

Γυναικεία Νεανική Επιχειρηματικότητα στην Τριτοβάθμια Εκπαίδευση στην Ελλάδα. Η περίπτωση του ΤΕΙ Σερρών.

Γιοβάνης Νικόλαος, Καρανάσιος Νικόλαος
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων
Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Σερρών
ng@teiser.gr, nk@teiser.gr

Παζάρσκης Μιχαήλ
Τμήμα Λογιστικής
Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Σερρών
pazarskis@gmail.com

Περίληψη

Στην σύγχρονη κοινωνία οι γυναίκες έχουν ενταχθεί στον κλάδο των επιχειρήσεων δυναμικά, παρόλο που έχουν να αντιμετωπίσουν πολλά προβλήματα σε σχέση με τους άντρες, όπως είναι η προκατάληψη και οι οικογενειακές υποχρεώσεις. Οι γυναικείς επιχειρήσεις συνεχώς αυξάνονται, γιατί οι νέες γυναίκες σήμερα τολμούν να ρισκάρουν και έχουν ως στόχο μόνο την επιτυχία. Η εργασία αυτή παρουσιάζει τα αποτελέσματα μιας ποσοτικής έρευνας που αναφέρεται στη διερεύνηση της νεανικής γυναικείας επιχειρηματικότητας. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε μέσω της συγκέντρωσης ερωτηματολογίων υποβοηθούμενης αυτοσυμπλήρωσης, με μέθοδο δειγματοληψίας τη *mall intercept personal interview*, σε συνδυασμό με τη μέθοδο δειγματοληψίας με κριτήρια σε 285 σπουδάστριες του Τ.Ε.Ι. Σερρών. Καταλήγοντας, συζητούνται τα αποτελέσματα και δίνονται κατευθύνσεις για περαιτέρω έρευνα.

Λέξεις Κλειδιά: γυναίκα, γυναικεία επιχειρηματικότητα, νεανική επιχειρηματικότητα, κεφάλαιο, εκπαίδευση, προβλήματα.

Jel Classificatio: D29, J49, M13

Εισαγωγή

Το αντικείμενο της παρούσας εργασίας είναι η γυναικεία νεανική επιχειρηματικότητα στην τριτοβάθμια εκπαίδευση στην Ελλάδα. Είναι ένα θέμα το οποίο στην εποχή μας απασχολεί πολύ την κοινωνία μας, διότι ο τομέας των επιχειρήσεων είναι στην πλειοψηφία ανδροκρατούμενος. Παρόλο που κατά καιρούς πολλοί είναι αυτοί που έχουν ενδιαφερθεί για την γυναικεία επιχειρηματικότητα δεν παύει να παραμένει ένα πολύ σημαντικό θέμα.

Για τον όρο της επιχειρηματικότητας γίνεται μια συνεχής αναφορά τον τελευταίο καιρό στην χώρα μας. Στην Οικονομική θεωρία η επιχειρηματικότητα θεωρείται ως ο τέταρτος συντελεστής παραγωγής μετά

το κεφάλαιο, την εργασία και το έδαφος. Ο όρος επιχειρηματικότητα προέρχεται από το «επιχειρώ», δηλαδή κάνω κάτι καινούργιο, καινοτομώ-δημιουργώ, χωρίς όμως να είναι γνωστό εκ των προτέρων το αποτέλεσμα (Καρανάσιος κ.ά., 2006). Σύμφωνα με το ΚΕΘΙ (2011) η επιχειρηματικότητα ορίζεται, σαν την προσπάθεια που μπορεί να είναι είτε ατομική είτε συλλογική, αξιοποίησης των πόρων που το άτομο ή η ομάδα διαθέτει, παραγωγής με αυτούς τους πόρους χρήσιμων προϊόντων ή υπηρεσιών και διάθεσής τους στην αγορά, με σκοπό την ικανοποίηση των στόχων, των αναγκών και των επιθυμιών του ατόμου ή της ομάδας, μέσα από την ικανοποίηση των αναγκών της αγοράς.

Κεντρική θέση στην κατανόηση της επιχειρηματικότητας κατέχει ο επιχειρηματίας. Ως επιχειρηματίας νοείται κάποιος ο οποίος βρίσκει μια ευκαιρία και την εκμεταλλεύεται παραγωγικά, έτσι ώστε να δημιουργήσει και να αναπτύξει μια νέα επιχείρηση (Παζάρσκη κ.ά., 2009; Χασιώτου κ.ά., 2011).

Βασικός σκοπός της έρευνας που πραγματοποιήθηκε ήταν η ανάλυση της γυναίκας ως επιχειρηματία καθώς η αποκάλυψη των απόψεων που έχουν οι νέες γυναίκες για την επιχειρηματικότητα. Επιμέρους στόχος της έρευνας ήταν η ανάλυση των φοβιών και των προβλημάτων που ανακύπτουν.

Η διάρθρωση της εργασίας έχει ως εξής: Στη δεύτερη ενότητα, παρουσιάζεται η γυναικεία επιχειρηματικότητα, όπου αναπτύσσονται οι λόγοι εργασίας των γυναικών καθώς και τα χαρακτηριστικά των γυναικείων επιχειρήσεων. Στη συνέχεια η τρίτη ενότητα αναφέρεται στη νεανική επιχειρηματικότητα σε συνάφεια με την ανεργία και τα προβλήματα των νέων. Στη τέταρτη ενότητα του παρόντος άρθρου παρουσιάζεται ο δείκτης GEM και παρατίθενται στοιχεία σχετικά με τη νεανική γυναικεία επιχειρηματικότητα από έρευνες που πραγματοποίησε ο εν λόγω οργανισμός. Το πέμπτο κομμάτι της εργασίας περιλαμβάνει την έρευνα όπου παρουσιάζεται η μεθοδολογία, το δημογραφικό προφίλ των φοιτητριών καθώς και η συζήτηση των αποτελεσμάτων. Στο έκτο και τελευταίο κομμάτι παρατίθενται τα συμπεράσματα και οι προτάσεις της παρούσας δημοσίευσης.

Γυναικεία επιχειρηματικότητα

Η γυναικεία επιχειρηματικότητα τα τελευταία χρόνια είναι ένα ανερχόμενο φαινόμενο που παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον όχι μόνο από οικονομική αλλά και από κοινωνική άποψη. Γι' αυτό κατά καιρούς γίνονται πολλές μελέτες με στόχο την ανάλυση της ταυτότητας της γυναίκας επιχειρηματία, τα προβλήματα που αντιμετωπίζει, τις προοπτικές εξέλιξής της και γενικότερα την πορεία της μέσα στις επιχειρήσεις (IOBE, 2011). Κάνοντας μια αναδρομή στο παρελθόν διαπιστώνουμε ότι οι γυναίκες έχουν κάνει πολλές προσπάθειες για να ενταχθούν στην αγορά εργασίας, σκοπός τους ήταν να ενσωματωθούν ενεργά στον οικονομικό και κοινωνικό τομέα και να αντιμετωπίζονται ισότιμα με τους άντρες.

Το γεγονός ότι τα ποσοστά δημιουργίας νέων επιχειρήσεων από γυναίκες αυξάνονται διαρκώς αποδεικνύει πως εν μέρει έχουν πετύχει τον σκοπό τους εφόσον οι γυναίκες σήμερα έχουν ενισχύσει τον ρόλο τους στο κοινωνικό σύνολο, διαθέτουν κύρος και μόρφωση, δεν διστάζουν να ρισκάρουν επαγγελματικά, συνδυάζουν πιο αποτελεσματικά την οικογένεια με την καριέρα ενώ ταυτόχρονα τονώνουν σε σημαντικό βαθμό την παραγωγική δυνατότητα της οικονομίας, διότι αποτελούν ένα σημαντικό

και αναπτυσσόμενο τμήμα του επιχειρηματικού πληθυσμού (Hogarth κ.ά., 1994).

Εφόσον εξετάζουμε την γυναικεία επιχειρηματικότητα, είναι αναγκαίο να αναφέρουμε ότι για να θεωρηθεί μια επιχείρηση γυναικεία πρέπει να ικανοποιούνται ταυτόχρονα και οι δύο προϋποθέσεις που ακολουθούν:

1. Γυναικεία συμμετοχή (μία ή περισσότερες) με ποσοστό πάνω από 51% στο μετοχικό κεφάλαιο της επιχείρησης.
2. Όλες οι αποφάσεις στρατηγικής σκοπιμότητας που αφορούν την επιχείρηση να λαμβάνονται από την ιδιοκτήτρια ή τις συνιδιοκτήτριες (EOMMEX, 2011).

