχειρηματικότητα, Τοπική Ανάπτυξη, Δήμος Βόλου

ABSTRACT

In this master thesis, the study that had been conducted is about Female Entrepreneurship and how it can contribute to the local development. Municipality of Volos has been selected as the case study of this work, the structure of this master thesis is divided into two parts. The first part is the conceptual clarification of the terms related to economic growth, economic and local development as well as the concept of entrepreneurship. The literature review of the work, as well as some information about the Municipality of Volos, is presented below. Moving to the second part, the process of the survey that had been conducted for the area of the municipality of Volos is presented in detail, from the very beginning to the very end. The data were collected using questionnaires which were distributed to the female entrepreneurs in the municipality. Finally, the thesis comes to its completion by drawing conclusions for the entire studied field.

Key words: Entrepreneurship, Women's Entrepreneurship, Local Development, Municipality of Volos

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	2
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	3
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	5
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ.....	5
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	7
ΔΙΑΤΥΠΩΣΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ.....	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	9
1. ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΕΣ ΑΠΟΣΑΦΗΝΙΣΕΙΣ	9
1.1 ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΑΠΟΣΑΦΗΝΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΜΕΓΕΘΥΝΣΗΣ, ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.....	9
1.2 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	13
1.3 ΒΑΣΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	16
1.3.1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ	16
1.3.2 ΚΑΘΙΕΡΩΜΕΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	18
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	20
2. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ.....	20
2.1 ΑΙΤΙΑ ΩΘΗΣΗΣ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	20
2.2 ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΠΟΥ ΣΥΝΑΝΤΩΝΤΑΙ ΣΤΗ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	21
2.3 ΛΟΓΟΙ ΚΑΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΕΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	24
2.4 Η ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΕ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΕΠΙΠΕΔΟ	26
2.5 Η ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	28
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	32
3. ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΗΜΟΥ ΒΟΛΟΥ.....	32
3.1 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΒΟΛΟΥ	32
3.2 ΤΑ ΕΠΙΠΕΔΑ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΚΑΙ ΑΝΕΡΓΙΑΣ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΒΟΛΟΥ	33
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	36
4. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	36
4.1 ΕΙΔΗ ΕΡΕΥΝΑΣ	36
4.2 ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	36
4.3 ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	37
4.3.1 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ.....	37
4.3.1 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑΣ.....	38
4.4 ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΠΑΡΟΥΣΑΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	40
4.5 ΠΑΡΟΥΣΑ ΕΡΕΥΝΑ	42
4.5.1 ΔΕΙΓΜΑ.....	42
4.5.2 ΧΡΟΝΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	42
4.5.3 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	42
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	43
5. ΕΥΡΗΜΑΤΑ	43
5.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	43
5.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΦΙΛ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	46
5.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ-ΚΙΝΗΤΡΩΝ ΠΟΥ ΣΥΝΕΒΑΛΑΝ ΣΤΗΝ ΑΠΟΦΑΣΗ ΑΝΑΛΗΨΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	48
5.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΡΟΣΔΟΚΙΩΝ ΑΠΟ ΤΗ ΛΗΨΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ.....	61
5.5 ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ ΣΧΕΤΙΚΩΝ ΜΕ ΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ.....	65
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6	69

6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	69
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	72
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ.....	72
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7.....	78
7. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	78

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1 : Απογραφή Πληθυσμού 2011. Μόνιμος Πληθυσμός, κατά φύλο και κατάσταση ασχολίας	34
Πίνακας 2. Απογραφή Πληθυσμού 2011. Απασχολούμενοι κατά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας	34

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

Γράφημα 1: Διαχρονική εξέλιξη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ανά φύλο στην Ελλάδα.....	17
Γράφημα 2: Περιορισμένη πρόσβαση γυναικών επιχειρηματιών σε χρηματοδότηση	23
Γράφημα 3: Ηλικία επιχειρηματιών.....	43
Γράφημα 4: Οικογενειακή Κατάσταση	44
Γράφημα 5: Αριθμός Παιδιών	44
Γράφημα 6: Μορφωτικό Επίπεδο Επιχειρηματιών	45
Γράφημα 7: Νομική Μορφή Επιχείρησης.....	46
Γράφημα 8: Κύρια Οικονομική Δραστηριότητα	46
Γράφημα 9: Έτη Λειτουργίας της Επιχείρησης.....	47
Γράφημα 10: Αριθμός Απασχολούμενων	48
Γράφημα 11: Ανεξαρτησία	49
Γράφημα 12: Διαθέτω Επιχειρηματικό Πνεύμα.....	49
Γράφημα 13: Καταξίωση και Κύρος.....	50
Γράφημα 14: Ενίσχυση Οικογενειακού Εισοδήματος	51
Γράφημα 15: Διατήρηση Οικογενειακής Επιχείρησης	51
Γράφημα 16: Ευέλικτο Ωράριο	52
Γράφημα 17: Έλλειψη Ικανοποίησης από Προηγούμενη Εργασία	52

Γράφημα 18: Αξιοποίηση Γνώσεων και Δεξιοτήτων.....	53
Γράφημα 19: Δυσκολία Ανέλιξης στην Διοικητική Ιεραρχία ως Υπάλληλος	54
Γράφημα 20: Προσωπική Ανάπτυξη	54
Γράφημα 21: Βελτίωση της Θέσης μου Μέσα στην Οικογένεια.....	55
Γράφημα 22: Διέξοδο από το Σπίτι.....	55
Γράφημα 23: Απόκτηση Πλούτου και Δύναμης	56
Γράφημα 24: Ενθάρρυνση από Σημαντικά Πρόσωπα	56
Γράφημα 25: Αξιοποίηση μιας Επιχειρηματικής Ευκαιρίας	57
Γράφημα 26: Απόλυση από Προηγούμενη Εργασία	57
Γράφημα 27: Αδυναμία Εύρεσης της Κατάλληλης Μισθωτής Εργασίας	58
Γράφημα 28: Απουσία Άλλων Εναλλακτικών Απασχόλησης	58
Γράφημα 29: Αλλαγή Τόπου Κατοικίας	59
Γράφημα 30: Λόγοι Επιλογής του Συγκεκριμένου Κλάδου	59
Γράφημα 31: Εύρεση Αρχικού Κεφαλαίου.....	60
Γράφημα 32: Θα Επιλέγατε Πάλι να Γίνετε Επιχειρηματίας.....	61
Γράφημα 33: Η Επιχειρηματικότητα μου Προσφέρει Περισσότερα Πλεονεκτήματα από Μειονεκτήματα.....	62
Γράφημα 34: Αν Είχα κι Άλλες Επαγγελματικές Επιλογές, Πάλι θα Επέλεγα να Είμαι Επιχειρηματίας	62
Γράφημα 35: Το να Είμαι Επιχειρηματίας μου Προσφέρει Ικανοποίηση	63
Γράφημα 36: Το ότι Είμαι Επιχειρηματίας Είναι ότι Καλύτερο για την Ζωή Μου	63
Γράφημα 37: Με την Επιλογή μου Αυτή Εξυπηρετούνται σε Μεγάλο Βαθμό οι Ανάγκες και οι Αρχικοί Στόχοι Μου	64
Γράφημα 38: Θεωρείτε ότι Συμβάλλετε στην Τοπική Ανάπτυξη της Περιοχής Σας	65
Γράφημα 39: Θεωρείτε ότι Βοηθάτε στην Μείωση της Ανεργίας	65
Γράφημα 40: Η Τοπική Κοινωνία Ενθαρρύνει την Γυναικεία Επιχειρηματικότητα	66
Γράφημα 41: Πιστεύετε ότι οι Γυναίκες Επιχειρηματίες Δέχονται Διαφορετική Αντιμετώπιση από τους Άνδρες	66
Γράφημα 42: Θεωρείτε ότι οι Γυναικεία Επιχειρηματικότητα Έχει Αρκετές Προοπτικές.....	67
Γράφημα 43: Οι Γυναίκες Επιχειρηματίες Αντιμετωπίζουν Περισσότερες Δυσκολίες από τους Άνδρες	67
Γράφημα 44: Θα Προτείνατε στα Νέα Κορίτσια να Ακολουθήσουν το Δρόμο του Επιχειρείν	68

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

ΔΙΑΤΥΠΩΣΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να εξετάσει τις επιδράσεις της γυναικείας επιχειρηματικότητας σε τοπικό επίπεδο με μελέτη περίπτωσης τον Δήμο Βόλου. Το φαινόμενο της παγκοσμιοποίησης έχει καταστήσει τις τοπικές οικονομίες άκρως ανταγωνιστικές με αποτέλεσμα τόσο οι ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις και κυρίως οι νεοσύστατες, να έχουν σαν γνώμονά τους τεχνικές και πολιτικές οι οποίες θα τους επιφέρουν την ανταγωνιστικότητα που επιδιώκουν. Παρά την πρόσφατη κρίση που βιώσαμε, το ασταθές περιβάλλον που χαρακτηρίζεται από την αποδόμηση του Κράτους Πρόνοιας, τη συρρίκνωση του δημοσίου και την απογοήτευση από το πολιτικό σύστημα, σημαντικό ποσοστό γυναικών αναπτύσσει επιχειρηματική δραστηριότητα και αποτελεί μοχλό της οικονομίας της χώρας. Εστιάζοντας σε τοπικό επίπεδο θα παρατηρήσουμε ότι και εκεί η γυναικεία δραστηριότητα παίζει σημαντικό ρόλο και είναι άκρως αναγκαία. Αν ανατρέξουμε στο πρόσφατο παρελθόν, παρατηρούμε ότι η απασχόληση της γυναίκας περιοριζόταν στα θέματα που σχετίζονταν με την οικογενειακή σφαίρα και αποτελούσε απλήρωτο εργατικό δυναμικό. Ήταν δηλαδή μέρος της λεγόμενης «ανεπίσημης οικονομίας», οι υπηρεσίες που παρείχε, κατά κύριο λόγο ήταν η φροντίδα των εξαρτημένων μελών της οικογένειας, οι οικιακές εργασίες και η συμμετοχή της στις γεωργικές εργασίες, δουλείες που έκανε χωρίς κάποια αμοιβή.

Στη σημερινή εποχή η γυναικεία παρουσία στο εργατικό δυναμικό είναι ιδιαίτερα υψηλή και σε πολλές περιπτώσεις περιλαμβάνει εργαζόμενες υψηλών προδιαγραφών. Επίσης, η σύγχρονη γυναίκα έχει καταφέρει αρκετά καλά να εξελιχτεί και να είναι τώρα πλέον αυτό-απασχολούμενη στη δική της επιχείρηση και όχι μια απλή απασχολούμενη γυναίκα στην επιχείρηση ενός τρίτου. Οι οικονομίες με εστίαση στους άνδρες επιχειρηματίες έχουν πλέον ξεπεραστεί, δίνοντας χώρο στις γυναίκες να ασκήσουν τη δική τους επιχειρηματική δραστηριότητα. Η μετάβαση αυτή της γυναίκας προς την αυτό-απασχόληση της είναι αρκετά ενδιαφέρουσα μελέτη, ειδικά η μελέτη των διάφορων αιτιών και κινήτρων τα οποία συνέβαλαν στη μετάβαση αυτή, καθώς και οι δυσκολίες τις οποίες αντιμετώπισαν στη μέχρι τώρα πορεία τους στην αυτό-απασχόληση.

Τέλος, να αναφέρουμε ότι η βιβλιογραφία που υπάρχει για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι αρκετά περιορισμένη και πόσω μάλλον, όταν γίνεται αναφορά σε

τοπικό επίπεδο, όπου τα αποτελέσματα είναι ακόμη πιο περιορισμένα. Στην Ελληνική βιβλιογραφία παρόμοια έρευνα έχει διεξαχθεί από την *Κρεμμύδα Ελένη (2015)* με θέμα «*Γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα με έμφαση στον νομό Αρκαδίας*»

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1. ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΕΣ ΑΠΟΣΑΦΗΝΙΣΕΙΣ

1.1 ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΑΠΟΣΑΦΗΝΙΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΜΕΓΕΘΥΝΣΗΣ, ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Ιδιαίτερα εμφανής είναι η σύγχυση που υπάρχει μεταξύ των όρων οικονομικής ανάπτυξης και οικονομικής μεγέθυνσης στην οποία και πρέπει να αναφερθούμε. Παρόλο που υπάρχει στενή σχέση και πολλές φορές χρησιμοποιούνται οι έννοιες εναλλακτικά, εντούτοις η οικονομική μεγέθυνση και η ανάπτυξη είναι έννοιες διακριτές. Οι δύο αυτοί όροι έχουν σημαντική διαφορά μεταξύ τους, ένας από τους μεγαλύτερους μύθους είναι ότι, για να αναπτυχθεί η οικονομική ανάπτυξη, μια κοινωνία θα πρέπει να δεχθεί οικονομική μεγέθυνση. Η αλήθεια όμως είναι ότι η μεγέθυνση πρέπει να διαχωρίζεται από την ανάπτυξη. Μεγέθυνση σημαίνει ότι “γίνεσαι μεγαλύτερος”, ανάπτυξη σημαίνει ότι “γίνεσαι καλύτερος”- μια αύξηση της ποιότητας και της ποικιλομορφίας (Local Government Commission 2004).

Η οικονομική μεγέθυνση μέσα από τη διάκριση, που γίνεται από τους οικονομολόγους, προσδιορίζεται ως μακροχρόνιο φαινόμενο, με κύριο αντικείμενο μελέτης της να είναι το συνολικό εισόδημα και ο καθορισμός του. Το εισόδημα αποτελεί το κύριο οικονομικό μέτρο του επιπέδου διαβίωσης, καθώς όσο υψηλότερο εισόδημα διαθέτει κάποιος τόσο βελτιώνεται η οικονομική θέση του αλλά και η ατομική του ευημερία. Ως μέτρο ή δείκτης της οικονομικής μεγέθυνσης ορίζεται ο μακροχρόνιος μέσος ποσοστιαίος ρυθμός αύξησης του πραγματικού ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος. Ο δείκτης αυτός υπολογίζεται σε πραγματικούς όρους, δηλαδή διορθωμένους ως προς τον πληθωρισμό, και όχι σε ονομαστικούς όρους. Με πιο απλά λόγια θα λέγαμε ότι, η οικονομική μεγέθυνση αναφέρεται στην αύξηση της συνολικής παραγωγικότητας. Η οικονομική μεγέθυνση είναι ένας από τους σημαντικότερους δείκτες της υγιούς οικονομίας, έχει θετικό αντίκτυπο στο εθνικό εισόδημα, με το επίπεδο απασχόλησης

να αυξάνει το βιοτικό επίπεδο μιας χώρας. Καθώς το ΑΕΠ¹ της χώρας αυξάνεται, είναι πιο παραγωγικό και οδηγεί περισσότερους ανθρώπους σε εργασιακή απασχόληση, αυξάνοντας έτσι τον πλούτο της χώρας.

Εστιάζοντας στον δεύτερο όρο, παρατηρούμε ότι η έννοια της οικονομικής ανάπτυξης υπάγεται στην ευρύτερη έννοια της γενικής ανάπτυξης μια χώρας. Είναι λογικό ότι η οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας δεν μπορεί να εξηγηθεί με αναφορές μόνο σε οικονομικούς, αλλά και μη παράγοντες. Για τον απλό λόγο ότι μια οικονομία δεν είναι ένα μηχανικό σύστημα και οι οικονομικές δυνάμεις δε λειτουργούν όπως οι φυσικοί νόμοι. Οι οικονομικές δυνάμεις θα πρέπει να εξεταστούν μέσα σε ένα κοινωνικό-πολιτικό πλαίσιο. Ο τρόπος διακυβέρνησης μιας χώρας, το νομικό σύστημα, τα επίπεδα της εκπαίδευσης και της υγείας, η θρησκεία, έχουν μεγάλη σημασία για την οικονομική ανάπτυξη της (Σκούντζος, 2005).

Είναι σημαντικό να καταστεί σαφές ο ορισμός της οικονομικής ανάπτυξης, όπου νοείται η διαδικασία με την οποία το πραγματικό κατά κεφαλήν εισόδημα μιας χώρας αυξάνεται κατά τη διάρκεια μιας μακράς χρονικής περιόδου, υπό την προϋπόθεση ότι αυξάνει το επίπεδο της κοινωνικής ευημερίας. Ιδιαίτερη προσοχή θα πρέπει να δοθεί στη φράση *μακρά χρονική περίοδος* του ορισμού, καθώς εκείνο που έχει αρκετή σημασία από άποψη ανάπτυξης είναι μια παρατεταμένη αύξηση του πραγματικού εισοδήματος και όχι απλώς μια αύξηση κατά τη διάρκεια μιας σύντομης χρονικής περιόδου, όπως συμβαίνει κατά την αιχμή του οικονομικού κύκλου². Μια ανοδική τάση του εισοδήματος κατά τη διάρκεια δύο ή τριών δεκαετιών είναι η σημαντικότερη ένδειξη ανάπτυξης της οικονομίας. Θα πρέπει επίσης, να τονιστεί η προϋπόθεση κάτω από την οποία η μακροχρόνια αύξηση του κατά κεφαλήν πραγματικού προϊόντος αποτελεί οικονομική ανάπτυξη. Φυσικά αυτό γίνεται με τον όρο αύξηση της *κοινωνικής ευημερίας* όπου και εννοείται η παράλληλη επίτευξη και άλλων σκοπών όπως αυτοί είναι η δικαιότερη κατανομή του εισοδήματος, η αύξηση του επιπέδου υγείας, εκπαίδευσης και απασχόλησης μιας χώρας (Σκούντζος, 2005). Συνοπτικά, η ανάπτυξη προϋποθέτει τη διάχυση της οικονομικής μεγέθυνσης και την εξάπλωση των οικονομικών ευκαιριών. Είναι δυνατόν να υπάρχει οικονομική μεγέθυνση χωρίς σημαντική ανάπτυξη, όταν για παράδειγμα υπάρχει υψηλή συγκέντρωση εισοδήματος σε μια μερίδα του πληθυσμού και

¹ **Ακαθάριστο εγχώριο προϊόν** (ή ΑΕΠ) είναι το σύνολο όλων των προϊόντων και αγαθών που παράγει μια οικονομία σε διάστημα ενός έτους, εκφρασμένο σε χρηματικές μονάδες. Με άλλα λόγια είναι η συνολική αξία όλων των τελικών αγαθών (υλικών και άυλων) που παρήχθησαν εντός μιας χώρας σε διάστημα ενός έτους.

² Ο **οικονομικός κύκλος** είναι η φυσική διακύμανση της οικονομίας μεταξύ περιόδων επέκτασης (ανάπτυξης) και συρρίκνωσης (ύφεσης). Παράγοντες όπως το ακαθάριστο εγχώριο προϊόν (ΑΕΠ), τα επιτόκια, τα επίπεδα απασχόλησης και οι καταναλωτικές δαπάνες μπορούν να συμβάλλουν στον προσδιορισμό του σημερινού σταδίου του οικονομικού κύκλου. Κατά τη διάρκεια των περιόδων επέκτασης, οι επενδυτές επιδιώκουν να αγοράζουν εταιρείες τεχνολογίας, κεφαλαιουχικών αγαθών και βασικής ενέργειας, ενώ σε περιόδους συρρίκνωσης οι επενδυτές αναζητούν εταιρείες όπως επιχειρήσεις κοινής ωφέλειας, οικονομικά και υγειονομική περίθαλψη.

παράλληλα απουσιάζει ή είναι πολύ περιορισμένη η οικονομική διάχυση και η ποιοτική αναβάθμιση. Από την άλλη είναι απίθανο να υπάρχει σημαντική ανάπτυξη χωρίς το λιγότερο μια μέτρια οικονομική μεγέθυνση. Με άλλα λόγια, οικονομική μεγέθυνση μπορεί να είναι απαραίτητη, αλλά όχι και ικανή συνθήκη για την ανάπτυξη.

Σημαντικό και αναπόσπαστο ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη διαδραματίζει η τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη, καθώς έχει καταστεί ολοένα και πιο σημαντική δραστηριότητα εθνικών, τοπικών και περιφερειακών κυβερνήσεων σε ολόκληρο τον κόσμο από τη δεκαετία του 1970 και έπειτα. Παράλληλα, το πλαίσιο για την τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη έχει υποστεί δραματικές αλλαγές με αποτέλεσμα να έχει γίνει άκρως πιο απαιτητικό. Η τοπική ανάπτυξη μπορεί να θεωρηθεί ως μία διαδικασία οικονομικής ανάπτυξης και διαρθρωτικών αλλαγών, η οποία οδηγεί σε βελτίωση του επιπέδου ζωής του τοπικού πληθυσμού και η οποία έχει οικονομική, κοινωνική, πολιτιστική και πολιτική-διοικητική διάσταση. Η στρατηγική της τοπικής ανάπτυξης αντιμετωπίζει κάθε χωρική ενότητα με διαφορετικό τρόπο, σύμφωνα με το επίπεδο ανάπτυξης της τοπικής οικονομίας, της δομής και λειτουργίας του παραγωγικού συστήματος, της αγοράς εργασίας και των χαρακτηριστικών, που προσδιορίζουν την τοπική κουλτούρα. Η έννοια της τοπικής ανάπτυξης και οι μέθοδοί της είναι μια ευρεία έννοια, που μπορεί να θεωρηθεί ως μια διαδικασία μέσω της οποίας ένας ορισμένος αριθμός ιδρυμάτων ή και τοπικών πληθυσμών κινητοποιούνται σε μια δεδομένη τοποθεσία προκειμένου να δημιουργηθούν, να ενισχυθούν και να σταθεροποιηθούν οι δραστηριότητες χρησιμοποιώντας όσο το δυνατόν καλύτερα τους πόρους της επικράτειας (Greffé, 1993). Μπορεί να θεωρηθεί ως μια απόπειρα των τοπικών παραγόντων για τη βελτίωση των εισοδημάτων, των ευκαιριών απασχόλησης και της ποιότητας ζωής στις περιοχές τους, ανταποκρινόμενοι στην αποτυχία των αγορών, των πολιτικών και των εθνικών κυβερνήσεων να παράσχουν αυτό που απαιτείται, ιδίως σε υποανάπτυκτες περιοχές και περιοχές διαρθρωτικής προσαρμογής. Το νέο και αναμορφωμένο πλέον τοπίο της τοπικής και περιφερειακής ανάπτυξης έχει ενθαρρύνει νέες παρεμβάσεις, μέσα από τις δημόσιες πολιτικές, που επιδιώκουν την αξιοποίηση τόσο των εσωτερικών όσο και των εξωτερικών μορφών μεγέθυνσης και ανάπτυξης. Διαφορετικές περιοχές και περιφέρειες έχουν τη δυνατότητα πλέον να ασκούν διαφορετικούς βαθμούς εξουσίας για την αναμόρφωση και την ανάπτυξη τόσο των ήδη υπάρχων, αλλά και νέων προσεγγίσεων με στόχο την τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη. Οι συζητήσεις για την τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη μετατοπίστηκαν, από την εστίαση στην ποσότητα της ανάπτυξης, σε μια ανησυχία για την ποιότητά της. Αρχικά, αυτό είχε ως επίκεντρο τον αντίκτυπο της οικονομικής ανάπτυξης στο φυσικό περιβάλλον και τους περιορισμούς που αυτή επέβαλλε στην ανάπτυξη, οδηγώντας σε μια γενικότερη ανησυχία για ζητήματα ποιότητας ζωής.

Σύμφωνα με τον (Pike, et al., 2006) από γεωγραφικής άποψης μόνο ένας περιορισμένος αριθμός τοποθεσιών και περιφερειών φαίνεται να επωφελούνται από τις νέες ευκαιρίες, που προσφέρει η διαδικασία της παγκοσμιοποίησης. Σε γενικές γραμμές, οι πετυχημένες περιοχές τείνουν να είναι αυτές, που έχουν κάτι ξεχωριστό να προσφέρουν σε αγορές που επεκτείνονται πέρα από τον παραδοσιακό χώρο της τοπικής και περιφερειακής σφαίρας. Οι περιοχές αυτές μπορούν να χωριστούν σε τρεις κατηγορίες:

1. **Μεγάλες μητροπολιτικές περιοχές:** Οι μεγάλοι αστικοί οικισμοί, τόσο στον ανεπτυγμένο, όσο και στον αναπτυσσόμενο κόσμο, είναι εκείνοι οι οποίοι έχουν συγκεντρώσει πολλές από τις δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών υψηλής προστιθέμενης αξίας.

2. **Ενδιάμεσες βιομηχανικές περιοχές:** Είναι η δεύτερη ομάδα περιοχών που επωφελούνται από τη μεγαλύτερη κινητικότητα παραγωγικών παραγόντων σε όλο τον κόσμο. Ο συγκεκριμένος τύπος περιοχής συνδυάζει συχνά τα πλεονεκτήματα του κόστους εργασίας σε σχέση με τις βασικές περιοχές, με τα ανθρώπινα κεφάλαια και τα πλεονεκτήματα προσβασιμότητας στις περιφερειακές περιοχές, καθιστώντας τα ελκυστικά για νέες βιομηχανικές επενδύσεις.

3. **Τουριστικές περιοχές:** Μεταξύ των περιοχών του αναπτυσσόμενου κόσμου που κατάφεραν να βρουν τη θέση τους σε μια παγκοσμιοποιημένη οικονομία είναι οι τουριστικές περιοχές. Μέρη που έχουν καταφέρει να αναπτυχθούν λόγω της μεγάλης τους ικανότητας να προσελκύουν μεγάλο αριθμό τουριστών από όλο τον κόσμο.

Συνολικά, υπάρχουν πολλά κοινωνικά και οικονομικά πλεονεκτήματα σχετικά με την υιοθέτηση στρατηγικών τοπικής και περιφερειακής ανάπτυξης σε έναν παγκοσμιοποιημένο κόσμο σε σύγκριση με την προσφυγή σε παραδοσιακά αναπτυξιακά προγράμματα. Στα κοινωνικά πλεονεκτήματα θα λέγαμε ότι περιλαμβάνονται οι στρατηγικές τοπικής και περιφερειακής ανάπτυξης, που ενισχύουν τις τοπικές κοινωνίες και οδηγούν σε έναν πιο επικερδές τοπικό διάλογο. Οι άνθρωποι που ζουν στις περιοχές αυτές έχουν αρχίσει να αναπτύσσουν ένα βαθμό αυτονομίας και υιοθετούν μια πιο προνοητική και συνετή στάση όσον αφορά την αειφόρο ανάπτυξη, με γνώμονα το δικό τους οικονομικό, κοινωνικό και πολιτικό μέλλον. Εστιάζοντας στην οικονομική πλευρά, τα πλεονεκτήματα της προσέγγισης είναι, εξίσου σημαντικά. Οι τοπικές και περιφερειακές στρατηγικές οικονομικής ανάπτυξης, έχουν σαν στόχο τους να καταφέρουν να ενσωματώσουν και να εδραιώσουν διάφορες οικονομικές δραστηριότητες στην επικράτειά τους. Δραστηριότητες οι οποίες θα εξαρτώνται από τις συγκεκριμένες οικονομικές συνθήκες και τα συγκριτικά πλεονεκτήματα αυτού του τύπου,

δημιουργώντας βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη και απασχόληση σε επιχειρήσεις πιο ικανές. Οι τοπικές και περιφερειακές στρατηγικές οικονομικής ανάπτυξης, ως αποτέλεσμα της συμμετοχής των τοπικών φορέων και της εξάπλωσης της οικονομικής δραστηριότητας σε μια επικράτεια, συμβάλλουν σημαντικά στη γενική βελτίωση της ποιότητας των θέσεων εργασίας. Μπορούν επίσης να ενθαρρύνουν τον τοπικό πληθυσμό, γενικότερα, και τους τοπικούς οικονομικούς παράγοντες, ειδικότερα, να αναλάβουν πιο ενεργό στάση με αφορμή τη μελλοντική τους ευημερία οδηγώντας τους στην ανάληψη περισσότερων και μεγαλύτερων κινδύνων. Το νόμισμα ωστόσο έχει δύο όψεις, με αποτέλεσμα να υπάρχει και η αρνητική διάσταση, έτσι θα πρέπει να ληφθούν υπόψη και τα μειονεκτήματα των τοπικών και περιφερειακών αναπτυξιακών πολιτικών και οι ανάλογοι κίνδυνοι. Το κύριο μειονέκτημα αυτής της στρατηγικής είναι ότι μπορεί να είναι εξαιρετικά χρονοβόρα. Η ανάπτυξη των τοπικών και περιφερειακών περιοχών, καθώς και ο συντονισμός των τοπικών και περιφερειακών φορέων μεταξύ τους και με άλλους θεσμικούς παράγοντες, απαιτεί τεράστια οργανωτική προσπάθεια και καταναλώνει αρκετό χρόνο και πόρους, ακόμη και πριν ξεκινήσει η διαδικασία ανάπτυξης. Ακόμη και όταν δημιουργηθούν οι βασικοί τοπικοί και περιφερειακοί θεσμοί, δεν υπάρχει εγγύηση βραχυπρόθεσμης ή μεσοπρόθεσμης επιτυχίας, καθώς σε ένα ταχέως μεταβαλλόμενο και περίπλοκο πλαίσιο, αυτό είναι ένα εξαιρετικά δύσκολο έργο.

