



Πανεπιστήμιο Πατρών
Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης Επιχειρήσεων
Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΑΥΤΟΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ: ΧΡΙΣΤΟΔΟΥΛΟΥ ΜΑΡΙΑ

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΡΑΦΑΗΛΙΔΗΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ

ΠΑΤΡΑ 2020

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΑΥΤΗ ΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ, ΘΑ ΗΘΕΛΑ ΝΑ ΕΥΧΑΡΙΣΤΗΣΩ ΤΟΥΣ ΑΝΘΡΩΠΟΥΣ ΠΟΥ ΜΕ ΣΤΗΡΙΖΑΝ ΟΛΑ ΑΥΤΑ ΤΑ ΧΡΟΝΙΑ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΜΟΥ.

ΑΡΧΙΚΑ, ΘΑ ΗΘΕΛΑ ΝΑ ΕΥΧΑΡΙΣΤΗΣΩ ΤΟΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗ ΜΟΥ Κ. ΑΠΟΣΤΟΛΟ ΡΑΦΑΗΛΙΔΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΒΟΗΘΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΚΑΘΟΔΗΓΗΣΗ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΣΥΓΓΡΑΦΗΣ ΑΥΤΗΣ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΑΘΩΣ ΚΑΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΠΟΥ ΕΔΕΙΞΕ ΜΕ ΤΗΝ ΚΑΘΥΣΤΕΡΗΣΗ ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗΣ ΤΗΣ.

ΕΠΙΣΗΣ ΘΕΛΩ ΝΑ ΕΥΧΑΡΙΣΤΗΣΩ ΤΗΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ ΜΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥΣ ΦΙΛΟΥΣ ΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΤΟΥΣ.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να διερευνήσει την σχέση μεταξύ της επιχειρηματικότητας και της αυτό-απασχόλησης τόσο στην Ελλάδα όσο και στην Ευρώπη γενικότερα. Σήμερα, τόσο στην Ευρώπη όσο και στην Ελλάδα προσπαθούν να υιοθετηθούν νέα επιχειρηματικά μοντέλα τα οποία προσπαθούν να συμβάλλουν στην οικονομική ανάπτυξη, ώστε να διορθωθούν προβλήματα τα οποία προέρχονται από τα προηγούμενα χρόνια της οικονομικής κρίσης, όπως η υψηλή ανεργία κλπ. Συνεπώς εξετάζεται το κατά πόσο η έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας οδηγεί στην αυτό-απασχόληση σε σχέση με την απασχόληση σε κάποια μεγάλη επιχείρηση. Επομένως, μέσα από την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας και των σχετικών στατιστικών ερευνών διακρίνεται ότι η επιχειρηματικότητα αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο για την δημιουργία προοπτικών απασχόλησης και πιο συγκεκριμένα της αυτό-απασχόλησης, η οποία προσφέρει μεγαλύτερη σιγουριά, ευελιξία και ασφάλεια στους αυτό-απασχολούμενους κατά την διάρκεια της επαγγελματικής τους σταδιοδρομίας. Τέλος, παρατηρούνται νέες τάσεις επιχειρηματικότητας που προκύπτουν από δημογραφικά χαρακτηριστικά, όπως το φύλο και η ηλικία, οι οποίες οδηγούν σε ευκαιρίες απασχόλησης και δημιουργίας νέων επιχειρήσεων.

Λέξεις Κλειδιά: Επιχειρηματικότητα, Αυτό-απασχόληση, Μικρομεσαίες επιχειρήσεις, νέες τάσεις, Ευρώπη, Ελλάδα.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	1
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	2
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΑΥΤΟ-ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ. ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ	8
1.1 Η έννοια του επιχειρηματία.....	8
1.2 Η έννοια της επιχειρηματικότητας	9
1.3. Με τι σχετίζεται η επιχειρηματικότητα	11
1.4 Μορφές επιχειρηματικότητας.....	12
1.4.1 Ανεξάρτητη επιχειρηματικότητα.....	12
1.4.2 Εταιρική επιχειρηματικότητα.....	13
1.4.3 Διεθνής επιχειρηματικότητα	14
1.4.4 Επαγγελματική επιχειρηματικότητα	14
1.4.5. Κοινωνική επιχειρηματικότητα	15
1.5 Η έννοια της απασχόλησης και τα κύρια χαρακτηριστικά της.....	15
1.6 Ορισμός της αυτό-απασχόλησης.....	16
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο : ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΥΤΟ-ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	20
2.1. Παράγοντες προσδιορισμού της επιχειρηματικότητας.....	20
2.1.1 Οικονομικοί Παράγοντες	20
2.1.2 Ψυχολογικοί παράγοντες.....	20
2.1.3 Κοινωνιολογικοί παράγοντες	20
2.1.4 Περιβαλλοντικοί παράγοντες.....	21
2.1.5 Δημογραφικοί παράγοντες	21
2.1.6 Πολιτισμικοί παράγοντες	21
2.2 Διαστάσεις επιχειρηματικού περιβάλλοντος.....	21
2.3 Παράγοντες που προσδιορίζουν την αυτό-απασχόληση	23
2.3.1 Φύλο	24
2.3.2 Ηλικία	24
2.3.3 Οικογενειακή κατάσταση.....	24
2.3.4 Προσωπικά Χαρακτηριστικά	25
2.3.5 Εκπαίδευση	25
2.3.5 Εμπειρία – Προϋπηρεσία	25
2.3.6 Κατάσταση Υγείας	25
2.3.7 Εθνικότητα.....	25

2.3.8 Πρόσβαση σε οικονομικές πηγές.....	26
2.4 Επιχειρηματικότητα, οικονομική ανάπτυξη και αυτό-απασχόληση	26
2.5. Ανεργία: Μορφές και αριθμητικά δεδομένα	28
2.5.1 Μορφές ανεργίας.....	29
2.5.2 Η ανεργία σε νούμερα	30
2.6. Η σχέση μεταξύ επιχειρηματικότητας και ανεργίας.....	35
2.7. Η σχέση μεταξύ αυτό-απασχόλησης και οικονομικής ανάπτυξης.....	42
2.8. Η σχέση μεταξύ αυτό-απασχόλησης και ανεργίας.....	43
2.8.1 Το πλαίσιο πολιτικής για τη δημιουργία επιχειρήσεων από την κατάσταση της ανεργίας	46
2.8.2 Αναζητώντας την αυτό-απασχόληση από την κατάσταση της ανεργίας	46
2.8.3 Εισαγωγή στην αυτό-απασχόληση μετά από την κατάσταση ανεργίας	49
2.8.4 Αυτό-απασχόληση: Συνειδητή επιλογή ή αναγκαιότητα	51
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο: ΜΙΚΡΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	
3.1: Ορίζοντας τη μικρή επιχείρηση.....	53
3.2 Ορισμοί της μικρής επιχείρησης	53
3.3 Κατάταξη του μεγέθους των επιχειρήσεων.....	55
3.4 Η σπουδαιότητα των ΜΜΕ επιχειρήσεων	56
3.5 Τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα των ΜΜΕ.....	58
3.6 Η εργασία στις μικρές επιχειρήσεις	59
3.7 Ποιότητα θέσεων εργασίας στις ΜΜΕ	61
3.8 Αμοιβή.....	63
3.8.1 Συστήματα αμοιβών.....	63
3.8.2 Επίπεδα μισθών	64
3.9 Ασφάλεια εργασίας	65
3.9.1 Απώλειες θέσεων εργασίας λόγω οριστικής παύσης λειτουργίας της επιχείρησης.....	66
3.9.2 Εργασία με φορείς προσωρινής απασχόλησης	66
3.10 Ανάπτυξη δεξιοτήτων.....	67
3.10.1 Δραστηριότητες κατάρτισης και ανάπτυξης.....	67
3.10.2 Γιατί οι επιχειρήσεις δεν παρέχουν μαθήματα κατάρτισης	69
3.11 Ικανοποίηση από την εργασία.....	70
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο: ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΝΕΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	
4.1. Η σημασία των νεοσύστατων επιχειρήσεων	74
4.2.Βαθμός ευκολίας ίδρυσης μιας επιχείρησης	75
4.3 Κίνητρα επιχειρηματικής δραστηριοποίησης: Ανάγκη ή Ευκαιρία	77
4.3 Το Επιχειρηματικό Μοντέλο (BusinessModel).....	79
4.4 Το Επιχειρηματικό Σχέδιο (BusinessPlan).....	80

4.5 Μορφές χρηματοδότησης επιχειρήσεων	80
4.5.1 Εσωτερική χρηματοδότηση επιχειρήσεων	80
4.5.2 Εξωτερική Χρηματοδότηση Επιχειρήσεων	81
4.5.3 Στήριξη ΜμΕ από την Ευρωπαϊκή Ένωση	82
4.5.4 Διευκόλυνση πρόσβασης των ΜμΕ στην χρηματοδότηση	82
4.6 Ανάλυση διαφόρων παραγόντων	82
4.6.1 Προσωπικές Καταστάσεις	82
4.6.2 Εμπειρία στην αγορά εργασίας.....	87
4.6.3 Χαρακτηριστικό προσωπικότητας.....	90
4.6.4 Πόροι	91
4.7 Νεοφυείς Επιχειρήσεις (Startup)	91
4.8. Τα βασικά χαρακτηριστικά των startup επιχειρήσεων.....	93
4.9 Στάδια ανάπτυξης νεοφυών επιχειρήσεων	94
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο: ΕΙΔΙΚΟΤΕΡΑ ΘΕΜΑΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	95
5.1. Η γυναικεία επιχειρηματικότητα.....	95
5.2 Χαρακτηριστικά των γυναικών επιχειρηματικών και των γυναικείων επιχειρήσεων.....	95
5.3 Κίνητρα για την ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας.....	97
5.4 Εμπόδια στην ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας.....	98
5.4.1. Έλλειψη οικονομικής στήριξης.....	99
5.4.2. Κοινωνική Δικτύωση	100
5.4.3. Κοινωνικά Στερεότυπα	101
5.4.4. Εξισορρόπηση εργασιακής και οικογενειακής ζωής	101
5.6 Δημογραφικά χαρακτηριστικά γυναικών επιχειρηματιών και γυναικείων επιχειρήσεων στην Ελλάδα	102
5.7 Οργανισμοί και φορείς που προωθούν τη γυναικεία επιχειρηματικότητα	104
5.8. Επιχειρηματικότητα στις μεγαλύτερες ηλικίες (SeniorEntrepreneurship)	106
5.8.1 Επιχειρηματικότητα για μεγαλύτερες ηλικίες (SeniorEntrepreneurship) σε Παγκόσμιο επίπεδο.....	107
5.8.3 Δημογραφικά Χαρακτηριστικά	114
5.8.4 Ποιοτικά Χαρακτηριστικά	116
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΕΠΙΛΟΓΟΣ	121
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	123
Ξενόγλωσση	123
Ελληνική	128
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ - ONLINE	128