Η γυναικεία ιδιοκτησία στον χώρο των επιχειρήσεων μπορεί να είναι ενεργός ή μη ενεργός ιδιοκτησία. Μη ενεργός ιδιοκτησία έχουν οι γυναίκες που γίνονται ιδιοκτήτριες της επιχείρησης στη θέση των συζύγων τους, εξαιτίας φορολογικών λόγων και νομικών περιορισμών που καθιστούν αδύνατο ή ασύμφορο για τον σύζυγο το να είναι επισήμως ο ιδιοκτήτης, δηλαδή η γυναίκα έχει την ιδιοκτησία μόνο κατά όνομα γιατί τη διοίκηση την ασκεί ο σύζυγος ο οποίος κατέχει παράλληλα και άλλη θέση στον ιδιωτικό ή δημόσιο τομέα. Επίσης υπάρχει και η περίπτωση της μικτής ιδιοκτησίας όπου οι συνεταίροι ανήκουν σε διαφορετικό φύλο. Εδώ θα πρέπει να διευκρινιστεί η συμβολή της γυναίκας εταίρου στη λήψη αποφάσεων, προκειμένου να καταγραφεί η επιχείρηση ως γυναικεία (Στρατηγάκη, 2005).

Λόγοι ώθησης της γυναίκας στην εργασία

Πολλοί είναι οι λόγοι που παροτρύνουν την γυναίκα να ενταχθεί στην αγορά εργασίας και να χειραφετηθεί. Κάποιοι λόγοι αφορούν την προσωπική της ικανοποίηση ενώ αντιθέτως άλλοι εν μέρη την αναγκάζουν να δραστηριοποιηθεί επιχειρηματικά και γενικότερα να εργασθεί. Οι κυριότεροι από αυτούς τους λόγους αναφέρονται παρακάτω:

α) Οι αυξημένες ανάγκες που έχει μια οικογένεια. Δεν είναι δυνατόν να καλυφθούν οι ανάγκες της οικογένειας μόνο με το εισόδημα του συζύγου, για τον λόγο αυτό η γυναίκα πρέπει να εργαστεί ώστε να συνεισφέρει και η ίδια στα έξοδα του νοικοκυριού (CEC, 2004a).

β) Η αστάθεια του συγχρόνου γάμου. Κυρίως στην εποχή μας πάντα υπάρχει το ενδεχόμενο ενός διαζυγίου, ο φόβος λοιπόν για το μέλλον την αναγκάζει να γίνει οικονομικά ανεξάρτητη.

γ) Η επιθυμία της να ξεφύγει από την ρουτίνα της καθημερινότητας. Η απασχόληση είναι ίσως η μόνη διέξοδος της γυναίκας από τα δεσμά του ανιαρού ρόλου της νοικοκυράς που της έχει επιβάλλει η κοινωνία.

δ) Η ανάγκη της για συντροφιά. Η γυναίκα νιώθει απομονωμένη μέσα στον χώρο του σπιτιού και αναζητά μέσω της εργασίας να διευρύνει την κοινωνική της ζωή (Μουσουρού, 2005).

ε) Η ανάγκη της για κοινωνική και προσωπική ικανοποίηση. Μέσω της απασχόλησης και πιο συγκεκριμένα μέσω της δημιουργίας μιας επιτυχημένης επιχείρησης, η γυναίκα προσπαθεί να δείξει τις ικανότητες και γενικότερα την αξία της στο κοινωνικό της περιβάλλον αλλά και στον ίδιο της τον εαυτό (Grey, 1994).

στ) Ο ξαφνικός θάνατος του συζύγου. Είναι από τις περιπτώσεις που η γυναίκα εξαναγκάζεται να δραστηριοποιηθεί επιχειρηματικά διότι πρέπει να διατηρήσει την οικογενειακή επιχείρηση που απέκτησε από κληρονομιά.

ζ) Η ανάγκη της να νιώσει χρήσιμη μετά από την ολοκλήρωση της περιόδου της ανατροφής των παιδιών. Όταν τα παιδιά μεγαλώνουν ή απομακρύνονται από τον χώρο του σπιτιού, η γυναίκα νιώθει πως δεν είναι πλέον αρκετά

χρήσιμη γι' αυτό και με την απασχόληση προσπαθεί να καλύψει το κενό που της έχουν αφήσει (Στρατηγάκη, 2005).

Χαρακτηριστικά γυναικείων επιχειρήσεων

Οι γυναικείες επιχειρήσεις, σύμφωνα με έρευνες που έγιναν (Formica, 2005; κ.ά.), τείνουν να είναι μικρότερες σε σύγκριση με των αντρών. Ένας λόγος είναι ότι οι άντρες δημιουργούν αυστηρή ιεραρχία με αποτέλεσμα να επιτυγχάνουν καλύτερο έλεγχο της επιχείρησης. Επίσης, ένας άλλος λόγος είναι ότι οι άντρες διστάζουν να συνεργαστούν επιχειρηματικά με γυναίκες, με συνέπεια να μειώνονται οι πιθανότητες να επεκταθεί μια γυναικεία επιχείρηση από συνεργασία ή από συγχώνευση. Ένα άλλο χαρακτηριστικό των γυναικείων επιχειρήσεων είναι ότι είναι ατομικές και με κριτήριο τον αριθμό των απασχολούμενων, σύμφωνα με τα κριτήρια της Ε.Ε., εντάσσονται στις πολύ μικρές επιχειρήσεις, με ανώτερο αριθμό ως δέκα απασχολούμενους (Burton και Dunn, 1996). Τέλος, ένα άλλο χαρακτηριστικό είναι ότι οι περισσότερες γυναίκες επιχειρηματίες στρέφονται σε δραστηριότητες του τριτογενούς τομέα και συγκεκριμένα στις δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών και λιανικού εμπορίου. Παρατηρούμε ότι τόσο σε εθνικό επίπεδο όσο και σε διεθνές οι γυναίκες επιχειρηματίες επιδεικνύουν μια εντονότερη τάση σε σχέση με τους άντρες, να δραστηριοποιούνται στον τομέα της παροχής υπηρεσιών, παρά στον κατασκευαστικό τομέα και στην βιομηχανία.

Χαρακτηριστικά και ικανότητες που συνδέονται με την επιτυχία των γυναικείων επιχειρήσεων θεωρούνται τα εξής: η ικανότητα επικοινωνίας, η επιμονή για την επίτευξη στόχων, η ανταγωνιστικότητα, η ευελιξία, οι δεξιότητες-ικανότητες management, (Scott, 2008) η ικανότητα ανάληψης κινδύνων και η αφοσίωση σε μια επιχειρηματική ιδέα (Μπουρλετίδης, 2006).

Νεανική επιχειρηματικότητα και ανεργία

Οι νέοι αναμφίβολα αποτελούν το πιο ζωντανό και δημιουργικό κομμάτι της κοινωνίας. Τα κοινά χαρακτηριστικά της σημερινής νεολαίας είναι η υψηλή μόρφωση, η εξοικείωση με την σύγχρονη τεχνολογία, η αντιμετώπιση μιας απαιτητικής καθημερινότητας που τους προκαλεί άγχος, ανασφάλεια και φυσικά ο φόβος που προέρχεται από την επαγγελματική αβεβαιότητα και τα ποσοστά ανεργίας που συνεχώς αυξάνονται (Βάβλη και Φράγκος, 2009α).

Η ανεργία πραγματικά είναι ένα θέμα που απασχολεί όχι μόνο τους νέους αλλά και όλη την κοινωνία, σ' αυτό το σημείο έρχεται ως απάντηση η επιχειρηματικότητα των νέων (Leitao and Baptista, 2009). Πολλοί ερευνητές που εξετάζουν το συγκεκριμένο θέμα πιστεύουν πως η νεανική επιχειρηματικότητα είναι η διέξοδος από την επαγγελματική κρίση, διότι μέσω της επιχειρηματικότητας θα προωθηθεί η καινοτομία και θα δημιουργηθούν νέες θέσεις εργασίας (Karanassios et al., 2006).

Προβλήματα των νέων

Καταλαβαίνουμε λοιπόν πως οι νέοι δεν διαθέτουν τις ευνοϊκότερες συνθήκες ώστε να μπορέσουν να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά γιατί εκτός από την ανεργία που αποτελεί ένα γενικότερο πρόβλημα έχουν να αντιμετωπίσουν και άλλα προβλήματα που αποτρέπουν τους νέους να

ασχοληθούν με τον κλάδο των επιχειρήσεων. Τα πιο σημαντικά από αυτά τα προβλήματα αναφέρονται παρακάτω:

α) Σπανίζουν οι επιχειρηματικές ευκαιρίες. Η πλειοψηφία των Ελλήνων κινητοποιούνται για την εκμετάλλευση μιας ευκαιρίας όμως δεν αντιλαμβάνονται σημαντικές επιχειρηματικές ευκαιρίες γύρω τους, αυτός είναι και ο λόγος που σταματούν μόνο στη σκέψη δημιουργίας μιας επιχείρησης (Schein, 1990) και δύσκολα αναζητούν μια ευκαιρία για να μπορέσουν να υλοποιήσουν την επιχείρηση που ονειρεύονται (Karanassios et al., 2010).