1.2 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Η επιχειρηματικότητα είναι ένας όρος που χρησιμοποιείται κατά κόρων στην καθημερινή γλώσσα, στις πολιτικές δηλώσεις και στις ακαδημαϊκές αναλύσεις. Ακόμα και στην χώρα μας, είναι αρκετά σύνηθες στις διάφορες πολιτικές συζητήσεις να ακουστεί η έννοια της επιχειρηματικότητας καθώς και συναφή με αυτή θέματα. Ο λόγος που συμβαίνει αυτό είναι η κοινή διαπίστωση ότι η οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας είναι συνάρτηση αυτής, εξαρτάται και προσδιορίζεται μεταξύ άλλων παραγόντων και από την επιχειρηματικότητα. Η ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών οι οποίες δε θα επικεντρώνονται μόνο στη δημιουργία των επιχειρήσεων αλλά και στον εκσυγχρονισμό τους, συνεπάγεται για την χώρα αύξηση του εθνικού πλούτου, παραγωγή τεχνογνωσίας και καινοτομιών, αφθονία και ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών και φυσικά δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης. Με τον όρο

επιχειρηματικότητα νοείται η πρακτική έναρξη νέων οργανισμών, ιδίως νέων επιχειρήσεων γενικά, ως απάντηση στις προσδιορισμένες ευκαιρίες. Σύμφωνα με τον Joseph Schumpeter (1942), το κλειδί για την επιτυχία των αγορών βρίσκεται κυρίως στις νέες ιδέες των επιχειρηματιών, που επιμένουν στην ανάπτυξη νέων προϊόντων και τεχνολογιών μέσω μιας διαδικασία που την αποκαλεί "δημιουργική καταστροφή". Η επιχειρηματικότητα είναι η διαδικασία της ανακάλυψης νέων τρόπων, που οδηγούν στον συνδυασμό πόρων. Όταν η αγοραία αξία που παράγεται από αυτόν τον νέο συνδυασμό πόρων είναι μεγαλύτερη από την αγοραία αξία που αυτοί οι πόροι μπορούν να παράγουν αλλού μεμονωμένα ή σε κάποιον άλλο συνδυασμό, ο επιχειρηματίας αποκομίζει κέρδος (Sober, 2003). Ένας πιο διευρυμένος και σύγχρονος ορισμός της επιχειρηματικότητας αφορά επίσης τη μετατροπή του κόσμου σε έναν καλύτερο κόσμο με την επίλυση μεγάλων προβλημάτων, όπως η έναρξη της κοινωνικής αλλαγής, η δημιουργία ενός καινοτόμου προϊόντος ή η παρουσίαση μιας νέας λύσης που φέρνει δραστικές αλλαγές στην καθημερινότητα μας. Αυτό που δεν αναφέρετε στον ορισμό της επιχειρηματικότητας είναι ότι η επιχειρηματικότητα είναι η ευκαιρία κάθε ανθρώπου να πάρει τη σταδιοδρομία και τα όνειρά του στα χέρια του και να οδηγηθεί προς την κατεύθυνση της δικής του επιλογής. Ένας επιχειρηματίας είναι ο άνθρωπος, που βλέπει ένα πρόβλημα στον κόσμο και επικεντρώνεται άμεσα στη δημιουργία της λύσης του. Είτε δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας είτε ένα νέο προϊόν, αναλαμβάνει συνεχώς δράση για να εξασφαλίσει την παγκόσμια πρόοδο.

Προκειμένου να κατανοήσουμε τη διαδικασία του επιχειρηματικού πνεύματος πρέπει να καταλάβουμε να τη σημαντικότητα του ρόλου, που διαδραματίζει ο επιχειρηματίας στην κοινωνία. Οι επιχειρηματίες δημιουργούν θέσεις εργασίας, θέσεις οι οποίες προκύπτουν μέσα από τη φιλοδοξία αρχικά να δημιουργήσουν αλλά και στη συνέχεια να αναπτύξουν και να επεκτείνουν τις επιχειρήσεις τους. Καθώς η επιχείρησή τους συνεχίζει να αναπτύσσεται, δημιουργούνται ακόμα περισσότερες θέσεις εργασίας. Δημιουργούν αλλαγή μέσα από τα μεγαλεπήβολα όνειρα που κάνουν με αποτέλεσμα μερικές από τις ιδέες τους να φέρουν την επιθυμητή για εκείνους αλλαγή. Πολλοί πιστεύουν στη βελτίωση του κόσμου με τα προϊόντα, τις ιδέες ή τις επιχειρήσεις τους. Το φαινόμενο όμως της επιχειρηματικότητας είναι πολυδιάστατο, και η εκμετάλλευση ευκαιριών σημαίνει ότι ο κάθε επιχειρηματίας ενεργεί διαφορετικά σε σχέση με τους άλλους. Μέσα από την επιχειρηματικότητα ο άνθρωπος επιχειρεί, δηλαδή προσπαθεί να κάνει κάτι καινούργιο, καινοτόμο στοχεύοντας στην αλλαγή που θέλει να επιφέρει, χωρίς καμία βεβαιότητα για το τελικό αποτέλεσμα της προσπάθειας αυτής.

Ένα μεγάλο μέρος της βιβλιογραφίας σχετικά με την επιχειρηματικότητα εστιάζει κυρίως στα κίνητρα για την επιχειρηματικότητα και στα χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών. Εστιάζει στην ανεξαρτησία και την πρόκληση της επιχειρηματικότητας, ως τα μεγαλύτερα κίνητρα πίσω από την ίδρυση νέων επιχειρήσεων ενώ οι επιχειρηματίες συχνά αποδεικνύονται ως αισιόδοξοι, ευφυείς, ανεξάρτητοι, με πολλή όρεξη για δουλειά, και με πρόθεση για την ανάληψη ρίσκου. Δυστυχώς, οι γυναίκες βγήκαν εκτός από αυτές τις έρευνες εξαιρέθηκαν από τις ερευνητικές πρακτικές, καθώς οι περισσότερες αναλύσεις δίνουν εικόνα μόνο για τον άνδρα επιχειρηματία. Ένα γεγονός το οποίο σύμφωνα με τη θεωρία του ρόλου των φύλων οφείλετε στο ότι, οι συμπεριφοριστικές διαφορές των δύο φύλων πηγάζουν από τους διαφορετικούς κοινωνικούς ρόλους που υιοθετούνται από γυναίκες και άνδρες, ιδίως εκείνων που αφορούν τον καταμερισμό της εργασίας (Eagly, et al., 2000). Ιστορικά λόγω της οικονομικής, κοινωνικής και τεχνολογικής πίεσης, είχαν ανατεθεί στις γυναίκες και στους άνδρες, καθήκοντα εργασίας που ήταν σύμφωνα με τις φυσικές τους ιδιότητες. Έτσι οι άνδρες ήταν πιο πιθανό να εκπληρώνουν καθήκοντα που απαιτούσαν δύναμη, ταχύτητα και τη δυνατότητα να βρίσκονται μακριά από το σπίτι για αρκετό χρονικό διάστημα. Σε αντίθεση με τη γυναίκα η οποία ήταν υπεύθυνη για την τεκνοποίηση, ήταν πιο πιθανό να εκπληρώνει καθήκοντα, που σχετιζόντουσαν με τη διαχείριση του σπιτιού και την ανατροφή των παιδιών. Ως αποτέλεσμα των διαφορετικών κοινωνικών ρόλων, που υιοθετήθηκαν από τα δύο φύλα με βάση την κατανομή της εργασίας, ο ρόλος των δύο φύλων αναπτύχθηκαν όσον αφορά τις προσδοκίες σχετικά με τα χαρακτηριστικά και τις συμπεριφορές των ανδρών και των γυναικών (Harrison & Lynch, 2005). Σήμερα βέβαια τα παραδοσιακά αυτά πρότυπα έχουν καταρριφθεί με αποτέλεσμα ρόλοι που παραδοσιακά βρίσκονταν στην κατοχή του ενός φύλου τώρα να μπορούν να εκτελεστούν εξίσου και από το άλλο φύλο. Έτσι παρατηρούμε άντρες να ασχολούνται με τα οικιακά και γυναίκες να δραστηριοποιούνται σε ηγετικές θέσεις.

Στη δεκαετία του 80' πολλοί επιστήμονες που ασχολούνταν με τον τομέα της επιχειρηματικότητας άρχισαν να εστιάζουν στα κίνητρα και στα χαρακτηριστικά των γυναικών επιχειρηματιών. Οι έρευνες τονίζουν ότι για τις γυναίκες είναι πιο δύσκολο να ξεκινήσουν μία επιχειρηματική μονάδα λόγω αρχικά, έλλειψης ευκαιριών ανάπτυξης των κατάλληλων δεξιοτήτων κατά δεύτερον λόγω έλλειψης προσδοκιών από την επιχειρηματικότητα και κατά τρίτον λόγω αυξημένων απαιτήσεων οι οποίες θα τους έκαναν να μπερδέψουν τους ρόλους τους. Είναι εμφανές ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες αναζητούν την ελευθερία να συνδυάσουν την οικογένεια, με ένα καλό εισόδημα που εκφράζει την ανάγκη για ευελιξία η οποία δε συναντάται στους άνδρες επιχειρηματίες. Παρ'ότι το ανδρικό φύλο είναι αυτό το οποίο είναι πιο πρόθυμο να ξεκινήσει μια ατομική επιχείρηση πολλές κυβερνήσεις ανά τον κόσμο

διοργανώνουν και συντονίζουν ενέργειες με σκοπό την ενθάρρυνση των γυναικών να ασχοληθούν και να δραστηριοποιηθούν στον τομέα της επιχειρηματικότητας. Ορισμένοι ερευνητές τονίζουν ότι η ισορροπία μεταξύ οικονομικών στόχων, προσωπικής ικανοποίησης και οικογενειακής ζωής ως αρχικό πρότυπο μιας επιχείρησης είναι ιδιαίτερα πιο σημαντική για τις γυναίκες, ενώ για τους άνδρες η οικονομική επιτυχία, η μεγιστοποίηση των κερδών και η καινοτομία έχουν μεγαλύτερη δύναμη έλξης (Weiler & Bernasek, 2001; Bock, 2004 Labrianidis et al.). Γι' αυτό άλλωστε πολλές από τις μελέτες καταδεικνύουν ότι οι γυναίκες αρέσκονται να δραστηριοποιούνται σε παραδοσιακά γυναικείους τομείς όπως το εμπόριο, αλλά υστερούν σε παρουσία και δράση σε άλλους τομείς οι οποίοι θεωρούνται ανδροκρατούμενοι όπως οι επιστήμες, η μηχανική και η τεχνολογία. Σύμφωνα με όλα τα παραπάνω, γίνεται σαφής η παραδοχή της αναγκαιότητας και σπουδαιότητας της δραστηριοποίησης της γυναίκας στον τομέα της επιχειρηματικότητας. Για να γίνει όμως η θεωρία, πράξη και να αποδώσει τα αναμενόμενα θα πρέπει να ξεπεραστούν μία σειρά από εμπόδια και προκαταλήψεις που έχουν δημιουργηθεί στο κοινωνικό σύνολο. Οι γυναίκες αποτελούν σημαντικό κομμάτι της κοινωνίας και θα πρέπει να τις δοθούν οι κατάλληλες ευκαιρίες μέσα από ευνοϊκά φορολογικά και νομοθετικά πλαίσια έτσι ώστε να συμβάλλουν και αυτές με τις δραστηριότητες τους στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη

1.3 ΒΑΣΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

1.3.1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ

Ο βασικός δείκτης επιχειρηματικότητας που αναλύεται στο πλαίσιο της έρευνας του Global Entrepreneurship Monitor (GEM)³ αφορά στη λεγόμενη «επιχειρηματικότητα αρχικών-σταδίων» που υπολογίζεται σε εθνικό επίπεδο από το ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών, το οποίο βρισκόταν στο στάδιο εκκίνησης ενός νέου επιχειρηματικού εγχειρήματος κατά τη στιγμή της έρευνας. Τα άτομα αυτά σύμφωνα με το εννοιολογικό πλαίσιο του GEM μπορούν να διακριθούν σε δύο επιμέρους κατηγορίες

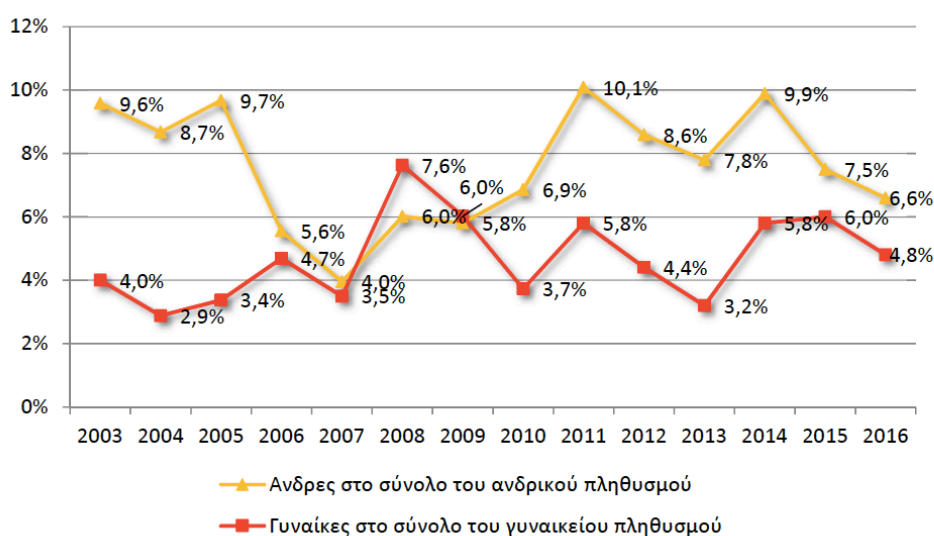
³ Το **GEM** αποτελεί μία διεθνή ερευνητική κοινοπραξία από ερευνητικά ινστιτούτα και πανεπιστήμια από όλο τον κόσμο που ξεκίνησε το 1999, στο πλαίσιο της οποίας συλλέγονται εμπειρικά στοιχεία μέσω ερευνών πεδίου σε ένα ευρύ πλήθος χωρών παγκοσμίως.

1 Τους «επίδοξους» επιχειρηματίες, εκείνους δηλαδή που βρίσκονται στο στάδιο σχεδιασμού για την ανάληψη και υλοποίηση μιας επιχειρηματικής πρωτοβουλίας ή μόλις ξεκινούν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα

2 Τους «νέους» επιχειρηματίες, εκείνους δηλαδή που η επιχειρηματική τους δραστηριοποίηση έχει ξεκινήσει πρόσφατα για τουλάχιστον 3 μήνες, αλλά δεν έχει υπερβεί σε διάρκεια τους 42 μήνες.

Σε ό,τι αφορά το φύλο των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων στο Γράφημα 1, αποτυπώνεται το ποσοστό του πληθυσμού των γυναικών και ανδρών ηλικίας 18-64 ετών, που βρίσκονται σε αρχική φάση επιχειρηματικής δραστηριοποίησης. Από ό,τι φαίνεται διαχρονικά αυτό είναι μικρότερο από το αντίστοιχο ποσοστό των ανδρών. Επιπροσθέτως σχεδόν πάντα οι επιμέρους δείκτες των δύο φύλων μεταβάλλονται προς την ίδια κατεύθυνση ακολουθώντας δηλαδή τη μεταβολή του συνολικού δείκτη επιχειρηματικότητας, με εξαίρεση το 2010 αλλά και το 2015, όταν η μεταβολή του δείκτη δεν είχε την ίδια κατεύθυνση στα δύο φύλα. Αντίθετα, το 2016 η μείωση φαίνεται να επηρεάζει με τον ίδιο σχεδόν τρόπο άνδρες και γυναίκες. Έτσι το ποσοστό της γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων μειώθηκε σε 4,8% (περίπου 168 χιλιάδες γυναίκες) από 6% το 2015, ενώ στους άνδρες μειώθηκε σε 6,6% (περίπου 200 χιλιάδες άνδρες) από 7,5% το 2015.

Γράφημα 1: Διαχρονική εξέλιξη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ανά φύλο στην Ελλάδα



Πηγή : IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Αν και το 2016, σημειώνεται υποχώρηση στη γυναικεία επιχειρηματικότητα μετά από τρεις συνεχόμενες χρονιές ανόδου, ωστόσο διαρθρωτικά στους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων ο σχετικός δείκτης παραμένει υψηλός. Διαμορφώνεται στο 42%, σε μικρή μείωση από ό,τι 2015, όταν όμως το 2013 βρισκόταν στο 29%. Προφανώς, η υψηλή ανεργία στις γυναίκες, που έχει ενταθεί τα τελευταία χρόνια, αλλά και η πίεση για εισόδημα σε νοικοκυριά όπου ενδεχομένως χάνουν την απασχόληση οι άνδρες, έχει οδηγήσει αρκετές γυναίκες σε αναζήτηση κάποιας επαγγελματικής διεξόδου. Άλλωστε η επιχειρηματικότητα ανάγκης στις γυναίκες είναι πράγματι μεγαλύτερη από την αντίστοιχη των ανδρών.

1.3.2 ΚΑΘΙΕΡΩΜΕΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα είναι ένας ακόμα βασικός δείκτης του GEM. Αναφέρεται στα άτομα ηλικίας 18-64 ετών τα οποία δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά για τουλάχιστον 3,5 χρόνια στη χώρα και επομένως έχουν κατορθώσει να ξεπεράσουν ένα κρίσιμο στάδιο επιβίωσης. Ο δείκτης αυτός ουσιαστικά δίνει μια εικόνα για το επόμενο στάδιο της επιχειρηματικής ενεργοποίησης, ενώ ολοκληρώνει τελικά και το συνολικό επίπεδο επιχειρηματικότητας σε μια χώρα, μαζί βεβαίως με αυτούς που διακόπτουν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα.

Η Ελλάδα στον δείκτη αυτόν το 2017 βρισκόταν στην 1η θέση των χωρών καινοτομίας, και γενικότερα στις πρώτες θέσεις παγκοσμίως, αν και ο σχετικός δείκτης μειώθηκε στο 12,4% από 14,1% το 2016 με τον μέσο όρο των Χωρών καινοτομίας⁴ στο 6,8% το 2017. Οι υψηλές επιδόσεις της χώρας στον δείκτη καθιερωμένης επιχειρηματικότητας αποτελούν άλλωστε άλλη μία έκφανση της ισχυρής αυτό-απασχόλησης και μικροεπιχειρηματικής δραστηριότητας, που κυριαρχούν στη δομή του ελληνικού παραγωγικού συστήματος. Αποτέλεσμα της υψηλής καθιερωμένης επιχειρηματικότητας είναι η Ελλάδα να κατέχει την τρίτη υψηλότερη επίδοση και στη συνολική επιχειρηματικότητα μεταξύ των χωρών καινοτομίας, όπως αυτή ορίζεται από

⁴ **Χώρες καινοτομίας** εννοούμε τις χώρες : Αυστρία, Κύπρος, Εσθονία, Φινλανδία, Γαλλία, Γερμανία, Ελλάδα, Ιρλανδία, Ιταλία, Λουξεμβούργο, Ολλανδία, Πορτογαλία, Σλοβενία, Ισπανία, Σουηδία, Ηνωμένο Βασίλειο, Αυστραλία, Ισραήλ, Χονγκ Κονγκ, Κατάρ, Νότια Κορέα, Ταϊβάν, Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, Καναδάς, Πουέρτο Ρίκο και Η.Π.Α.

Χώρες χαμηλού κόστους: Μπουρκίνα Φάσο, Καμερούν, Σενεγάλη, Ινδία, Ιράν, Καζακστάν και Ρωσία.

Χώρες βελτίωσης αποτελεσματικότητας: Αίγυπτος, Μαρόκο, Νότιος Αφρική, Κίνα, Γεωργία, Ινδονησία, Ιορδανία, Λίβανος, Μαλαισία, Σαουδική Αραβία, Ταϊλάνδη, Τουρκία, Αργεντινή, Μπελίζ, Βραζιλία, Χιλή, Κολομβία, Εκουαδόρ, Ελ Σαλβαδόρ, Γουατεμάλα, Παναμάς, Περού, Ουρουγουάη, Πουέρτο Ρίκο, Τζαμάικα, Βουλγαρία, Κροατία, Ουγγαρία, Λετονία, Πολωνία, Σλοβακία και ΠΓΔΜ.

το άθροισμα των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων και των καθιερωμένων επιχειρηματιών. Έτσι τελικά διαπιστώνεται ότι περίπου το 17,1% του πληθυσμού 18-64 ετών, περίπου 1,13 εκατομμύρια άτομα στην Ελλάδα έχει κάποια σχέση με την επιχειρηματικότητα, είτε στα αρχικά, είτε σε επόμενα στάδια ανάπτυξης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

2. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ

2.1 ΑΙΤΙΑ ΩΘΗΣΗΣ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Οι γυναίκες αποτελούν μέρος του εργασιακού κόσμου εδώ και εκατοντάδες χρόνια, ωστόσο ο κόσμος της εργασίας για τις γυναίκες έχει αλλάξει δραματικά τα τελευταία χρόνια (Higginbotham & Romero, 1997). Έρευνες της δεκαετίας του 1950 και της δεκαετίας του 1960 επικεντρώθηκαν στις γυναίκες στον χώρο εργασίας όσον αφορά το είδος των θέσεων εργασίας που διέθεταν παραδοσιακά. Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, οι γυναίκες εισέβαλαν ενεργά στον εργασιακό χώρο έχοντας πλέον περισσότερα εφόδια, καθώς είχαν αποκτήσει πτυχία κολεγίων και πρόσθετη εκπαιδευτική κατάρτιση. Οι γυναίκες κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1950 και του 1960 χαρακτηρίζονταν συχνά ως «προσωπικό υποστήριξης» και πολύ λίγοι τους αναγνώριζαν τη σημαντική πρόοδό που είχαν καταφέρει ως προς θέσεις εκτελεστικής διοίκησης (Morrison, et al., 1994). Στη βιβλιογραφία συναντάμε συχνά τον αγγλικό όρο “glass ceiling” ή αλλιώς “γυάλινη οροφή” μια μεταφορά η οποία περιγράφει ένα αόρατο, αλλά αρκετά αδιαπέραστο εμπόδιο, που εξυπηρετεί στην αποτροπή όλων των δυσαναλόγως λίγων γυναικών από το να φθάσουν στις υψηλότερες βαθμίδες της εταιρικής ιεραρχίας, ανεξάρτητα από τα επίτευγμά τους και τα προσόντα τους. Έτσι πολλές ήταν εκείνες οι γυναίκες οι οποίες συνειδητοποίησαν ότι η καλύτερη επιλογή τους ήταν η αποφυγή της “γυάλινης οροφής”, οδηγώντας τους έτσι στο να δημιουργήσουν της δικές του επιχειρήσεις. Μέσα από τα διάφορα δεδομένα διακρίνεται ότι τα κίνητρα των γυναικών στο να ξεκινήσουν μια δική τους επιχείρηση ήταν μια σειρά θετικών αλλά και αρνητικών συντελεστών. Όλες οι γυναίκες γνώρισαν μια θετική έλξη προς την επιχειρηματικότητα, όπου αυτό προέκυψε από παράγοντες που περιλάμβαναν την επιθυμία για πρόκληση στην επαγγελματική τους ζωή και την επιθυμία για μεγαλύτερη προσωπική ολοκλήρωση. Η επιθυμία να αναλάβουν τον έλεγχο της λήψης αποφάσεων ήταν σημαντική για εκείνες, καθώς εκδήλωναν την επιδίωξη και τη φιλοδοξία τους ως προς την αυτο-απασχόληση. Υποκινούμενες έτσι από την επιθυμία τους για

μεγαλύτερη ευελιξία σε σχέση με την επαγγελματική και προσωπική τους ζωή, ώστε να τους δοθεί περισσότερος χρόνος με τα παιδιά τους, και φυσικά έχοντας την ικανότητα να διαχειρίζονται πιο αποτελεσματικά τον χρόνο και το φόρτο εργασίας τους. Σημαντικότερο κίνητρο όλων ήταν η ικανοποίηση που λαμβάνουν μέσω των προσωπικών τους κόπων και της σκληρής τους δουλειά, όταν εκείνοι ρέουν προς όφελός τους και όχι προς έναν τρίτο, βάζοντας έτσι σε δεύτερη μοίρα τα αποκλειστικά οικονομικά κίνητρα για την έναρξη της επιχείρησής τους.

2.2 ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΠΟΥ ΣΥΝΑΝΤΩΝΤΑΙ ΣΤΗ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

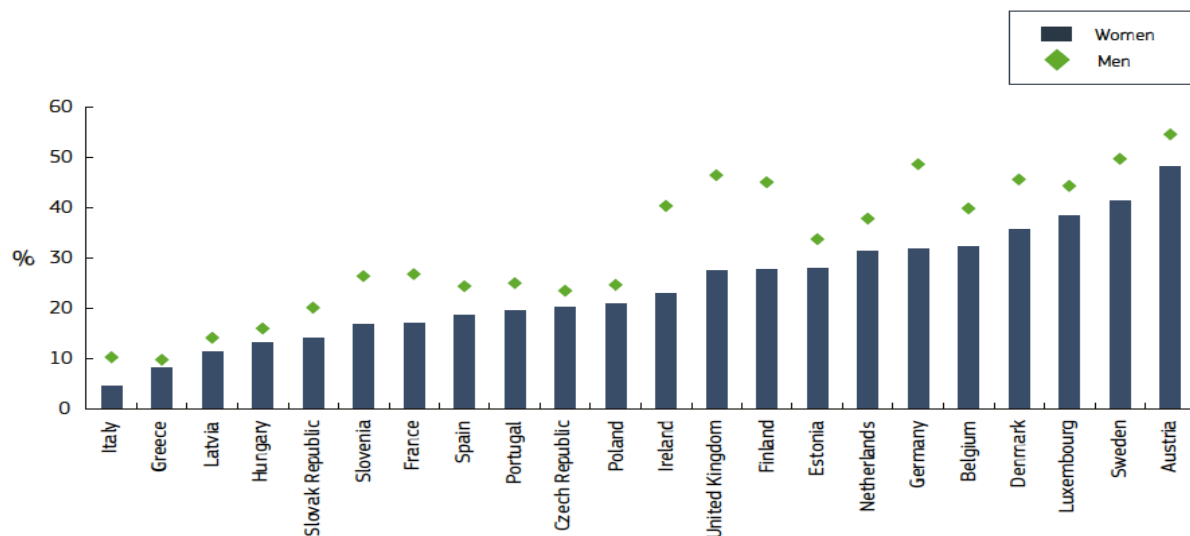
Μέσα από τις σταδιακές αλλαγές στην κοινωνία, ο ρόλος των γυναικών παρατηρούμε ότι έχει αλλάξει δραματικά. Ωστόσο, παρόλο που πλέον μπορούν να λαμβάνουν βελτιωμένη πρόσβαση στην τριτοβάθμια εκπαίδευση, την απασχόληση και την πολιτική ενδυνάμωση, η οικονομική τους ανεξαρτησία παραμένει μια επίμονη ασυμμετρία μεταξύ των δύο φύλων (Schindehutte, Morris & Brennan 2003). Παρόλο, που οι γυναίκες μπορεί να έχουν κάνει σημαντικά βήματα προς την ισότητα των φύλων, σε τομείς όπως η εκπαίδευση και ο χώρος εργασίας, η θέση τους ως το οικογενειακό στήριγμα, από την άποψη της ανατροφής των παιδιών και της εργασίας τους στο σπίτι, παραμένει σχετικά αμετάβλητη (Winn 2004). Διάφορες μελέτες που έχουν πραγματοποιηθεί στην πλειονότητα των δυτικών χωρών προσδιορίζουν διάφορους τύπους φραγμών κατά της γυναικείας επιχειρηματικότητας.

Πρώτον, η κοινωνικοπολιτιστική κατάσταση των γυναικών, η οποία προσδιορίζει τον πρωταρχικό ρόλο των γυναικών με οικογενειακές και οικιακές ευθύνες και μειώνει την αξιοπιστία των γυναικών που επιθυμούν να ιδρύσουν επιχειρήσεις. Με αποτέλεσμα οι γυναικείες επιχειρήσεις να βρίσκονται σε εμπορικό μειονέκτημα εξαιτίας των πιέσεων στις γυναίκες να συνδυάζουν τις οικογενειακές ευθύνες με την επιχειρηματική σταδιοδρομία τους. Η αδυναμία επίτευξης της κατάλληλης ισορροπίας δημιούργησε υψηλά επίπεδα άγχους με αποτέλεσμα τη συγκράτηση της οικονομική ανάπτυξη της επιχείρησής τους. Η επιχειρηματικότητα των γυναικών επηρεάζεται επίσης από συγκεκριμένα εμπόδια που υπάρχουν στις χώρες όπου οι παραδοσιακοί ρόλοι των φύλων συμβαδίζουν, με την έλλειψη δημόσιων ή ιδιωτικών υπηρεσιών παιδικής φροντίδας καθώς και φροντίδας ηλικιωμένων. Ο σημερινός τρόπος ζωής οδηγεί τις γυναίκες στο να αναζητούν τον καλύτερο συνδυασμό τόσο

της οικογένεια όσο και της επιχειρηματικής τους δραστηριότητα, κάνοντας επιλογές που να ικανοποιούν της προτεραιότητες τους, έχοντας ως επίκεντρο άλλοτε την εργασία ή τις οικογενειακές υποχρεώσεις ή βρίσκοντας μια ισορροπία μεταξύ των δύο (Hakim 2003). Στη συνέχεια, η πρόσβαση σε διάφορα δίκτυα πληροφοριών, οι οποίες συχνά αποτελούν την κύρια πηγή πληροφοριών και επαφών, περιλαμβάνουν περισσότερο ή λιγότερο αυτονόητους μηχανισμούς αποκλεισμού λόγω φύλου (Aldrich et al., 1989).