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η εργασία αυτή έχει συνταχθεί με σκοπό να περιγράψει και να αναλύσει τους όρους της επιχειρηματικότητας και της αυτό-απασχόλησης, καθώς επίσης να αναλύσει μέσω της βιβλιογραφίας και των σχετικών ερευνών που έχουν γίνει κατά το παρελθόν, την μεταξύ τους σχέση και κατά πόσο η επιχειρηματικότητα και η αυτό-απασχόληση συνδέονται.

Στο 1^ο κεφάλαιο και στο 2^ο κεφάλαιο, περιγράφονται οι βασικές έννοιες τόσο της επιχειρηματικότητας όσο και της αυτό-απασχόλησης. Επίσης, γίνεται εκτενής αναφορά στους προσδιοριστικούς παράγοντες της επιχειρηματικότητας και της αυτό-απασχόλησης και πως αυτοί συμβάλλουν στην οικονομική ανάπτυξη τόσο στη Ελλάδα αλλά και στην Ευρώπη γενικότερα. Αξίζει να σημειωθεί ότι γίνεται επιπλέον ανάλυση του παράγοντα της ανεργίας, ο οποίος επηρεάζει τόσο την επιχειρηματικότητα όσο και την αυτό-απασχόληση.

Στο 3^ο κεφάλαιο, αναφερόμαστε στις επιχειρήσεις και πιο συγκεκριμένα στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Γίνεται ανάλυση σε βασικά θέματα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, όπως τι ορίζουμε ως μικρομεσαία επιχείρηση, ποια είναι τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματά των επιχειρήσεων αυτών, εμβαθύνοντας στην ποιότητα εργασίας, μισθοδοσίας και ασφάλειας που συναντάμε σε αυτές τις επιχειρήσεις.

Στο 4^ο κεφάλαιο, αναφερόμαστε στα κίνητρα για την δημιουργία νέων επιχειρήσεων όπως επίσης ο βαθμός ευκολίας αλλά και η σημασία για την δημιουργία νέων επιχειρήσεων. Επίσης, γίνεται ανάλυση των παραγόντων που επηρεάζουν στην απόφαση και στον τρόπο δημιουργίας νέων επιχειρήσεων.

Τέλος, στο 5^ο κεφάλαιο γίνεται ανάλυση σε ειδικότερα θέματα της επιχειρηματικότητας όπως είναι η γυναικεία επιχειρηματικότητα και η επιχειρηματικότητα στις μεγαλύτερες ηλικίες αναφέροντας τα βασικά χαρακτηριστικά τους και τα κίνητρα που οδηγούν στην έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΑΥΤΟ-ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ. ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ

1.1 Η έννοια του επιχειρηματία

Η λέξη επιχειρηματίας σημαίνει μεσάζοντας και προέρχεται από τη γαλλική λέξη “Entreprendre” που σημαίνει «επιχειρώ» ενώ μεταφράζεται κυριολεκτικά ως «αναλαμβάνω». (*Encyclopedia Americana (1989). Chicago. Heinemann Books.*) Ο επιχειρηματίας λοιπόν, θα μπορούσε να ήταν το άτομο εκείνο που αναλαμβάνει κινδύνους, ξεκινώντας κάτι καινούργιο και η ανταμοιβή του προέρχεται από την ικανότητά του να αποκομίζει κέρδη.

Μερικοί όμως πιστεύουν ότι αυτός ο ορισμός είναι υπερβολικά ευρύς, υποστηρίζοντας ότι μόνο οι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων που συντονίζουν παράγοντες παραγωγής και κυρίως όσοι απασχολούν εργατικό δυναμικό, είναι πραγματικά επιχειρηματίες (Parker, 2004). Άλλοι πιστεύουν ότι η οικονομική προσέγγιση του επιχειρηματία, είναι πολύ περιοριστική χαρακτηρίζοντας την «στενή», διότι αποκλείει την επιχειρηματικότητα στον εταιρικό και τον κοινωνικό τομέα.

Σύμφωνα με τον Kirznen, ο επιχειρηματίας είναι το άτομο που βρίσκεται σε ετοιμότητα για να αξιοποιήσει ευκαιρίες συναλλαγής ώστε να επωφεληθεί του κέρδους αυτών. Είναι ικανός να εντοπίσει τους προμηθευτές και τους πελάτες για να ενεργεί το μεταβατικό στάδιο ανάμεσα τους. Το κέρδος του επιχειρηματία προκύπτει από την λειτουργία της μεσολάβησης και δεν είναι απαραίτητο να κατέχει ωριότερα οικονομικούς πόρους. Οι πιθανότητες για επικερδείς συναλλαγές υπάρχουν λόγω της ατέλειας της γνώσης. Ο επιχειρηματίας διαθέτει επιπλέον γνώσεις, τις οποίες δεν διαθέτουν άλλοι, και αυτό του επιτρέπει να εκμεταλλευτεί τις επικερδείς ευκαιρίες. Το γεγονός ότι υπάρχουν κενά πληροφόρησης στην αγορά αποτελεί μια επιχειρηματική ευκαιρία από την οποία μπορούν να ωφεληθούν εκείνοι που κατέχουν τη γνώση.

Αντίθετα, όμως κατά τον Schumpeter, ο επιχειρηματίας είναι ένα ξεχωριστό άτομο. Είναι κάποιος που καινοτομεί και επιφέρει αλλαγές μέσα από την εισαγωγή νέων τεχνολογικών διαδικασιών ή/και προϊόντων.

Η επικρατέστερη άποψη για τον επιχειρηματία, είναι αυτή κατά την οποία αναλαμβάνει συνειδητά υπολογισμένους κινδύνους και πλησιάζει την άποψη Knight, σύμφωνα με την οποία ο επιχειρηματίας είναι ένα άτομο που έχει ετοιμαστεί να αναλάβει τον κίνδυνο και η ανταμοιβή του – το κέρδος – είναι η απόδοση λόγω της ανάληψης της αβεβαιότητας και του κινδύνου για τον οποίο δεν μπορεί να αγοράσει ασφάλιση. Ο επιχειρηματίας πρέπει να είναι προετοιμασμένος να αναλάβει τον κίνδυνο σε έναν αβέβαιο κόσμο.

Λαμβάνοντας υπόψη τις παραπάνω σημαντικές απόψεις, και σύμφωνα με τους Deakins & Freel (2012), ορισμένα βασικά χαρακτηριστικά ενός επιχειρηματία μπορεί να είναι:

- Η ανάγκη για επίτευξη
- Η καλά μελετημένη ανάληψη κινδύνων
- Η υψηλή εσωτερική δύναμη ελέγχου
- Η δημιουργικότητα
- Η καινοτομία
- Η ανάγκη για αυτονομία
- Η ανοχή στην αβεβαιότητα
- Το όραμα
- Η αυτό-αποτελεσματικότητα.

1.2 Η έννοια της επιχειρηματικότητας

Το πρόβλημα του ορισμού της λέξης «επιχειρηματίας» και του καθορισμού των ορίων του τομέα της επιχειρηματικότητας δεν έχει λυθεί ακόμη. (BruyatandJulien, 2001, σελ. 166). Ενώ οι επιχειρηματίες είναι φυσικά πρόσωπα, η επιχειρηματικότητα είναι μια διαδικασία. Η επιχειρηματικότητα είναι μια έννοια πολυσήμαντη και πολυδιάστατη, πολλοί έχουν προσπαθήσει να την ορίσουν αλλά μέχρι στιγμής δεν υπάρχει κάποιος κοινός αποδεκτός ορισμός. Υπάρχει ένας πολλαπλασιασμός θεωριών, ορισμών και ταξινομήσεων επιχειρηματικότητας, οι οποίοι συχνά έρχονται σε σύγκρουση και επικαλύπτονται, προκαλώντας σύγχυση και διαφωνία μεταξύ των ερευνητών και των επαγγελματιών σχετικά με το τι είναι το επιχειρηματικό πνεύμα (βλ. Parker, 2002a).