β) Ο προσανατολισμός των νέων εγχειρημάτων προς την τελική κατανάλωση. Οι νέες επιχειρήσεις που δημιουργούνται στην Ελλάδα σήμερα, έχουν ως στόχο τους να παρέχουν προϊόντα ή υπηρεσίες στον τελικό καταναλωτή. Πιο συγκεκριμένα οι επιχειρήσεις πλέον δεν επεξεργάζονται προϊόντα, ούτε τα μεταποιούν ώστε να παραδοθούν σε μία άλλη πιο μεγάλη επιχείρηση μόνο παράγουν προϊόντα και τα προωθούν απευθείας στον τελικό καταναλωτή (Sashkin και Kiser, 1993).

γ) Ο μεγάλος φόβος αποτυχίας. Η Ελλάδα κατέχει την πρώτη θέση στον φόβο αποτυχίας, γι' αυτό ενώ πολλοί νέοι είναι ικανοί στο να διοικήσουν μια επιχείρηση το αίσθημα του φόβου είναι αυτό που δεν τους επιτρέπει να το κάνουν (Balmer και Greyer, 2002).

δ) Η αδυναμία του εκπαιδευτικού συστήματος. Η σχέση του εκπαιδευτικού συστήματος προς την επιχείρηση συνιστά ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα στην περίπτωση της Ελλάδας γιατί το επίπεδο εκπαίδευσης της δεν έχει την δυνατότητα να επηρεάσει κάποιο άτομο στο να ακολουθήσει επιχειρηματική δραστηριότητα ή ποιου τύπου θα είναι αυτή (Αναγνώστου κ.ά., 2011; Αντύπας κ.ά., 2011). Μολονότι το πρόβλημα διαχέεται σε όλες τις βαθμίδες του εκπαιδευτικού συστήματος, εκδηλώνεται ιδιαίτερα στο επίπεδο της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, η οποία δεν προσφέρει στους φοιτητές ούτε τις γνώσεις αλλά ούτε και τους εξοικειώνει με την προοπτική να ακολουθήσουν μια επιχειρηματική σταδιοδρομία (Plumper και Schneider, 2007). Τα τελευταία χρόνια έχει βελτιωθεί λίγο η κατάσταση με την εισαγωγή κάποιων μαθημάτων που αφορούν την επιχειρηματικότητα, ή μέσω της πρακτικής άσκησης σε επιχειρήσεις ακόμη και μέσω των Γραφείων Διασύνδεσης και Διαμεσολάβησης που έχουν δημιουργηθεί σε κάποια τεχνολογικά και ανώτατα εκπαιδευτικά ιδρύματα όμως το πρόβλημα παραμένει (Βάλβη και Φράγκος, 2009β).

ε) Η διχασμένη στάση της ελληνικής κοινωνίας απέναντι στην επιχειρηματικότητα. Η δημιουργική πλευρά της επιχείρησης είναι εξαιρετικά υποβαθμισμένη στην οπτική της ελληνικής κοινωνίας, ενώ αντιθέτως θεωρείται ως μια αποδεκτή επαγγελματική επιλογή. Επίσης οι περισσότεροι Έλληνες επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά όμως από την άλλη δεν αντιλαμβάνονται, ούτε εκμεταλλεύονται διάφορες επιχειρηματικές ευκαιρίες που υπάρχουν γύρω τους, όπως προαναφέραμε (Womack και Jones, 1996). Αυτή η διχασμένη άποψη που έχουν οι Έλληνες για την επιχειρηματικότητα πηγάζει κυρίως από την νοοτροπία της ελληνικής κοινωνίας αλλά και από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, τα οποία προβάλλουν ελάχιστα επιτυχημένες επιχειρηματικές προσπάθειες.

στ) Η γραφειοκρατία. Η δυσκαμψία του ελληνικού συστήματος αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα και πιο χρονοβόρα εμπόδια των νέων που έχουν να αντιμετωπίσουν ιδιαίτερα στο ξεκίνημα της επιχείρησης τους.

ζ) Έλλειψη ενημέρωσης. Οι νέοι συνήθως δεν είναι αρκετά ενημερωμένοι για τα προγράμματα ενίσχυσης της νεανικής επιχειρηματικότητας (Karanassios et al., 2006).

Ο δείκτης GEM

Ο GEM, δηλαδή Global Entrepreneurship Monitor, είναι το μεγαλύτερο ερευνητικό πρόγραμμα που ασχολείται με τους επιχειρηματίες σε όλο τον κόσμο και το πώς επηρεάζουν την εθνική οικονομική ανάπτυξη. Το ερευνητικό πρόγραμμα αυτό, συλλέγει εμπειρικά δεδομένα, πρωτογενή και δευτερογενή, από ένα ευρύ σύνολο χωρών και εκδίδει σχετική έκθεση για την επιχειρηματικότητα όπου παρουσιάζονται τα συνολικά ευρήματα.

Το IOBE (2011) αποτελεί τον ελληνικό εταίρο στο ερευνητικό consortium του GEM και είναι υπεύθυνο για την διεξαγωγή των αναγκαίων ερευνών στον ελληνικό πληθυσμό, την επεξεργασία των αποτελεσμάτων με βάση την κοινή εναρμονισμένη μεθοδολογία και την ένταξη τους στο διεθνές αναλυτικό πλαίσιο του GEM, ώστε να επιτυγχάνεται η συγκρισιμότητα των στοιχείων.

Το Global Entrepreneurship Monitor (GEM), μελετάει την γυναικεία επιχειρηματικότητα, η οποία είναι ένα μέρος από την συνολική μελέτη του GEM, το οποίο επικεντρώνεται στην μέτρηση των διαφορών της επιχειρηματικής δραστηριότητας μεταξύ των χωρών, αποκαλύπτοντας παράγοντες που οδηγούν στην επιχειρηματική συμπεριφορά και υποβάλλοντας πολιτικές που μπορούν να βελτιώσουν τα διεθνή επίπεδα της επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Αυτή η έκθεση κάνει χρήση για την συλλογή δεδομένων σε 35 χώρες, οι οποίες είναι οι παρακάτω: η Αυστραλία, η Κίνα, η Ιαπωνία, η Νέα Ζηλανδία, η Σιγκαπούρη, η Ταϊλάνδη, η Αφρική, η Αυστρία, το Βέλγιο, η Κροατία, η Δανία, η Φιλανδία, η Γαλλία, η Γερμανία, η Ελλάδα, η Ουγγαρία, η Ισλανδία, η Ιρλανδία, η Ιταλία, η Λετονία, η Ολλανδία, η Νορβηγία, η Σλοβενία, η Ισπανία, η Σουηδία, η Ελβετία, το Ηνωμένο Βασίλειο, ο Καναδάς, η Τζαμάικα, το Μεξικό, οι Ηνωμένες Πολιτείες, η Αργεντινή, η Βραζιλία, η Χιλή και η Βενεζουέλα (Πηγή: gemconsortium, 2011).

Ερευνα GEM για το 2007-σύγκριση με άλλες χώρες

Η έρευνα αυτή επικεντρώνεται στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, η οποία περιλαμβάνει τους νέους επιχειρηματίες, δηλαδή εκείνους που η επιχείρησή τους δεν ξεπερνά τα 3 χρόνια ζωής. Επίσης, επικεντρώνεται στην καθιερωμένη επιχειρηματικότητα των Ελληνίδων.

Αρχικά, ερευνά την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων κατά φύλο. Στο ένα άκρο εμφανίζονται τα Αραβικά Εμιράτα, όπου η συμμετοχή των γυναικών κινείται περίπου στο 4%. Στο άλλο άκρο εμφανίζονται οι Φιλιππίνες με ποσοστό 55% και είναι η μοναδική χώρα που οι γυναίκες υπερβαίνουν τους άντρες στην επιχειρηματικότητα. Στην Ελλάδα η γυναικεία επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων περιλαμβάνει το 29,7%, που την κάνει να βρίσκεται στην 32η θέση σε σχέση με τις άλλες χώρες. Στην συνέχεια αναλύει τον γυναικείο πληθυσμό που δραστηριοποιείται στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων. Το 4,7% των Ελληνίδων βρίσκονται στην διαδικασία έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας, που την τοποθετεί στην μέση της παγκόσμιας κατάταξης. Επίσης το GEM, διερεύνησε και τις προσδοκίες για την έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας για την επόμενη τριετία, το 8,1% των Ελληνίδων απάντησε θετικά.