Πέρα όμως από την πίεση αυτή, έχουν να αντιμετωπίσουν και να καταρρίψουν τις νόρμες που έχουν δημιουργηθεί γύρω από την έννοια της επιχειρηματικότητας αλλά και την άσκησή της. Δυστυχώς, η έννοια της επιχειρηματικής δραστηριότητας γίνεται με μεροληπτικό τρόπο. Η επιχειρηματικότητα συχνά απεικονίζεται ως μια αρρενωπή έννοια και οι όροι "επιχειρηματίας" και "αρσενικό" τείνουν να καταστούν ταυτόσημοι (Ahl & Marlow 2012, Gupta et al., 2009). Υποστηρίζοντας μια ιεραρχική κατάσταση στην οποία οι άντρες έχουν κυριαρχήσει έναντι των γυναικών με τα χαρακτηριστικά τους να είναι εκείνα των επιτυχημένων ιδιοκτητών επιχειρήσεων. Χαρακτηριστικά όπως η προοδευτικότητα, η ανάγκη για νέα επίτευγμα, η ανάληψη ρίσκου, η ανταγωνιστικότητα και η αυτοπεποίθηση είναι στερεοτυπικά αντιληπτό να θεωρούνται ως αρσενικά χαρακτηριστικά (Coleman, 2016). Επιπλέον, η συμπεριφορά των γυναικών που εμπλέκονται στην επιχειρηματική δραστηριότητα ορίζεται και αξιολογείται σύμφωνα με τα πρότυπα ενός αόρατου αρσενικού κανόνα (Lewis, 2006). Έτσι οι γυναίκες επιχειρηματίες πρέπει να διαχειρίζονται ταυτόχρονα διαφορετικές ταυτότητες που μπορούν να οδηγήσουν σε συγκρούσεις (Ahl, 2006, Bird & Brush, 2002).

Όπως προαναφέραμε η οικοδόμηση του επιχειρηματικού πνεύματος ως «αντρικό» φαινόμενο έχει μακροχρόνιες ιστορικές ρίζες, υποστηριζόμενες από πολιτισμικές, κοινωνικές και οικονομικές διαδικασίες και ενσωματώνεται σε κοινωνικές και πολιτιστικές νοοτροπίες και κανόνες (Hamilton, 2013). Επηρεάζοντας τη θέση και την εικόνα των γυναικείων εταιρειών, περιορίζοντας στην κινητοποίηση κρίσιμων πόρων και εμποδίζοντας την πλήρη υλοποίηση του επιχειρηματικού τους δυναμικού (Marlow and Patton, 2005). Η επιμονή στην ύπαρξη των παραδοσιακών ρόλων των φύλων μπορούν επίσης να οδηγήσουν τις γυναίκες στον αυτοπεριορισμό των επιχειρηματικών τους δραστηριοτήτων σε "γυναικεία" επαγγέλματα και τομείς επιχειρήσεων όπως είναι οι διάφορες υπηρεσίες ή τα επαγγέλματα υγείας και φροντίδας. Επιπλέον, οι κανόνες σχετικά με το πώς πρέπει να συμπεριφέρονται τα δυο φύλα είναι ικανά να περιορίσουν την πρόσβαση των γυναικείων επιχειρήσεων σε σημαντικούς πόρους, όπως ανθρώπινο, οικονομικό και κοινωνικό κεφάλαιο. Την περιορισμένη πρόσβαση των γυναικών σε χρηματοδοτήσεις που απαιτούνται για την έναρξη των επιχειρήσεων σε σχέση με τους άνδρες, έρχεται να επιβεβαιώσει και το Γράφημα 2.

Γράφημα 2: Περιορισμένη πρόσβαση γυναικών επιχειρηματιών σε χρηματοδότηση

Πηγή: OECD Gender Data Portal based on Gallup World Poll.

Το χάσμα αυτό μεταξύ των φύλων όσον αφορά την πρόσβαση στη χρηματοδότηση εξετάστηκε μέσα από πολλές μελέτες και αποδείχτηκε ότι οι γυναίκες αντιμετωπίζουν σοβαρά εμπόδια στη χρηματοδότηση των επιχειρήσεών τους (Brush et al., 2014). Έχοντας ως συνέπεια, οι γυναίκες επιχειρηματίες συνήθως να ξεκινούν τις επιχειρήσεις τους με λιγότερα χρήματα και στηριζόμενες περισσότερο στην αυτοχρηματοδότηση τους (Shaw et al., 2009). Μελέτες έχουν δείξει ότι στην Ευρώπη και στην Κοινοπολιτεία των Ανεξάρτητων Κρατών⁵, σχεδόν το 60% των γυναικείων επιχειρήσεων σε αντίθεση με το 44% των ανδρικών επιχειρήσεων δεν έλαβαν δάνειο, είτε επειδή αποθαρρύνονταν να υποβάλουν αίτηση είτε επειδή απορρίφθηκε η αίτησή τους. Τέλος, ρυθμιστικοί φορείς όπως το σύστημα κοινωνικής πρόνοιας, οι φορολογικές πολιτικές και οι οικογενειακές πολιτικές έχουν σημαντικό αντίκτυπο στην εξέλιξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας.

⁵ Πρόκειται για μια συμμαχία πρώην σοβιετικών δημοκρατιών που συστάθηκε τον Δεκέμβριο του 1991, μεταξύ των οποίων ανήκουν: η Αρμενία, το Αζερμπαϊτζάν, η Λευκορωσία, το Καζακστάν, το Κιργιζιστάν, η Μολδαβία, η Ρωσική Ομοσπονδία, το Τατζικιστάν, το Τουρκμενιστάν, η Ουκρανία και το Ουζμπεκιστάν

2.3 ΛΟΓΟΙ ΚΑΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΕΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες, που εξηγούν τις διαφορές στα χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων που ασκούν οι άνδρες και οι γυναίκες, καθώς και ορισμένες από τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν, είναι ο τομέας στον οποίο λειτουργούν. Σύμφωνα με έρευνες (OECD, 2016) ένα ποσοστό της τάξης του 12,8% των αυτοαπασχολούμενων γυναικών εργάζονται σε τομείς υγείας και κοινωνικής εργασίας και το 10,7% δραστηριοποιούνται σε τομείς υπηρεσιών όπως πλύσιμο και καθαρισμός κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων, κομμωτική, αισθητική και δραστηριότητες σωματικής ευεξίας. Σε αντίθεση με τους αυτοαπασχολούμενους άνδρες, που κατέχουν ποσοστά 3,3% και το 2,4% αντίστοιχα στους τομείς αυτών των δραστηριοτήτων. Πολύ πιο πιθανό είναι οι άνδρες να δραστηριοποιούνται στον τομέα των κατασκευών με ποσοστό 18,3% έναντι 1,4% των γυναικών, στους τομείς των μεταφορών και της αποθήκευσης με ποσοστό 5% έναντι 1% και τέλος σε τομείς μεταποίησης κατέχοντας ένα ποσοστό 7,8% έναντι 4,3% των γυναικών. Υποστηρίζεται, ότι οι επιχειρήσεις που δημιουργούνται από γυναίκες επιχειρηματίες τείνουν να έχουν μικρότερο αναπτυξιακό δυναμικό σε σχέση με εκείνες των ανδρών. Οι μελέτες που διεξάγονται στις ανεπτυγμένες οικονομίες (Marlow and Patton, 2005) υποδηλώνουν ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες είναι προσεκτικές σχετικά με την παραδοσιακή τραπεζική χρηματοδότηση λόγω του υψηλού κόστους και αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην πρόσβαση σε τραπεζικές και εξωτερικές πιστώσεις. Αυτός είναι ένας από τους σημαντικότερους φραγμούς στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων που ανήκουν σε γυναίκες και αποτελεί εμπόδιο στη δημιουργία πλούτου (Alsos et al., 2013, Orser et al., 2006). Οι γυναίκες είθισται να αποφεύγουν τον κίνδυνο από τους άνδρες κατά την εκκίνηση επιχειρήσεων προσπαθούν να μειώσουν τον οικονομικό τους κίνδυνο και να βασίζονται περισσότερο στα δικά τους ή των οικογενειών τους οικονομικά μέσα (Shabbir and Di Gregorio, 1996). Οι επιχειρήσεις, που ανήκουν και διαχειρίζονται οι γυναίκες εμφανίζονται, κατά μέσο όρο είναι λιγότερο προσανατολισμένες προς την επίτευξη υψηλής ανάπτυξης και δημιουργίας ουσιαστικής απασχόλησης για τους άλλους. Οι νέες επιχειρήσεις των γυναικών είναι λιγότερο πιθανόν να δημιουργήσουν έξι ή περισσότερες θέσεις εργασίας κατά τη διάρκεια των πρώτων πέντε ετών λειτουργίας τους. Μόνο το 19% των γυναικών, που ήταν νέοι επιχειρηματίες από το 2010 έως το 2014 αναμένονταν να δημιουργήσουν τουλάχιστον έξι θέσεις εργασίας, οι οποίες είναι σημαντικά χαμηλότερες από το ποσοστό των νέων επιχειρηματιών. Οι γυναίκες επιχειρηματίες ήταν επίσης λιγότερο πιθανό να εξάγουν από

τους άνδρες. Παρατηρείτε ότι σε όλη την Ευρωπαϊκή Ένωση, μόνο το 15% των νέων γυναικών επιχειρηματιών εξήγαγε σε σύγκριση με το 19% των ανδρών. Από την άλλη πλευρά, πρόσφατα στοιχεία δείχνουν ότι σε επίπεδο ΕΕ, οι γυναίκες επιχειρηματίες είναι τόσο πιθανό όσο οι άνδρες να προσφέρουν προϊόντα και υπηρεσίες που είναι καινούργια σε όλους ή μερικούς από τους πελάτες τους και έχουν λίγες ή καμία επιχείρηση που προσφέρει τα ίδια προϊόντα και υπηρεσίες (OECD, 2016). Ωστόσο, τα αποτελέσματα ποικίλλουν σημαντικά μεταξύ των διάφορων χωρών. Ορισμένες από αυτές τις διαφορές οφείλονται σε θεσμικά εμπόδια που περιορίζουν τις γυναίκες στην επιχειρηματικότητα. Αυτό περιλαμβάνει, για παράδειγμα, τις οικογενειακές και φορολογικές πολιτικές που αποθαρρύνουν τη συμμετοχή στην αγορά εργασίας και το επιχειρηματικό πνεύμα με την αρνητική κοινωνική στάση απέναντι στην επιχειρηματικότητα των γυναικών καθώς και στην περαιτέρω ανάπτυξη των είδη υπάρχων επιχειρήσεων. Υπάρχουν επίσης αποτυχίες της αγοράς που δυσκολεύουν τις γυναίκες να επιτύχουν τη δημιουργία επιχειρήσεων και την αυτο-απασχόληση τους. Ωστόσο, είναι σημαντικό να μην παραβλέπετε και το στοιχείο της προσωπικής επιλογής, καθώς οι γυναίκες συχνά έχουν διαφορετικά κίνητρα και προθέσεις στην επιχειρηματικότητα. Επομένως, οι υπεύθυνοι για τη χάραξη πολιτικής δεν πρέπει να αποσκοπούν στην εξάλειψη όλων των διαφορών μεταξύ ανδρών και γυναικών επιχειρηματιών, αλλά στην προσπάθειά τους να εξαλείψουν τις θεσμικές επιρροές που επηρεάζουν τα κίνητρα και τις προθέσεις και να διορθώσουν τις αποτυχίες της αγοράς που περιορίζουν την επιχειρηματικότητα των γυναικών. Οι γυναίκες είναι πιο πιθανό από τους άνδρες να αναφέρουν ότι ο φόβος αποτυχίας τους εμποδίζει να ξεκινήσουν μια επιχείρηση ή να την οδηγήσουν στο επόμενο στάδιο κάνοντας το επόμενο βήμα προς την ανάπτυξη της επιχείρησής τους. Σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης, το 52% των γυναικών ανέφερε ότι ο φόβος αποτυχίας θα τους εμποδίζει να ξεκινήσουν μια επιχείρηση σε σχέση με το 42% των ανδρών. Οι γυναίκες είχαν περισσότερες πιθανότητες από τους άνδρες να αναφέρουν αυτό το εμπόδιο σε όλες τις χώρες και ήταν ακόμα πιο πιθανό στην Ελλάδα με 71% και στην Πολωνία με 65% (OECD, 2016). Ενώ οι γυναίκες κάνουν σημαντικά βήματα όσον αφορά το μορφωτικό τους επίπεδο, σε επίπεδο πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, συχνά δεν υπάρχει συνδυασμός εκπαιδευτικών, επαγγελματικών, τεχνικών δεξιοτήτων και επαγγελματικής εμπειρίας που απαιτούνται για τη στήριξη της ανάπτυξης πολύ παραγωγικών επιχειρήσεων. Με αποτέλεσμα να έχουν συχνά λιγότερη εμπειρία όταν ξεκινούν μια επιχείρηση και είναι επίσης λιγότερο πιθανό από τους άνδρες να δανειστούν χρήματα για να χρηματοδοτήσουν την επιχείρησή τους. Αυτοί οι παράγοντες συμβάλλουν αρκετά στις γυναικείες επιχειρήσεις έχοντας ως αποτέλεσμα να κερδίζουν συχνά 30 έως 40% λιγότερο από τους άνδρες επιχειρηματίες. Πρέπει να αναφερθεί ότι παρόλο που οι επιχειρήσεις που ανήκουν

σε γυναίκες τείνουν να είναι μικρότερες και λιγότερο προσανατολισμένες προς την επίτευξη υψηλού ρυθμού ανάπτυξης, οι γυναικείες επιχειρήσεις φαίνεται να είναι σταθερές και ανθεκτικές στις μεταβολές των οικονομικών συνθηκών. Τα ποσοστά επιβίωσης των επιχειρήσεων για τις επιχειρήσεις που ανήκουν σε γυναίκες ήταν περίπου ίσα με αυτά των επιχειρήσεων των ανδρών. Αυτή η ανθεκτικότητα εξηγείται εν μέρει από τη φύση των γυναικείων επιχειρήσεων, οι οποίες τείνουν να επικεντρώνονται στις υπηρεσίες υγείας, τις εκπαιδευτικές υπηρεσίες και άλλους τομείς προσωπικών υπηρεσιών που είναι λιγότερο ευάλωτοι στην οικονομική ύφεση. Είναι σαφές ότι οι γυναίκες τείνουν να ασχολούνται λιγότερο με την επιχειρηματικότητα και ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες συχνά χρησιμοποιούν διαφορετικούς τύπους επιχειρήσεων από τους άνδρες. Εντούτοις, δεν μπορούμε να αρνηθούμε ότι οι γυναικείες επιχειρήσεις συνεισφέρουν σημαντικά στο εισόδημα των νοικοκυριών και στη γενική οικονομική ανάπτυξη.

2.4 Η ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΕ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

Σύμφωνα με τα γνωστοποιημένα στοιχεία του Global Entrepreneurship Monitor ή GEM, το 2016 περίπου 163 εκατομμύρια γυναίκες ξεκίνησαν νέες επιχειρήσεις σε 74 οικονομίες παγκοσμίως, ενώ περίπου 111 εκατ. λειτουργούσα ήδη εδραιωμένες επιχειρήσεις. Το γεγονός αυτό αντανακλά την ισχυρή παρουσία των γυναικών στο επιχειρείν σε όλη την υφήλιο, αλλά αναδεικνύει και τη συνεισφορά των γυναικών στην ανάπτυξη και την ευημερία των κοινωνιών. Οι γυναίκες επιχειρηματίες σχεδιάζουν, δημιουργούν και παράγουν προϊόντα και υπηρεσίες, ενώ παράλληλα παρέχουν εισοδήματα στις οικογένειές τους και θέσεις εργασίας στις κοινότητες τους, συμβάλλοντας έτσι και αυτές από την πλευρά τους στην πρόοδο και στην κοινωνική ευημερία. Οι γυναίκες αποτελούν το 40% του εργατικού δυναμικού σε 80 χώρες, μέχρι το 2022, εκτιμάται ότι περίπου ένα δισεκατομμύριο γυναίκες θα εισέλθουν στο εργατικό δυναμικό ενώ ελέγχουν περισσότερα από \$20 τρισεκατομμύριο στις ετήσιες καταναλωτικές δαπάνες, αριθμός που αναμένεται να αυξηθεί σε περίπου \$28 τρισεκατομμύριο μέσα στα επόμενα 5 χρόνια.

Παρατηρώντας τους λόγους για τους οποίους μία γυναίκα αποφασίζει να δημιουργήσει τη δική της επιχείρηση βλέπουμε ότι αρκετές γυναίκες υποκινούνται από ανάγκη. Ξεκινούν

δηλαδή μια επιχείρηση όταν δεν υπάρχουν άλλες επιλογές για να στηρίξουν τις οικογένειές τους, ενώ άλλες γυναίκες υποκινούνται από τις ευκαιρίες, αξιοποιούν δηλαδή, επιχειρηματικές ευκαιρίες στην αγορά, παρόλο που έχουν τη δυνατότητα απασχόλησης υπό άλλες μορφές. Προφανώς, θα πρέπει να αναγνωριστεί ότι η γυναικεία επιχειρηματικότητα στις διάφορες γεωγραφικές περιοχές επηρεάζεται από παράγοντες όπως το φυσικό περιβάλλον, η πολιτική, η θρησκεία και ο πολιτισμός που τελικά καθορίζουν τις επιχειρηματικές επιλογές και τις συμπεριφορές των γυναικών. Οι γυναίκες επιχειρηματίες ανά την υφήλιο έχουν διαφορετικές επιχειρηματικές εμπειρίες και προσδοκίες ανάλογα με την πρόσβαση τους σε ευκαιρίες, σε αγορές, χρηματοδοτικούς πόρους και υποδομές. Συνεπώς, δεν υπάρχει ένα ενιαίο προφίλ για τη γυναίκα επιχειρηματία και δεν μπορεί να αντιμετωπίζονται ως ένας ενιαίος πληθυσμός, με κοινά χαρακτηριστικά. Οι γυναίκες που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά απολαμβάνουν μια πηγή εισοδήματος για τους εαυτούς τους και τις οικογένειές τους, αλλά προσφέρουν και θέσεις εργασίας στις κοινότητές τους. Γυναίκες επιχειρηματίες που καινοτομούν και παράγουν βελτιωμένα προϊόντα και υπηρεσίες φέρνουν νέες λύσεις στην αγορά, ενώ με πωλήσεις πέρα των εθνικών συνόρων, συμβάλλουν στην ανταγωνιστικότητα της οικονομίας τους. Παρά το γεγονός ότι σε πολλές περιοχές του κόσμου η γυναικεία επιχειρηματικότητα περιορίζεται είτε λόγω έλλειψης κεφαλαίου είτε λόγω κοινωνικών εμποδίων, οι γυναίκες επιχειρηματίες συμβάλλουν ουσιαστικά στην οικονομική ανάπτυξη και στη μείωση της φτώχειας.

Σε παγκόσμιο επίπεδο, η έκθεση του GEM για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα έδειξε ότι παραμένουν, έστω και σε μικρό βαθμό, οι διαφορές μεταξύ των δύο φύλων, αλλά και μεταξύ των γυναικών ανά επίπεδο ανάπτυξης, κυρίως ως προς τις προοπτικές μεγέθυνσης της επιχείρησης και τα κίνητρα. Συγκεκριμένα, καταγράφεται μείωση του χάσματος 5% μεταξύ των φύλων σε σχέση με την τελευταία έκθεση (2014) για τις οικονομίες που συμμετείχαν και στις δύο μελέτες, με τα ποσοστά επιχειρηματικότητας στις γυναίκες να παρουσιάζουν αύξηση. Ομοίως, μεταξύ των 63 οικονομιών που περιλαμβάνονται και στις δύο εκθέσεις, οι θετικές αντιλήψεις που αφορούν τις επιχειρηματικές ευκαιρίες στον γυναικείο πληθυσμό ενισχύθηκαν, με αποτέλεσμα η διαφορά με τους άντρες να μειωθεί ελαφρά. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες έχουν κατά 5% περισσότερες πιθανότητες να είναι καινοτόμες στις επιχειρήσεις τους σε σχέση με τους άντρες, ενώ οι επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών αυξηθήκαν κατά 16% το 2016 σε σχέση με το 2014.

Ωστόσο, έχει παρατηρηθεί ότι όσο πιο ανεπτυγμένη είναι μια οικονομία, τόσο μειώνεται το επίπεδο της γυναικείας επιχειρηματικότητας της. Αυτό συμβαίνει, γιατί υπάρχει ένας επιχειρηματικός τομέας που είναι σε θέση να προσφέρει θέσεις εξαρτημένης εργασίας στις γυναίκες με σημαντικές παροχές, με αποτέλεσμα να είναι πιο ελκυστικός για εργασία, σε

σχέση με την αυτοποαπασχόληση. Η ανάγκη παραμένει το βασικό κίνητρο της επιχειρηματικής δραστηριότητας των γυναικών, ενώ εντοπίζονται και χαμηλότερες προσδοκίες για ανάπτυξη και υψηλότερα ποσοστά αποχώρησης συγκριτικά με τους άντρες. Είναι χαρακτηριστικό ότι μόλις το 35% των γυναικών στις Χώρες καινοτομίας πιστεύει ότι έχει ικανότητες για να ξεκινήσει μια επιχείρηση. Επιπροσθέτως, ένας σημαντικός παράγοντας που χαρακτηρίζει τη γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι η εξωστρέφεια. Στις χώρες καινοτομίας, πάνω από το ένα πέμπτο των γυναικών επιχειρηματιών δηλώνει ότι τουλάχιστον το 25% των πωλήσεων προέρχεται από το εξωτερικό, όταν το αντίστοιχο ποσοστό στους άντρες είναι αισθητά χαμηλότερο. Όσον αφορά στους κλάδους, το χονδρικό/λιανικό εμπόριο αντιπροσωπεύει περίπου το 60% της γυναικείας επιχειρηματικής δραστηριότητας στις αναπτυσσόμενες χώρες, ενώ στις χώρες καινοτομίας, μόνο το ένα τρίτο των γυναικών επιχειρηματιών συμμετέχουν σε αυτόν τον τομέα. Πάνω από τις μισές γυναίκες επιχειρηματίες στις Χώρες καινοτομίας απασχολούνται σε υπηρεσίες προς την κυβέρνηση, την υγεία, την εκπαίδευση και τις κοινωνικές υπηρεσίες. Ομοίως, οι αντιλήψεις των γυναικών σχετικά με τις ικανότητές τους για να ξεκινήσουν μια επιχείρηση έχουν αρνητική συσχέτιση με το επίπεδο ανάπτυξης, δηλαδή είναι αισθητά χαμηλότερες στις χώρες καινοτομίας συγκριτικά με τις λιγότερο ανεπτυγμένες οικονομίες. Καθώς οι προθέσεις δυστυχώς δε μεταφράζονται πάντα σε πράξεις, γεγονός που επιβεβαιώνεται από το γεγονός ότι περισσότερες γυναίκες από ό,τι άντρες, ενδέχεται να αποχωρήσουν από ένα εγχείρημα, με την πιθανότητα διακοπής μιας επιχειρηματικής προσπάθειας να είναι μεγαλύτερη στις γυναίκες.

2.5 Η ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Τις τελευταίες δεκαετίες έχουν εκπονηθεί πολλά επενδυτικά προγράμματα από την Ευρωπαϊκή Ένωση αλλά και την Ελληνική κυβέρνηση με σκοπό την ενθάρρυνση και τη δημιουργία της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Η ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας αποτελεί ένα σημαντικό πολιτικό στόχο των εκάστοτε κυβερνήσεων, διότι επιθυμούν οι γυναίκες να είναι πιο ενεργές τόσο κοινωνικά και οικονομικά, όσο και πολιτικά και επίσης με αυτό τον τρόπο να αντιμετωπίσουν το πρόβλημα της ανεργίας, που μαστιάζει κυρίως τις γυναίκες στο σύνολό του οι οποίες εκτός των άλλων αντιμετωπίζουν και περισσότερα προβλήματα και δυσκολίες με το να ενταχθούν στην αγορά εργασίας.

Ο Οργανισμός για την Οικονομική συνεργασία και Ανάπτυξη (ΟΑΣΑ) έχει ορίσει κάποιες προϋποθέσεις για να μπορέσει μια επιχείρηση να χαρακτηριστεί ως «γυναικεία» και αυτές είναι οι ακόλουθες.

1. Να υπάρχει στο κεφάλαιο της επιχείρησης η συμμετοχή μια γυναίκας σε ποσοστό τουλάχιστον 51%
2. Οι στρατηγικές αποφάσεις που αφορούν την ανάπτυξη και την βιωσιμότητα της επιχείρησης να λαμβάνεται από την ίδια την/τις ιδιοκτήτρια/ες.

Με αυτές τις προϋποθέσεις ο ΟΑΣΑ θέλει να καταστήσει σαφές ότι οι επιχειρήσεις αυτές εντάσσονται σίγουρα στις «γυναικείες», καθώς με αυτό τον τρόπο θα μπορεί να κάνει την αληθινή καταγραφή των γυναικείων επιχειρήσεων, καθώς υπάρχει μεγάλο εύρος εταιρειών όπου οι συνεταίροι είναι διαφορετικού φύλου ή πρόκειται για οικογενειακές επιχειρήσεις ή αλλιώς η γυναίκα έχει την επιχείρηση στο όνομά της για φορολογικούς λόγους και κάποιος άλλος, κυρίως άνδρας, είναι αυτός που αποφασίζει για τη λειτουργία και τη διοίκηση της επιχείρησης.

Μία καλύτερη εικόνα για τη σημαντικότητα της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην οικονομία και τη κοινωνία μιας χώρας μπορεί να σχηματιστεί αν εξεταστεί το ποσοστό του γυναικείου πληθυσμού της χώρας που κατευθύνεται σε επιχειρηματική δραστηριότητα. Το ποσοστό των γυναικών, που βρίσκεται στα αρχικά στάδια επιχειρηματικότητας, στην Ελλάδα ανέρχεται σε 4,8%, σε ελαφρώς χαμηλότερα επίπεδα από ό,τι στην Ευρώπη και στις Χώρες καινοτομίας με ποσοστά 6,0% και 6,6% αντίστοιχα. Παρατηρείται, πως υψηλότερη επιχειρηματικότητα γυναικών εμφανίζουν οι αναπτυσσόμενες χώρες του πλανήτη συγκριτικά με τις ανεπτυγμένες. Τα υψηλότερα ποσοστά επιχειρηματικής δραστηριοποίησης παρουσιάζονται συνήθως σε χώρες όπου η αναζήτηση εργασίας είναι μία δύσκολη υπόθεση, ή σε χώρες με υψηλά ποσοστά ανεργίας, όπου τα άτομα ωθούνται στην επιχειρηματικότητα αναγκαστικά. Σε αυτές τις περιπτώσεις η επιχειρηματικότητα συνήθως αφορά κυρίως σε αυτό-απασχόληση και μικροεπιχειρηματικότητα, και αποσκοπεί κατά βάση σε βιοπορισμό. Σε ό,τι αφορά τα κίνητρα και στη διάκριση μεταξύ επιχειρηματικότητας ανάγκης και ευκαιρίας, βασικό κίνητρο για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα σύμφωνα με το 37,4% των γυναικών επιχειρηματιών στην Ελλάδα αποτελεί η ανάγκη, εύρημα το οποίο εντοπίζεται μεν στην Ευρώπη και στις Χώρες καινοτομίας αλλά σε αισθητά χαμηλότερα επίπεδα 23,6% και 20,7% αντίστοιχα. Αξίζει να σημειωθεί ότι η Ελλάδα βρίσκεται στις τέσσερις πρώτες θέσεις όσον αφορά στη γυναικεία επιχειρηματικότητα ανάγκης, γεγονός που πιθανόν να οφείλεται στα

υψηλά ποσοστά ανεργίας στις γυναίκες, αλλά και στη δυσκολία εύρεσης εξαρτημένης εργασίας. Πάντως το 2016 καταγράφεται εξασθένηση του ποσοστού των γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων από ανάγκη σε σχέση με το 2014, τόσο στην Ευρώπη και στις Χώρες καινοτομίας όσο και στην Ελλάδα.