Ο όρος επιχειρηματικότητα έχει εμφανισθεί σε πολλές περιπτώσεις να περιγράφει μια σειρά δραστηριοτήτων όπως είναι η δημιουργία, η ίδρυση, η διαχείριση, η διοίκηση, η λειτουργία κ.α. μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού. Εξετάζοντας την έννοια της επιχειρηματικότητας, σε πρώτο στάδιο θα μπορούσε να ερμηνευθεί, «ως μια προσπάθεια μετατροπής της πρωτοβουλίας σε αποτέλεσμα, όπου κατά την διαδικασία αυτή θα προκύψει οικονομικό κέρδος». Σύμφωνα με τις οικονομικές και κοινωνιολογικές προσεγγίσεις, η επιχειρηματικότητα χαρακτηρίζεται ως μια ολοκληρωμένη διαδικασία και όχι ως ένα μετρήσιμο οικονομικό μέγεθος. Άρα, η επιχειρηματικότητα εννοείται ως «μια δυναμική διαδικασία με την οποία τα άτομα προσδιορίζουν συνεχώς τις οικονομικές ευκαιρίες που εμφανίζονται και τις εκμεταλλεύονται πουλώντας αγαθά και υπηρεσίες». Κάτω από τις συνθήκες αυτές, μετατρέπονται όλες οι καινοτόμες ιδέες σε οικονομικές ευκαιρίες, γεγονός το οποίο αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο της επιχειρηματικότητας. (GlobalEntrepreneurshipMonitor, ExecutiveReport, 2009).

Οι διάφοροι ορισμοί της επιχειρηματικότητας στη βιβλιογραφία διαφέρουν σε διάφορες διαστάσεις. Πιο συγκεκριμένα αν η επιχειρηματικότητα πρέπει να οριστεί από άποψη διάθεσης, συμπεριφοράς ή έκβασης, αν ανήκει σε μόνο μικρές ή και ιδιόκτητες επιχειρήσεις ή σε οποιοδήποτε άλλο οργανωτικό πλαίσιο, και αν ο σκοπός, η ανάπτυξη, ο κίνδυνος, η καινοτομία ή η επιτυχία είναι τα απαραίτητα κριτήρια για να χαρακτηριστεί ως επιχειρηματικότητα (Davidsson 2003).

Σύμφωνα με τους Deakins και Freed (2012), ο παρακάτω πίνακας (πίνακας 1.1) παρέχει ορισμένους βασικούς ορισμούς που έχουν αναφερθεί ανά καιρούς, σε χρονολογική σειρά, ώστε να γίνει κατανοητή η εξέλιξη των αντιλήψεων για τον ορισμό της επιχειρηματικότητας.

Πίνακας 1.1. Βασικοί Ορισμοί Επιχειρηματικότητας

Drucker (1985): Η επιχειρηματικότητα είναι μια καινοτομική πράξη που ενισχύει με νέο δυναμικό τους ήδη υπάρχοντες πόρους.

Rummelt (1987): Επιχειρηματικότητα είναι η δημιουργία νέων επιχειρήσεων, νέων με την έννοια ότι δεν αποτελούν πιστή αντιγραφή κάποιας προ υπάρχουσας επιχείρησης αλλά εμπεριέχουν κάποιο στοιχείο νεωτερισμού.

Low&MacMillan (1988): Επιχειρηματικότητα είναι η δημιουργία μιας νέας επιχείρησης.

Gartner (1988): Επιχειρηματικότητα είναι η δημιουργία επιχειρήσεων, η

διαδικασία με την οποία γεννιούνται νέες επιχειρήσεις.

Stevenson κ.ά. (1989): Επιχειρηματικότητα είναι η επιδίωξη μίας ευκαιρίας χωρίς να δίνεται σημασία στους υπάρχοντες πόρους και δυνατότητες.

Lumpkin and Dess (1996): Νέα εγγραφή... Νέα εγγραφή είναι η πράξη της έναρξης μιας νέας επιχείρησης, είτε από μια επιχείρηση εκκίνησης, μέσω μιας υπάρχουσας επιχείρησης, είτε μέσω της «εσωτερικής εταιρικής επιχείρησης».

Timmons (1997): Η επιχειρηματικότητα είναι μια λογική, ένας τρόπος σκέψης και δράσης εστιασμένος στην εκμετάλλευση ευκαιριών, ολιστικός στην προσέγγιση του και ο οποίος εξισορροπείται μέσω της άσκησης ηγεσίας.

Venkataraman (1997): Οι έρευνες με θέμα την επιχειρηματικότητα προσπαθούν να κατανοήσουν από ποιους, με ποιόν τρόπο και με τι συνέπειες εντοπίζονται, δημιουργούνται και αξιοποιούνται οι ευκαιρίες δημιουργίας νέων προϊόντων και υπηρεσιών.

Sharma&Chrisman (1999): Η δημιουργία νέων οργανισμών που εμφανίζεται ως κοινωνική και οικονομική διαδικασία η οποία εξαρτάται από το περιβάλλον.

Shane&Venkataraman (2000): Η επιχειρηματικότητα περιλαμβάνει πράξεις οργανωτικής δημιουργίας ανανέωσης ή καινοτομίας που λαμβάνουν χώρα εντός η εκτός ενός προ υπάρχοντος οργανισμού.

Brush κ.ά. (2003): Μελέτη των πηγών ευκαιριών, των διαδικασιών ανακάλυψης, αξιολόγησης και αξιοποίησης των ευκαιριών και του συνόλου των ατόμων που τα ανακαλύπτουν, αξιολογούν και εκμεταλλεύονται.

Dobrev&Barnett (2005): Πράξη ίδρυσης νέας οργάνωσης

IrelandandWebb (2007): Διαδικασία που αλληλοεπιδρά με άλλες διεργασίες στις οργανώσεις και στην κοινωνία εν γένει.

Rindovaetal. (2009): Προσπάθειες για την επίτευξη νέων οικονομικών, κοινωνικών, θεσμικών και πολιτιστικών περιβαλλόντων μέσω των ενεργειών ενός ατόμου ή μιας ομάδας ατόμων.

Σύμφωνα με τους Low και MacMillan (1988), η επιχειρηματικότητα ορίζεται ως η δημιουργία νέων επιχειρήσεων ενώ αναφέρουν πως η έρευνα στον τομέα της επιχειρηματικότητας επιδιώκει να εξηγήσει και να διευκολύνει το ρόλο των νέων επιχειρήσεων στην προώθηση της οικονομικής προόδου. Οι συγγραφείς σημείωσαν ότι οι εκάστοτε ορισμοί που προηγήθηκαν κατέλαβαν μια πτυχή της επιχειρηματικότητας, αλλά απέτυχαν να καταγράψουν την πλήρη εικόνα.

Σχεδόν δέκα χρόνια μετά, ο Thornton (1999) ήταν λίγο πιο περιοριστικός με τον ορισμό της επιχειρηματικότητας και την ορίζει ως τη δημιουργία νέων οργανισμών που συντελούνται εξαρτώμενες από το περιβάλλον, την κοινωνική και οικονομική διαδικασία.

Αξίζει να σημειωθεί ότι σύμφωνα με τις παραπάνω απόψεις μερικών μελετητών (Shane& Venkataraman 2000, Brush 2003, Rindova 2009), η επιχειρηματικότητα θεωρείται ως η

δημιουργία ή η ανακάλυψη ευκαιριών. (συνδυασμοί αγαθών ή υπηρεσιών κλπ.), ενώ κάποιοι άλλοι (LumpkinandDess 1996, DobrevandBarnett 2005, Thornton 1999, Low and MacMillan 1988) θεωρούν την επιχειρηματικότητα ως διαδικασίες μέσω των οποίων η καινοτομία δημιουργείται μόνο με τη μορφή επιχειρήσεων. Μια ακόμα προοπτική περιλαμβάνει τους μελετητές (Sharma και Chrisman 1999, IrelandandWebb 2007) που περιγράφουν την επιχειρηματικότητα ως διαδικασία δημιουργίας ή καινοτομίας σε οργανωτικό πλαίσιο, χωρίς να προσδιορίζουν τι δημιουργείται ή τι καινοτομεί.

Κεντρικό σημείο στις παραπάνω οπτικές είναι η διαδικασία της δημιουργίας. Έτσι, επιχειρηματικότητα είναι, στην ουσία, η διαδικασία δημιουργίας επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Τα επιχειρηματικά καθήκοντα αποτελούν τη βάση μιας διαδικασίας δημιουργίας επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, όπου οι μεταβάσεις από το ένα στάδιο στο άλλο, μέσα στη διαδικασία, είναι συχνά το προϊόν μιας συγχώνευσης διαφόρων συνιστωσών, δεξιοτήτων και επιδόσεων. Ενώ η διακύβευση δημιουργίας μιας επιχείρησης είναι ο πυρήνας της επιχειρηματικότητας, υπάρχουν πολλά άλλα στοιχεία που πρέπει να αντιμετωπιστούν προκειμένου να κατανοηθεί πλήρως το πεδίο του συνόλου του.

1.3. Με τι σχετίζεται η επιχειρηματικότητα

Στον παρακάτω πίνακα αποτυπώνονται οι σύγχρονες τάσεις της επιχειρηματικότητας, δηλαδή οι παράγοντες εκείνοι με τους οποίους σχετίζεται σήμερα η επιχειρηματικότητα στη βάση της διεθνούς βιβλιογραφίας.

Η επιχειρηματικότητα σχετίζεται με:

Την αέναη αναζήτηση νέων πεδίων δράσης, που προσδίδει στον φορέα της, τον επιχειρηματία, κεντρικό ρόλο στην αναπτυξιακή διαδικασία.

Την ύπαρξη οράματος για νέες δραστηριότητες, τη διάδοσή του στους συνεργάτες ώστε να το ενστερνιστούν και τη σύνδεσή του με τις καθημερινές εργασιακές δραστηριότητες, ώστε να δίνει σ' αυτές νόημα.

Την ανάληψη του επιχειρηματικού κινδύνου που μόνο ο επιχειρηματίας μπορεί να αναλάβει.