Στην συνέχεια, διερευνά αν η επιχειρηματικότητα είναι από ανάγκη ή από ευκαιρία. Σχεδόν σε όλες τις χώρες οι γυναίκες δηλώνουν ως κίνητρο την ανάγκη. Οι μόνες χώρες που διαφοροποιούνται σε σχέση με αυτόν τον κανόνα είναι η Σουηδία, η Ισλανδία, η Φιλανδία και η Γαλλία. Για τις Ελληνίδες γυναίκες το 59,7% αποτελεί την επιχειρηματικότητα από ανάγκη και το 40,3% αποτελεί την επιχειρηματικότητα από ευκαιρία. Έχει διαπιστωθεί, πως η επιχειρηματικότητα ανάγκης μπορεί να επιτευχθεί μόνο με πολιτικές στοχευόμενες στην ενίσχυση της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας των Ελληνίδων.

Το άλλο μέρος της έρευνας συνεχίζεται με την καθιερωμένη επιχειρηματικότητα των Ελληνίδων, δηλαδή εκείνες που είναι ιδιοκτήτες, ολόκληρου ή μόνο ενός μέρους, και η επιχείρησή τους συνεχίζει την λειτουργία για διάστημα μεγαλύτερο των 3,5 ετών από την ίδρυση της. Παρατηρείται ότι στην καθιερωμένη επιχειρηματικότητα κατά φύλο, οι Ελληνίδες εμφανίζονται σε πολύ υψηλή θέση σε σχέση με τις άλλες χώρες, είναι 5η στην παγκόσμια κατάταξη με ποσοστό 43,5% σε αντίθεση με την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων.

Στην συνέχεια, ερευνά το ποσοστό του γυναικείου πληθυσμού στην καθιερωμένη επιχειρηματικότητα. Εδώ παρατηρείται ότι οι υψηλές θέσεις καταλαμβάνονται κυρίως από αναπτυσσόμενες χώρες, ενώ οι χαμηλές κυρίως από αναπτυγμένες. Η Ελλάδα βρίσκεται στην 8^η θέση, με ποσοστό 7,2%. Αυτό που έχει ιδιαίτερη σημασία είναι ότι για εκείνη την περίοδο η Ελλάδα καταλαμβάνει την δεύτερη θέση των ανεπτυγμένων χωρών και την πρώτη θέση μεταξύ των Ευρωπαϊκών χωρών. Στην συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα, που περιλαμβάνει τις καθιερωμένες και τις νέες επιχειρηματίες, οι Ελληνίδες βρίσκονται πολύ ψηλά στην παγκόσμια κατάταξη, με ποσοστό 11,85%.

Τέλος, αναλύεται η γυναικεία επιχειρηματικότητα και το είδος δραστηριότητας που επιλέγουν και για αυτές που βρίσκονται σε αρχικά στάδια και για την καθιερωμένη επιχειρηματικότητα.

Στην κατηγορία αρχικών σταδίων, παρατηρείται ότι οι νέες Ελληνίδες ασχολούνται με ποσοστό 2,3% σε δραστηριότητα του πρωτογενή τομέα, το ποσοστό των 22,5% ασχολείται με την βιομηχανική δραστηριότητα, το 8,5% ασχολείται με υπηρεσίες προς επιχειρήσεις και τέλος το 66,7% ασχολείται με προϊόντα και υπηρεσίες προς τους καταναλωτές.

Στην κατηγορία της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας παρατηρείται μια μικρή διαφοροποίηση σε σχέση με την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων. Οι γυναίκες επιχειρηματίες ασχολούνται σε δραστηριότητες του πρωτογενή τομέα με ποσοστό 7,6%, το ποσοστό 23,4% ασχολείται με την βιομηχανική δραστηριότητα, το 9,6% ασχολείται με τις υπηρεσίες προς τις επιχειρήσεις και το 59,3% ασχολείται με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες προς τους καταναλωτές.

Η επιχειρηματικότητα στα πρόθυρα της κρίσης: έρευνα GEM 2008-2009

Αυτή η έρευνα, που ήταν και η τελευταία που δημοσιεύτηκε ως τώρα, θεωρήθηκε λίγο δύσκολη λόγω της οικονομικής κρίσης που αντιμετωπίζουν όλες οι χώρες παγκοσμίως, άλλες σε μεγάλο βαθμό και άλλες σε μικρότερο.

Η οικονομική κρίση οδήγησε την παγκόσμια οικονομία σε κάμψη των επενδύσεων, του διεθνούς εμπορίου και ύφεση στις σημαντικότερες

οικονομίες του κόσμου. Η Ελλάδα, εκείνο το διάστημα, αν και επηρεάστηκε λιγότερο και σε μεταγενέστερη φάση σε σχέση με τις άλλες ευρωπαϊκές οικονομίες, ήδη άρχιζε να αντιμετωπίζει τις συνέπειες αυτής της κρίσης, με την εγχώρια οικονομική δραστηριότητα να εμφανίζει στασιμότητα. Σύμφωνα με όλα τα παραπάνω δεν θα μπορούσε και η νέα επιχειρηματικότητα να μην επηρεαστεί. Σύμφωνα με την έρευνα, η αντίληψη για ύπαρξη καλών επιχειρηματικών ευκαιριών επηρεάστηκε στην Ελλάδα, ως αποτέλεσμα της επιδείνωσης του οικονομικού κλίματος που προκλήθηκε από τις πρώτες ενδείξεις της κρίσης. Η πρώτη επίπτωση για την Ελλάδα ήταν η σημαντική αύξηση της επιχειρηματικότητας λόγω ανάγκης. Οι δυσμενείς προβλέψεις για την εξέλιξη της κρίσης και η πιθανότητα απώλειας θέσεων εργασίας ώθησαν κάποια άτομα στο να εξασφαλίσουν στον εαυτό τους απασχόληση μέσω της αυτοαπασχόλησης.

Σύμφωνα με αυτή την μελέτη παρατηρείται ότι 1,5 εκατ. άτομα αναπτύσσουν σήμερα επιχειρηματική δραστηριότητα στην χώρα μας και επιπλέον 1 εκατ. άτομα σκέφτονται να ξεκινήσουν επιχειρηματικές δραστηριότητες μέσα στα επόμενα 3 χρόνια.

Πίνακας 1:Εξέλιξη βασικών δεικτών επιχειρηματικότητας

Έτος	Νέα επιχειρηματικότητα	Γυναικεία επιχειρηματικότητα	Συνολική επιχειρηματικότητα
2004	2,2%	2,9%	14,6%
2005	1,6%	3,4%	16,4%
2006	2,3%	4,7%	16,2%
2007	1,1%	3,5%	18,7%
2008	4,6%	7,7%	22,0%
M.O.	2,4%	4,4%	18,3%

(Πηγή: economist, 2010)

Η επίδοση αυτή είναι η υψηλότερη που έχει καταγραφεί για την Ελλάδα στις έρευνες του GEM. Αξίζει να σημειωθεί ότι η άνοδος είναι μεγαλύτερη στους νέους επιχειρηματίες. Από την άλλη πλευρά, το 2,3% του πληθυσμού 18-64 ετών, δηλώνει ότι έχει διακόψει την λειτουργία ή έκλεισε μια επιχείρηση. Οι κύριες αιτίες για την διακοπή μιας επιχείρησης ήταν η περιορισμένη κερδοφορία με ποσοστό 45,2%, η δυσκολία χρηματοδότησης με ποσοστό 17% και το 3,7% βρήκε μια καλή ευκαιρία για να πουλήσει την επιχείρηση.

Έρευνα

Μεθοδολογία έρευνας

Έρευνα φοιτητριών πραγματοποιήθηκε στους χώρους του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Σερρών, τα δεδομένα της οποίας προήλθαν από τη χρήση ερωτηματολογίου που δημιουργήθηκε γι' αυτόν τον σκοπό και περιελάμβανε κλειστές, διχοτομικές καθώς και ερωτήσεις πενταβάθμιας κλίμακας Likert. Τα δεδομένα συγκεντρώθηκαν με ερωτηματολόγια υποβοηθούμενης αυτοσυμπλήρωσης (aided administrated questionnaires), με μέθοδο δειγματοληψίας τη mall intercept personal interview (Malhotra, 1996), σε συνδυασμό με τη μέθοδο δειγματοληψίας με κριτήρια (Aaker et al., 1998). Βασικά κριτήρια για συμμετοχή στην έρευνα ήταν

οι συμμετέχουσες να είναι σπουδάστριες του Τ.Ε.Ι. Σερρών και να έχουν φοιτήσει τουλάχιστον ένα εξάμηνο στη σχολή τους. Σημειώνεται ότι η έρευνα πραγματοποιήθηκε στις αρχές του Μαρτίου 2011, όπου συγκεντρώθηκαν τελικά 285 έγκυρα ερωτηματολόγια τα οποία για τους σκοπούς της έρευνας καθώς και για τις πραγματοποιούμενες στατιστικές αναλύσεις θεωρήθηκαν ικανοποιητικά (Housden, 1993). Η στατιστική ανάλυση των δεδομένων έγινε τη χρήση της περιγραφικής στατιστικής και τα εμπειρικά αποτελέσματα απεικονίστηκαν διαγραμματικά (Μαντζάρης, 2004).