Από την άλλη πλευρά, η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας αποτελεί βασικό κίνητρο της για το 60% των γυναικών επιχειρηματιών στην Ελλάδα, επίδοση όμως που και πάλι φέρνει τη χώρα στις τελευταίες θέσεις της συγκριτικής κατάταξης. Αντιθέτως, στις Χώρες καινοτομίας και στην Ευρώπη, οι ευκαιρίες αποτελούν βασικό κίνητρο έναρξης επιχειρηματικότητας σε ποσοστό 72,7% και 75,9%, αντίστοιχα. Μια εύλογη υπόθεση είναι ότι όσο πιο ανεπτυγμένοι είναι οι θεσμοί και οι πολιτικές σε μια χώρα, τόσο λιγότερο έντονο θα είναι το κίνητρο της επιχειρηματικής δραστηριότητας από γυναίκες για λόγους ανάγκης, ή διαφορετικά, τόσο ισχυρότερο θα είναι το κίνητρο της ευκαιρίας. Συνεπώς, η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα και η ανάληψη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων αποτελεί μία βιοποριστική λύση και όχι μια επιλογή αξιοποίησης επιχειρηματικών ευκαιριών, εύρημα το οποίο συνάδει με τα υψηλά ποσοστά ανεργίας στις γυναίκες.

Σε ό,τι αφορά τους κλάδους επιχειρηματικής δραστηριοποίησης, οι γυναίκες επιχειρηματίες στην Ελλάδα δραστηριοποιούνται κυρίως στο χονδρικό και λιανικό εμπόριο και στις υπηρεσίες, εύρημα το οποίο εντοπίζεται πάντως και στην Ευρώπη και στις χώρες καινοτομίας. Ωστόσο, αυτό που ξεχωρίζει είναι το ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό στον κλάδο του εμπορίου στην Ελλάδα τι τάξης του 42,2% σε σχέση με τα αντίστοιχα ποσοστά των υπολοίπων χωρών, το οποίο κατατάσσει τη χώρα στις τρεις πρώτες θέσεις μαζί με τη Βουλγαρία και τη Πορτογαλία. Πρόκειται για τομείς οι οποίοι έρχονται να επιβεβαιώσουν ότι τα εγχειρήματα που υλοποιούνται από γυναίκες απευθύνονται στον τελικό κυρίως καταναλωτή, αφορούν δηλαδή σε δραστηριότητες με σχετικά μικρή αναπτυξιακή δυναμική.

Η εικόνα αλλάζει σχετικά όταν εξεταστούν όχι τα αρχικά στάδια επιχειρηματικής δραστηριοποίησης αλλά την καθιερωμένη επιχειρηματικότητα, η οποία αναφέρεται στα άτομα τα οποία δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά σε μια επιχείρηση που λειτουργεί ήδη τουλάχιστον για 3,5 χρόνια. Ως συνέπεια της υψηλής αυτο-απασχόλησης που υπάρχει στη χώρα, η Ελλάδα καταλαμβάνει την πρώτη θέση όσον αφορά το ποσοστό των γυναικών σε εδραιωμένες επιχειρήσεις συγκριτικά με άλλα χώρες, με 10%, όταν στην Ευρώπη και στις χώρες καινοτομίας, ο αντίστοιχος δείκτης είναι μόλις 4,7% και 4,4%, αντίστοιχα. Οι γυναίκες επιχειρηματίες στην Ελλάδα απασχολούνται σε εδραιωμένες επιχειρήσεις σε μεγαλύτερο βαθμό από ό,τι στις άλλες χώρες, και μάλιστα το ποσοστό των γυναικών σε εδραιωμένες

επιχειρήσεις, στην Ελλάδα σημειώνει ενίσχυση κατά 3,1 ποσοστιαίες μονάδες σε σχέση με το 2014 από 7,7%.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3. ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΗΜΟΥ ΒΟΛΟΥ

3.1 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΒΟΛΟΥ

Ο Δήμος Βόλου, όπως έχει διαμορφωθεί μετά την εφαρμογή του Προγράμματος Καλλικράτη αποτελεί τον έβδομο μεγαλύτερο Δήμο της χώρας με πραγματικό πληθυσμό 144.449 κατοίκους, σύμφωνα με την απογραφή του 2011. Η σημερινή μορφή του δήμου έχει προκύψει, από την επέκταση του αρχικού Δήμου Βόλου με τη συνένωση των δήμων Ιωλκού, Νέας Αγχιάλου, Αγριάς, Πορταριάς, Νέας Ιωνίας, Αρτέμιδας και Αισωνίας και της Κοινότητας Μακρινίτσας.

Η πόλη του Βόλου αποτελεί την πρωτεύουσα του Νομού Μαγνησίας και, ως ευρύτερο πολεοδομικό συγκρότημα, ανήκει στα έξι μεγαλύτερα αστικά κέντρα του ελληνικού χώρου. Χαρακτηρίζεται από έντονες αστικές λειτουργίες, σημαντικής παρουσία της βιομηχανίας, της μεταποίησης και του τουρισμού, μεγάλη ποικιλία στην αγροτική παραγωγή και σημαντική παρουσία νέων ανθρώπων λόγω του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.

Ο Δήμος Βόλου, με συνολική έκταση 385,614 τ.χλμ, βρίσκεται στον Νομό Μαγνησίας και στο νοτιοανατολικό τμήμα της Περιφέρειας Θεσσαλίας και συνορεύει βόρεια και δυτικά με τον Δήμο Ρήγα Φεραίου, νοτιοδυτικά με το Δήμο Αλμυρού, βορειοανατολικά με τον Δήμο Ανατολικού Πηλίου, νοτιοανατολικά με τον Δήμο Νοτίου Πηλίου, ενώ νότια βρέχεται από τον Παγασητικό Κόλπο. Το ανάγλυφο της περιοχής χαρακτηρίζεται κατά 55% πεδινό, 12% ημιορεινό και 33% ορεινό. Η θέση του δήμου χαρακτηρίζεται κεντροβαρική ως προς τον ελληνικό χώρο, αφού βρίσκεται στο κύριο αναπτυξιακό άξονα της χώρας, σε περίπου ίση απόσταση από την Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη. Συγκριτικά χωροταξικά πλεονεκτήματα της περιοχής είναι το λιμάνι της πόλης, η γειτνίαση με τον κύριο οδικό άξονα της χώρας και η ύπαρξη του διεθνή αερολιμένα στη Ν. Αγχιάλο, καθώς και η επαφή με το βουνό του Πηλίου, ένα μοναδικό φυσικό μνημείο. (Επιχειρησιακό Σχέδιο Δράσης Δήμου Βόλου 2011-2014)

Ο Βόλος είναι ένας τουριστικός προορισμός αλλά και πέρασμα για τα νησιά των Σποράδων ή τα παραθαλάσσια χωριά του Νοτίου Πηλίου. Το Πήλιο ή διαφορετικά το Βουνό των Κενταύρων αποτελεί τουριστικό προορισμό όλο τον χρόνο, προσφέροντας διάφορες

μορφές ενναλακτικού τουρισμού. Τέλος, στο δήμο Βόλου εδρεύει το Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας προσελκύοντας αρκετούς φοιτητές, οι οποίο επιλέγουν να φοιτήσουν στις σχολές του δήμου μας.

3.2 ΤΑ ΕΠΙΠΕΔΑ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΚΑΙ ΑΝΕΡΓΙΑΣ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΒΟΛΟΥ

Η ανεργία είναι ένας σημαντικός παράγοντας ο οποίος καθορίζει πόσο υγιής είναι μια οικονομία, και κατά πόσο η οικονομία θα μεγιστοποιούσε την αποδοτικότητα της, εάν ο καθένας θα μπορούσε να εργάζεται με κάποιο μισθό. Ένα άνεργο άτομο είναι τόσο αναποτελεσματικό και αποτελεί εξάντληση των πόρων της κοινωνίας. Η ανεργία είναι ένα ισχυρό στατιστικό στοιχείο που διαμορφώνει την πολιτική της κυβέρνησης και τις προσωπικές αποφάσεις των ατόμων. Κάθε οικονομία έχει ορισμένο μέγεθος πληθυσμού, που το διακρίνουμε σε εργατικό δυναμικό ή οικονομικά ενεργό πληθυσμό όπου είναι το σύνολο των ατόμων το οποίο είναι ικανό και ταυτόχρονα θέλει να εργαστεί. Επίσης διακρίνεται σε απασχολούμενους, όλοι εκείνοι που εργάζονται με αποτέλεσμα την παραγωγή εμπορεύσιμων αγαθών και υπηρεσιών. Άνεργοι, όσοι είναι άμεσα διαθέσιμοι για εργασία, αλλά δεν μπορούν να βρουν μία θέση απασχόλησης. Και τέλος έχουμε τον οικονομικά μη ενεργό πληθυσμό, όλους εκείνους όσοι δεν μπορούν να εργαστούν όπως είναι οι ηλικιωμένοι και τα παιδιά και όσοι δεν είναι πρόθυμοι να εργαστούν, δηλαδή είναι εκούσια άνεργοι.

Η ανεργία είναι ένας πολυσυζητημένο όρος τα τελευταία χρόνια στην χώρα μας δεδομένου ότι τα επίπεδα της είναι αρκετά υψηλά. Ωστόσο δεδομένα στο χωρικό επίπεδο του δήμου Βόλου το οποίο θέλουμε να μελετήσουμε υπάρχουν μόνο από απογραφές, έτσι προκειμένου να γίνει η παρουσίαση της ανεργίας του δήμου πήραμε στοιχεία από την απογραφή του 2011 και τα παραθέτουμε στον ακόλουθο πίνακα (Πίνακας 1). Με τη βοήθεια του πίνακα μπορούμε να δούμε το σύνολο του οικονομικά ενεργού πληθυσμού του δήμου Βόλου, το οποίο ανέρχεται στους 57.685 κατοίκους. Εστιάζοντας στο γυναικείο εργατικό δυναμικό παρατηρούμε ότι 18.549 γυναίκες απασχολούνται ήδη ενώ 5.183 γυναίκες είναι άνεργες. Επίσης, παρατηρούμε ότι οι οικονομικά μη ενεργές γυναίκες κατέχουν υψηλό αριθμό υποδηλώνοντας ότι πολλές είναι οι γυναίκες οι οποίες ανήκουν στο απλήρωτο εργατικό δυναμικό, διότι έχουν επιλέξει να ασχοληθούν με τη φροντίδα του νοικοκυριού τους, την ανατροφή των παιδιών και άλλα.

Πίνακας 1 : Απογραφή Πληθυσμού 2011. Μόνιμος Πληθυσμός, κατά φύλο και κατάσταση ασχολίας

Περιγραφή τόπου μόνιμης διαμονής/ φύλο	Οικονομικά ενεργοί				
	Σύνολο	Απασχολούμενοι	Άνεργοι		
			Σύνολο	Πρώην απασχολούμενοι	"Νέοι"
ΔΗΜΟΣ ΒΟΛΟΥ	57.685	46.119	11.566	7.716	3.850
Άρρενες	33.953	27.570	6.383	4.340	2.043
Θήλεις	23.732	18.549	5.183	3.376	1.807

Περιγραφή τόπου μόνιμης διαμονής/ φύλο	Οικονομικά μη ενεργοί			
	Σύνολο	Μαθητές- σπουδαστές	Συνταξιούχοι	Λοιποί
ΔΗΜΟΣ ΒΟΛΟΥ	86.764	24.726	31.128	30.910
Άρρενες	36.232	12.352	16.943	6.937
Θήλεις	50.532	12.374	14.185	23.973

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Ιδία Επεξεργασία

Πίνακας 2. Απογραφή Πληθυσμού 2011. Απασχολούμενοι κατά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας.

Κλάδοι οικονομικής δραστηριότητας									
Α. ΓΕΩΡΓΙΑ, ΔΑΣΟΚΟΜΙΑ ΚΑΙ ΑΛΙΕΙΑ	ΣΤ. ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ	ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ - ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΜΗΧΑΝΟΚΙΝΗΤΩΝ ΟΧΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΜΟΤΟΣΥΚΛΕΤΩΝ	Η. ΜΕΤΑΦΟΡΑ ΚΑΙ ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗ	ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΠΑΡΟΧΗΣ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΕΣΤΙΑΣΗΣ	ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΑΜΥΝΑ - ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΑΣΦΑΛΙΣΗ	Ο. ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	Π. ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΜΕ ΤΗΝ ΑΝΘΡΩΠΙΝΗ ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΜΕΡΙΜΝΑ	ΛΟΙΠΟΙ ΚΛΑΔΟΙ
2.167	3.218	8.311	2.098	3.413	990	5.436	4.973	3.132	12.381

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Ιδία Επεξεργασία

Εστιάζοντας στον Πίνακα 2 θα παρατηρήσουμε πώς το σύνολο των 46.119 απασχολούμενων του δήμου επιμερίζονται στους διάφορους κλάδους οικονομικής

δραστηριότητας. Στον πρωτογενή τομέα δηλαδή στο κομμάτι της γεωργία, της δασοκομίας και της αλιείας απασχολούνται 2.167 κάτοικοι, σε αντίθεση με τους 28.353 απασχολούμενους που απαριθμεί ο τριτογενής τομέας. Η γυναικεία επιχειρηματικότητα, που συναντάμε στον δήμο είναι και αυτή με τη σειρά της εστιασμένη στον τριτογενή τομέα και την παροχή υπηρεσιών.

Αντιλαμβανόμαστε ότι ο δήμος Βόλου είναι μια περιοχή η οποία έχει εστιάσει την οικονομική της δραστηριότητα κατά κύριο λόγο στην παροχή υπηρεσιών όπως είναι η εστίαση, ο τουρισμός, οι παροχές υγείας, το χονδρικό-λιανικό εμπόριο καθώς και άλλα. Ο δήμος θα έπρεπε να στοχεύει στην συνεχή βελτίωση και ανάπτυξη των υπηρεσιών του, καθώς οι σύγχρονες οικονομίες, από τις πλέον μικρές έως τις πλέον μεγάλες, λειτουργούν σε ένα διεθνοποιημένο σύστημα παραγωγής και ανταλλαγής, βασικό χαρακτηριστικό του οποίου είναι ο ανταγωνισμός. Για να μπορέσουν συνεπώς να διασφαλίσουν αλλά και να ενισχύσουν το επίπεδο ευημερίας των κατοίκων τους, οι σύγχρονες τοπικές οικονομίες, θα πρέπει να είναι συνεχώς ανταγωνιστικές. Δηλαδή, να παράγουν προϊόντα και υπηρεσίες τα οποία να χαρακτηρίζονται από ένα συνδυασμό τιμής, εύρους-ποικιλίας και ποιότητας που να τους επιτρέπει να επιβιώσουν στον ανταγωνισμό άλλων περιοχών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

4. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

4.1 ΕΙΔΗ ΕΡΕΥΝΑΣ

Σύμφωνα με την κατηγοριοποίηση του Φίλια (2001), οι έρευνες διακρίνονται σε:

Διερευνητικές: Πρόκειται για έρευνες που αποσκοπούν στην καινοτομία και στην ανακάλυψη καταστάσεων. Για τον λόγο αυτόν διέπονται από ευελιξία και η διεξαγωγή του γίνεται από άτομα με γνώσεις κι εμπειρία. Εδώ διατυπώνεται ένα πρόβλημα, ορίζονται κι εξετάζονται υποθέσεις, ιεραρχούνται προτεραιότητες και αναλύονται αποκαλυπτικές καταστάσεις.

Περιγραφικές: Πρόκειται για έρευνες που αποσκοπούν στον προσδιορισμό και την εκτίμηση των χαρακτηριστικών μιας κατάστασης. Για τον λόγο αυτόν διεξάγονται οργανωμένα και σχεδιασμένα. Η επιτυχία τους οφείλεται στην αμεροληψία του ερευνητή.

Πειραματικές: Πρόκειται για τις έρευνες στις οποίες ο έλεγχος των υποθέσεων γίνεται μέσω πειράματος. Με τον τρόπο αυτό εξετάζονται η ύπαρξη ή μη συστηματικής σχέσης μεταξύ δυο μεταβλητών, ο τρόπος που οι μεταβολές της μιας επηρεάζουν την άλλη και ούτω καθεξής.

Η παρούσα έρευνα ανήκει στην κατηγορία των περιγραφικών ερευνών.

4.2 ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΡΕΥΝΑΣ

Ανάλογα με τον ευρύτερο στόχο της έρευνας η ερευνητική μέθοδος, που δύναται να ακολουθήσει ο επιστήμονας/μελετητής είναι η ποιοτική και η ποσοτική. Η ποιοτική έρευνα στοχεύει στη διερεύνηση και κατανόηση σε βάθος των κοινωνικών φαινομένων. Ο ερευνητής

με την ποιοτική έρευνα απαντά σε ερωτήματα, που σχετίζονται με το «Γιατί;» και το «Πώς;» των φαινομένων αυτών. Η ποιοτική προσέγγιση αποτελεί μια κατά βάση διερευνητική μέθοδο. Με την ποιοτική έρευνα ερευνώνται σε βάθος αναπαραστάσεις, στάσεις, αντιλήψεις, κίνητρα, καθώς και δεδομένα της συμπεριφοράς των ατόμων. Στόχος της ποιοτικής διερεύνησης είναι η ολιστική κατανόηση μιας στάσης ή μιας συμπεριφοράς αλλά η ολιστική κατανόηση διερευνώντας την εμπειρία των ατόμων και τα υποκειμενικά νοήματα που τη συγκροτούν. Η ποσοτική έρευνα αναφέρεται στη συστηματική διερεύνηση φαινομένων με στατιστικές μεθόδους και αριθμητικά δεδομένα. Χρησιμοποιείται συνήθως αντιπροσωπευτικό δείγμα παρατηρήσεων επιδιώκοντας τα αποτελέσματα να γενικευτούν στον ευρύτερο πληθυσμό.

Η ερευνητική μέθοδος, όπου στηρίζεται η παρούσα προσπάθεια είναι η ποσοτική διότι στόχος αυτής είναι η εξέταση υποθέσεων μέσα από τις οποίες θα εξαχθούν συμπεράσματα τα οποία θα επιβεβαιώνουν ή όχι τη θεωρία. Η έρευνα στηρίζεται στη χρήση ερωτηματολογίου, το οποίο δόθηκε στο εξεταζόμενο δείγμα με προσωπική παράδοση. Η τακτική της προσωπικής επαφής ήταν σαφώς πιο άμεση με αποτέλεσμα την ανάπτυξη ενός κλίματος εμπιστοσύνης και ασφάλεια όσον αφορά τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου.

4.3 ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

4.3.1 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Η δειγματοληπτική έρευνα με ερωτηματολόγια, συνεντεύξεις και στατιστικές μεθόδους ανάλυσης είναι η πιο διαδεδομένη μορφή εμπειρικής έρευνας. Η τυποποίηση των στοιχείων, που συλλέγονται, η δυνατότητα προσέγγισης μεγάλου μέρους του πληθυσμού, η επιδεκτικότητα των στοιχείων σε στατιστικές μεθόδους ανάλυσης για την ανάδειξη γενικών τάσεων καθιστούν τη δειγματοληπτική έρευνα την πλέον καθιερωμένη μέθοδο για τη μελέτη των κοινωνικών φαινομένων. Το ερωτηματολόγιο είναι ένα έντυπο, που περιλαμβάνει μια σειρά δομημένων ερωτήσεων, στις οποίες ο ερωτώμενος καλείται να απαντήσει γραπτά και με μια συγκεκριμένη σειρά. Με τα ερωτηματολόγια συλλέγονται δεδομένα ζητώντας από ανθρώπους να απαντήσουν στο ίδιο ακριβώς σύνολο ερωτήσεων. Χρησιμοποιούνται συνήθως στο πλαίσιο μιας ερευνητικής στρατηγικής, προκειμένου να συλλεχθούν περιγραφικά και επεξηγηματικά, δεδομένα για απόψεις, συμπεριφορές, χαρακτηριστικά, στάσεις και πολλά

άλλα. Το ερωτηματολόγιο αποτελεί το μέσο επικοινωνίας μεταξύ ερευνητή και ερωτώμενων, με άμεσο ή έμμεσο τρόπο, ανάλογα με τη μέθοδο συλλογής των δεδομένων. Η δομή του ερωτηματολογίου, λόγω των ιδιοτήτων που έχει, αποτελεί την πλέον κρίσιμη και λεπτή εργασία, καθοριστικής σημασίας για την επιτυχία μιας στατιστικής ερευνάς. Σε μια έρευνα, αν εφαρμοστεί αποτελεσματικό σχέδιο δειγματοληψίας ή ακόμη και η πλέον ενδεδειγμένη ανάλυση των στοιχείων, δεν είναι δυνατόν να εξάγουμε σωστά συμπεράσματα, αν λάβαμε μη συγκρίσιμες απαντήσεις από ένα ακατάλληλο ερωτηματολόγιο με ασαφείς ερωτήσεις.

Η δομή του ερωτηματολογίου της παρούσα έρευνας περιλαμβάνει συνολικά είκοσι ερωτήσεις και χωρίζεται σε δύο θεματικές ενότητες. Το πρώτο μέρος του ερωτηματολογίου περιλαμβάνει τα δημογραφικά στοιχεία όπως είναι (η ηλικία, η οικογενειακή κατάσταση, ο αριθμός παιδιών και το μορφωτικό επίπεδο), ώστε οι ερωτώμενες να έχουν μια ομαλή μετάβαση προς στις επόμενες ερωτήσεις οι οποίες και είναι πιο εξειδικευμένες. Η δεύτερη θεματική ενότητα περιλαμβάνει ερωτήσεις οι οποίες σχετίζονται με την επιχείρηση της ερωτώμενης, εκ των οποίων οι δύο αυτό αυτές περιέχουν υπό ερωτήσεις όπου οι ερωτώμενες καλούνται να απαντήσουν κατά πόσο συμφωνούν ή όχι με αυτές επιλέγοντας από τις επιλογές (καθόλου έως Πάρα πολύ) των πολλαπλών επιλογών. Όσον αφορά τη μορφή του ερωτηματολογίου έγινε προσπάθεια να είναι το δυνατό πιο απλό και σύντομο, ώστε οι ερωτώμενες επιχειρηματίες να μην αποθαρρύνονται στη συμπλήρωση του. Οι ερωτήσεις προσπαθήσαμε να είναι διατυπωμένες σε απλή γλώσσα, απαλλαγμένες από ορολογίες και διπλά μηνύματα, ώστε να είναι σαφείς και κατανοητές ανεξάρτητα από το μορφωτικό επίπεδο των γυναικών. Το ερωτηματολόγιο συνοδεύεται από σύντομο ενημερωτικό κείμενο, σχετικά με τον σκοπό που εξυπηρετεί, τα πλαίσια μέσα στα οποία διεξάγεται η έρευνα και τον ευρύτερο στόχο της. Επίσης παρέχονται εγγυήσεις περί διατήρησης της ανωνυμίας των ερωτώμενων και για τον τρόπο επεξεργασίας των πληροφοριών που θα συλλεχθούν.

4.3.1 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑΣ

Η έννοια της δειγματοληψίας αναφέρεται στον τρόπο με τον οποίο επιλέγεται από τον μελετητή το τμήμα του πληθυσμού, που θα αποτελέσει το υπό εξέταση δείγμα του. Για να είναι τα συμπεράσματα της έρευνας έγκυρα και κατάλληλα για την εξαγωγή γενικών συμπερασμάτων, θα πρέπει ιδανικά το δείγμα να είναι μεγάλο, η επιλογή του να έχει γίνει τυχαία και τα χαρακτηριστικά του να είναι όμοια με αυτά του γενικού πληθυσμού. Η

αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος αποτελεί αναγκαία συνθήκη στην ποσοτική έρευνα. Όταν όμως η ανεπάρκεια των πόρων δεν επιτρέπει την επιλογή δείγματος μεγάλου μεγέθους ή ο ερευνητής δεν αποσκοπεί στην εξαγωγή γενικών συμπερασμάτων, τότε ο προσδιορισμός του γίνεται με κριτήρια, που προκύπτουν από το θεωρητικό υπόβαθρο της έρευνας. Οι μέθοδοι δειγματοληψίας είναι ποικίλες και διαφοροποιούνται ανάλογα με το αν ο ερευνητής αποσκοπεί στην εξασφάλιση αντιπροσωπευτικού δείγματος ή όχι. Η απλή τυχαία δειγματοληψία αποτελεί την απλούστερη και ακριβέστερη μέθοδο δεδομένου ότι η επιλογή του δείγματος προκύπτει με κλήρωση ακριβέστερη μέθοδο, δεδομένου ότι η επιλογή του δείγματος προκύπτει με κλήρωση ή με τη χρήση τυχαίων αριθμών από κατάλογο του πληθυσμού. Με τον τρόπο αυτό εξασφαλίζεται η αμεροληψία του ερευνητή κατά την επιλογή κι ως εκ τούτου η μεγαλύτερη αξιοπιστία του αποτελέσματος. Για τους παραπάνω λόγους η επιλογή του δείγματος έγινε με τη μέθοδο της απλής τυχαίας δειγματοληψίας.

Η έρευνα επικεντρώθηκε στην επιχειρηματικότητα, που έχουν αναπτύξει γυναίκες στον Δήμο Βόλου. Για την εύρεση των γυναικείων επιχειρήσεων αυτής της γεωγραφική επικράτειας, χρησιμοποιήθηκαν τα στοιχεία τα οποία και παραχωρήθηκαν από το Επιμελητήριο Μαγνησίας. Αρχικά θέτοντας ως κριτήριο επιλογής τον Δήμο, αναζητήθηκαν όλες οι καταχωρήσεις των εγγεγραμμένων μελών του ανωτέρω Επιμελητηρίου που ανήκουν στη γεωγραφική έκταση της Μαγνησίας. Στη συνέχεια, μέσω φίλτρων όπως ο ταχυδρομικός κώδικας επιλέχθηκαν οι γυναικείες επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται στον δήμο Βόλου οι οποίες φτάνουν τον αριθμό των 3486 επιχειρήσεων έναντι των 6900 επιχειρήσεων των ανδρών. Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων οι οποίες διοικούνται από άνδρες ήταν κάτι το οποίο και αναμέναμε να συμβαίνει όμως παρατηρούμε ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες δεν αποτελούν μειονότητα και κατέχουν ένα παρά πολύ καλό ποσοστό της τάξης του 33,6% έναντι του 66,4% των ανδρών στο σύνολο των επιχειρήσεων του δήμου Βόλου. Με τομείς δραστηριότητας να είναι το εμπόριο, η μεταποίηση, τα τουριστικά και οι υπηρεσίες. Το δείγμα προέκυψε κατόπιν τυχαίας επιλογής από τον τελικό κατάλογο επιχειρήσεων όπως διαμορφώθηκε ακολουθώντας την παραπάνω διαδικασία. Η συλλογή των πληροφοριών έγινε με τη χρήση ερωτηματολογίου, το οποίο αποτελεί το βασικό εργαλείο στις ποσοτικές έρευνες. Το ερωτηματολόγιο παραδόθηκε αυτοπροσώπως στην κάθε επαγγελματία, ώστε με τη φυσική παρουσία να αναπτυχθεί το κατάλληλο κλίμα ασφάλειας και εμπιστοσύνης, να μπορούν να δοθούν διευκρινίσεις όπου χρειαστεί και να εξασφαλιστεί η άμεση λήψη του συμπληρωμένου ερωτηματολογίου. Η συμπλήρωση έγινε από τις ίδιες τις επιχειρηματίες ανώνυμα, αφού

προηγουμένως ενημερώθηκαν για τον σκοπό που εξυπηρετεί, τον τρόπο χρήσης των πληροφοριών που θα δοθούν, καθώς και για τους στόχους της έρευνας.

4.4 ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΠΑΡΟΥΣΑΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η αποτύπωση του τρόπου με τον οποίο διαμορφώνεται η γυναικεία επιχειρηματικότητα στο σύγχρονο εργασιακό τοπίο που χαρακτηρίζεται από ανατροπή των εργασιακών σχέσεων, αβεβαιότητα εργασίας, οικονομική κρίση, έλλειψη σταθερότητας και μεγάλη μεταβλητότητα. Η μελέτη εστιάζει στην ανάπτυξη, τα κίνητρα αλλά και τις δυσκολίες της γυναικείας επιχειρηματικότητας του δήμου Βόλου, καθώς επίσης και στις συνέπειες αυτής στην τοπική ανάπτυξη του δήμου.

Ερευνητικοί στόχοι

1. Να εξετασθεί η συμβολή των γυναικείων επιχειρήσεων στην τοπική ανάπτυξη.
2. Να εξετασθούν οι λόγοι/ συνθήκες που συντελούν στην απόφαση των γυναικών να στραφούν στην επαγγελματική επιλογή της επιχειρηματικής δραστηριότητας.
3. Να εξετασθούν οι παράμετροι που μπορούν να επηρεάσουν θετικά ή αρνητικά την εξέλιξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας των γυναικών.
4. Να εξετασθεί αν με την άσκηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας ικανοποιούνται οι αρχικοί στόχοι και προσδοκίες των γυναικών ή αισθάνονται εγκλωβισμένες.

Θέτοντας ως ερευνητικούς στόχους τους παραπάνω, στο πλαίσιο της παρούσας εργασίας γίνεται προσπάθεια να απαντηθούν ερωτήματα μέσα από τα οποία θα αναδειχθεί ο τρόπος με τον οποίο διαμορφώνεται η επιχειρηματική δραστηριότητα της σύγχρονης γυναίκας στη γεωγραφική περιοχή του δήμου Βόλου.