Τη διαμόρφωση στόχων και σχεδίων καθώς και την ικανότητα υλοποίησής τους στο πλαίσιο συγκεκριμένου χρονικού ορίζοντα με σύγχρονες μεθόδους

Τη μετατόπιση του κέντρου βάρους από την διαχείριση και τον έλεγχο στη δημιουργικότητα και την καινοτομία

Την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων σε διεθνές επίπεδο και την ικανότητά τους να κατακτούν ή να δημιουργούν νέες αγορές

Την παρακολούθηση του περιβάλλοντος, την αντιμετώπιση των απειλών και των περιορισμών και την αξιοποίηση των ευκαιριών που υπάρχουν σε αυτό

Την απαραίτητη γνώση που θα παράσχει στον επιχειρηματία τη δυνατότητα κατανόησης, υιοθέτησης και αξιοποίησης νέων ιδεών, καινοτομιών και σύγχρονων τεχνολογικών μεθόδων που αλλάζουν ριζικά δραστηριότητες, διαμορφώνουν νέα προϊόντα κ.ά.

Πηγή: Γκαγκάτσιος, Ι. (2011)

1.4 Μορφές επιχειρηματικότητας

Η πολυπλοκότητα του επιχειρηματικού πνεύματος (Bruyat and Julien 2001) είναι αποτέλεσμα της ποικιλίας των συνθηκών στις οποίες εμφανίζεται (π.χ. εταιρική επιχειρηματικότητα, διεθνής επιχειρηματικότητα, κοινωνική επιχειρηματικότητα, επαγγελματική επιχειρηματικότητα κ.λπ.). Τα επιχειρηματικά περιβάλλοντα μπορούν να εκπροσωπούνται με διαφορετικούς τρόπους διεξαγωγής της επιχειρηματικής διαδικασίας: κατά επίπεδο (π.χ. άτομο, ομάδα, εταιρία, κοινότητα), ανά τύπο οργανισμού (οικογένεια, μικρή επιχείρηση, εταιρική, franchise) ή ανά γεωγραφική θέση (Brush et al., 2003). Έτσι, υπάρχει μια αυξανόμενη εκτίμηση ότι η ποικιλία των επιχειρηματικών πλαισίων είναι τεράστια. Αυτή η σύγχυση και η έλλειψη συναίνεσης εμποδίζει τη θεωρητική ανάπτυξη που απαιτείται για να ενημερωθούν οι σημερινοί και μελλοντικοί μελετητές και εκπαιδευτικοί σχετικά με το πώς η επιχειρηματικότητα μπορεί να δημιουργήσει πλούτο και να είναι κοινωνικά παραγωγική. (Kloepfer και Castrogiovanni, (2018).

Όπως αναγνωρίζεται από τους Low και MacMillan (1988), η εκτεταμένη κατανόηση του επιχειρηματικού πνεύματος πρέπει να συμπεριλάβει την έννοια ως ένα πλήρες φαινόμενο που διασυνδέεται με πλήρως ενσωματωμένες δομές, όπως η ατομική και εταιρική επιχειρηματικότητα, καθώς και αλληλεπικαλυπτόμενες δομές, όπως η διαχείριση μικρών επιχειρήσεων αλλά και οι οικογενειακές επιχειρήσεις. Θεωρούμε την επιχειρηματικότητα ως τη διαδικασία δημιουργίας επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, που αποτελείται από διάφορες υπό-διεργασίες. Οι υπό-διεργασίες εμπίπτουν σε δύο γενικές κατηγορίες-εξερεύνηση και εκμετάλλευση. Η διαδικασία δημιουργίας επιχειρηματικής δραστηριότητας και οι υποκείμενες διαδικασίες ενδέχεται να διαφέρουν σε σχέση με τα περιβάλλοντα στα οποία εμφανίζονται. Ορισμένα περιβάλλοντα περιγράφονται καλύτερα ως υπό-τομείς, επειδή είναι ρυθμίσεις στις οποίες δημιουργούνται συγκεκριμένα είδη επιχειρήσεων. Άλλα περιβάλλοντα περιγράφονται καλύτερα ως διασυνδέσεις επειδή τα βασικά ερευνητικά τους θέματα συχνά δεν έχουν να κάνουν με τη δημιουργία επιχειρήσεων ή τις υπό-διεργασίες αυτών.

Η διαδικασία δημιουργίας επιχειρήσεων μπορεί να ποικίλει συστηματικά μεταξύ των ρυθμίσεων στις οποίες εμφανίζεται. Για παράδειγμα, η διαδικασία δημιουργίας επιχείρησης ως ανεξάρτητης προσπάθειας μπορεί να διαφέρει από εκείνη με την εταιρική υποστήριξη. Επικεντρωνόμαστε στις διαφορές στην εκμετάλλευση των ευκαιριών επειδή η εξερεύνηση ευκαιριών ή η διαδικασία αναζήτησης νέων γνώσεων δεν εξαρτάται από τον τύπο του επιχειρηματικού υποτομέα. Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, η πιθανότητα εξέτασης μιας ευκαιρίας βασίζεται στις προηγούμενες διαθέσιμες πληροφορίες και στις γνωστικές ιδιότητες που απαιτούνται για την αξιοποίηση της ευκαιρίας (Shane and Venkataraman 2000).

Αυτές οι ιδιότητες διαφοροποιούνται σε ατομικό επίπεδο, όχι σε επίπεδο επιχείρησης. Επιπλέον, οι υποεξεργασίες εκμετάλλευσης ευκαιριών είναι σημαντικές, διότι διαφοροποιούν τις πραγματικές επιχειρήσεις από την ευρύτερη ομάδα δυνατικών επιχειρήσεων που αρχίζουν ως ιδέες αλλά δεν αναπτύσσονται πλήρως.

1.4.1 Ανεξάρτητη επιχειρηματικότητα

Η έρευνα στον τομέα της επιχειρηματικότητας θεωρεί τον ανεξάρτητο επιχειρηματία ως τον πιο σημαντικό παράγοντα. (Zachary και Mishra 2010). Οι μικρότεροι ανεξάρτητοι οργανισμοί είναι αναγκασμένοι να διατρέχουν υψηλότερο κίνδυνο αποτυχίας λόγω ανεπαρκούς κεφαλαίου που προκύπτει από την έλλειψη οικονομιών κλίμακας. Ως

ανεξάρτητος επιχειρηματίας, η αρχική χρηματοδότηση θα βασίζεται κατά πάσα πιθανότητα στον πλούτο του ίδιου ατόμου ή εκείνου της στενής οικογένειας ή φίλων - για παράδειγμα, τα χρήματα που εξοικονομήθηκαν από προηγούμενες δουλειές, η κληρονομιά, η πώληση ακινήτων υψηλής αξίας όπως ένα σπίτι κ.λπ. Αντίστροφα, οι μεγαλύτεροι οργανισμοί έχουν πρόσβαση σε κεφάλαια που είναι φθηνότερα και ευκολότερα (Aldrich και Auster 1986). Μικρές και νέες οργανώσεις όπως των ανεξάρτητων επιχειρηματιών μπορούν επίσης να αντιμετωπίσουν σημαντικά μειονεκτήματα όσον αφορά τον ανταγωνισμό με μεγαλύτερους οργανισμούς στην εργασία υψηλής ποιότητας, δεδομένου ότι οι μικρότερες επιχειρήσεις είναι λιγότερο πιθανό να προσφέρουν ευκαιρίες για επαγγελματική εξέλιξη και ασφάλεια και δεν μπορούν να αντέξουν οικονομικά τα έξοδα μίσθωσης νέου και καταρτισμένου προσωπικού. Ο ανεξάρτητος επιχειρηματίας συνδέεται επίσης με δραστηριότητες μάρκετινγκ μικρού μεγέθους και περιορισμού των πόρων, οι οποίες πρέπει να βασίζονται σε δημιουργικές και ενδεχομένως απλές πρακτικές μάρκετινγκ όπως η βαριά χρήση προσωπικών δικτύων.

1.4.2 Εταιρική επιχειρηματικότητα

Το κοινό στοιχείο στις περισσότερες έννοιες της εταιρικής επιχειρηματικότητας είναι η διάσταση της καινοτομίας (Covin and Miles 1999). Η βασική έννοια της εταιρικής επιχειρηματικότητας είναι ότι οι υφιστάμενες, εγκατεστημένες επιχειρήσεις μπορούν να είναι επιχειρηματικές μέσω της διαδικασίας δημιουργίας επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Σε αντίθεση με την ανεξάρτητη επιχειρηματικότητα, η εταιρική επιχειρηματικότητα δεν είναι αναγκαστικά ευάλωτη σε επενδύσεις σχετικά μικρής αξίας, αλλά υπόκειται σε περιορισμούς που επιβάλλονται από τους εταιρικούς στόχους και στρατηγικές. Ενώ ο ανεξάρτητος επιχειρηματίας βασίζεται σε προσωπικό κεφάλαιο, η εταιρική επιχειρηματική δραστηριότητα έχει την οικονομική υποστήριξη μιας εταιρείας και η πρόσβαση στην άντληση κεφαλαίων είναι ευκολότερη (Aldrich και Auster 1986). Επιπρόσθετα, οι επιχειρήσεις εταιρικού επιχειρηματικού πνεύματος, λόγω του μεγέθους τους, έχουν αντιληφθεί μακροπρόθεσμη σταθερότητα και έτσι μπορούν να προσφέρουν νέες προσλήψεις για ευκαιρίες εσωτερικής κινητικότητας και ασφάλεια στελέχωσης που στερούνται οι δραστηριότητες ανεξάρτητης επιχειρηματικότητας. (Kloepfer και Castrogiovanni, (2018)).