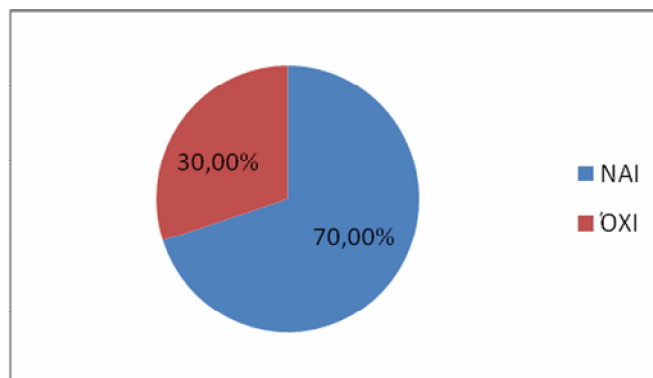
Δημογραφικό προφίλ φοιτητριών

Οι συμμετέχουσες προήλθαν από τα επτά λειτουργούντα τμήματα του Τ.Ε.Ι. Σερρών. Συγκεκριμένα ήταν κατανεμημένες ως εξής: α) Τμήμα Λογιστικής:61, β) Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων:51, γ) Τμήμα Μηχανολογίας:47, δ) Τμήμα Πολιτικών Δομικών Έργων:45, ε) Τμήμα Πληροφορικής και Επικοινωνιών:40, στ) Τμήμα Γεωπληροφορικής και Τοπογραφίας:37 ζ) Τμήμα Αρχιτεκτονικής Διακόσμησης και Σχεδιασμού Αντικειμένων:4. Το μεγαλύτερο ποσοστό των φοιτητριών (78%) είχε ηλικία μεταξύ 20 και 22 ετών, το 17% από 18-20 ετών, το δε υπόλοιπο 5% των φοιτητριών ήταν ηλικίας άνω των 22 ετών. Σχετικά με το έτος σπουδών τους το 17% ήταν πρωτοετείς, το 23% δευτεροετείς, το 16% τριτοετείς, το 37% τεταρτοετείς και το υπόλοιπο 7% επί πτυχίο. Τέλος το 99% ήταν ανύπανδρες και το 81% μη εργαζόμενες.

Συζήτηση αποτελεσμάτων

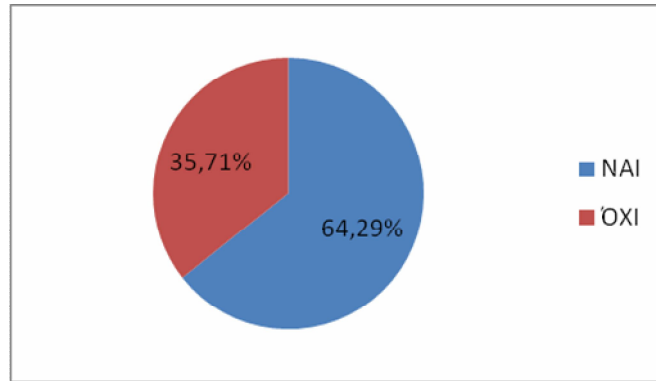
Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας μας είναι ιδιαίτερα ευχάριστο ότι το 70,00% των γυναικών επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά σε αντίθεση με το 30,00% που είναι αρνητικές σε αυτό το ενδεχόμενο (Σχήμα 1).

Σχήμα 1.



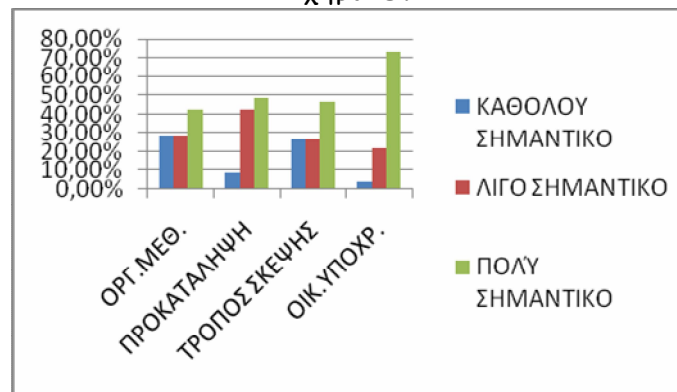
Επιπρόσθετα στην ερώτηση 2 το 64,29% θεωρεί ότι υπάρχουν πολλές διαφορές ανάμεσα στα δύο φύλα (Σχήμα 2).

Σχήμα 2.



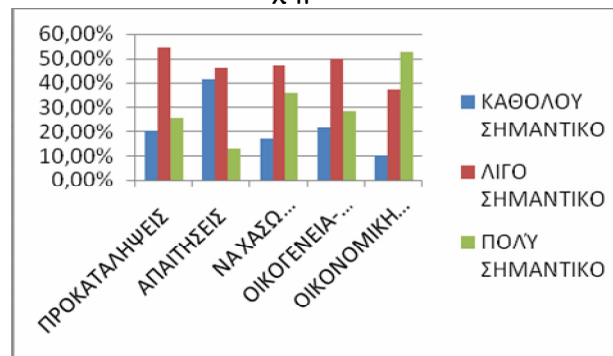
Με ποσοστό 73,33% οι οικογενειακές υποχρεώσεις θεωρείται ως η πιο σημαντική διαφορά ανάμεσα σε άντρες και γυναίκες, σε σύγκριση με την οργάνωση-μεθοδικότητα, την προκατάληψη στις γυναίκες και τον τρόπο σκέψης-εργασίας (Σχήμα 3).

Σχήμα 3.



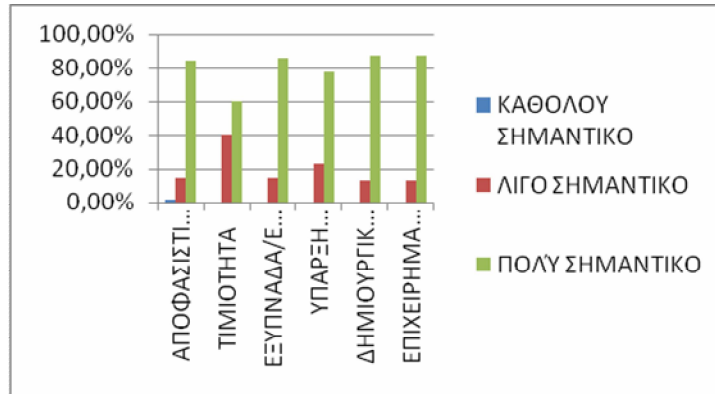
Η οικονομική κρίση που διανύουμε αυτήν την περίοδο αποτελεί τον μεγαλύτερο φόβο για το 52,86% των γυναικών ενώ ακολουθεί το ενδεχόμενο να χάσουν χρήματα, η δυσκολία στον συνδυασμό οικογένειας και καριέρας, οι προκαταλήψεις που θα αντιμετωπίσουν λόγω φύλου και τέλος η περίπτωση να μην μπορέσουν να ανταπεξέλθουν στις απαιτήσεις της επιχείρησης (Σχήμα 4).

Σχήμα 4.



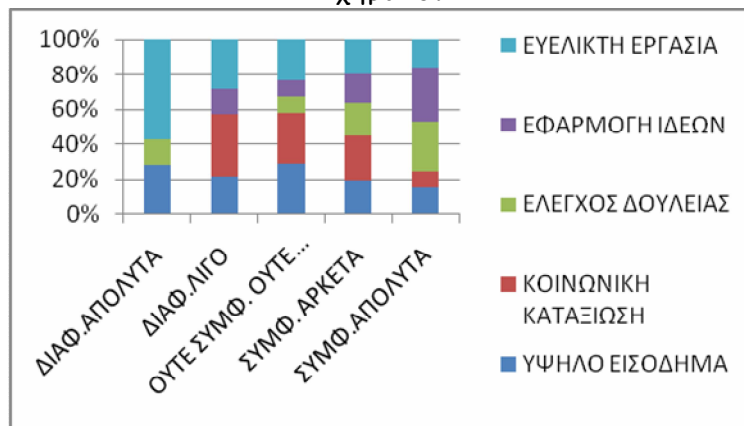
Τα χαρακτηριστικά που θεωρούν οι γυναίκες απαραίτητα για την επιτυχία ενός επιχειρηματία, με ποσοστό 87,14% (ισοψηφούν η δημιουργικότητα και το επιχειρηματικό σχέδιο), ενώ με μικρότερα ποσοστά άλλα εξίσου σημαντικά θεωρούνται η τιμιότητα, η αποφασιστικότητα, η εξυπνάδα και η ύπαρξη οράματος (Σχήμα 5).

Σχήμα 5.