Το πρώτο ερευνητικό ερώτημα θέλουμε να δούμε κατά πόσο η γυναίκα επιχειρηματική δραστηριότητα του δήμου Βόλου μπορεί να λειτουργήσει ως μοχλός της τοπικής ανάπτυξης. Οδηγώντας δηλαδή σε βελτίωση του επιπέδου ζωής του τοπικού

πληθυσμού μέσα από μια οικονομική, κοινωνική, πολιτιστική και πολιτική-διοικητική διάσταση.

Στη συνέχεια, μελετάται για ποιο λόγο οι γυναίκες οδηγήθηκαν σε αυτήν την επαγγελματική επιλογή: Αποτελεί η επιχειρηματικότητα την υλοποίηση ενός προσωπικού οράματος ή κατέληξαν σε αυτή μετά την αποτυχία προηγούμενων προσπαθειών επαγγελματικής αποκατάστασης; Αναρωτιέται ακόμα κανείς, ποιες από τις συνθήκες που κατά τη βιβλιογραφία μπορούν να στρέψουν μια γυναίκα σε επιχειρηματική δραστηριότητα, άσκησαν επίδραση και συντέλεσαν στη συγκεκριμένη επιλογή; Όπως επίσης αν εκτός από την επίδραση εξωτερικών παραγόντων υπάρχουν εσωτερικά κίνητρα, που μπορεί να οδήγησαν κάθε γυναίκα στην απόφαση αυτή. Μάλιστα, λαμβάνοντας υπόψη το δύσκολο οικονομικό πλαίσιο στο οποίο οι γυναίκες του δήμου Βόλου επιδιώκουν να επιτύχουν το βέλτιστο αποτέλεσμα της επιχειρηματικής τους πρωτοβουλίας, γεννάται ακόμα το ερώτημα αν η επιλογή της επιχειρηματικότητας είναι μια αυθόρμητη προσωπική επιλογή ή μια επιλογή ανάγκης.

Επιπλέον, λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός ότι το αποτέλεσμα οποιασδήποτε πρωτοβουλίας επηρεάζεται από διάφορους παράγοντες, το ερευνητικό ερώτημα που γεννάται, είναι ποιες από τις παραμέτρους που έχουν καταγραφεί στη βιβλιογραφία ως θετικές ή αρνητικές για την ανάπτυξη και εξέλιξη μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας αλλά και σε ποιο βαθμό επηρέασαν κατά την άποψη των γυναικών επιχειρηματιών του δήμου Βόλου την πορεία της οικονομικής τους δραστηριότητας.

Τέλος, ένα από τα τελευταία ερευνητικά ερωτήματα αφορούν τη διερεύνηση του βαθμού ικανοποίησης που αντλούν οι γυναίκες της υπό εξέταση περιοχής από την απόφασή τους να επιδείξουν επιχειρηματική δραστηριότητα, μέσω της επιχειρηματικής πρωτοβουλίας που ανέπτυξαν, κατόρθωσαν τελικά να επιτύχουν τους αρχικούς στόχους τους και σε ποιο βαθμό; Κατά πόσο ανταποκρίνεται η επιχειρηματική ιδιότητα στις προσδοκίες που είχαν εισερχόμενες στον χώρο του επιχειρείν; Τα οφέλη και τα τυχόν πλεονεκτήματα που εισπράττουν είναι τέτοια που να θεωρούν ότι αποζημιώνονται για το ρίσκο της επαγγελματικής τους επιλογής; Θα την επέλεγαν ξανά αν είχαν περισσότερες εναλλακτικές απασχόλησης ή αισθάνονται ότι είναι μια ατυχής, αν όχι λανθασμένη επιλογή, που όχι μόνο δεν ανταποκρίθηκε στους αρχικούς στόχους και στις προσδοκίες τους αλλά τελικά τις εγκλώβισε σε αδιέξοδες καταστάσεις;

4.5 ΠΑΡΟΥΣΑ ΕΡΕΥΝΑ

4.5.1 ΔΕΙΓΜΑ

Συνολικά μοιράσθηκαν 135 ερωτηματολόγια σε γυναίκες διαφόρων ηλικιών, που είτε βρίσκονταν σε αρχικό στάδιο επιχειρηματικότητας ή ήταν καθιερωμένες επιχειρηματίες, τα οποία στην πλειονότητα τους συμπληρώθηκαν με προθυμία και ενδιαφέρον και έπειτα επιστράφηκαν για επεξεργασία. Το συνολικό δείγμα της έρευνας ήταν κατέληξε να απαρτίζεται από 115 ερωτηματολόγια, διότι τα υπόλοιπα κρίθηκαν ακατάλληλα για την έρευνα επίσης κάποιες αρνήθηκαν να συμπληρώσουν και κάποια είχαν ελλιπή πληροφορία.

4.5.2 ΧΡΟΝΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η έρευνα του εμπειρικού μέρους αυτής της διπλωματικής εργασίας διεξήχθη σε διάστημα περίπου 3 μηνών (Οκτώβρης 2018 – Ιανουάριος 2019).

4.5.3 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Για την πραγματοποίηση της έρευνας, προσδιορίστηκε αρχικά το αντικείμενό της, καθορίστηκε το πεδίο της και συντάχθηκε το πλάνο του ερωτηματολογίου με βάση τις ανάγκες της έρευνας και μερικές παρόμοιες δημοσιευμένες συζητήσεις. Έπειτα, συντάχθηκε το ερωτηματολόγιο μέσω του εργαλείου Φόρμες της Google και μοιράστηκε. Αφού ολοκληρώθηκε η συλλογή των ερωτηματολογίων, αναλύθηκαν τα δεδομένα. Τα στοιχεία επεξεργάστηκαν μέσω των Λογιστικών Φύλλων - Excel τα ευρήματα τα οποία προέκυψαν παρατίθεται αναλυτικά στην ακόλουθη ενότητα.

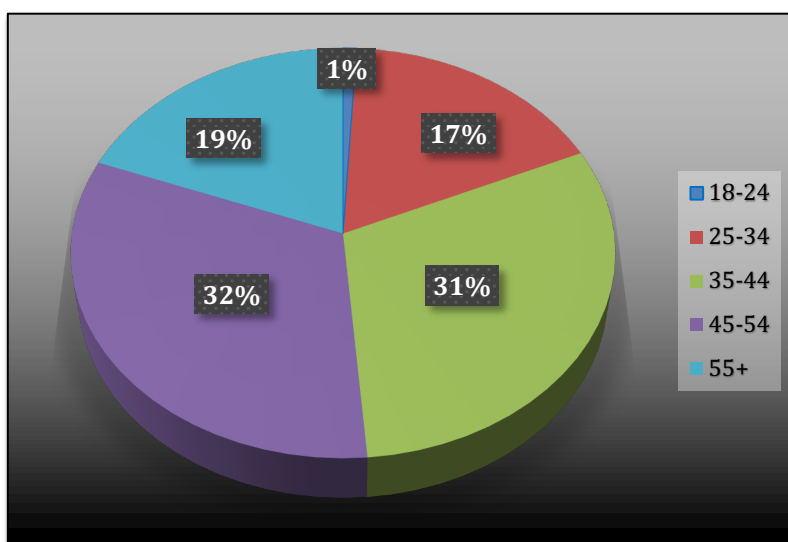
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

5. ΕΥΡΗΜΑΤΑ

5.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Από την επεξεργασία των δημογραφικών στοιχείων της έρευνα προκύπτουν τα ακόλουθα αποτελέσματα:

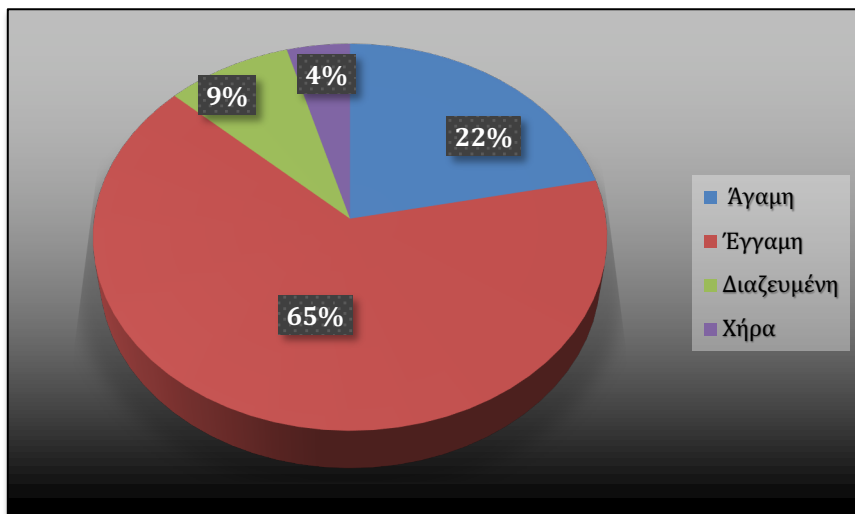
Γράφημα 3: Ηλικία επιχειρηματιών



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Η πλειοψηφία των γυναικών του δείγματος ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 45-54 ετών σε ποσοστό 32%. Ακολουθεί η ηλικιακή ομάδα 35-44 ετών με πολύ μικρή διαφορά, μόλις μιας ποσοστιαίας μονάδας σε ποσοστό 31%. Οι ηλικιακές ομάδες 55+ και 25-34 ετών συγκεντρώνουν αισθητά μικρότερα ποσοστά συμμετοχής 19% και 17% αντίστοιχα. Τέλος η ηλικιακή ομάδα των 18-24 ετών είναι η μικρότερη όλων με μόλις 1%.

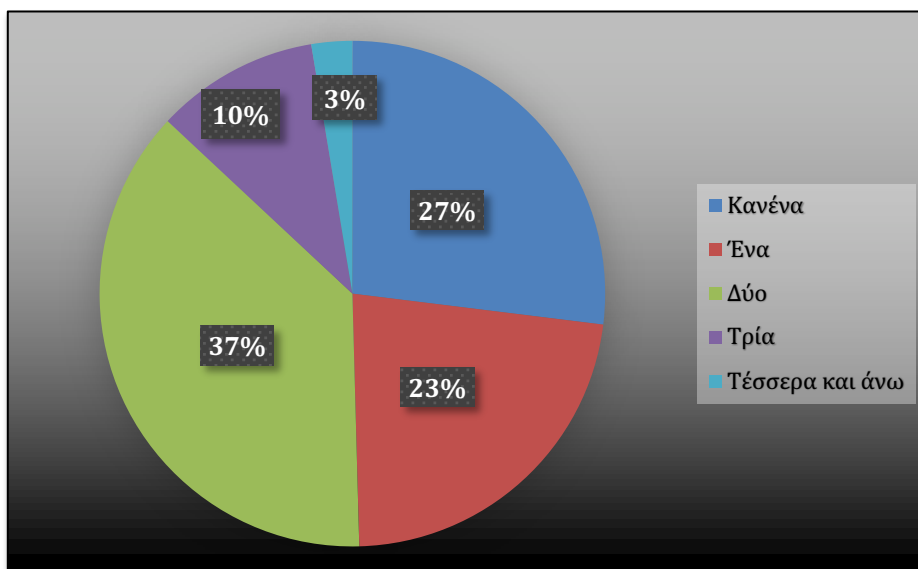
Γράφημα 4: Οικογενειακή Κατάσταση



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Όσον αφορά την οικογενειακή τους κατάσταση στην πλειοψηφία τους είναι έγγαμες σε ποσοστό 65%, ακολουθούν οι άγαμες με ποσοστό 22%. Τα μικρότερα ποσοστά συγκεντρώνουν οι διαζευγμένες και οι χήρες με 9% και 4% αντίστοιχα.

Γράφημα 5: Αριθμός Παιδιών

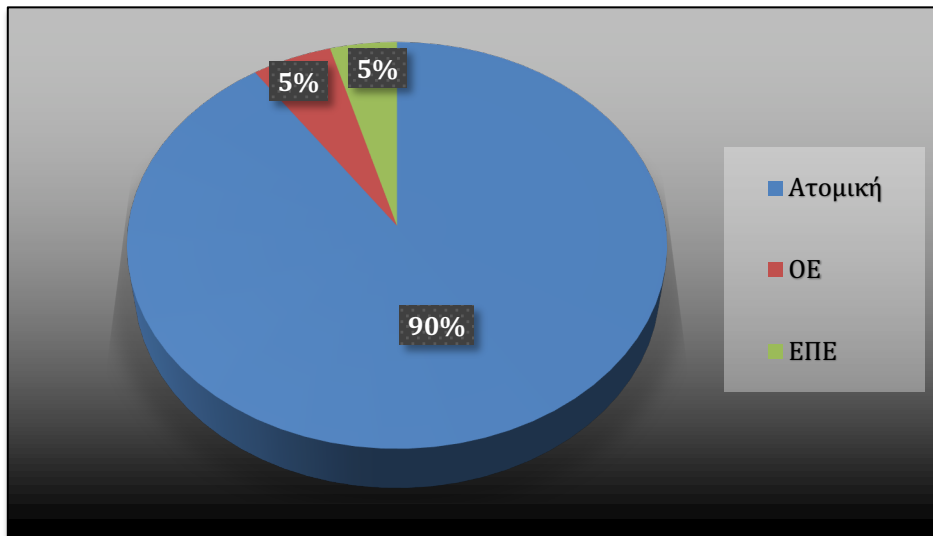


Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Σχετικά με τον αριθμό των παιδιών, που υπάρχουν στην οικογένεια, παρατηρείται ότι το 37% των γυναικών ανατρέφουν δύο παιδιά. Το 23% των γυναικών κατέχει ένα παιδί, ενώ

5.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΠΡΟΦΙΛ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

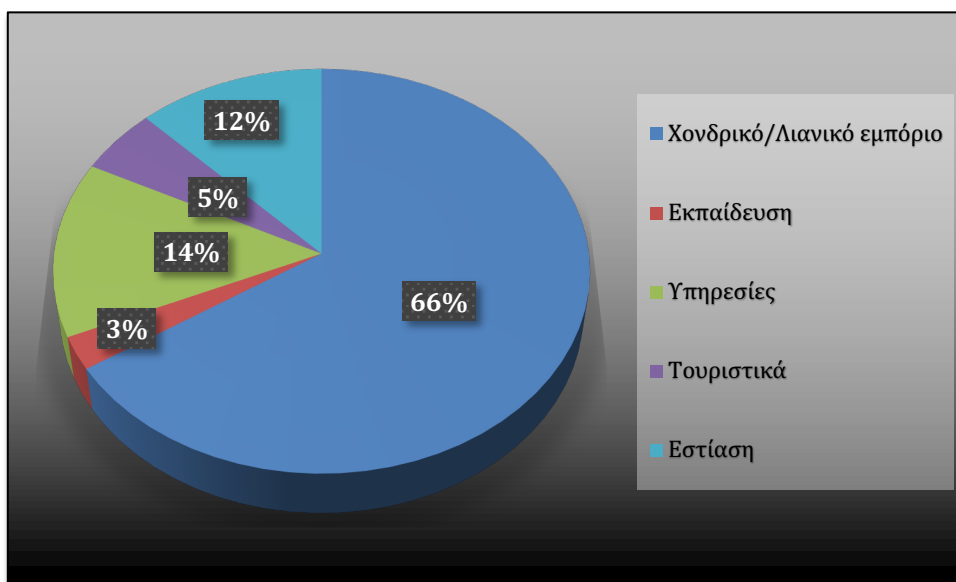
Γράφημα 7: Νομική Μορφή Επιχείρησης



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Η νομική μορφή των επιχειρήσεων στην πλειοψηφία τους ήταν ατομικές με ποσοστό 90% και μόλις το 5% των ερωτηθέντων γυναικών ήταν ιδιοκτήτριες ΟΕ και ΕΠΕ αντίστοιχα.

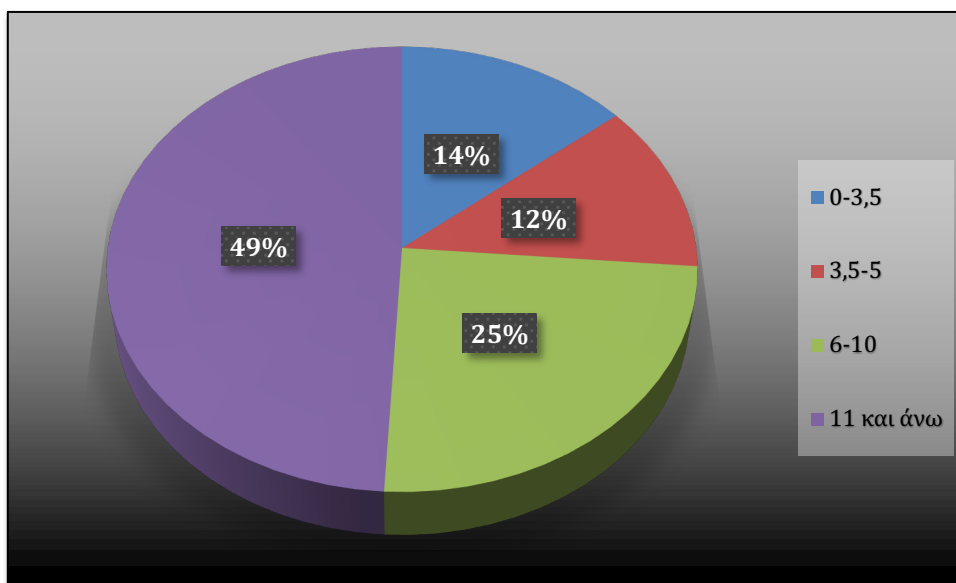
Γράφημα 8: Κύρια Οικονομική Δραστηριότητα



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Οι τομείς στους οποίους ασκούν την κύρια οικονομική τους δραστηριότητα οι ερωτώμενες ήταν με διαφορά πρώτος ο κλάδος του χονδρικού/λιανικού εμπορίου με ποσοστό 66% στη συνέχεια ακολουθούν οι υπηρεσίες με 14% και ο κλάδος της εστίασης με 12%. Τέλος, μικρά ποσοστά συλλέγουν τα τουριστικά και η εκπαίδευση της τάξης του 5% και 3% αντίστοιχα.

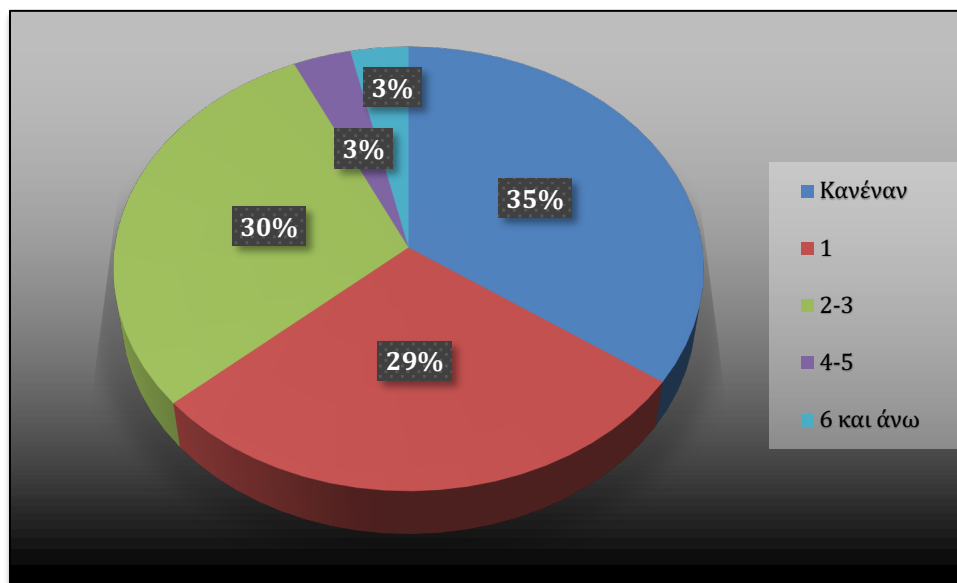
Γράφημα 9: Έτη Λειτουργίας της Επιχείρησης



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Στο συγκεκριμένο διάγραμμα παρατηρούμε ότι στην πλειοψηφία τους οι επιχειρήσεις έχουν ξεπεράσει τα δέκα χρόνια λειτουργίας τους με ποσοστό 49% . Το ποσοστό του 25% κατέχουν οι επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται για το χρονικό διάστημα των 6-10 ετών. Τέλος οι επιχειρήσεις οι οποίες είναι καινούργιες στον χώρο και λειτουργούν για διάστημα 0-3,5 χρόνια ανήκουν στο 14%, ενώ στο 12% είναι εκείνες οι οποίες λειτουργούν για διάστημα 3,5-5 χρόνων.

Γράφημα 10: Αριθμός Απασχολούμενων



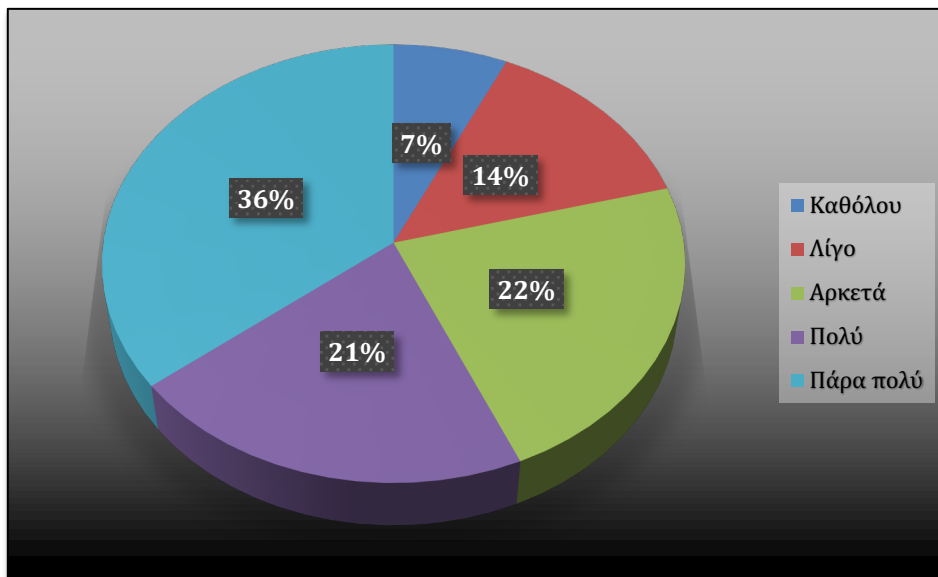
Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Παρατηρούμε ότι στην πλειοψηφία τους 35% , οι επιχειρήσεις των γυναικών είναι αυτό-απασχολούμενες και ένα 30% απασχολεί 2-3 εργαζόμενους. Επίσης ένα 29% των ερωτηθέντων επιχειρήσεων απασχολούν μόνο έναν εργαζόμενο. Από τα στοιχεία αυτά καταλαβαίνουμε ότι οι πλειοψηφία των επιχειρήσεων είναι μικρές, καθώς μόνο το 3% απασχολούν είτε 4-5 εργαζόμενους είτε από έξι και άνω.

5.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ-ΚΙΝΗΤΡΩΝ ΠΟΥ ΣΥΝΕΒΑΛΑΝ ΣΤΗΝ ΑΠΟΦΑΣΗ ΑΝΑΛΗΨΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Στην ενότητα αυτή θα αναλύσουμε τα κίνητρα τα οποία οδηγούν τις γυναίκες επιχειρηματίες του Δήμου Βόλου να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση. Έτσι στα ακόλουθα διαγράμματα από τα οποία το κάθε ένα αντιστοιχεί σε μία ερώτηση θα διαπιστώσουμε πια ήταν τα κυριότερα κίνητρα, που ωθούν τις γυναίκες επιχειρηματίες στην απόφασή τους αυτή.

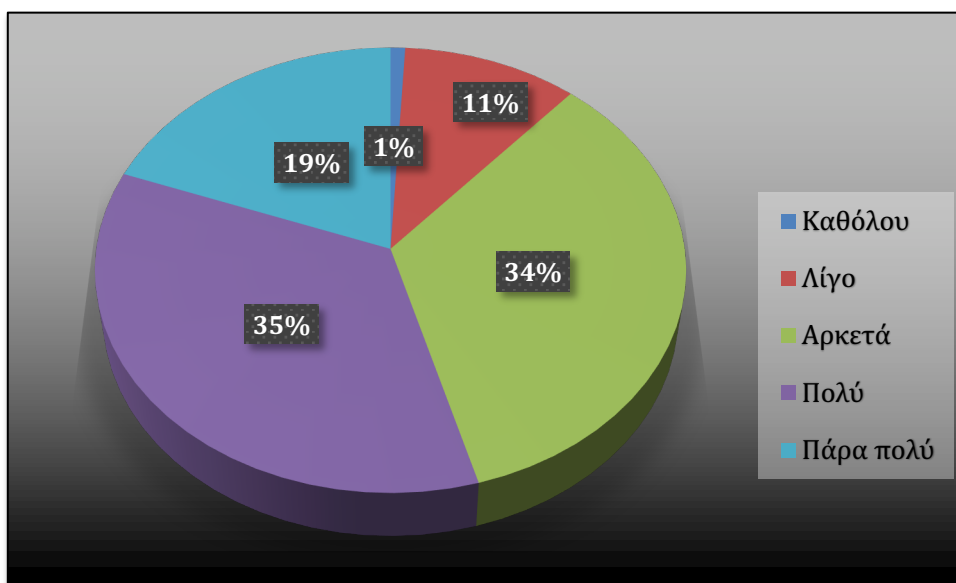
Γράφημα 11: Ανεξαρτησία



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Στην ερώτηση περί ανεξαρτησίας, δηλαδή κατά πόσο οι γυναίκες επιχειρηματίες οδηγήθηκαν στην επιλογή τους αυτή διότι θέλουν να είναι τα αφεντικά του εαυτού τους, η πλειοψηφία των γυναικών απάντησαν με ποσοστό 36% ότι επηρέασε την απόφασή τους αυτή πάρα πολύ.

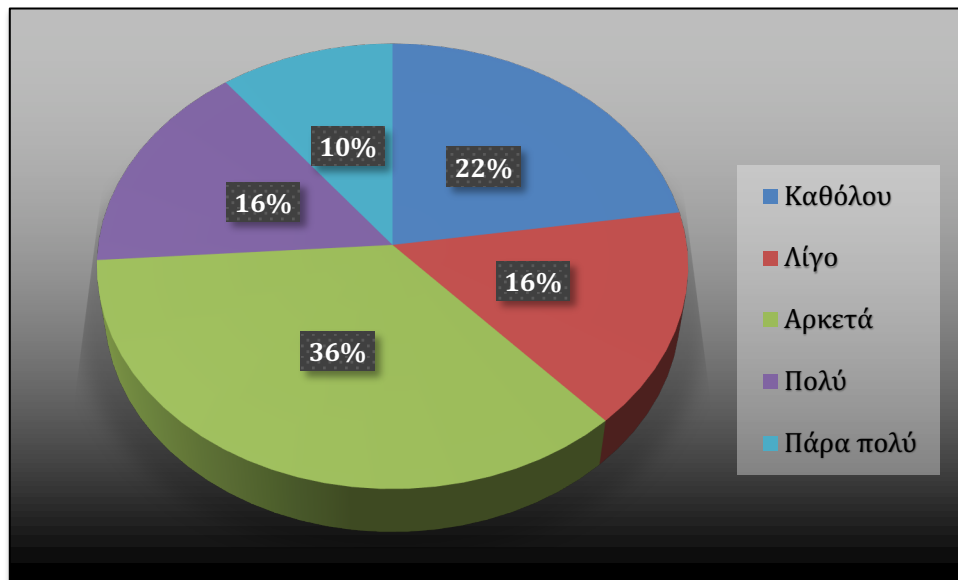
Γράφημα 12: Διαθέτω Επιχειρηματικό Πνεύμα



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Πολύ θετικό είναι ότι, το ανεπτυγμένο επιχειρηματικό στοιχείων των ερωτηθέντων γυναικών επηρέασε σε πολύ μεγάλο βαθμό την επιλογή τους να ακολουθήσουν τον δρόμο του επιχειρείν με ποσοστό 35%.

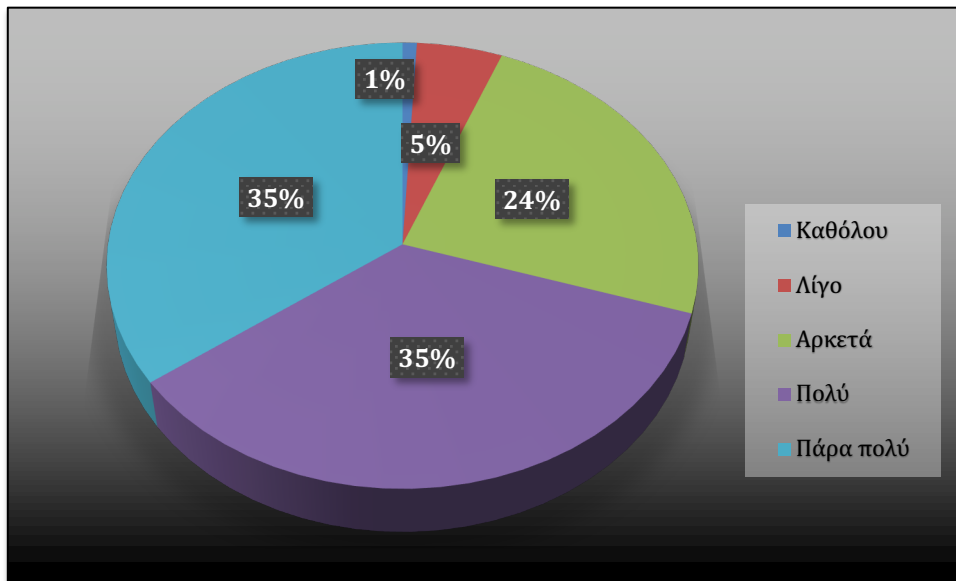
Γράφημα 13: Καταξίωση και Κύρος



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Η καταξίωση και το κύρος το οποίο ακολουθεί έναν επιχειρηματία ιδίως και αν είναι από τους επιτυχημένους στον κλάδο του έχει σημαντική επιρροή στην δημιουργία μιας νέας επιχείρησης σύμφωνα με τις απαντήσεις των γυναικών επιχειρηματιών οι οποίες έκριναν τον παράγοντα αυτό αρκετά σημαντικό με ποσοστό 36%.