Έτσι συγκρίνοντας τις εταιρείες με τις υφιστάμενες νέες και μικρές επιχειρήσεις οι πρώτες φαίνονται να διαθέτουν άφθονους πόρους. Εμφανίζονται να έχουν σημαντικά αποθέματα ανθρώπινου χρηματοοικονομικού και φυσικού κεφαλαίου. Επιπλέον συχνά έχουν το όφελος της αξίας της εμπορικής ονομασίας που τις βοηθάει στην εισαγωγή νέων προϊόντων και υπηρεσιών. Και φυσικά συνήθως έχουν τουλάχιστον κάποια επιτυχημένα προϊόντα ή υπηρεσίες. Από τη σκοπιά αυτή ο όρος εταιρική επιχειρηματικότητα φαίνεται να είναι μία περίεργη συνύπαρξη η αντίφαση όρων. Υπάρχουν στοιχεία πολλών ετών που φαίνεται να δείχνουν ότι η διαδικασία εντοπισμού και εκμετάλλευσης των ευκαιριών στις μεγάλες επιχειρήσεις υπόκειται σε κινδύνους σαν και αυτούς που αντιμετωπίζουν τα νέα εγχειρήματα και οι μικρότερες επιχειρήσεις. Ίσως πιο σημαντικό είναι ότι, ενώ η μελέτη της εταιρικής επιχειρηματικότητας δεν είναι κάτι νέο, υπάρχει αυξανόμενη πεποίθηση ότι καθίσταται όλο και πιο επιτακτική ανάγκη της επιχειρηματικότητας στις μεγάλες εταιρείες. Αυτή η επιτακτική ανάγκη υποκινείται από την έντονη μεταβλητότητα που υπάρχει στα διάφορα περιβάλλοντα στα οποία δραστηριοποιούνται οι εταιρείες. Έτσι εντοπίζονται τέσσερις διαστάσεις μέσω των οποίων οι έντονες μεταβολές στο περιβάλλον προκάλεσαν την ανάγκη για νέες πρακτικές management, γενικότερα και στην εταιρική επιχειρηματικότητα ειδικότερα: μέσω των πελατών, μέσω ανταγωνιστών, μέσω της τεχνολογίας και μέσω των νομικών ρυθμιστικών και ηθικών προτύπων.

Θα πρέπει να τονίσουμε ότι η εταιρική επιχειρηματικότητα δεν έχει ομοιογενή μορφή. Οι Sharma and Chrisman δίνουν ένα αρκετά αντιπροσωπευτικό ορισμό της εταιρικής επιχειρηματικότητας: η διαδικασία με την οποία ένα άτομο ή ομάδα ατόμων σε συνεργασία με έναν υφιστάμενο οργανισμό, δημιουργούν ένα νέο οργανισμό ή προκαλούν την ανανέωση η την καινοτομία μέσα σε αυτόν τον οργανισμό. Σε γενικές γραμμές μπορεί να περιλαμβάνει δραστηριότητες όπως η στρατηγική ανανέωση, η οργανωτική αναζωογόνηση, διατηρήσιμη αναγέννηση, η ανακατασκευή του επιχειρησιακού μοντέλου και ο εκ νέου ορισμός του πεδίου.

Οι Stopford and Balen-Fuller, τονίζουν ότι η βιβλιογραφία για τη στρατηγική εντοπίζει τρεις τύπους εταιρικής επιχειρηματικότητας.

1. Άτομο: η δημιουργία νέων επιχειρήσεων μέσα σε υφιστάμενους οργανισμούς, αυτό που ονομάζεται ένδο- επιχειρησιακό ή Εταιρικό εγχείρημα.
2. Ανανέωση: ο μετασχηματισμός η ανανέωση υφισταμένων οργανισμών, δηλαδή στρατηγική επιχειρηματικότητα.
3. Θραύση του πλαισίου: η επιχείρηση αλλάζει τους κανόνες του ανταγωνισμού για τον κλάδο στον οποίο ανήκει.(David Deakins & Mark Freel (2012).

1.4.3 Διεθνής επιχειρηματικότητα

Σύμφωνα με τους (Oviatt, B. M., & McDougall, P. P., 2005) η διεθνής επιχειρηματικότητα είναι δημιουργία επιχειρήσεων που διασχίζει εθνικά σύνορα. Ένας παράγοντας που πιθανόν να εμπλέκεται στην αναπτυξιακή διαδικασία είναι η ικανότητα εξαγωγών ή διεθνοποίησης μέσω άσκησης επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στο εξωτερικό. Μερικοί επιχειρηματίες νεοφυών επιχειρήσεων μπορεί να είναι σε θέση να αρχίσουν τη δραστηριοποίησή τους στις Διεθνείς αγορές. Τέτοιες χαρακτηρίζονται ως γεννημένες παγκόσμιες ή διεθνείς επιχειρήσεις όπως για παράδειγμα το Skype. Κάποιες άλλες επιχειρήσεις μπορεί να χρειαστούν περισσότερο χρόνο να εισέλθουν σε αγορές του εξωτερικού και ξεκινούν τη δραστηριότητά τους από την εγχώρια αγορά. Η διεθνής επιχειρηματικότητα μπορεί να είναι παρόμοια με την ανεξάρτητη ή εταιρική επιχειρηματικότητα, ανάλογα με το αν πρόκειται για μια νέα επιχείρηση που έχει γεννηθεί ως πολυεθνική ή για μια εδραιωμένη επιχείρηση που επεκτείνεται διεθνώς. Σε όλες τις περιπτώσεις, όμως, οι διεθνείς νέες επιχειρήσεις υπόκεινται σε περιορισμούς της διεθνούς στρατηγικής και στην πολυπλοκότητα της αντιμετώπισης πολλαπλών εθνικών αγορών, πολιτισμών, νόμων κλπ. (Freeman et al., 2006). Επιπλέον ενώ στην ανεξάρτητη επιχειρηματικότητα το μάρκετινγκ είναι σε μικρότερη κλίμακα, στην διεθνής επιχειρηματικότητα είναι σε ευρύτερη κλίμακα και εξυπηρετεί ποικίλα τμήματα της αγοράς και τονίζει την υψηλή συνειδητοποίηση της αγοράς. Επιπλέον, οι ανεξάρτητοι επιχειρηματίες ενδέχεται να δυσκολεύονται να χρηματοδοτήσουν το νέο εγχείρημα λόγω των περιορισμένων χρηματοδοτικών πόρων, ενώ οι διεθνείς επιχειρήσεις ενδέχεται να χρηματοδοτηθούν από τις μητρικές εταιρείες τους.

1.4.4 Επαγγελματική επιχειρηματικότητα

Η επαγγελματική επιχειρηματικότητα είναι η δημιουργία επιχειρηματικών κεφαλαίων σε ένα συγκεκριμένο τομέα ή ένα επάγγελμα. Ως εκ τούτου, η επαγγελματική επιχειρηματικότητα μπορεί να περιλαμβάνει, για παράδειγμα, έναν ιατρό (ή μια ομάδα ιατρών) δημιουργώντας μια νέα επιχείρηση ανοίγοντας μια πρακτική στο υπάρχον πεδίο της εμπειρογνομosύνης.

Η επαγγελματική επιχειρηματικότητα είναι παρόμοια με την ανεξάρτητη επιχειρηματικότητα όσον αφορά τις υποχρεώσεις, αλλά τα βασικά ζητήματα της επαγγελματικής επιχειρηματικότητας είναι οι περιορισμοί που επιβάλλονται από τις επαγγελματικές προδιαγραφές ή τις απαιτήσεις αδειοδότησης (Iversen και Luras 2000). Μια βασική διαφορά

μεταξύ της ανεξάρτητης επιχειρηματικότητας και της επαγγελματικής επιχειρηματικότητας βρίσκεται στο μάρκετινγκ. Το μάρκετινγκ των επαγγελματικών υπηρεσιών διαφέρει από το μάρκετινγκ των προϊόντων και άλλων υπηρεσιών, αφού η τεχνογνωσία του επαγγελματία πρέπει να παραδοθεί στα άτομα που αντανακλούν εμπιστοσύνη. Συνεπώς το μάρκετινγκ στο πλαίσιο της επαγγελματικής επιχειρηματικότητας βασίζεται στις σχέσεις και για τον λόγο αυτό είναι πλούσιο πολύπλοκο και ποικίλει.

1.4.5. Κοινωνική επιχειρηματικότητα

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα μπορεί να αναγνωριστεί μέσω της πρόθεσης για τη νέα επιχείρηση: λύσεις για κοινωνικά, πολιτιστικά ή περιβαλλοντικά θέματα. (Dacin et al., 2011). Η κοινωνική επιχειρηματικότητα είναι μια διαδικασία δημιουργίας επιχειρηματικών ευκαιριών με στόχο να επωφεληθεί το «καλύτερο αγαθό» - προς όφελος του κοινού και όχι του ιδιοκτήτη ή του μετόχου. Οι ανεξάρτητες επιχειρήσεις χρηματοδοτούνται κατά κανόνα από ατομικές συνεισφορές ή από άλλες που δίνουν κίνητρα για τη δημιουργία μιας κερδοφόρας επιχείρησης που μπορεί να προσφέρει μια επιθυμητή απόδοση της επένδυσης. Αντίστροφα, οι κοινωνικές επιχειρήσεις εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από μια σειρά πηγών χρηματοδότησης πέρα από τις ατομικές συνεισφορές, όπως επιχορηγήσεις ιδρυμάτων, ευεργέτες και δημόσιες πληρωμές, με ένα ευρύ φάσμα κινήτρων και προσδοκιών (Austin et al., 2006).

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις μπορούν επίσης να διαφέρουν από τις ανεξάρτητες επιχειρήσεις όσον αφορά τις μεθόδους εκτέλεσης μάρκετινγκ. Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες είναι πιθανό να χρησιμοποιήσουν το κοινωνικό μάρκετινγκ (Madill και Ziegler 2012), το οποίο εκτελείται για να επηρεάσει τις κοινωνικές συμπεριφορές, όχι προς όφελος του μάρκετινγκ, αλλά προς όφελος του καταναλωτή-στόχου και της γενικής κοινωνίας (Andreasen και Kotler 2008).

Αντιστρόφως, το ανεξάρτητο επιχειρηματικό μάρκετινγκ δεν είναι απαραίτητα επικεντρωμένο στο συμφέρον των ατόμων και της κοινωνίας.