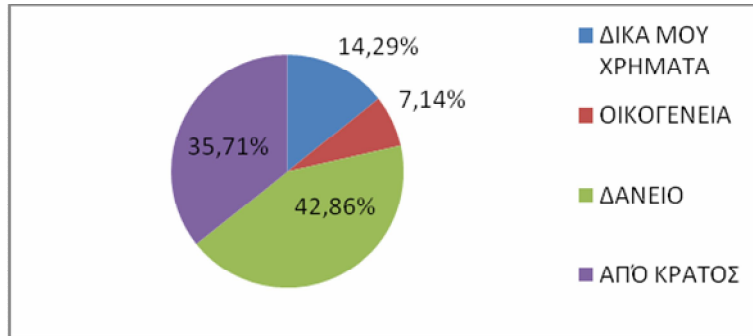
Το 54,29% πιστεύει ότι ο κυριότερος λόγος για να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά είναι για να εφαρμόσουν τις ιδέες τους, ενώ με μικρότερα ποσοστά ακολουθούν το υψηλό εισόδημα που θα τους προσφέρει η επιχείρηση, η κοινωνική καταξίωση, ο έλεγχος της δουλειάς τους και τέλος ο λόγος ότι θα είναι πιο ευέλικτες ρυθμίζοντας τις ώρες και τις συνθήκες εργασίας τους (Σχήμα 6).

Σχήμα 6.



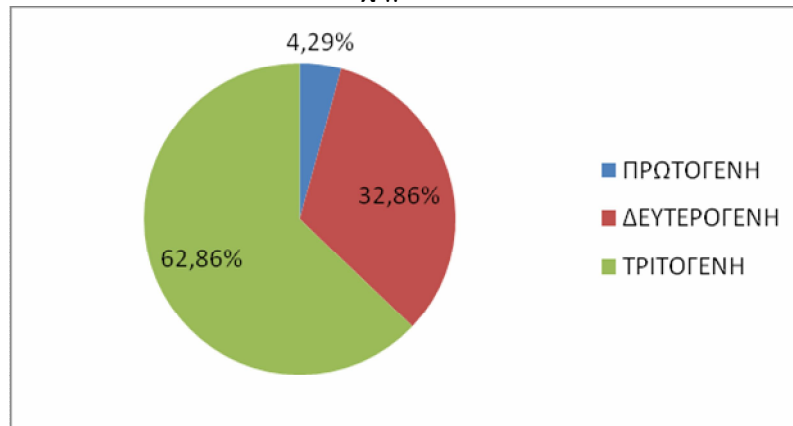
Σπουδαίο ρόλο παίζει στην δημιουργία μιας επιχείρησης το κεφάλαιο, το 42,86% των γυναικών έχει σκοπό να αποκτήσει το κεφάλαιο μέσω δανείου σε σύγκριση με την χρηματοδότηση από το κράτος, από την οικογένεια και με τα δικά τους χρήματα (Σχήμα 7).

Σχήμα 7.



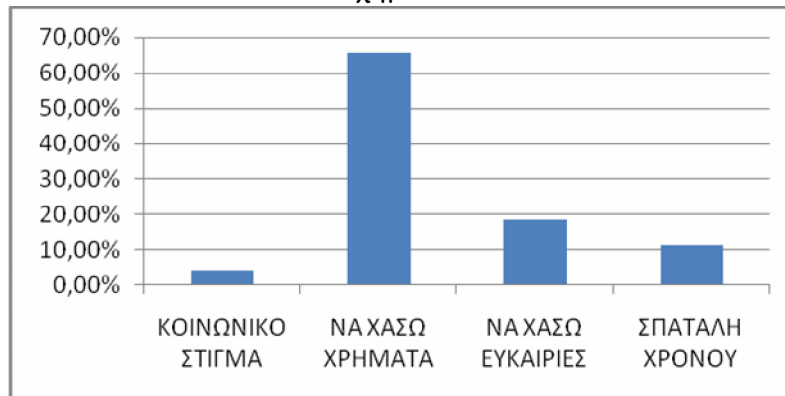
Επίσης, το μεγαλύτερο ποσοστό των γυναικών που αντιστοιχεί στο 62,86% θέλει να δραστηριοποιηθεί στον τριτογενή τομέα, ενώ το 32,86% στον δευτερογενή και το 4,29% απάντησε στον πρωτογενή τομέα (Σχήμα 8).

Σχήμα 8.



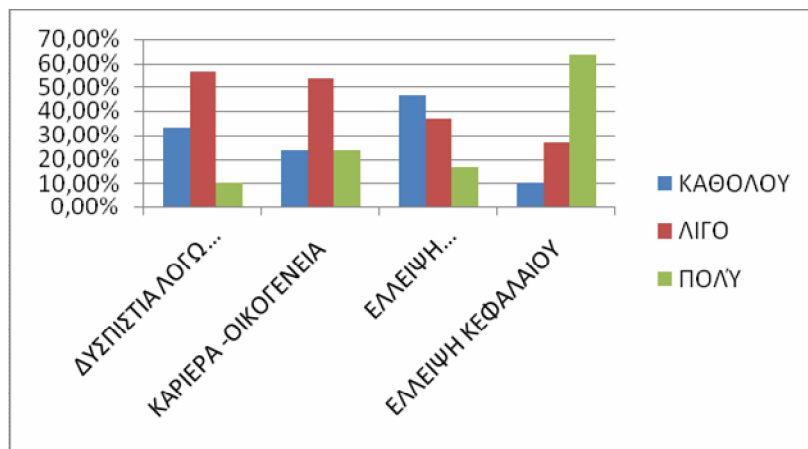
Το 65,71% θεωρεί ότι το κυριότερο ενδεχόμενο που μπορεί να υπάρξει μετά από μια αποτυχημένη επιχειρηματική προσπάθεια είναι να χάσουν τα χρήματα τους, ενώ σε κατώτερες θέσεις βρίσκονται το κοινωνικό στίγμα, να χάσουν ευκαιρίες και η σπατάλη χρόνου σε σχέση με άλλες υποχρεώσεις (Σχήμα 9).

Σχήμα 9.



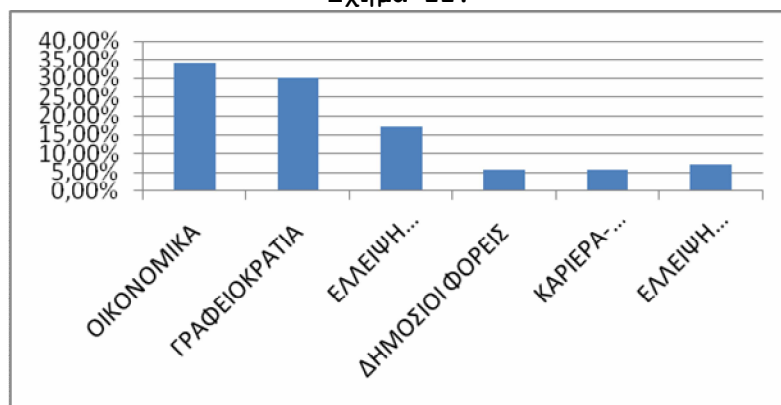
Στην ερώτηση σε ποιον βαθμό πιστεύετε ότι τα παρακάτω συμβάλλουν στην απόφαση σας να μην δραστηριοποιηθείτε επιχειρηματικά, το 33,33% απάντησε ότι το ενδεχόμενο να αντιμετωπιστεί με προκατάληψη λόγω φύλου δεν τις επηρεάζει καθόλου στην απόφαση τους να μην δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά, το 56,67% τις επηρεάζει λίγο και το 10,00% πολύ. Η δυσκολία στον συνδυασμό καριέρας και οικογένειας δεν επηρεάζει καθόλου το 23,33%, ενώ το 53,33% και το 23,33% επηρεάζεται λίγο και πολύ, αντίστοιχα. Το 46,67% υποστηρίζει ότι η έλλειψη προσόντων και μη εξειδίκευσης δεν συμβάλλει στην απόφαση τους, το 36,67% απάντησε ότι συμβάλλει λίγο και το 16,67% ότι συμβάλλει πολύ. Το 10,00% απάντησε ότι η έλλειψη κεφαλαίου δεν τους επηρεάζει, το 26,67% λίγο και το 63,33% ότι τους επηρεάζει πολύ (Σχήμα 10).

Σχήμα 10.



Το 34,29% πιστεύει ότι το σημαντικότερο πρόβλημα πριν την έναρξη της επιχείρησης είναι τα οικονομικά (Σχήμα 11).