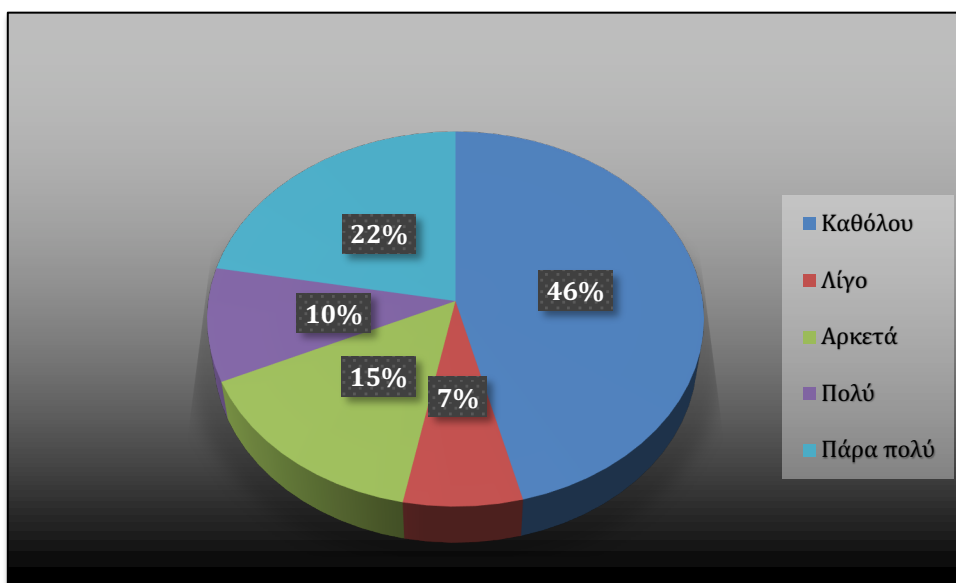
Γράφημα 14: Ενίσχυση Οικογενειακού Εισοδήματος



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Άκρως σημαντικός παράγοντας θεώρησαν οι ερωτηθέντες την ενίσχυση του οικογενειακού εισοδήματος των νοικοκυριών τους. Καθώς τα ποσοστά των απαντήσεων (πολύ και πάρα πολύ) είναι ισόποσα, έτσι καταλαβαίνουμε ότι οι γυναίκες επιδιώκουν με τον τρόπο αυτό να συμβάλουν ενεργά στη στήριξη του νοικοκυριού τους και στην καλύτερη ανατροφή των παιδιών τους.

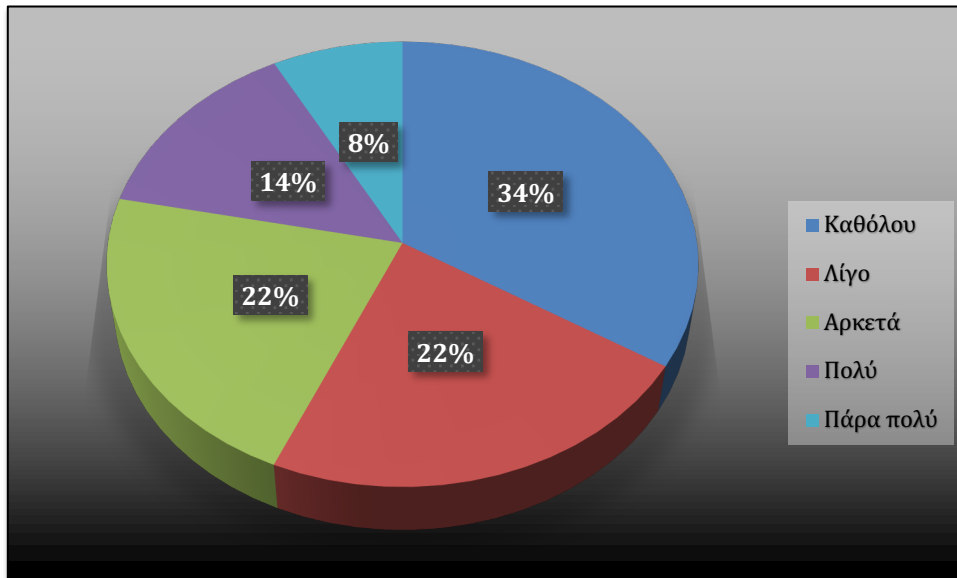
Γράφημα 15: Διατήρηση Οικογενειακής Επιχείρησης



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Το συντριπτικό ποσοστό του 46% των απαντήσεων καθόλου στην ερώτηση περί διατήρησης οικογενειακής επιχείρησης είναι ένα αρκετά θετικό στοιχείο καθώς η γυναίκες επιχειρηματίες επέλεξαν να ρισκάρουν και να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση.

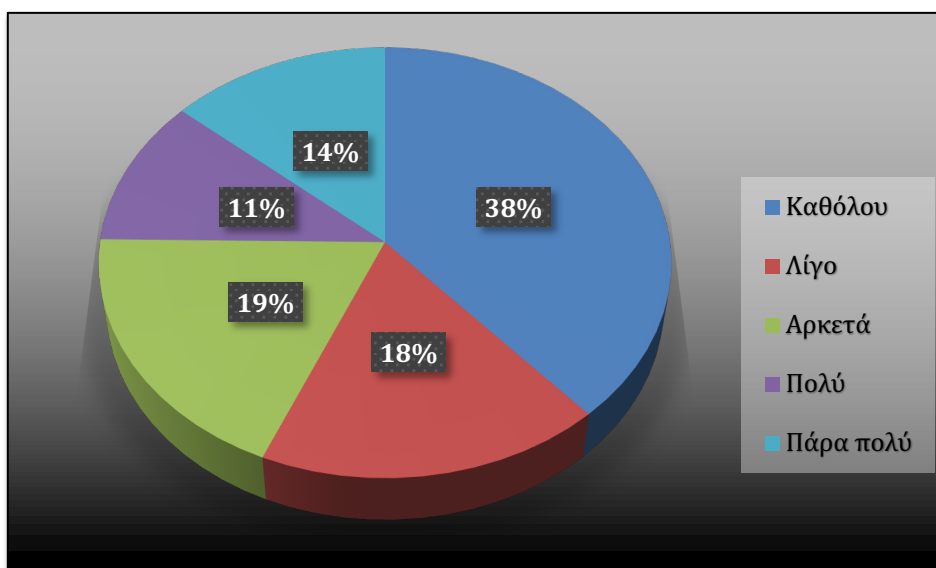
Γράφημα 16: Ευέλικτο Ωράριο



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Η ελπίδα ενός ευέλικτου ωραρίου δεν αποτέλεσε κάποιο κίνητρο στην πλειονοψηφία των ερωτηθέντων (34%).

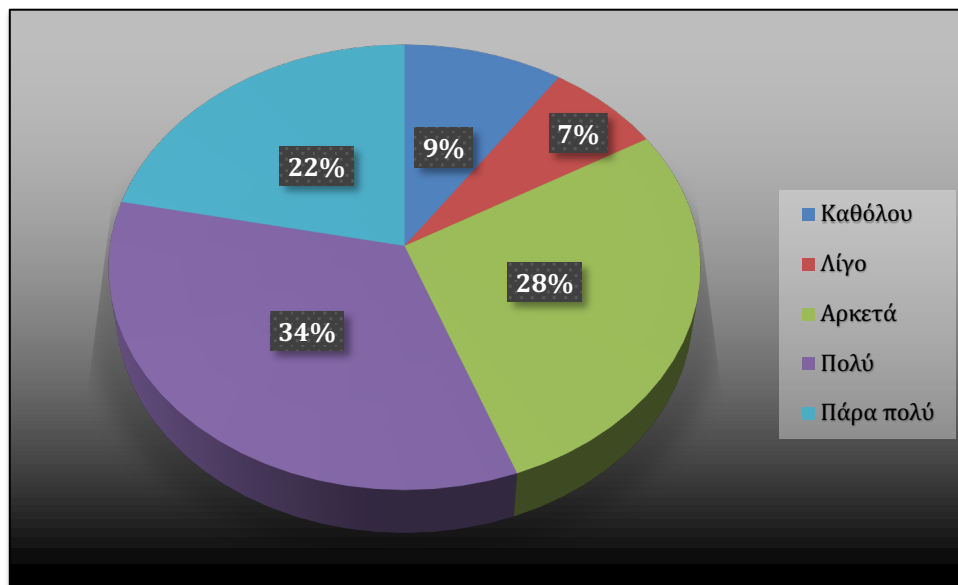
Γράφημα 17: Έλλειψη Ικανοποίησης από Προηγούμενη Εργασία



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

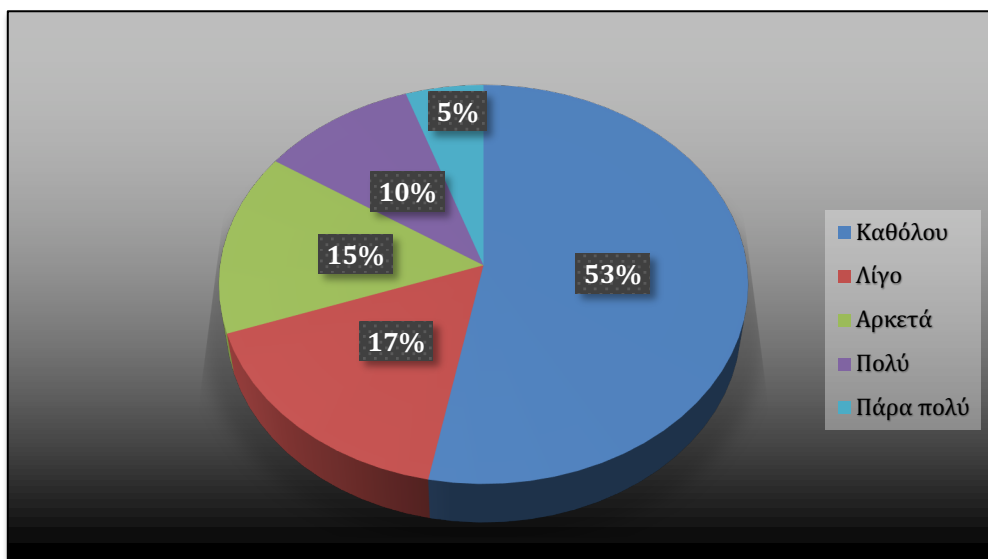
Πολύ ευχάριστα είναι τα αποτελέσματά στη συγκεκριμένη ερώτηση, καθώς παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία των γυναικών επιλέγει να ασκήσει τη δική της επιχειρηματική δραστηριότητα από συνειδητή δική της απόφαση και όχι διότι η εργασιακή της πορεία μπορεί να μην ήταν η καλύτερη δυνατή. Γεγονός, που θα την οδηγούσε στο επιχειρείν ως μια λύση ανάγκης.

Γράφημα 18: Αξιοποίηση Γνώσεων και Δεξιοτήτων



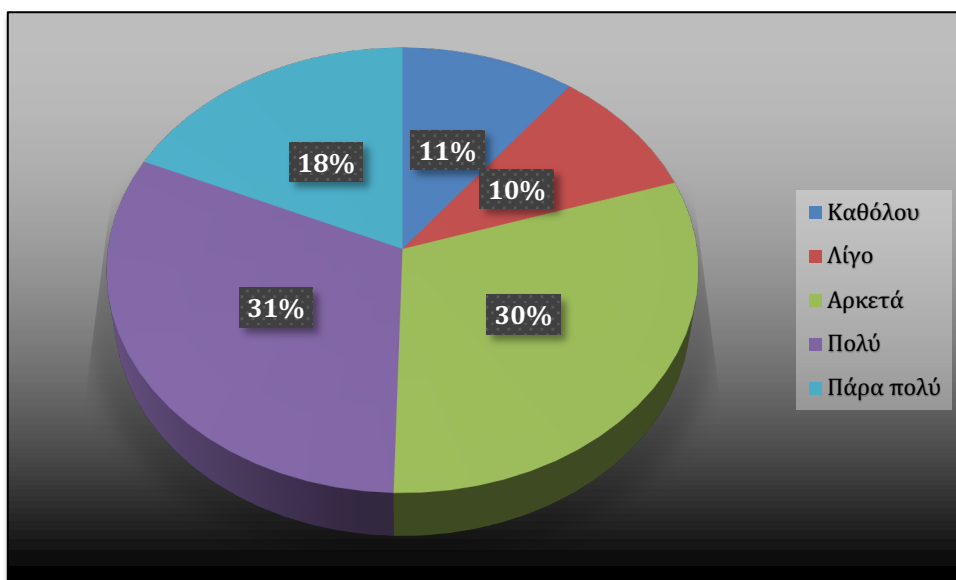
Πηγή: *Ιδία Επεξεργασία*

Το συγκεκριμένο ερώτημα έρχεται να επιβεβαιώσει ότι η επιλογή των γυναικών, που ερωτήθηκαν ήταν συνειδητή, διότι θέλανε μέσα από την απόφασή τους να γίνουν επιχειρηματίες να αξιοποιήσουν τις ικανότητές τους και να αναπτύξουν το επιχειρηματικό τους πνεύμα και το ποσοστό 34% στην απάντηση (πολύ) έρχεται να το επαληθεύσει.

Γράφημα 19: Δυσκολία Ανέλιξης στην Διοικητική Ιεραρχία ως Υπάλληλος

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

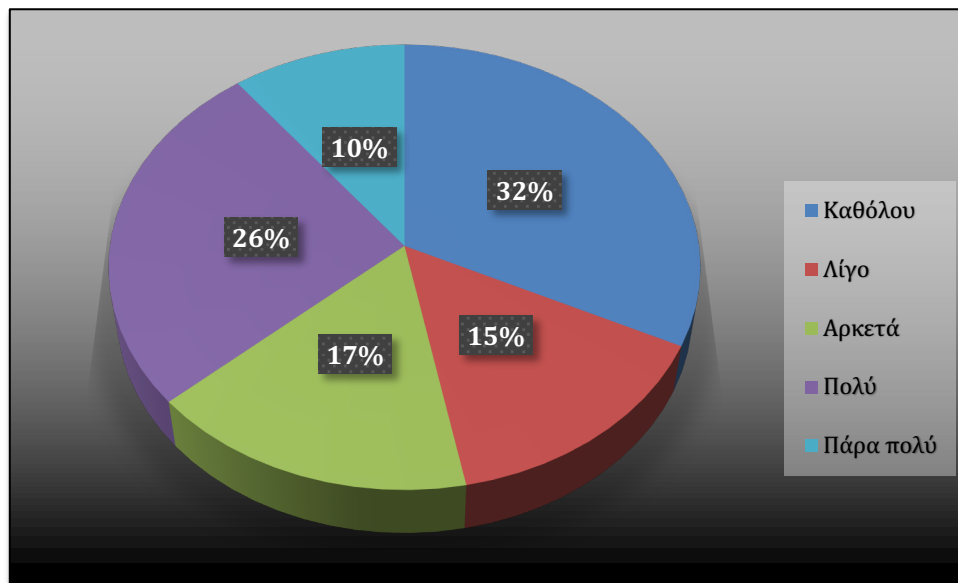
Η δυσκολία ανέλιξης σε οποιαδήποτε διοικητική ιεραρχία ως υπάλληλος όπως και η έλλειψη από προηγούμενη εργασιακή εμπειρία όπως είδαμε προηγουμένως δεν έπαιξε καθόλου ρόλο στην ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας των γυναικών επιχειρηματιών.

Γράφημα 20: Προσωπική Ανάπτυξη

Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Η προσωπική ανάπτυξη και αυτοπραγμάτωση είναι ένας σημαντικός παράγοντας, καθώς το 31% των γυναικών απάντησε (Πολύ)

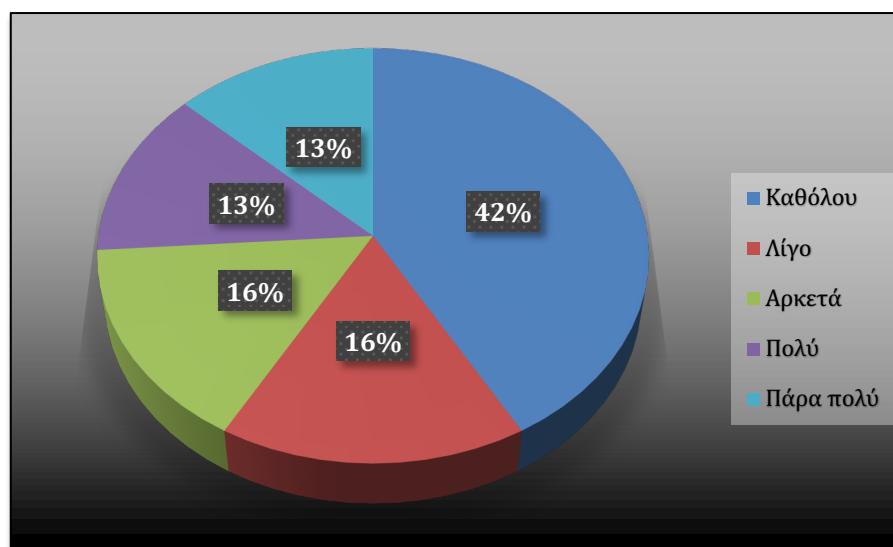
Γράφημα 21: Βελτίωση της Θέσης μου Μέσα στην Οικογένεια



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Η ενίσχυση του οικογενειακού εισοδήματος ήταν ένας από τους σημαντικούς ρόλους επιλογής της αυτο-απασχόλησης των γυναικών όπως είδαμε, αλλά η πιθανή βελτίωσης της θέσης τους μέσα στην οικογένεια όντας επιχειρηματίες πλέον δεν αποτελεί καθόλου (32%) κίνητρο.

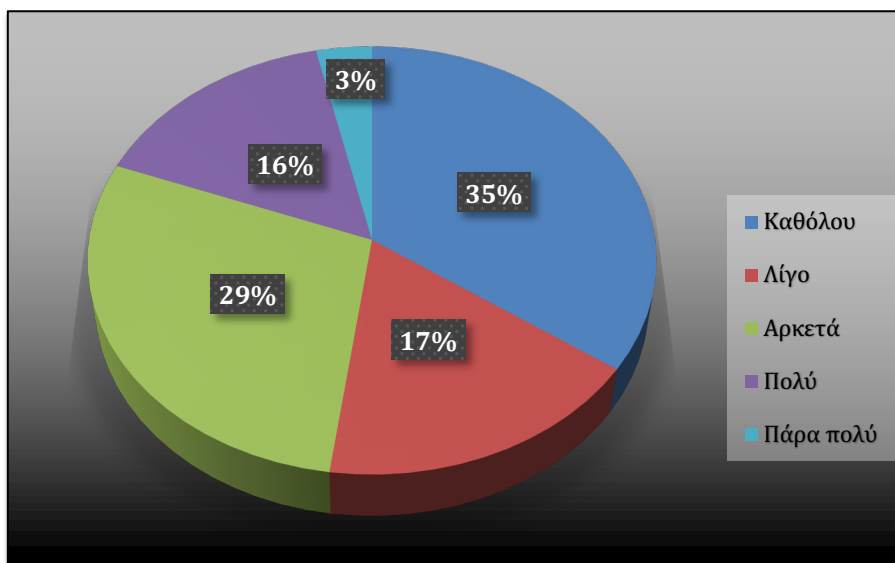
Γράφημα 22: Διέξοδο από το Σπίτι



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Η επιχειρηματική δραστηριότητα των γυναικών στην πλειοψηφία του 42% δεν είναι καθόλου συνδεδεμένη με τη διέξοδό τους από το σπίτι και τις υποχρεώσεις αυτού.

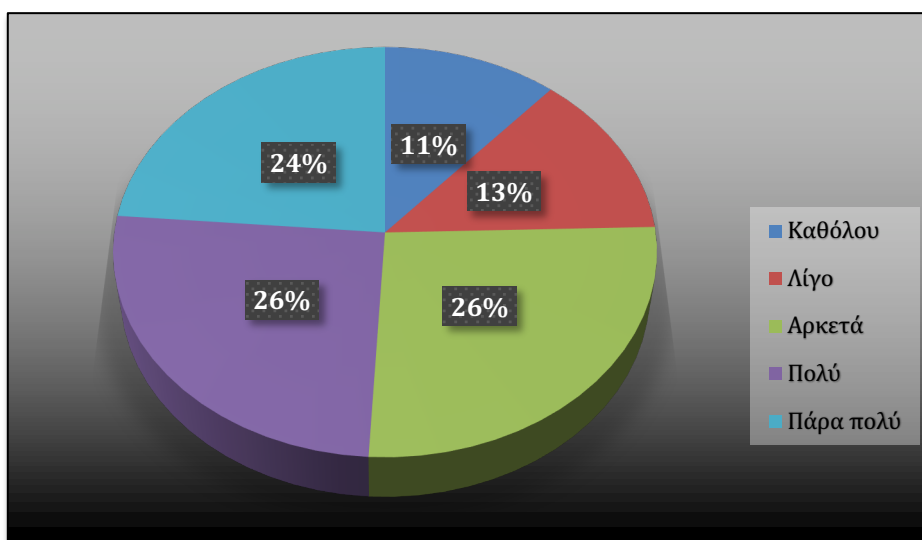
Γράφημα 23: Απόκτηση Πλούτου και Δύναμης



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Η έννοια του επιχειρηματία θα λέγαμε ότι είναι συνδεδεμένη με την απόκτηση πλούτου και δύναμης όπως καταξίωσης και κύρους ωστόσο οι ερωτώμενες επιχειρηματίες μας είπαν ότι είναι ένα παράγοντας ο οποίος δεν τους εκφράζει καθόλου σε ποσοστό 35%.

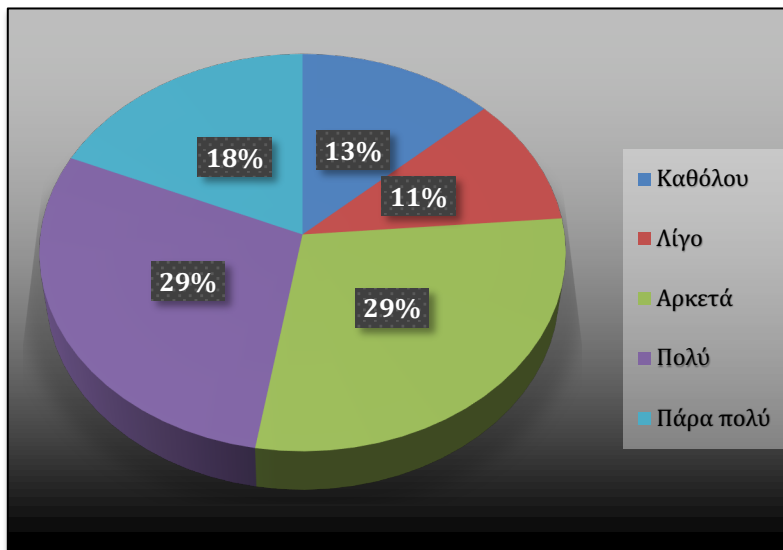
Γράφημα 24: Ενθάρρυνση από Σημαντικά Πρόσωπα



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Τόσο οι συγγενείς όσο και οι φίλοι είναι πρόσωπα στα οποία ανατρέχουμε για συμβουλές και καθοδήγηση καθ' όλη τη διάρκεια της ζωής μας. Έτσι τα ποσοστά τα οποία βλέπουμε στις απαντήσεις (πάρα πολύ, πολύ και αρκετά) είναι άκρως αναμενόμενα.

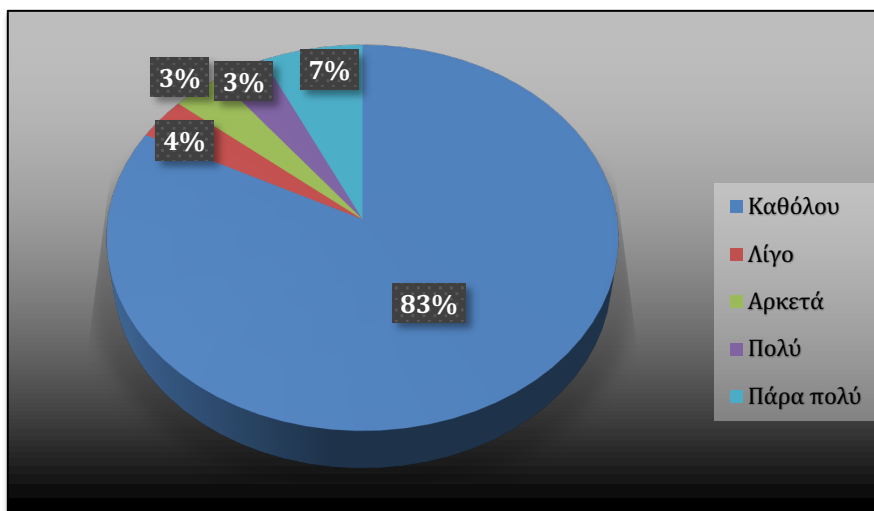
Γράφημα 25: Αξιοποίηση μιας Επιχειρηματικής Ευκαιρίας



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

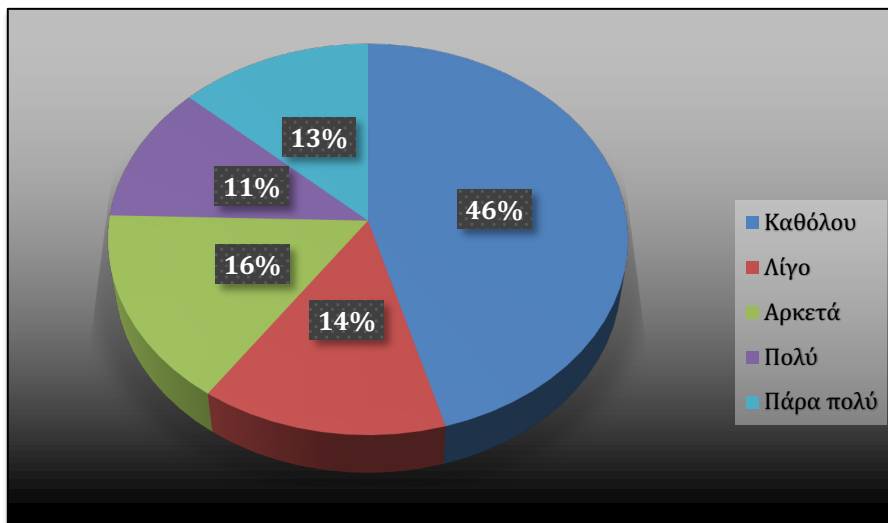
Η ισοβαθμία μεταξύ των απαντήσεων (αρκετά και πολύ) στην ερώτηση περί αξιοποίησης μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας δηλώνει για ακόμη μια φορά ότι οι ερωτώμενες επέλεξαν συνειδητά να γίνουν επιχειρηματίες.

Γράφημα 26: Απόλυση από Προηγούμενη Εργασία



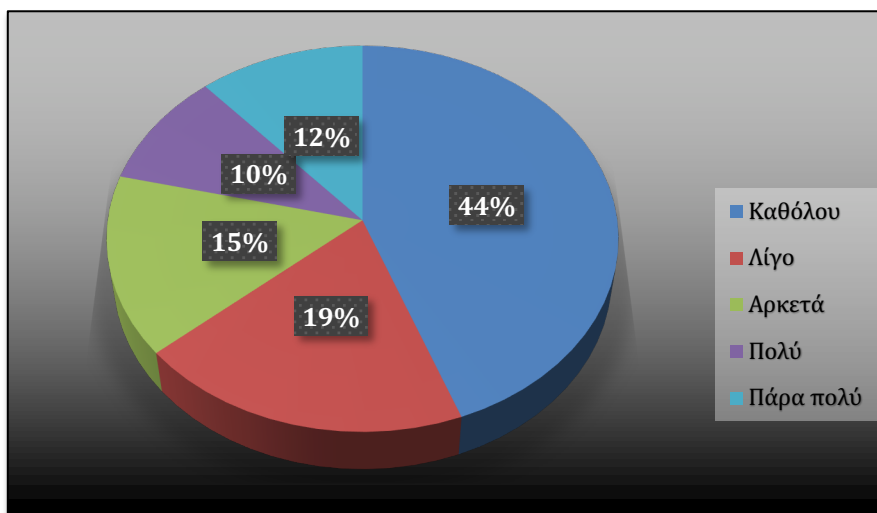
Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Η συντριπτική πλειοψηφία 83% των γυναικών μας είπαν ότι η απόλυση και η μη ικανοποίηση από προηγούμενη εργασία δε συνέβαλαν στην επιλογή τους.