Όλες οι διαδικασίες που χαρακτηρίζονται σε αυτούς τους υπό-τομείς είναι πλήρως ενταγμένες στο πεδίο της επιχειρηματικότητας, δεδομένου ότι είναι όλες επιτακτικές για τη διαδικασία δημιουργίας επιχειρηματικών ευκαιριών.

Ωστόσο, δεν είναι αναγκαστικά αμοιβαία αποκλειστικά. Για παράδειγμα, μια νέα επιχείρηση μπορεί να είναι κοινωνική και επαγγελματική - όπως ένας ιατρός που δημιουργεί μια επιχείρηση για να βοηθήσει στην επίλυση της κρίσης της φυματίωσης στην υπό-σαχάρια Αφρική. Στο ίδιο παράδειγμα, η επιχείρηση μπορεί επίσης να είναι διεθνής εάν διασχίζει εθνικά σύνορα.

1.5 Η έννοια της απασχόλησης και τα κύρια χαρακτηριστικά της

Οι εργαζόμενοι και οι άνεργοι αποτελούν τον οικονομικά ενεργό πληθυσμό, δηλαδή το ανθρώπινο δυναμικό. Η Ευρωπαϊκή Ένωση στην έρευνα της για το εργατικό δυναμικό ορίζει ως εργαζομένους τα άτομα ηλικίας 15 ετών και άνω, τα οποία κατά την διάρκεια της έρευνας εκτέλεσαν κάποια εργασία, έστω και για μόνο μία (1) ώρα εβδομαδιαίως, έναντι κάποιας αμοιβής, κέρδους ή οικογενειακού οφέλους. Επίσης, τα άτομα που δεν εργάζονταν, αλλά είχαν μια εργασία ή επιχείρηση από την οποία απουσίαζαν προσωρινά περιλαμβάνονται επίσης στο εργατικό δυναμικό. Για παράδειγμα, τα άτομα αυτά μπορεί να απουσίαζαν λόγω ασθενείας, διακοπών, εργατικών διαφορών, εκπαίδευσης ή κατάρτισης. (Eurostat, 2012)

Μερικοί τρόποι για την μέτρηση της απασχόλησης είναι ο αριθμός των ατόμων ή των θέσεων εργασίας πλήρους απασχόλησης ή εργατικών ωρών. Όλες οι σχετικές εκτιμήσεις

χρησιμοποιούν τον αριθμό των ατόμων, ενώ οι πληροφορίες που αφορούν τα ποσοστά απασχόλησης βασίζονται επίσης σε εκτιμήσεις για τον αριθμό των ατόμων.

Ορισμένα από τα κύρια χαρακτηριστικά της απασχόλησης, όπως ορίζονται από την έρευνα για το εργατικό δυναμικό της ΕΕ, είναι μεταξύ άλλων:

- Οι μισθωτοί, δηλαδή τα άτομα τα οποία εργάζονται για έναν δημόσιο ή ιδιωτικό εργοδότη, και λαμβάνουν αποζημίωση υπό μορφή ημερομισθίου, μισθού πληρωμή βάσει αποτελεσμάτων ή πληρωμή σε είδος. Αξίζει να σημειωθεί ότι τα μη κληρωτά μέλη των ενόπλων δυνάμεων συμπεριλαμβάνονται σε αυτή την κατηγορία.
- Οι αυτοαπασχολούμενοι, ορίζονται ως τα άτομα που εργάζονται στην δική τους επιχείρηση ή / και αγρόκτημα. Ένας αυτοαπασχολούμενος θεωρείται ότι εργάζεται σύμφωνα με την έρευνα για το ανθρώπινο δυναμικό της ΕΕ, όταν εξασφαλίζει το κέρδος, δαπανά χρόνο για τη λειτουργία μιας επιχείρησης ή κατά την διάρκεια ίδρυσης μιας επιχείρησης.

Όσον αφορά τους απασχολούμενους με δεύτερη εργασία αναφέρονται μόνο στα άτομα με περισσότερες από μία (1) εργασίες ταυτόχρονα. Να σημειωθεί ότι τα άτομα οποία άλλαξαν εργασία κατά την εβδομάδα αναφοράς δεν θεωρούνται ότι εκτελούν δύο εργασίες.

Ως προσωρινή εργασία μπορεί να θεωρηθεί το πέρας μιας εργασίας υπό αντικειμενικούς όρους που έχουν συμφωνηθεί προηγουμένως μεταξύ του μισθωτού και του εργοδότη, όπως η ολοκλήρωση ενός έργου και η προσωρινή αντικατάσταση ενός μισθωτού. Χαρακτηριστικά παραδείγματα είναι: τα άτομα με εποχιακή εργασία, τα άτομα που απασχολούνται από γραφείο απασχόλησης ή από γραφείο εύρεσης εργασίας και διατίθενται σε κάποιον τρίτο, με σκοπό την εκτέλεση ενός συγκεκριμένου έργου (εξαιρείται η περίπτωση της γραπτής σύμβασης εργασίας αορίστου χρόνου), τα άτομα με συγκεκριμένες συβάσεις κατάρτισης. (Eurostat, 2012)

1.6 Ορισμός της αυτό-απασχόλησης

Η αυτό-απασχόληση είναι μια έννοια που περιλαμβάνει έναν αριθμό διαφόρων μορφών εργασίας και νομικών καθεστώτων που τις ρυθμίζουν. Οι δυσκολίες στον επακριβή ορισμό του «αυτοαπασχολούμενου εργαζόμενου» προέρχονται από τα επιμέρους εθνικά και νομοθετικά πλαίσια, καθώς και από τις σημαντικές αλλαγές που συντελέστηκαν τα πρόσφατα έτη στις εργασιακές σχέσεις (Welz, 2009). Αξίζει να σημειωθεί ότι όλοι οι επιχειρηματίες δεν διαχειρίζονται μικρές επιχειρήσεις, και όλες οι μικρές επιχειρήσεις δεν διαχειρίζονται από κάποιους επιχειρηματίες (Brock and Evans, 1986, Holtz-Eakin, 2000). Σχεδόν όλες οι χώρες που προσπαθούν να βρουν έναν πιο αποτελεσματικό νομικό ορισμό της αυτό-απασχόλησης προκειμένου να διαμορφώσουν για τους αυτοαπασχολούμενους εργαζόμενους ένα πλαίσιο κατοχύρωσης της κοινωνικής ασφάλισης και απολαβής δικαιωμάτων και μέτρων προστασίας (Welz, 2009; Perulli, 2003;).

Σε πολύ μεγάλο βαθμό, οι ευρωπαϊκές χώρες ορίζουν την αυτό-απασχόληση με «αντίστροφη» κατηγοριοποίηση. Αυτό σημαίνει ότι όταν μια εργασία δεν φέρει τα χαρακτηριστικά της εξαρτημένης εργασίας τότε αυτή ορίζεται ως αυτό-απασχόληση (Welz, 2009)

Η αυτό-απασχόληση ως έννοια καλύπτει αρκετές μορφές συμβατικών σχέσεων (Perulli, 2003):

- Σύμβαση εργασίας

- Σύμβαση παροχής υπηρεσιών
- Αντιπροσωπεία
- Παροχή υπηρεσιών
- Ελεύθεροι επαγγελματίες παροχής υπηρεσιών (γιατροί, σύμβουλοι, διαφημιστές)

Υπάρχουν επίσης κάποιες νέες συμβατικές μορφές που πολλές φορές δεν διέπονται ρητά από τη νομοθεσία (Perulli, 2003):

- Δικαιοχρησία (Franchising): Εμπορική μέθοδος συμφωνίας κατά την οποία μια επιχείρηση λειτουργεί ως δικαιούχος και παραχωρεί σε μία άλλη, που λειτουργεί ως δικαιούχος, το δικαίωμα της εκμετάλλευσης των πνευματικών δικαιωμάτων με σκοπό την εμπόρια συγκεκριμένων προϊόντων και υπηρεσιών, έναντι οικονομικού ανταλλάγματος. Εκτός από την εμπόρια προϊόντων, ο δικαιούχος συχνά μπορεί να παρέχει την τεχνογνωσία για τον τρόπο λειτουργίας ενός προϊόντος ή την προώθησή του ή κάποια υπηρεσία έναντι εφάπαξ ή/και μηνιαίας καταβολής επί του ποσοστού των κερδών του δικαιούχου (Wikipedia, 2014)
- Εργασίες Μηχανικού
- Πρακτορεία επιχειρηματικών απαιτήσεων (factoring): Η πρακτορεία επιχειρηματικών απαιτήσεων (factoring) είναι η σύμβαση μεταξύ ενός πράκτορα επιχειρηματικών απαιτήσεων (συνήθως τράπεζα) και μιας επιχείρησης πώλησης αγαθών ή παροχής υπηρεσιών. Η σύμβαση αυτή αναφέρεται σε υπηρεσίες που περιλαμβάνουν την προεξόφληση, τη λογιστική, την νομική παρακολούθηση καθώς και την είσπραξη απαιτήσεων της εταιρίας Factoring κατά των πελατών της, για συμφωνημένο χρονικό διάστημα και έναντι αμοιβής (Wikipedia, 2014).
- Χρηματοδοτική Μίσθωση (leasing): Είναι ένας σύγχρονος και συμφέρων τρόπος χρηματοδότησης, μέσω του οποίου οι επιχειρήσεις και οι επαγγελματίες, ανεξάρτητα από το μέγεθος, το είδος και τη νομική μορφή τους, μπορούν να αποκτήσουν πάγια στοιχεία, για να καλύψουν τις επαγγελματικές ανάγκες τους. Με την σύμβαση αυτή, ο μισθωτής μισθώνει από μια εταιρεία χρηματοδοτικής μίσθωσης κινητά ή ακίνητα στοιχεία για συγκεκριμένη χρονική περίοδο και στο τέλος της περιόδου αυτής μπορεί με μονομερή του δήλωση να το αγοράσει σε προσυμφωνημένο τίμημα. Το μίσθωμα είναι έτσι υπολογισμένο, ώστε στο διάστημα της μίσθωσης, να καλυφθούν τα έξοδα αγοράς και το κέρδος της εταιρείας χρηματοδοτικής μίσθωσης (Wikipedia,2014).
- Σύμβαση διαχείρισης
- Μεταφορά τεχνογνωσίας
- Ανάπτυξη και παροχή λογισμικού