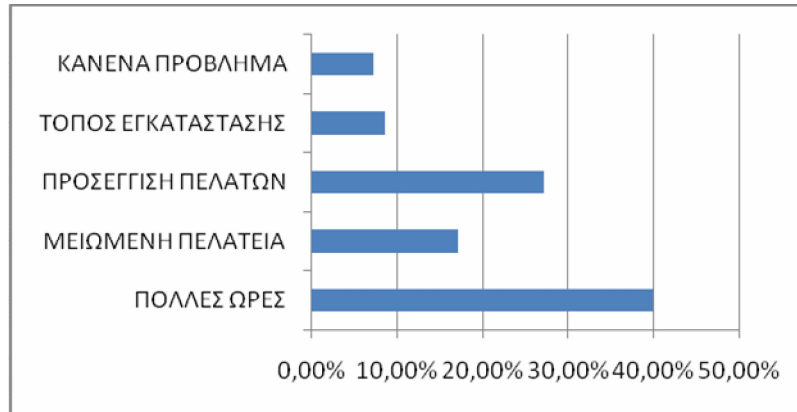
Σχήμα 11.



Όσο αφορά την ερώτηση ποια πιστεύετε ότι είναι τα προβλήματα που μπορεί να αντιμετωπίσετε κατά την λειτουργία της επιχείρησης, το 40,00% πιστεύει ότι είναι οι πολλές ώρες εργασίας, το 17,14% πιστεύει

ότι είναι η μειωμένη πελατεία, το 27,14% η αδυναμία προσέγγισης πελατών, το 8,57% ο λάθος τόπος εγκατάστασης της επιχείρησης και το 7,14% θεωρεί ότι δεν θα αντιμετωπίσει κανένα πρόβλημα (Σχήμα 12).

Σχήμα 12.



Συμπεράσματα-προτάσεις για περαιτέρω έρευνα

Βασικός σκοπός της έρευνας που πραγματοποιήθηκε ήταν η ανάλυση της γυναίκας ως επιχειρηματία καθώς η αποκάλυψη των απόψεων που έχουν οι νέες γυναίκες για την επιχειρηματικότητα. Από την ανάλυση των στοιχείων προέκυψε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των νέων γυναικών επιθυμεί να δραστηριοποιηθεί επιχειρηματικά, ενώ οι περισσότερες θεωρούν ότι υπάρχει διαφορά στην ικανότητα επιχειρηματικότητας μεταξύ ανδρών-γυναικών με τις οικογενειακές υποχρεώσεις να παίζουν το βασικότερο λόγο. Ο κύριος λόγος επιχειρηματικής δραστηριοποίησης είναι η επιθυμία εφαρμογής ιδεών ενώ ο τριτογενής τομέας είναι ο πιο επιχειρηματικά επιθυμητός. Τέλος τα κυριότερα χαρακτηριστικά επιτυχίας είναι η δημιουργικότητα και το επιχειρηματικό σχέδιο.

Επιμέρους στόχος της έρευνας ήταν η ανάλυση των φοβιών και των προβλημάτων που ανακύπτουν. Εξετάζοντας τα ευρήματα παρατηρούμε ότι η κύρια φοβία των νέων γυναικών που αφορά την επιχειρηματικότητα πηγάζει από τη πιθανότητα απώλειας χρημάτων που κατά κύριο λόγο εστιάζεται στην κακή οικονομική συγκυρία που διανύουμε. Από την άλλη ο κύριος προβληματισμός που συμβάλλει στη μείωση ανάληψης επιχειρηματικού κινδύνου είναι η έλλειψη κεφαλαίου. Τέλος όσον αφορά τα προβλήματα πριν την έναρξη της επιχείρησης είναι και πάλι κυρίως οικονομικά, ενώ κατά τη λειτουργία το κύριο πρόβλημα είναι η πολύωρη απασχόληση.

Σ' αυτό το σημείο πρέπει να τονισθεί ότι η έρευνα που πραγματοποιήθηκε ήταν διερευνητικής φύσεως και ότι τα αποτελέσματα αν και εξυπηρέτησαν τους στόχους της έρευνας, δεν μπορούν να γενικευθούν. Σίγουρα πρέπει να ακολουθήσει περισσότερη έρευνα, η οποία θα πρέπει να συμπεριλαμβάνει περισσότερες μεταβλητές, αλλά και μεγαλύτερο δείγμα, η οποία θα αποσαφηνίσει περαιτέρω τους στόχους της παρούσης έρευνας.

Βιβλιογραφία

- Aaker, D. Kumar, V. Day, G. (1998) "Marketing Research", 6th ed., John Wiley and Sons Inc., New York. Balmer, J. and Greyer, S. (2002) "Managing the Multiple Identities of the Corporation", California Management Review, Vol.44, No 3.
- Αναγνώστου, Π., Grigorof, A. και Αντύπας, Γ. (2011) "Η επιμόρφωση και εξέλιξη των εκπαιδευτικών με την χρήση δια βίου εκπαίδευσης ως εργαλείο ανάπτυξης και κοινωνικής ευημερίας", 1ο Συνέδριο Ν.Α. Ευρώπης για την Πολυγλωσσία & τη Δια Βίου Μάθηση", 28-30 Απριλίου 2011, Σέρρες.
- Αντύπας, Γ., Αναγνώστου, Π. και Grigorof, A. (2011) "Επιχειρηματικότητα στο μεταίχμιο της ενηλικίωσης-Δράσεις επιχειρηματικότητας στην εκπαίδευση", 1ο Συνέδριο Ν.Α. Ευρώπης για την Πολυγλωσσία & τη Δια Βίου Μάθηση", 28-30 Απριλίου 2011, Σέρρες.
- Βάλλβη, Κ. και Φράγκος, Κ.Χ. (2009α) "Εμπόδια της νεανικής επιχειρηματικότητας στην ελληνική κοινωνία και προτάσεις για τη βελτίωσή της", *Perceptum Magazine*, Τεύχος HTML-Νοεμβρίου 2009 http://www.perceptum.gr/index.php?option=com_content&task=view&id=85&Itemid=52
- Βάλλβη, Κ., και Φράγκος, Κ.Χ. (2009β) "Εμπόδια της νεανικής επιχειρηματικότητας στην ελληνική κοινωνία και προτάσεις για τη βελτίωσή της", 15ο Φοιτητικός Διαγωνισμός *Economia του περιοδικού Οικονομική Επιθεώρηση*, 25 Μαΐου 2009, Αθήνα http://www.economia.gr/index.php?option=com_content&task=view&id=998&Itemid=58
- Balmer, J. and Greyer, S. (2002) "Managing the Multiple Identities of the Corporation", California Management Review, Vol.44, No 3.
- Burton, B. and Dunn, C. (1996) "Feminist Ethics as Moral Grounding for Stakeholder Theory", *Business Ethics Quarterly*, Vol. 6, No 2.
- Commission of the European Communities (CEC) (2003) "Green Paper. Entrepreneurship in Europe", COM(2003) 27 final, Brussels: European Communities, 21.1.2003.
- Economist (2010) ανακτηθέν από το διαδίκτυο στην ιστοσελίδα, www.economist.gr
- EOMMEX (2011) ανακτηθέν από το διαδίκτυο στην ιστοσελίδα www.eommex.gr
- Formica, P. (2005) "Knowledge transfer mechanisms from universities and other HEIS to the SME sector", *OECD Conference on Fostering Entrepreneurship: The Role of Higher Education*, June 23-24, 2005, Trento, Italy http://www.oecd.org/document/19/0,2340,en_2649_201185_34029651_1_1_1_1,00.html
- GEMCONSORTIUM (2011) ανακτηθέν από το διαδίκτυο στην ιστοσελίδα www.gemconsortium.org
- Grey, C. (1994) "Career as a Project of the Self and Labor Process Discipline", *Sociology*, Vol. 28.
- Hogarth, R. Kahneman, D. Tresky, A. (1994) "Judgments in Managerial Decision Making", 3rd ed., John Wiley and Sons Inc., New York.
- Housden, M., (1993) "Επιτυχημένη Έρευνα Αγοράς σε μια εβδομάδα", Computerpress A.E., Αθήνα.
- IOBE (2011) ανακτηθέν από το διαδίκτυο στην ιστοσελίδα www.iobe.gr
- Karanassios, N., Pazarskis, M., Mitsopoulos, K. and Christodoulou, P. (2006) "EU Strategies to Encourage Youth Entrepreneurship; Evidence from Higher Education in Greece", *Industry & Higher Education*, Vol. 20, Issue 1, February 2006, pp. 43-50.