Γράφημα 27: Αδυναμία Εύρεσης της Κατάλληλης Μισθωτής Εργασίας

Πηγή: *Ιδία Επεξεργασία*

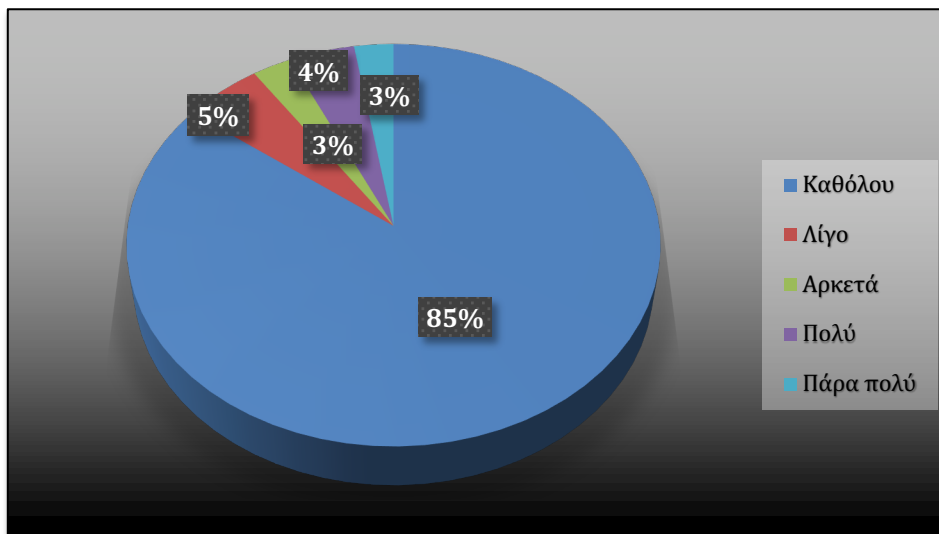
Όπως προαναφέραμε η έλλειψη ικανοποίησης από προηγούμενες μισθωτές εργασίας δε συνέβαλε στην απόφαση των γυναικών να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση.

Γράφημα 28: Απουσία Άλλων Εναλλακτικών Απασχόλησης

Πηγή: *Ιδία Επεξεργασία*

Η έλλειψη εναλλακτικών προς άλλες μορφές απασχόλησης δεν αποτέλεσε κίνητρο, που θα οδηγούσε τις ερωτώμενες γυναίκες να γίνουν επιχειρηματίες.

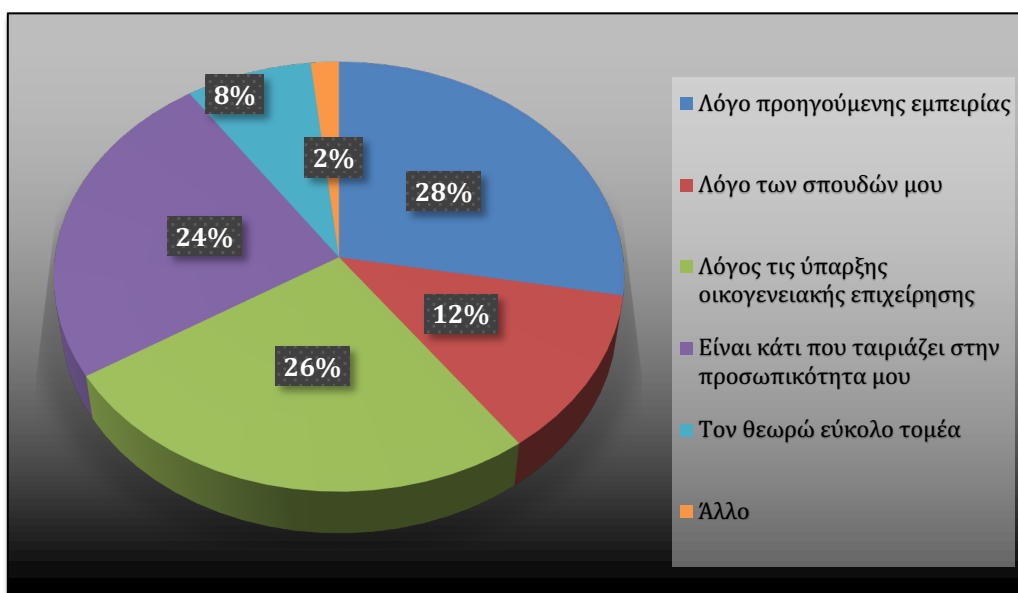
Γράφημα 29: Αλλαγή Τόπου Κατοικίας



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Τέλος η αλλαγή τόπου κατοικίας δεν αποτέλεσε κάποιο κίνητρο προς την επιλογή επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Γράφημα 30: Λόγοι Επιλογής του Συγκεκριμένου Κλάδου

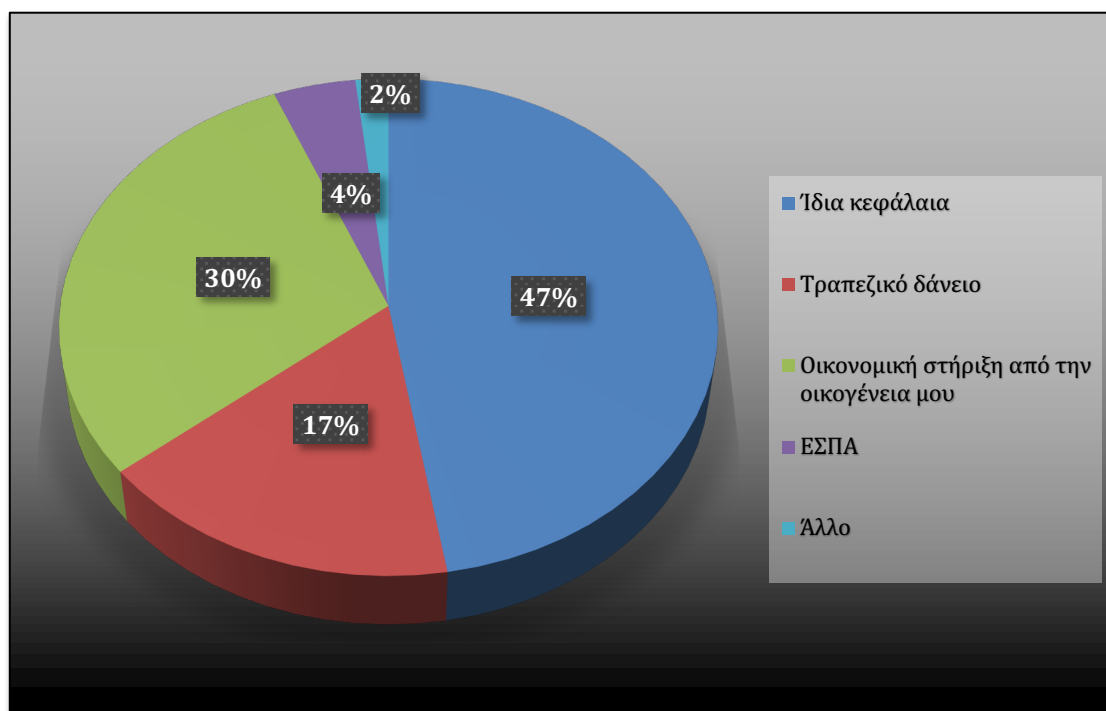


Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Οι τρεις σημαντικότεροι παράγοντες, που οι επιχειρηματίες επέλεξα τον κλάδο της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας ήταν αρχικά η προϋπηρεσία, που είχαν αποκτήσει σε αυτόν δίνοντάς τους ένα παραπάνω κίνητρο να συνεχίσουν σε αυτόν κάνοντας κάτι

εξολοκλήρου δικό τους. Στη συνέχεια η ύπαρξη μιας οικογενειακής επιχείρησης ήταν ένας ακόμη παράγοντας, που συνέβαλε και τέλος ο τρίτος στη σειρά ήταν ότι η επιχειρηματικότητα των γυναικών στον κλάδο, που είχα επιλέξει δεν ήταν τυχαία αλλά ήταν κάτι, που ταίριαζε με την προσωπικότητά τους.

Γράφημα 31: Εύρεση Αρχικού Κεφαλαίου



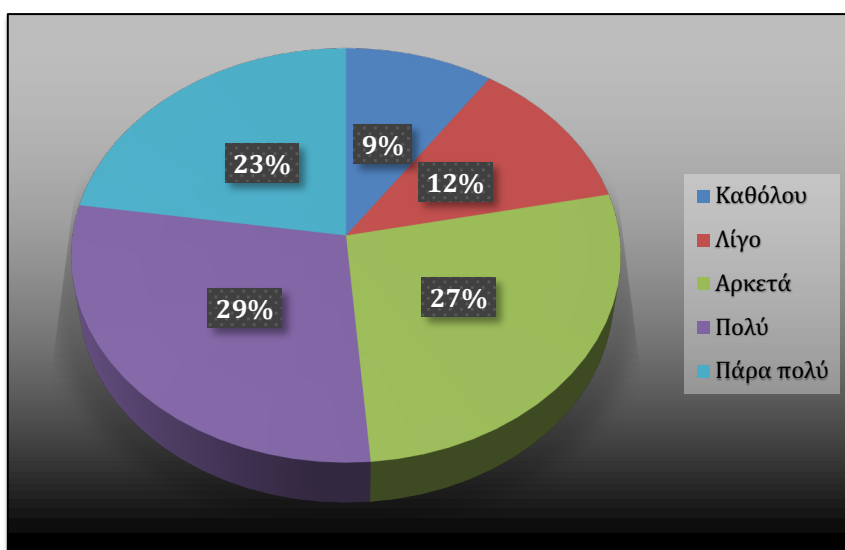
Πηγή: Ίδια Επεξεργασία

Η πλειοψηφία των γυναικών για την έναρξη της επιχείρησής τους το αρχικό κεφάλαιο, που χρειάστηκε ήταν από ίδια κεφάλαια (47%), ενώ η δεύτερη πιο συχνή απάντηση ήταν ότι το αρχικό κεφάλαιο των επιχειρηματιών ήταν από την οικονομική στήριξη της οικογένειας τους.

5.4 ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΡΟΣΔΟΚΙΩΝ ΑΠΟ ΤΗ ΛΗΨΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Με τα ακόλουθα ερωτήματα των οποίων οι απαντήσεις δημιούργησαν τα ακόλουθα σχεδιαγράμματα, είχαν ως στόχο τους να διερευνήσουν κατά πόσο με την επιχειρηματική τους αυτή δραστηριότητα οι ερωτηθέντες γυναίκες αισθάνονται ότι οι στόχοι και οι προσδοκίες τους έχουν πραγματοποιηθεί.

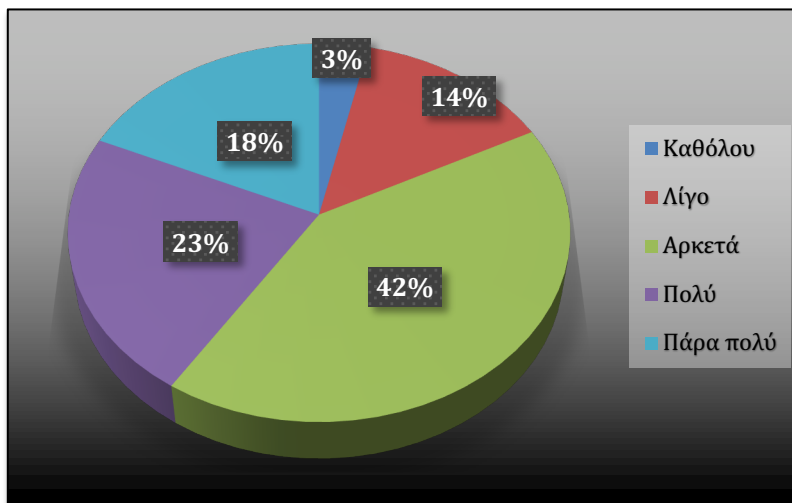
Γράφημα 32: Θα Επιλέγατε Πάλι να Γίνετε Επιχειρηματίας



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Στην ερώτησή μας αυτή οι απαντήσεις ήταν αρκετά θετικές, καθώς οι απαντήσεις (αρκετά, πολύ και πάρα πολύ) είχαν τα πιο υψηλά ποσοστά με την πλειοψηφία των 29% μονάδων στην απάντηση πολύ. Μέσο της ερώτησης αυτής παρατηρούμε ότι παρά τις οικονομικές δυσκολίες, που περνά η χώρα μας και κυρίως ο κλάδος των μικρομεσαίων επιχειρήσεων οι επιχειρηματίες δε φαίνεται να αποθαρρύνονται και παρά τις συγκυρίες δε μετανιώνουν, που επέλεξαν να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση.

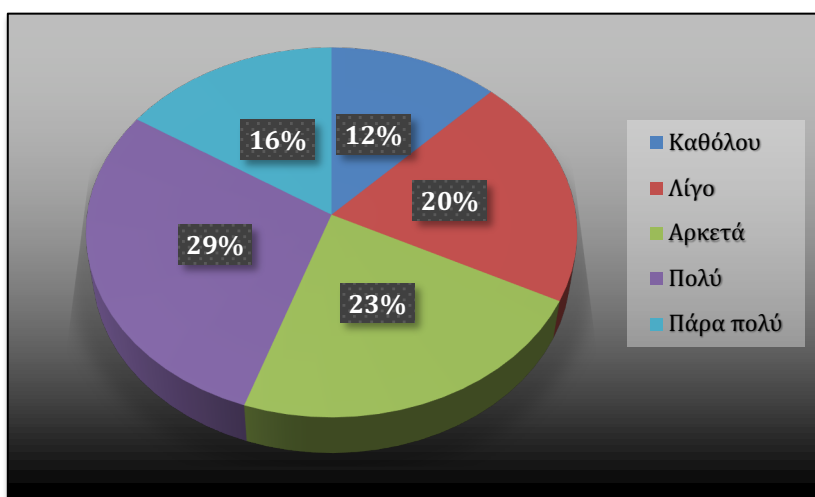
Γράφημα 33: Η Επιχειρηματικότητα μου Προσφέρει Περισσότερα Πλεονεκτήματα από Μειονεκτήματα



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Αρκετά είναι τα πλεονεκτήματα τα οποία λαμβάνουν οι γυναίκες μέσω της επιχειρηματικότητας σε σχέση με τα μειονεκτήματα τα οποία έχει. Το ποσοστό 42% στην απάντηση (αρκετά) μας το επιβεβαιώνει.

Γράφημα 34: Αν Είχα κι Άλλες Επαγγελματικές Επιλογές, Πάλι θα Επέλεγα να Είμαι Επιχειρηματίας

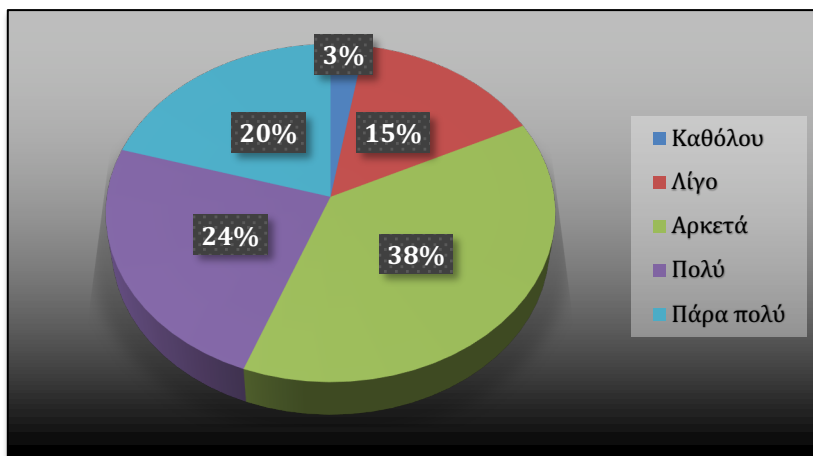


Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Το να είσαι επιχειρηματίας είναι αρκετά απαιτητικό και πρέπει η επιλογή αυτή να γίνεται συνειδητά. Οι απαντήσεις, που λάβαμε όπως φαίνεται και από το διάγραμμα σε

ποσοστό 29% στην απάντηση (πολύ) μας δείχνει ότι οι ερωτώμενες θα επέλεγα και πάλι να γίνουν επιχειρηματίες ακόμα και αν είχαν κάποιες άλλες επαγγελματικές ευκαιρίες.

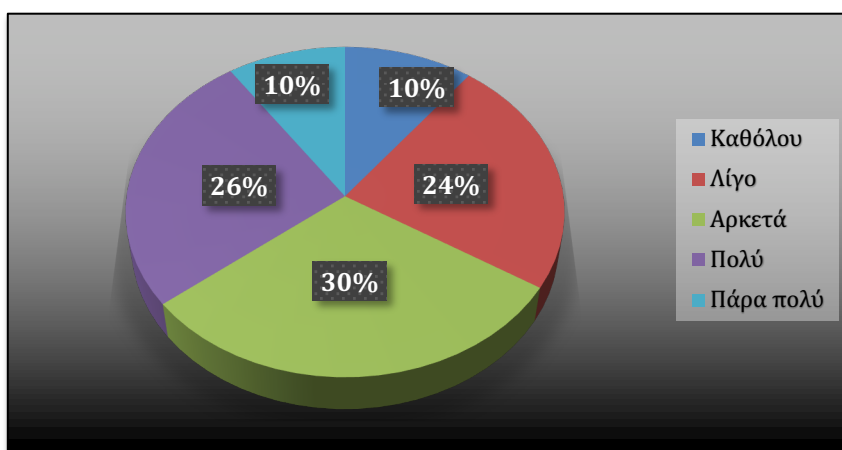
Γράφημα 35: Το να Είμαι Επιχειρηματίας μου Προσφέρει Ικανοποίηση



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Στην ερώτηση, που κάναμε στις γυναίκες επιχειρηματίες εάν η επιχειρηματικότητα τους προσφέρει ικανοποίηση, μας απάντησαν ότι σε ποσοστό 38% η ικανοποίηση, που λαμβάνουν από την επιχειρηματική τους δραστηριότητα είναι αρκετή.

Γράφημα 36: Το ότι Είμαι Επιχειρηματίας Είναι ότι Καλύτερο για την Ζωή Μου

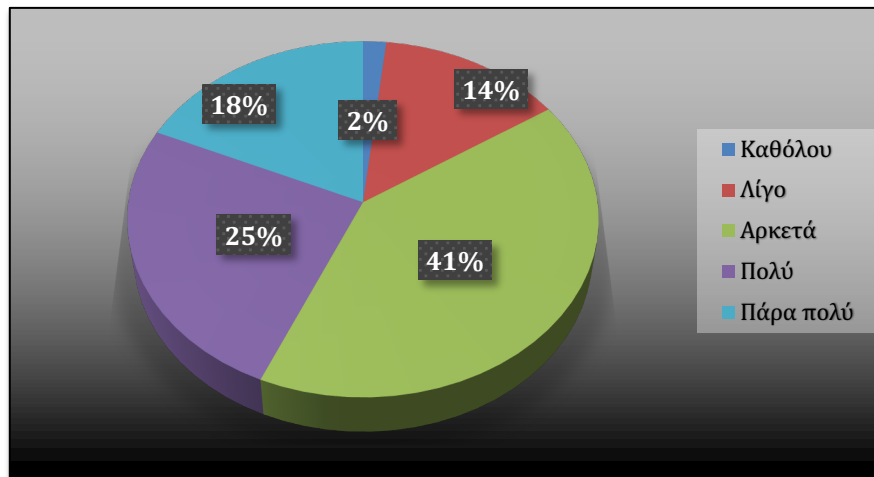


Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Οι γυναίκες του Δήμου Βόλου, που επέλεξαν τον δρόμο του επιχειρείν μας απαντούν ότι η απόφασή τους αυτή ήταν μια θετική έκβαση, που θα μπορούσε να έχει η ζωή τους. Τα

ποσοστά 30% στην απάντηση (αρκετά) αλλά και το 26% στην απάντηση (πολύ) έρχονται να το επιβεβαιώσουν

Γράφημα 37: Με την Επιλογή μου Αυτή Εξυπηρετούνται σε Μεγάλο Βαθμό οι Ανάγκες και οι Αρχικοί Στόχοι Μου

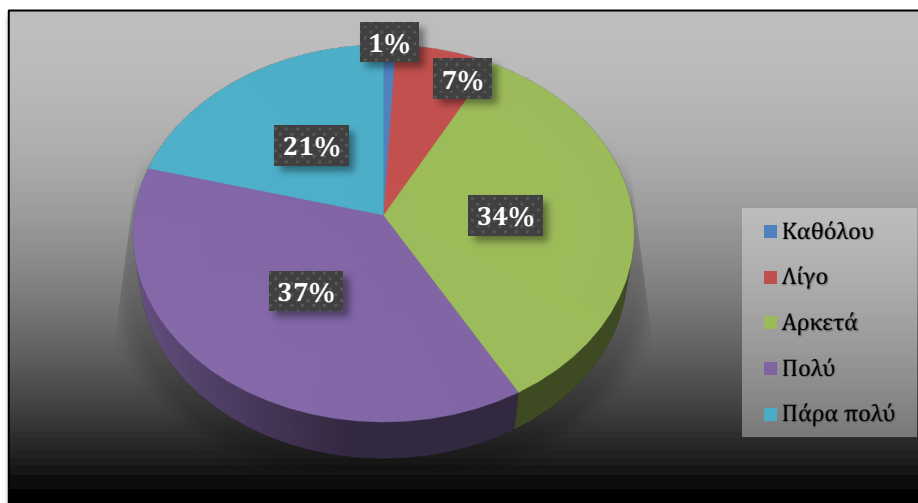


Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Στην πλειοψηφία των γυναικών παρατηρούμε ότι σε ποσοστό 41% η επιλογή τους να γίνουν επιχειρηματίες εξυπηρετεί αρκετά τις ανάγκες τους αλλά και τους αρχικού στόχους που είχαν θέσει.

5.5 ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ ΣΧΕΤΙΚΩΝ ΜΕ ΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ

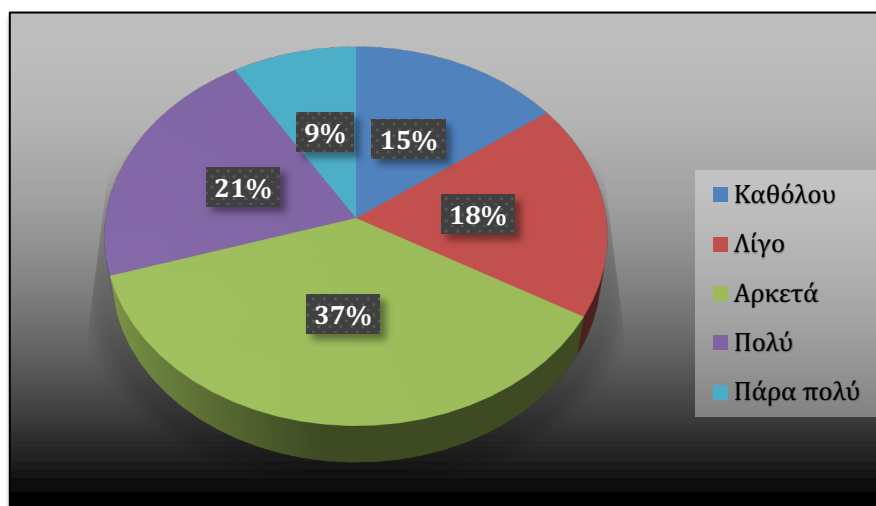
Γράφημα 38: Θεωρείτε ότι Συμβάλλετε στην Τοπική Ανάπτυξη της Περιοχής Σας



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Το 37% από τις ερωτηθέντες γυναίκες μας απάντησαν ότι θεωρούν πως η επιχειρηματική τους δραστηριότητα συμβάλει πολύ στην τοπική ανάπτυξη.

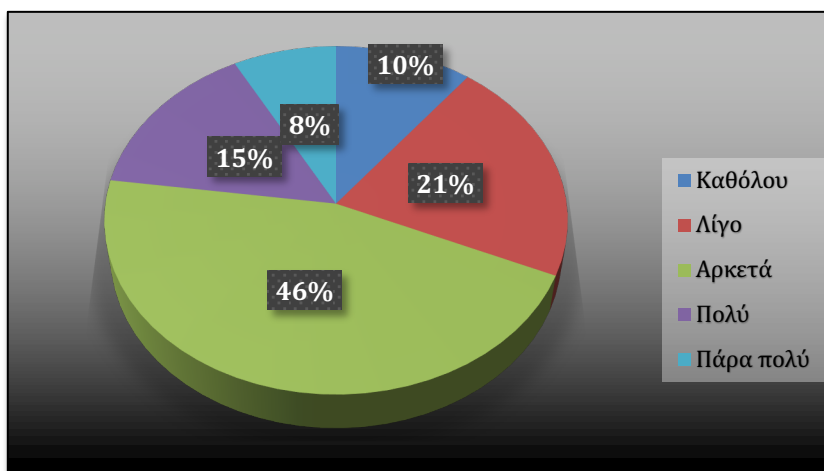
Γράφημα 39: Θεωρείτε ότι Βοηθάτε στην Μείωση της Ανεργίας



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Η ανεργία είναι ένας πολυσυζητημένος όρος στην χώρα μας τα τελευταία χρόνια. Οι γυναίκες επιχειρηματίες του δήμου Βόλου πιστεύουν ότι συμβάλουν αρκετά (37%) στη μείωση της ανεργία στην πόλη μας, μέσω της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας.

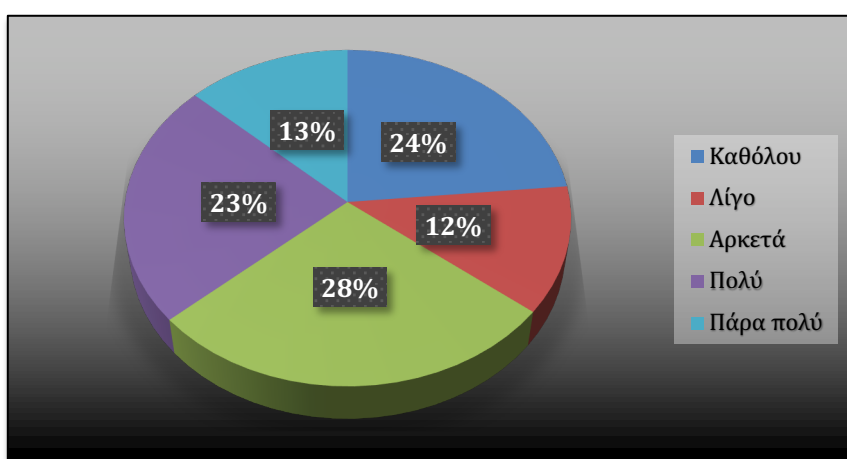
Γράφημα 40: Η Τοπική Κοινωνία Ενθαρρύνει την Γυναικεία Επιχειρηματικότητα



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα, που αποκομίσαμε από την έρευνά μας παρατηρούμε ότι η τοπική κοινωνία του δήμου Βόλου ενθαρρύνει τη γυναικεία επιχειρηματικότητα σε έναν αρκετά σημαντικό βαθμό.

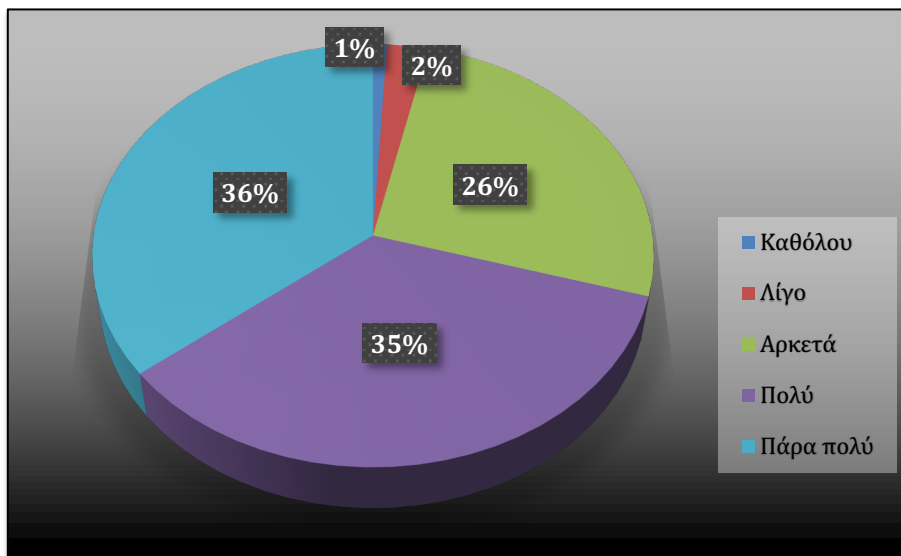
Γράφημα 41: Πιστεύετε ότι οι Γυναίκες Επιχειρηματίες Δέχονται Διαφορετική Αντιμετώπιση από τους Άνδρες



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Αρκετές από τις ερωτηθέντες μας εξέφρασαν μια δυσάρεστη για εκείνες κατάσταση, που υπάρχει στον χώρο του επιχειρείν. Δεν είναι άλλη από τη διαφορετική αντιμετώπιση, που υπάρχει μεταξύ των ανδρών επιχειρηματιών σε σχέση με τις γυναίκες επιχειρηματίες.