Στην σύγχρονη βιβλιογραφία, οι πέντε βασικές κατηγορίες αυτό-απασχόλησης οι οποίες χρησιμοποιούνται συχνότερα είναι:

1. Επιχειρηματίες οι οποίοι διευθύνουν την επιχείρησή τους με τη βοήθεια υπαλλήλων.
2. Κλασικές κατηγορίες ελεύθερων επαγγελματιών, οι οποίοι για να εξασκήσουν το επάγγελμά τους, είναι υποχρεωμένοι να πληρούν συγκεκριμένες απαιτήσεις, να τηρούν τους κανονισμούς και τους κώδικες δεοντολογίας και συχνά να υποβάλλονται σε διαδικασίες εξετάσεων για την εγγραφή τους σε δημόσια μητρώα. Συνήθως επιδίδονται στις επαγγελματικές τους δραστηριότητες μόνοι τους ή σε συνεργασίες με άλλους επαγγελματίες ή με τη βοήθεια περιορισμένου αριθμού υπαλλήλων, εάν έχουν υπαλλήλους.

3. Παραδοσιακές μορφές αυτό-απασχόλησης, όπως οι βιοτέχνες, οι έμποροι και οι αγρότες. Στην συγκεκριμένη κατηγορία, οι αυτοαπασχολούμενοι συχνά εργάζονται με το οικογενειακό τους περιβάλλον και μερικές φορές με μικρό αριθμό υπαλλήλων.
4. Οι «νέοι επαγγελματίες», οι οποίοι είναι αυτοαπασχολούμενοι εργαζόμενοι σε εξειδικευμένα επαγγέλματα και δεν υπόκεινται σε κάποια συγκεκριμένη ρύθμιση.
5. Αυτοαπασχολούμενοι εργαζόμενοι σε μη εξειδικευμένα επαγγέλματα, οι οποίοι διευθύνουν την επιχείρησή τους με τη βοήθεια υπαλλήλων, αλλά ενίοτε και με τη βοήθεια των μελών της οικογένειάς τους. (Welz, 2009).

Παράλληλα με την κατηγοριοποίηση αυτή, η Ευρωπαϊκή Έρευνα Εργατικού Δυναμικού (EU LFS) για να προσδιορίσει στατιστικά την αυτό-απασχόληση, διακρίνει μεταξύ των αυτοαπασχολούμενων:

- τους εργοδότες, οι οποίοι ορίζονται ως τα πρόσωπα που ασκούν τη δραστηριότητα τους (επιχείρηση, ελεύθερο επάγγελμα, γεωργική δραστηριότητα) με σκοπό το κέρδος και έχουν τουλάχιστον έναν υπάλληλο,
- τους εργαζόμενους για δικό τους λογαριασμό (“own account workers”), οι οποίοι ορίζονται ως τα πρόσωπα που ασκούν τη δραστηριότητά τους (επιχείρηση, ελεύθερο επάγγελμα, γεωργική δραστηριότητα) με σκοπό το κέρδος, χωρίς όμως να προσφεύγουν στην πρόσληψη υπαλλήλων,
- τα συμβοηθούντα μέλη της οικογένειάς (“family workers”) που ορίζονται ως τα πρόσωπα που βοηθούν ένα μέλος της οικογένειάς τους στην άσκηση μιας οικονομικής δραστηριότητας (εμπορικής ή γεωργικής), χωρίς να μπορούν να χαρακτηριστούν μισθωτοί.

Σε εναρμόνιση με την ευρωπαϊκή έρευνα και νομοθεσία, η Έρευνα Εργατικού Δυναμικού της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής (ΕΛΣΤΑΤ), δίνει στις επεξηγηματικές σημειώσεις κάθε τριμηνιαίας έρευνας τους ακόλουθους ορισμούς στις τρεις παραπάνω κατηγορίες:

- Αυτοαπασχολούμενοι με προσωπικό: τα άτομα που εργάζονται στην επιχείρησή τους ή ως ελεύθεροι επαγγελματίες, με σκοπό το κέρδος, και απασχολούν τουλάχιστον ένα άτομο
- Αυτοαπασχολούμενοι χωρίς προσωπικό: τα άτομα που εργάζονται στην επιχείρησή τους ή ως ελεύθεροι επαγγελματίες, με σκοπό το κέρδος, και δεν απασχολούν άτομα
- Βοηθοί στην οικογενειακή επιχείρηση: τα άτομα που βοηθούν άλλο μέρος της οικογένειάς στη λειτουργία της οικογενειακής επιχείρησης, υπό τον όρο ότι δεν κατατάσσονται ως μισθωτοί.

Βάσει των παραπάνω, ο αριθμός των αυτοαπασχολούμενων υπολογίζεται αθροίζοντας τους εργοδότες (αυτοαπασχολούμενοι με προσωπικό), τους εργαζόμενους για δικό τους λογαριασμό (αυτοαπασχολούμενοι χωρίς προσωπικό) και τα συμβοηθούντα μέλη (βοηθοί στην οικογενειακή επιχείρηση).

Ως ποσοστό, η αυτό-απασχόληση υποδηλώνει την αναλογία του παραπάνω συνόλου των αυτοαπασχολούμενων σε σχέση με τη συνολική απασχόληση όπως προκύπτει από τα αποτελέσματα της Έρευνας Εργατικού Δυναμικού της Ε.Ε. Στην έρευνα αυτή, τα ποσοστά αυτό-απασχόλησης αναφέρονται ως προς τον πληθυσμό εργάσιμης ηλικίας, ο οποίος γενικά θεωρείται ότι είναι τα άτομα ηλικίας μεταξύ 15 και 64 ετών.

Για την πληρότητα της μελέτης του φαινομένου, εξετάζονται στη συνέχεια σε διακριτή ενότητα και τα ποσοστά αυτό-απασχόλησης με βάση τον δείκτη του Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης – ΟΟΣΑ (OECD) όπου το ποσοστό αυτό-

απασχόλησης υπολογίζεται λαμβάνοντας υπόψη ως πληθυσμό εργάσιμης ηλικίας τα άτομα ηλικίας 15 ετών και άνω. Ως αποτέλεσμα, ο δείκτης αυτό-απασχόλησης του ΟΟΣΑ εμφανίζεται διαφοροποιημένος (προσαυξημένος) σε σχέση με την Έρευνα Εργατικού Δυναμικού της Ε.Ε.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο : ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΥΤΟ-ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

2.1. Παράγοντες προσδιορισμού της επιχειρηματικότητας

Όπως αναφέρθηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο, η επιχειρηματικότητα επηρεάζεται από πολλά φαινόμενα, διαφορετικά μεταξύ τους, γι' αυτό αποτελεί έναν πολύπλευρο κλάδο. Τα είδη των φαινομένων αυτών μπορεί να είναι πολιτιστικά, κοινωνικά, περιβαλλοντικά, δημογραφικά, ψυχολογικά και οικονομικά. Επομένως, οι παράγοντες που προσδιορίζουν την επιχειρηματικότητα αποτελεί ένα αντικείμενο μελέτης και ανάλυσης που έχει απασχολήσει αρκετά χρόνια πολλούς ερευνητές.

Το συμπέρασμα λοιπόν που προκύπτει, μέσα απ' όλες τις αναλύσεις, αναδεικνύει 6 παράγοντες οι οποίοι οδηγούν στην άσκηση επιτυχημένης επιχειρηματικότητας. Οι παράγοντες αυτοί είναι: (Gaddam, 2007)

1. Οικονομικοί παράγοντες – Economic factors
2. Ψυχολογικοί παράγοντες – Psychological factors
3. Κοινωνιολογικοί παράγοντες – Social factors
4. Περιβαλλοντικοί παράγοντες – Environmental factors
5. Δημογραφικοί παράγοντες – Demographic factors
6. Πολιτισμικοί παράγοντες – Cultural factors

2.1.1 Οικονομικοί Παράγοντες

Οι οικονομικοί παράγοντες έχουν καθοριστική σημασία για την αποτελεσματική άσκηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας, διότι η επιχειρηματικότητα των ατόμων βασίζεται στην οικονομική θεωρία της προσφοράς και της ζήτησης των αγαθών. (Καππάτου, 2017)

Σύμφωνα λοιπόν με τον Schumpeter, η επιχειρηματικότητα και η οικονομική θεωρία συνδέονται μεταξύ τους πολύ στενά, αφού οι οικονομικοί παράγοντες επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα διότι είναι αναπόσπαστο κομμάτι καθ' όλη τη διάρκεια της ζωής της επιχείρησης. Οι οικονομικές μεταβλητές που έχουν καταλυτική επίδραση στην επιχειρηματικότητα, είναι κυρίως οι πολιτικές και οι νομισματικές πολιτικές των κρατών, οι παρεμβάσεις των κυβερνήσεων, η φορολογία, οι εμπορικές πολιτικές και το κατά κεφαλήν εισόδημα. (Καππάτου, 2017)

2.1.2 Ψυχολογικοί παράγοντες

Ως ψυχολογικοί παράγοντες αναφέρονται τα προσωπικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα ενός ατόμου, το οποίο ασκεί επιχειρηματικότητα και αναφέρεται ως επιχειρηματίας. Τα χαρακτηριστικά αυτά επηρεάζουν την εκδήλωση του ατόμου για επιχειρηματικότητα. (Καππάτου, 2017)

2.1.3 Κοινωνιολογικοί παράγοντες

Ο Weber (1948) αναφέρει ως κοινωνιολογικούς παράγοντες, αυτούς που επηρεάζουν τις συνιστάμενες του τρόπου ζωής των ανθρώπων. Η επιχειρηματική δραστηριότητα επηρεάζεται από την σχέση αλληλεξάρτησης των ανθρώπων και των προτιμήσεών τους. Τέτοια παραδείγματα μπορεί να είναι, οι καταναλωτικές συνθήκες των ατόμων, τα πρότυπα ψυχαγωγίας και διασκέδασης, ο τρόπος που εργάζονται ή η πόλη στην οποία εργάζονται κλπ. (Καππάτου, 2017).