- Karanassios, N., Pazarskis, M., Mitsopoulos, K. and Chasiotou, A. (2010) "Teaching Youth Entrepreneurship into a European Framework of Analysis: Evidence from Higher Education in Greece", *International Journal of Applied Business and Economic Research*, Vol. 8, No 1, pp. 93-105.
- Καρανάσιος, Ν., Παζάρσκης, Μ., Δρογαλάς, Γ. και Χριστοδούλου, Π., (2006) "Διδασκαλία Επιχειρηματικότητας στην Τριτοβάθμια Εκπαίδευση στην Ελλάδα: Λάθη, Μύθοι & Πραγματικότητα", 1^ο Διεθνές Συνέδριο Διοίκησης Εκπαίδευσης, 1-3 Δεκεμβρίου 2006, Άρτα, CD Conference Proceedings.
- ΚΕΘΙ (2011) ανακτηθέν από το διαδίκτυο στην ιστοσελίδα www.kethi.gr
- Leitao, J. and Baptista, R. (2009) "Public Policies for Fostering Entrepreneurship, A European Perspective", *International Studies in Entrepreneurship*, Vol. 22, Springer.
- Malhotra, N. K. (1996) "Marketing Research. An Applied Orientation. Second Edition", Prentice-Hall, Inc., New Jersey.
- Μανιζάρης, Γ. (2004) "Επιστημονική έρευνα", Εκδόσεις Μαθηαιάδης Παπαγεωργιάδης Ο.Ε., Θεσσαλονίκη.
- Μπουρλετίδης, Κ. (2009) "Η γυναίκα επιχειρηματίας και το κοινωνικό-οικονομικό περιβάλλον", *Piraeus Press*
http://www.piraeuspress.gr/index.php?view=article&catid=107%3A2009-03-04-21-45-32&id=466%3A2009-03-29-20-14-10&option=com_content&Itemid=136
- Μουσοῦρου, Λ. (2003) "Γυναίκα και Απασχόληση", (πρώτη ανατύπωση 2003 - πρώτη έκδοση: 1993) Εκδόσεις Gutenberg, Αθήνα.
- Παζάρσκης, Μ., Μητσόπουλος, Κ., Χασιώτου, Αικ. και Χριστοδούλου, Π., (2009) "Η Εκπαίδευση Ενηλίκων στην Ελλάδα ως Μέσο Προώθησης της Επιχειρηματικότητας", *Διοικητική Ενημέρωση*, Vol. 12, Issue 1, σελ. 32-38.
- Plumper, T. and Schneider, C. (2007) "Too Much to Die, too Little to Live: Unemployment, Higher Education Policies and University Budgets in Germany", *Journal of European Public Policy*, Vol. 14, No. 4.
- Sashkin, M. and Kiser, K. (1993) "Putting Total Quality Management to Work", Berret-Koehler, San Francisco.
- Schein, E. (1990) "Organizational Culture", *American Psychologist*, Vol. 45
- Scott, J. (2008) "The Entrepreneurs Guide to Building a Successful Business: The Fundamentals Involved From Startup to Survival and Beyond", A Management Education Services Publication, Panama City, Florida.
- Στρατηγάκη, Μ. (2005) "Επιχειρηματικότητα Γυναικών. Οψεις Ιδιοκτησίας και Διοίκησης", Εκδόσεις Gutenberg, Αθήνα.
- Womack, J. and Jones, D. (1996) "Lean Thinking: Banish Waste and Create Wealth in Your Corporation", Simond and Schuster, New York.
- Χασιώτου, Αικ., Ruffolo, G., Μητσόπουλος, Κ., Παζάρσκης, Μ., και Καρανάσιος, Ν. (2011) "Επισκόπηση και Κριτική του Πλαισίου Διδασκαλίας των Μαθημάτων Γαλλικής Γλώσσας & Επιχειρηματικότητας της Εκπαίδευσης Ενηλίκων στην Ελλάδα", 1ο Συνέδριο Ν.Α. Ευρώπης για την Πολυγλωσσία & τη Δια Βίου Μάθηση", 28-30 Απριλίου 2011, Σέρρες.

Παράρτημα

ΕΜΠΙΣΤΕΥΤΙΚΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**ΘΕΜΑ: "Γυναικεία Νεανική Επιχειρηματικότητα στην Τριτοβάθμια Εκπαίδευση"**

1) Θα θέλατε να γίνετε επιχειρηματίας;

ΝΑΙ
ΟΧΙ

2) Πιστεύετε πως υπάρχουν διαφορές ανάμεσα σε άντρες και γυναίκες επιχειρηματίες;

ΝΑΙ
ΟΧΙ

3) Αν ναι, ποιες διαφορές θεωρείτε πιο σημαντικές;

	Καθόλου Σημαντικό	Λίγο Σημαντικό	Πολύ Σημαντικό
Οργάνωση / Μεθοδικότητα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Προκατάληψη στις γυναίκες	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Τρόπος σκέψης - εργασίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Οικογενειακές υποχρεώσεις	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4) Εφόσον επιθυμείτε να γίνετε επιχειρηματίας πόσο σας φοβίζονται παρακάτω ενδεχόμενα;

	Καθόλου	Λίγο	Πολύ
Ενδέχεται να αντιμετωπίσω προκαταλήψεις λόγω φύλλου	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μήπως δεν μπορέσω τελικά να ανταπεξέλθω στις απαιτήσεις	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μπορεί να χάσω τα χρήματά μου	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Δεν θα μπορέσω να συνδυάσω οικογένεια και καριέρα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Η οικονομική κρίση που διανύουμε αυτή την χρονική περίοδο	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5) Κατά την γνώμη σας ποιο από τα ακόλουθα χαρακτηριστικά είναι πιο σημαντικά για την επιτυχία ενός επιχειρηματία;

	Καθόλου Σημαντικό	Λίγο Σημαντικό	Πολύ Σημαντικό
Αποφασιστικότητα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Τιμιότητα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Εξυπνάδα/Ευστροφία	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ύπαρξη οράματος	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Δημιουργικότητα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Επιχειρηματικό σχέδιο	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6) Για ποιο λόγο θέλετε να δραστηριοποιηθείτε επιχειρηματικά;

	Διαφωνώ Απόλυτα	Διαφωνώ Λίγο	Ούτε συμφωνώ/ Ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ Αρκετά	Συμφωνώ Απόλυτα
Η επιχείρηση θα μου προσφέρει υψηλό εισόδημα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Η επιχείρηση θα μου προσφέρει κοινωνική καταξίωση	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Είναι σημαντικό να έχω τον έλεγχο της δουλειάς μου	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Με την επιχείρηση θα εφαρμόσω τις ιδέες μου	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Με την επιχείρηση θα είμαι πιο ευέλικτη -θα ρυθμίζω τις ώρες και τις συνθήκες εργασίας μου	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7) Πού θα βρείτε το κεφάλαιο;

Δικά μου χρήματα	<input type="checkbox"/>
Οικογένεια	<input type="checkbox"/>
Δάνειο	<input type="checkbox"/>
Χρηματοδότηση από το κράτος	<input type="checkbox"/>

8) Σε ποιόν τομέα θα θέλατε να δραστηριοποιηθείτε επιχειρηματικά;

Πρωτογενή	Δευτερογενή	Τριτογενή
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9) Θεωρείτε ότι μετά από μια αποτυχημένη επιχειρηματική προσπάθεια ενδέχεται να υπάρξουν τα παρακάτω;

Κοινωνικό στίγμα	<input type="checkbox"/>
Να χάσω χρήματα	<input type="checkbox"/>
Να χάσω ευκαιρίες	<input type="checkbox"/>
Σπατάλη χρόνου σε σχέση με άλλες υποχρεώσεις	<input type="checkbox"/>

10) Σε ποιο βαθμό πιστεύετε ότι τα παρακάτω συμβάλλουν στην απόφασή σας να μην δραστηριοποιηθείτε επιχειρηματικά;

	Καθόλου	Λίγο	Πολύ
Θα αντιμετωπιστώ με δυσπιστία λόγω φύλου	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Η γυναίκα αδυνατεί να συνδυάσει καριέρα και οικογένεια	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Έλλειψη προσόντων και μη εξειδίκευση	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Δεν διαθέτω το κεφάλαιο	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11) Ποια είναι τα σημαντικότερα προβλήματα πριν την έναρξη της επιχείρησης

Οικονομικά	<input type="checkbox"/>
Γραφειοκρατία / Καθυστέρηση διαδικασιών	<input type="checkbox"/>
Έλλειψη κατάλληλων διασυνδέσεων και γνωριμιών	<input type="checkbox"/>
Δημόσιοι φορείς	<input type="checkbox"/>
Δυσκολία στο συνδυασμό καριέρας-οικογένειας	<input type="checkbox"/>
Έλλειψη πληροφοριών/συμβουλών για το πώς θα ξεκινήσω την επιχείρηση	<input type="checkbox"/>

12) Ποια πιστεύετε ότι είναι τα προβλήματα που μπορεί να αντιμετωπίσετε κατά την λειτουργία της επιχείρησης;

Πολλές ώρες εργασίας	<input type="checkbox"/>
Μειωμένη πελατεία	<input type="checkbox"/>
Αδυναμία προσέγγισης πελατών	<input type="checkbox"/>
Λάθος τόπος εγκατάστασης	<input type="checkbox"/>
Κανένα πρόβλημα	<input type="checkbox"/>