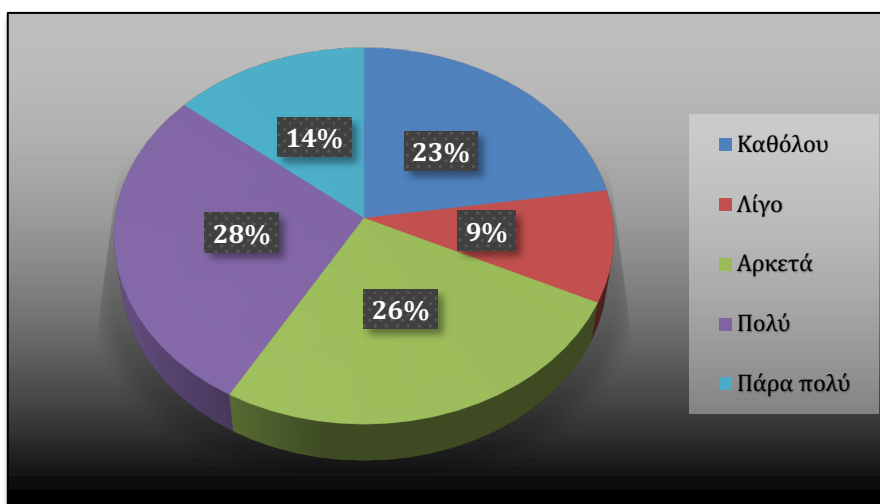
Γράφημα 42: Θεωρείτε ότι οι Γυναικεία Επιχειρηματικότητα Έχει Αρκετές Προοπτικές



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Οι γυναίκες επιχειρηματίες πιστεύουν πάρα πολύ στη δουλειά του και γι' αυτό άλλωστε θεωρούν ότι οι γυναικεία επιχειρηματικότητα έχει πάρα πολλές προοπτικές. Και όπως θα δούμε και στη συνέχεια παροτρύνουν τα νέα κορίτσια να ακολουθήσουν τον δρόμο του επιχειρείν.

Γράφημα 43: Οι Γυναίκες Επιχειρηματίες Αντιμετωπίζουν Περισσότερες Δυσκολίες από τους Άνδρες

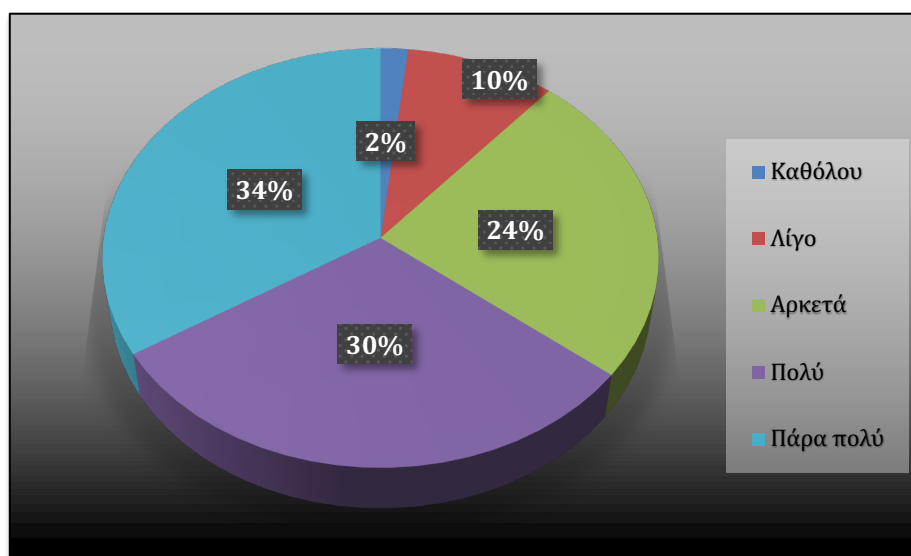


Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Οι γυναίκες επιχειρηματίες πέρα από τη διαφορετική αντιμετώπιση την οποία δέχονται σε σχέση με τους άνδρες αντιμετωπίζουν και περισσότερες δυσκολίες σύμφωνα με τα λεγόμενά τους. Δυσκολίες, που μπορεί να σχετίζονται με την έναρξη της επιχείρησής τους αλλά και άλλες

δυσκολίες, που μπορεί να συναντούν, καθώς έχουν πολλούς ρόλους που πρέπει να φέρουν εις πέρας (μητέρα, σύζυγος, επιχειρηματίας κ.ο.κ.)

Γράφημα 44: Θα Προτείνετε στα Νέα Κορίτσια να Ακολουθήσουν το Δρόμο του Επιχειρείν



Πηγή: Ιδία Επεξεργασία

Στο τελευταίο αυτό διάγραμμα βλέπουμε ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες παροτρύνουν τα νέα κορίτσια να ακολουθήσουν το επιχειρείν και τα ποσοστά είναι πολύ ευχάριστα, καθώς οι απαντήσεις των (πάρα πολύ και πολύ) ξεπερνούν το 60% άκρως ενθαρρυντικό για τα νέα κορίτσια, που σκέφτονται και θέλουν να μπουν στον χώρο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Μετά την ανάλυση των απαντήσεων, που έδωσαν οι γυναίκες επιχειρηματίες του δήμου Βόλου, στα ερωτηματολόγια που τους μοιράστηκαν προέκυψαν τα ακόλουθα συμπεράσματα. Παράγοντες όπως είναι οι δυσκολίες που υπάρχουν ως προς την ανέλιξη των γυναικών στις υψηλότερες βαθμίδες της εταιρικής ιεραρχίας αλλά και της αδυναμίας εύρεσης της κατάλληλης μισθωτής εργασίας ή άλλων εναλλακτικών εργασίας, φαίνεται να μη συμβάλουν στην ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας από τις γυναίκες του δείγματός μας. Επίσης, η απόκτηση πλούτου και δύναμης ή κύρους, που πολλές φορές ακολουθούν την έννοια του επιχειρηματία δεν επηρεάζουν την επιλογή των γυναικών στο να προχωρήσουν στην επιλογή τους αυτή. Η επιχειρηματικότητα δε λειτουργεί για εκείνες ως ένα μέσο με το οποίο θα βελτίωναν τη θέση τους μέσα στο οικογενειακό περιβάλλον αλλά ούτε σαν μία διέξοδο από το σπίτι και τα καθήκοντά τους. Κάθε άλλο η οικονομική ενίσχυση της οικογένειάς τους μέσω της καλυτέρευση του οικογενειακού εισοδήματος είναι από τους σημαντικότερους λόγους, που συντέλεσαν στην απόφαση των γυναικών να στραφούν προς την αυτό-απασχόληση.

Επιπροσθέτως, σημαντικό ρόλο διαδραματίζει η προηγούμενη εμπειρία, η αξιοποίηση μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας, η ενθάρρυνση από σημαντικούς για εκείνες ανθρώπους, η προσωπική ανάπτυξη και αυτοπραγμάτωση. Το επιχειρηματικό πνεύμα που διαθέτει η καθεμία αλλά και τα κίνητρα της ανεξαρτησίας, είναι λόγοι οι οποίοι αναφέρονται στη βιβλιογραφία και μπορούν όντως να κινητοποιήσουν μία γυναίκα να αναπτύξει τη δική της επιχειρηματική δραστηριότητα. Το φαινόμενο της “γυάλινης οροφής” το οποίο συναντάμε σαν κίνητρο προς την άσκησης επιχειρηματικής δραστηριότητας στη βιβλιογραφία, φαίνεται να μην έχει καμία επιρροή στις γυναίκες επιχειρηματίες του δείγματος. Αν και πλέον η γυάλινη αυτή οροφή έχει “σπάσει”, καθώς πολλές είναι οι γυναίκες, που θα τις συναντήσουμε σε υψηλές διοικητικές θέσεις σε μεγάλες εταιρίες και πολυεθνικές. Παρ’όλα αυτά η έλλειψη ικανοποίησης από προηγούμενη εργασία δε λειτουργεί ως κάποιου είδους κίνητρο για τις γυναίκες που θέλουν να γίνουν επιχειρηματίες αλλά η επιλογή τους αυτή γίνεται συνετά και όχι από προηγούμενες δυσάρεστες εργασιακές εμπειρίες. Γεγονός, που επιβεβαιώνετε και από το ποσοστό της τάξης του 49% των γυναικών, που έχουν ξεπεράσει τα δέκα χρόνια λειτουργίας των επιχειρήσεων τους.

Υποστηρίζεται επίσης από τη βιβλιογραφία ότι, οι επιχειρήσεις που δημιουργούνται από γυναίκες επιχειρηματίες τείνουν να έχουν μικρότερο αναπτυξιακό δυναμικό σε σχέση με εκείνες των ανδρών. Μελέτες υποδηλώνουν ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες είναι προσεκτικές σχετικά με την παραδοσιακή τραπεζική χρηματοδότηση λόγω του υψηλού κόστους αλλά και των δυσκολιών που αντιμετωπίζουν ως προς την πρόσβαση σε τραπεζικές πιστώσεις. Αυτός είναι ένας από τους σημαντικότερους φραγμούς στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων που ανήκουν σε γυναίκες και αποτελεί εμπόδιο στη δημιουργία πλούτου. Οι γυναίκες είθισται να αποφεύγουν τον κίνδυνο αυτό σε σχέση με τους άνδρες, κατά την εκκίνηση των επιχειρήσεων τους, προσπαθούν να μειώσουν τον οικονομικό κίνδυνο και να βασίζονται περισσότερο στα δικά τους ή των οικογενειών τους οικονομικά μέσα. Τα ευρήματα τις έρευνάς μας έρχονται να επιβεβαιώσουν τη βιβλιογραφία, καθώς στην ερώτηση μας η οποία αφορούσε το αρχικό κεφάλαιο που χρησιμοποιήθηκε για την έναρξη της επιχείρησης, οι συχνότερες απαντήσεις που συλλέξαμε ήταν στην ερώτηση η οποία αντιστοιχούσε στα ίδια κεφάλαια με ποσοστό 47%. Η αμέσως επόμενη συχνότερη απάντηση με ποσοστό απαντήσεων 30%, αντιστοιχούσε στην οικογενειακή ενίσχυση, που δέχτηκαν οι γυναίκες, ώστε να καταφέρουν να προχωρήσουν στη δημιουργία της επιχείρησής τους.

Οι επιχειρήσεις, που ανήκουν και διαχειρίζονται οι γυναίκες εμφανίζονται κατά μέσο όρο λιγότερο προσανατολισμένες προς την επίτευξη υψηλής ανάπτυξης και δημιουργίας ουσιαστικής απασχόλησης για τους άλλους σύμφωνα με όσα είδαμε στη βιβλιογραφία. Τα αποτελέσματα επιβεβαιώνουν και αυτό το κομμάτι της βιβλιογραφίας διότι τα υψηλότερα ποσοστά τα οποία συλλέχτηκαν αντιστοιχούν στις γυναικείες επιχειρήσεις που απασχολούν από μηδέν έως τρία άτομα. Σημαντικό ρόλο στη μειωμένη ή περιορισμένη ανάπτυξης των γυναικείων επιχειρήσεων διαδραματίζει ο τομέας στον οποίο επιλέγουν να ασκήσουν την οικονομική τους δραστηριότητα, καθώς μπορεί ο ίδιος να θέτει περιορισμούς σε μελλοντική ανάπτυξη. Δεδομένου ότι οι περισσότερες γυναικείες επιχειρήσεις ίσως και να έχουν περιορισμένες αναπτυξιακές προοπτικές, δε φαίνεται να είναι λόγος που θα επηρεάσει τα επιχειρηματικά τους σχέδια. Κάθε άλλο η επιλογή τους να ακολουθήσουν το επιχειρείν είναι συνειδητή, δεν έχουν μετανιώσει για την επιλογή τους αυτή και θα επέλεγαν ξανά να γίνουν επιχειρηματίες ακόμα και αν είχαν και άλλες επαγγελματικές επιλογές. Στην πλειοψηφία τους οι γυναίκες επιχειρηματίες λαμβάνουν ικανοποίηση από την επαγγελματική τους επιλογή και τα πλεονεκτήματα υπερτερούν των μειονεκτημάτων που υπάρχουν και αντιμετωπίζουν.

Αν αναγάγουμε την περιορισμένη δυνατότητα, που εμφανίζουν οι γυναίκες επιχειρηματίες όπως προαναφέρθηκε, σε τοπικό επίπεδο θα διαπιστώσουμε ότι ακόμα και αυτή η μικρή ανάπτυξη των γυναικείων επιχειρήσεων είναι άκρως σημαντική. Καθώς μέσα από την

εξάπλωση της οικονομικής δραστηριότητας σε μια επικράτεια, παρατηρείται μια γενική βελτίωση της ποιότητας ζωής αλλά και των θέσεων εργασίας. Με την ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας από τις γυναίκες όχι μόνο δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας οι οποίες με τη σειρά τους συμβάλλουν στη μείωση της τοπική ανεργίας, αλλά οι ίδιες οι γυναίκες παύουν να είναι μέρος της ανεπίσημης οικονομίας όντας άμισθο εργατικό δυναμικό. Το κατά κεφαλήν εισόδημα της περιοχής και το επίπεδο της κοινωνικής ευημερίας αυξάνονται κατά τη διάρκεια μιας μακράς χρονικής περιόδου, οδηγώντας στην επιθυμητή οικονομική ανάπτυξη αυτής.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

**Η ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΩΣ ΜΟΧΛΟΣ
ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ : ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ
ΔΗΜΟΥ ΒΟΛΟΥ**

Στο πλαίσιο του Μεταπτυχιακού προγράμματος Νέας Επιχειρηματικότητας, Καινοτομίας και Ανάπτυξης του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας διεξάγεται η έρευνα με θέμα "Η Γυναικεία επιχειρηματικότητα ως μοχλός τοπικής ανάπτυξης" με μελέτη περίπτωσης το δήμο Βόλου. Το παρόν ερωτηματολόγιο το οποίο καλείστε να συμπληρώσετε είναι μέρος της έρευνας αυτής, όλες οι απαντήσεις σας θα παραμείνουν εμπιστευτικές και φυσικά ανώνυμες. Η επεξεργασία και η ανάλυση των στοιχείων θα πραγματοποιηθεί μόνο στα πλαίσια αυτής της έρευνας και για κανέναν άλλο σκοπό. Για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου θα χρειαστείτε περίπου 10 λεπτά.

Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για την βοήθεια σας.

Φοιτήτρια ΝΕΚΑ

ΤΖΩΡΤΖΗ ΕΙΡΗΝΗ

* Required

1. ΗΛΙΚΙΑ *

Mark only one oval.

- ☐ 18-24
☐ 25-34
☐ 35-44
☐ 45-54
☐ 55 και ανω

2. ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ *

Mark only one oval.

- ☐ Άγαμη
☐ Έγγαμη
☐ Διαζευμένη
☐ Χήρα
☐ Other: _____

3. ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΑΙΔΙΩΝ **Mark only one oval.*

- ☐ Κανένα
☐ Ένα
☐ Δύο
☐ Τρία
☐ Τέσσερα και άνω

4. ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ **Mark only one oval.*

- ☐ Δημοτικό
☐ Γυμνάσιο
☐ Λύκειο/Επαγγελματική σχολή
☐ Μεταδευτεροβάθμια εκπαίδευση ΑΕΙ/ΤΕΙ
☐ Ιδιωτική σχολή ΙΕΚ
☐ Μεταπτυχιακό
☐ Other: _____

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ**5. ΝΟΜΙΚΗ ΜΟΡΦΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ****Mark only one oval.*

- ☐ Ατομική
☐ ΟΕ
☐ ΕΕ
☐ ΕΠΕ
☐ ΑΕ
☐ ΜΕΠΕ
☐ ΙΚΕ
☐ Κοιν. Σεπ
☐ Συνεταιρισμός
☐ Other: _____

6. ΤΟΜΕΑΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ **Mark only one oval.*

- ☐ Πρωτογενής
☐ Δευτερογενής
☐ Τριτογενής

7. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΚΥΡΙΑΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ **Mark only one oval.*

- ☐ Αγροτικά
☐ Μεταποίηση
☐ Χονδρικό/Λιανικό εμπόριο
☐ Μεταφορά και Αποθήκευση
☐ Εκπαίδευση
☐ Υπηρεσίες
☐ Τουριστικά
☐ Εστίαση
☐ Other: _____

8. ΕΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ **Mark only one oval.*

- ☐ 0-3,5
☐ 3,5-5
☐ 6-10
☐ 11 και ανω

9. ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΩΝ ΠΛΗΝ ΤΟΥ ΕΑΥΤΟΥ ΣΑΣ **Mark only one oval.*

- ☐ Κανέναν
☐ 1
☐ 2-3
☐ 4-5
☐ 6 και ανω

10. ΣΕ ΠΟΙΟ ΒΑΘΜΟ ΟΙ ΠΑΡΑΚΑΤΩ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ /ΚΙΝΗΤΡΑ ΣΥΝΕΒΑΛΑΝ ΣΤΗΝ ΑΠΟΦΑΣΗ ΣΑΣ ΝΑ ΠΡΟΒΕΙΤΕ ΣΤΗΝ ΑΝΑΛΗΨΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ *

*

Check all that apply.

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Ανεξαρτησία/Θέλω να είμαι το αφεντικό του εαυτού μου	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Διαθέτω επιχειρηματικό πνεύμα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Κοινωνική καταξίωση και κύρος	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ενίσχυση του οικογενειακού εισοδήματος	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Διατήρηση οικογενειακής επιχείρησης	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Επιθυμία για ευέλικτο ωράριο εργασίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Έλλειψη ικανοποίησης από προηγούμενη εργασία	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αξιοποίηση γνώσεων και δεξιοτήτων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Δυσκολία ανέλιξης στην διοικητική ιεραρχία ως υπάλληλος	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Προσωπική ανάπτυξη και αυτοπραγμάτωση	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Βελτίωση της θέσης μου μέσα στην οικογένεια	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Διέξοδος από το σπίτι	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Απόκτηση πλούτου και δύναμης	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ενθάρρυνση από σημαντικά για εμένα πρόσωπα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αξιοποίηση και εκμετάλλευσης μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας, συγκυρίας και ιδέας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Απόλυση από προηγούμενη εργασία	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αδυναμία εύρεσης της κατάλληλης μισθωτής εργασίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Απουσία άλλων εναλλακτικών απασχόλησης	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αλλαγή τύπου κατοικίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. ΓΙΑΤΙ ΕΠΙΛΕΞΑΤΕ ΤΟΝ ΣΥΓΓΕΚΡΙΜΕΝΟ ΤΟΜΕΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ *

Mark only one oval.

- ☐ Λόγο προηγούμενης εμπειρίας
- ☐ Λόγο των σπουδών μου
- ☐ Λόγο της ύπαρξης οικογενειακής επιχείρησης
- ☐ Είναι κάτι που ταιριάζει στην προσωπικότητα μου
- ☐ Τον θεωρώ εύκολο τομέα
- ☐ Other: _____

12. ΤΟ ΑΡΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΑΡΞΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΣΑΣ ΗΤΑΝ ΑΠΟ *

Mark only one oval.

- ☐ Ίδια κεφάλαια
- ☐ Τραπεζικό δάνειο
- ☐ Οικονομική στήριξη από την οικογένεια μου
- ☐ Προγράμματα ΕΣΠΑ
- ☐ Other: _____

Οι ακόλουθες προτάσεις έχουν ως στόχο να διερευνήσουν κατά πόσο με την επιχειρηματική σας αυτή δραστηριότητα αισθάνεστε ότι πραγματοποιούνται οι στόχοι και οι προσδοκίες σας ή ότι η ζωή σας έγινε δυσχερέστερη. Σημειώστε το βαθμό που ισχύει για εσάς η κάθε πρόταση.

13. *

Mark only one oval per row.

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Αν μπορούσατε να γυρίσετε το χρόνο πίσω, θα επιλέγατε πάλι να γίνετε επιχειρηματίας.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Η επιχειρηματικότητα μου προσφέρει περισσότερα πλεονεκτήματα από μειονεκτήματα.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αν είχα κι άλλες επαγγελματικές επιλογές, πάλι θα επέλεγα να είμαι επιχειρηματίας.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Το να είμαι επιχειρηματίας, μου προσφέρει ικανοποίηση.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Η επιχειρηματικότητα ανταποκρίνεται στις ανάγκες και τις επιθυμίες μου.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Το ότι είμαι επιχειρηματίας είναι ότι καλύτερο για τη ζωή μου.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Με την επαγγελματική μου επιλογή αυτή εξυπηρετούνται σε μεγάλο βαθμό οι ανάγκες και οι αρχικοί στόχοι μου.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΟΤΙ ΣΥΜΒΑΛΛΕΤΕ ΣΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΣΑΣ ΜΕΣΩ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΣΑΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ *

Mark only one oval.

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

15. **ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΟΤΙ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΣΑΣ ΒΟΗΘΑΤΕ ΣΤΗ ΜΕΙΩΣΗ ΤΗΣ ΑΝΕΡΓΙΑΣ ***

Mark only one oval.

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

16. **ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΟΤΙ Η ΤΟΠΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΑ Ή Η ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΕΝΘΑΡΡΥΝΕΙ ΤΗΝ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ***

Mark only one oval.

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

17. **ΠΙΣΤΕΥΕΤΕ ΟΤΙ ΟΙ ΓΥΝΑΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ ΔΕΧΟΝΤΑΙ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΗ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΑΝΔΡΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ ***

Mark only one oval.

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

18. **ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΟΤΙ Η ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΕΧΕΙ ΑΡΚΕΤΕΣ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ***

Mark only one oval.

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

19. **ΠΙΣΤΕΥΕΤΕ ΟΤΙ ΟΙ ΓΥΝΑΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΟΥΝ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΑΝΔΡΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ ***

Mark only one oval.

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

20. **ΘΑ ΠΡΟΤΕΙΝΑΤΕ ΣΤΑ ΝΕΑ ΚΟΡΙΤΣΙΑ ΝΑ ΑΚΟΛΟΥΘΗΣΟΥΝ ΤΟ ΔΡΟΜΟ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ ***

Mark only one oval.

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

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

7. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

7.1 ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Βαρνά Ευρυδίκη (2016). Γυναικεία επιχειρηματική πρόθεση: Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας
- Γάτος Δημ. Σωτήριο (2014). Τα αίτια της ανεργίας στην ελληνική οικονομία: Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας
- Καλαϊτζιδάκης Παντελής, Καλυβίτης Σαράντης (2008), Οικονομική μεγέθυνση: Θεωρία και πολιτική, Εκδόσεις κριτική
- Κοτρώνη Γεωργία (2007). Επιχειρηματικότητα και τοπική ανάπτυξη: Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας
- Κρεμμύδα Ελένη (2015). Γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα με έμφαση στον νομό Αρκαδίας: Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Ηπείρου
- Ροσγοβά Γεωργία (2009). Η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα
- Σάκκος Ιωάννης (2014). Παράγοντες προσδιορισμού της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων: Πανεπιστήμιο Πατρών
- Σκλήκα Χαρίκλεια (2016). Η γυναικεία επιχειρηματικότητα στις σύγχρονες εργασιακές συνθήκες ενός ασταθούς περιβάλλοντος: Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Πειραιά

7.2 ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Agnete Alsos, G., Ljunggren, E. and Hytti, U. (2013). Gender and innovation: state of the art and a research agenda. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 5(3), pp.236-256.

- Ahmad, S. and Muhammad Arif, A. (2015). Strengthening access to finance for women-owned SMEs in developing countries. *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal*, 34(7), pp.634-639.
- Alonso, N. and Trillo, D. (2014). Women, Rural Environment and Entrepreneurship. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 161, pp.149-155.
- Berger, E. and Kuckertz, A. (2016). Female entrepreneurship in startup ecosystems worldwide. *Journal of Business Research*, 69(11), pp.5163-5168.
- Brindley, C. (2005). Barriers to women achieving their entrepreneurial potential. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11(2), pp.144-161.
- Bruni, A., Gherardi, S. and Poggio, B. (2004). Entrepreneur-mentality, gender and the study of women entrepreneurs. *Journal of Organizational Change Management*, 17(3), pp.256-268.
- Cabrer-Borrás, B. and Rico Belda, P. (2017). Survival of entrepreneurship in Spain. *Small Business Economics*, 51(1), pp.265-278.
- Camelo-Ordaz, C., Diánez-González, J. and Ruiz-Navarro, J. (2016). The influence of gender on entrepreneurial intention: The mediating role of perceptual factors. *BRQ Business Research Quarterly*, 19(4), pp.261-277.
- Carrington, C. (2006). Women Entrepreneurs. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 19(2), pp.83-94.
- Coulibaly, S., Erbao, C. and Metuge Mekongcho, T. (2018). Economic globalization, entrepreneurship, and development. *Technological Forecasting and Social Change*, 127, pp.271-280.
- Cowell, M., Lyon-Hill, S. and Tate, S. (2018). It takes all kinds: understanding diverse entrepreneurial ecosystems. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 12(2), pp.178-198.
- García, P. and Capitán, Á. (2016). Elements that contribute to boost female entrepreneurship: A prospective analysis. *Suma de Negocios*, 7(15), pp.54-60.
- Gherhes, C., Vorley, T. and Williams, N. (2017). Entrepreneurship and local economic resilience: the impact of institutional hysteresis in peripheral places. *Small Business Economics*, 51(3), pp.577-590.

- Gidakou, I. (2015). Women's Entrepreneurship in Rural Greece. *International Journal of Business and Management*, 10(10).
- Harrison, L. and Lynch, A. (2005). Social Role Theory and the Perceived Gender Role Orientation of Athletes. *Sex Roles*, 52(3-4), pp.227-236.
- Iakovleva, T., Solesvik, M. and Trifilova, A. (2013). Financial availability and government support for women entrepreneurs in transitional economies. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(2), pp.314-340.
- Iuliana, C. (2018). *Female Entrepreneurship In Local Development*. [online] Ideas.repec.org. Available at: <https://ideas.repec.org/a/brc/journl/v26y2014i4p571-579.html> [Accessed 12 Dec. 2018].
- Kephart, P. and Schumacher, L. (2005). Has the 'Glass Ceiling' Cracked? An Exploration of Women Entrepreneurship. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 12(1), pp.2-15.
- Kimbu, A. and Ngoasong, M. (2016). Women as vectors of social entrepreneurship. *Annals of Tourism Research*, 60, pp.63-79.
- Koppl, R. (2009). *Austrian economics and entrepreneurial studies*. Emerald Group Publishing Limited.
- Malecki, E. (1993). Entrepreneurship in Regional and Local Development. *International Regional Science Review*, 16(1-2), pp.119-153.
- Marlow, S. and Patton, D. (2005). All Credit to Men? Entrepreneurship, Finance, and Gender. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(6), pp.717-735.
- McGowan, P., Redeker, C., Cooper, S. and Greenan, K. (2012). Female entrepreneurship and the management of business and domestic roles: Motivations, expectations and realities. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(1-2), pp.53-72.
- Mitchelmore, S. and Rowley, J. (2013). Entrepreneurial competencies of women entrepreneurs pursuing business growth. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(1), pp.125-142.

- Mitchelmore, S., Rowley, J. and Shiu, E. (2014). Competencies associated with growth of women-led SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 21(4), pp.588-601.
- Morrison, A., Van Velsor, E. and White, R. (1994). *Breaking the glass ceiling*. [New York]: Basic Books.
- Neumeyer, X., Santos, S., Caetano, A. and Kalbfleisch, P. (2018). Entrepreneurship ecosystems and women entrepreneurs: a social capital and network approach. *Small Business Economics*.
- Pike, A., Rodríguez-Pose, A. and Tomaney, J. (2006). *Local and regional development*.
- Portillo Navarro, M. and Millán Jiménez, A. (2016). Moderators elements of entrepreneurship. Gender differences. *Suma de Negocios*, 7(15), pp.47-53.
- Rypestøl, J. and Aarstad, J. (2018). Entrepreneurial innovativeness and growth ambitions in thick vs. thin regional innovation systems. *Entrepreneurship & Regional Development*, 30(5-6), pp.639-661.
- Smallbone, D. and Welter, F. (n.d.). *Enterprising Women in Transition Economies*.
- Sobel, R., Clark, J. and Lee, D. (2007). Freedom, barriers to entry, entrepreneurship, and economic progress. *The Review of Austrian Economics*, 20(4), pp.221-236.
- Suárez-Ortega, M. and Gálvez-García, R. (2017). Motivations and Decisive Factors in Women's Entrepreneurship. A Gender Perspective in Education and Professional Guidance. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 237, pp.1265-1271.
- Wasilczuk, J. and Zieba, K. (2008). Female Entrepreneurship in Transitional Economies: The Case of Poland. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 21(2), pp.153-169.
- Welter, F. (2004). The environment for female entrepreneurship in Germany. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 11(2), pp.212-221.
- Zampetakis, L., Bakatsaki, M., Kafetsios, K. and Moustakis, V. (2016). Sex differences in entrepreneurs' business growth intentions: an identity approach. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 5(1).