2.1.4 Περιβαλλοντικοί παράγοντες

Σύμφωνα με τον SinghS. (1990), οι περιβαλλοντικοί παράγοντες, που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα, τους συναντάμε σε όλα τα επίπεδα και διακρίνονται σε ενδογενείς και εξωγενείς. (Καππάτου, 2017)

Η διαθεσιμότητα των πόρων της επιχείρησης αποτυπώνεται από το περιβάλλον, ο αριθμός εισόδου νέων επιχειρήσεων σε έναν κλάδο επηρεάζεται από τον αριθμό των υπαρχουσών επιχειρήσεων στον κλάδο αυτό κλπ. (Καππάτου, 2017)

Έτσι το περιβάλλον είναι αυτό που διαμορφώνει και ορίζει τον αριθμό των επιχειρήσεων που θα εισέλθουν στον κλάδο, το μετασχηματισμό των επιχειρήσεων ή ακόμη και τη λήξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας. (Καππάτου, 2017)

2.1.5 Δημογραφικοί παράγοντες

Σχετικά με τους δημογραφικούς παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα, σύμφωνα με τον Gaddam (2007), ως δημογραφία ορίζεται η μελέτη των τάσεων του πληθυσμού των ανθρώπων σε σχέση με μεταβλητές όπως το μέγεθος του πληθυσμού, η ηλικία των ατόμων, η διάρθρωση του πληθυσμού, η γεωγραφική κατανομή, η εθνικότητα, η εκπαίδευση κτλ. Σχετικά λοιπόν με τη επιχειρηματικότητα οι σημαντικές από τις παραπάνω μεταβλητές θεωρούνται ότι είναι η ηλικία, η εμπειρία και το μορφωτικό επίπεδο των ανθρώπων. (Καππάτου, 2017)

2.1.6 Πολιτισμικοί παράγοντες

Ο Huisman, D. (1985) αναφέρει ότι η επιχειρηματικότητα αφορά κατά κύριο λόγο την κουλτούρα (δηλαδή την νοοτροπία ή την παιδεία). Το μορφωτικό επίπεδο των ατόμων εκφράζεται μέσα από την κουλτούρα τους. Ως κουλτούρα ορίζεται ένα σύνολο κοινών αξιών, πεποιθήσεων και αναμενόμενων συμπεριφορών καθώς και κοινές φιλοσοφίες, στάσεις και κανόνες που συνδέουν μεταξύ τους τα άτομα μιας κοινότητας. (Καππάτου, 2017)

Η μεγαλύτερη βαρύτητα δίνεται στην οργανώσιμη κουλτούρα και την επιρροή που ασκεί αυτή στην επιχειρηματικότητα. Ωστόσο, σύμφωνα με το Weber, οι κοινές αξίες, οι πεποιθήσεις και οι συμπεριφορές των ατόμων και των οργανισμών είναι αυτές που επηρεάζουν σημαντικά την επιχειρηματικότητα. Υψηλά ποσοστά επιχειρηματικότητας εμφανίζουν όσες κουλτούρες αξιολογούν θετικά την τάση για επιτυχία. (Καππάτου, 2017)

2.2 Διαστάσεις επιχειρηματικού περιβάλλοντος

Σύμφωνα με το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο για την Επιχειρηματικότητα (Global Entrepreneurship Monitor, GEM), υπάρχουν οι διαστάσεις του επιχειρηματικού πλαισίου (Entrepreneurial Framework Conditions), δηλαδή οι παράγοντες εκείνοι που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα (Ιωαννίδης και Γιωτόπουλος, 2014, σελ. 91).

Οι παράγοντες αυτοί εντάσσονται σε ένα ευρύ πολιτικό, κοινωνικό και πολιτισμικό πλαίσιο. Αυτό που έχει σημασία να τονιστεί είναι πως, οι Διαστάσεις του Επιχειρηματικού Πλαισίου διαφέρουν ανάμεσα στις χώρες, στη βάση του επιπέδου ανάπτυξής τους. Οι βασικές συνθήκες για όλες τις χώρες είναι κάποιοι βασικοί θεσμοί, βασικές υποδομές, το επίπεδο υγείας και εκπαίδευσης, καθώς και η μακροοικονομική σταθερότητα, που ασκούν επίδραση στο συνολική οικονομική δραστηριότητα μίας χώρας. Ως εκ τούτου, διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στις καθιερωμένες οικονομικές δραστηριότητες και όχι στη δημιουργία νέων επιχειρήσεων.

Επίσης, υπάρχουν και διαστάσεις που συνδέονται με την προώθηση της αποτελεσματικότητας (π.χ. η ανώτατη εκπαίδευση, το μέγεθος των αγορών, η

αποτελεσματικότητα των αγορών προϊόντων και εργασίας). Οι διαστάσεις αυτές διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στις καθιερωμένες οικονομικές δραστηριότητες, αλλά και στην επιχειρηματικότητα, σε όρους δημιουργίας νέων επιχειρήσεων. Αυτό ισχύει διότι αυτές οι διαστάσεις συμβάλλουν στην ενίσχυση της αποτελεσματικότητας, μέσα από την επίτευξη οικονομικών εύρους και κλίμακας, αλλά και στην ύπαρξη νέων ευκαιριών στην αγορά εργασίας, που οδηγούν στη νέα επιχειρηματικότητα. Ωστόσο, υπάρχουν και διαστάσεις που σχετίζονται με την καινοτομία (π.χ. η ύπαρξη κυβερνητικών προγραμμάτων ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας, η μεταφορά τεχνολογίας, η ευκολία της επιχειρηματικής χρηματοδότησης) και που διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην επιχειρηματικότητα, ιδίως στο πλαίσιο της εισαγωγής καινοτομιών. Οι δύο αυτές δέσμες διαστάσεων ασκούν σημαντική επίδραση στις τρεις πλευρές της επιχειρηματικότητας: α) τις επιχειρηματικές στάσεις (αντίληψη ευκαιριών και ικανοτήτων), β) την επιχειρηματική δραστηριότητα (επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, καθιερωμένη επιχειρηματικότητα, εγκατάλειψη της επιχειρηματικής δραστηριότητας) και γ) τις επιχειρηματικές φιλοδοξίες (καινοτομία, μεγέθυνση, δημιουργία αξίας για την κοινωνία). Οι Διαστάσεις του Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος περιγράφονται στον πιο κάτω πίνακα.

Πίνακας 2.1 - Διαστάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος.

Διάσταση	Λεπτομέρειες
Χρηματοδοτική Υποστήριξη	Αφορά: α) το βαθμό στον οποίον νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις έχουν πρόσβαση σε διαθέσιμους πόρους και χρηματοδοτική υποστήριξη, β) την ποιότητα και το βαθμό αυτής της διαθέσιμης χρηματοδοτικής υποστήριξης, γ) την κατανόηση της χρηματοπιστωτικής κοινότητας (π.χ. αξιολόγηση των επιχειρηματικών σχεδίων, αποτίμηση των επιχειρηματικών ευκαιριών)
Κυβερνητικές Πολιτικές	Αφορά το κατά πόσο περιφερειακές και εθνικές πολιτικές ενθαρρύνουν τις νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις και είναι ουδέτερες ως προς το μέγεθος των επιχειρήσεων
Κυβερνητικά Προγράμματα	Αφορά τα εξής: α) την ύπαρξη εθνικών, περιφερειακών και τοπικών κυβερνητικών προγραμμάτων για νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις, β) την ποιότητα αυτών των προγραμμάτων, γ) την ευκολία πρόσβασης σε αυτά από μέρους των επιχειρήσεων, δ) την ποιότητα, την ικανότητα και τη διαθεσιμότητα του κυβερνητικού προσωπικού στη διαχείριση αυτών των προγραμμάτων, ε) την αποτελεσματικότητα των δημοσίων υπηρεσιών
Παιδεία και Μόρφωση	Αφορά τα εξής: α) την παροχή εκπαίδευσης σχετικά με την επιχειρηματικότητα, β) την ποιότητα, την χρησιμότητα και το βάθος αυτής της παρεχόμενης εκπαίδευσης, γ) την ικανότητα του εκπαιδευτικού προσωπικού

Έρευνα Ανάπτυξη	και	Αφορά τα εξής: α) την πρόσβαση των επιχειρήσεων σε έρευνα και ανάπτυξη, β) το βαθμό στον οποίον η έρευνα και η ανάπτυξη συμβάλλει στη δημιουργία επιχειρηματικών ευκαιριών σε εθνικό επίπεδο, γ) το θεσμικό πλαίσιο σχετικά με την έρευνα και ανάπτυξη, δ) τη διαθεσιμότητα και την ποιότητα της υποδομής που στηρίζει πρωτοβουλίες υψηλής τεχνολογίας
Εμπορική Επαγγελματική Υποδομή	και	Αφορά α) την πρόσβαση σε πηγές ενημέρωσης και εκπαίδευσης (π.χ. διαδίκτυο, περιοδικά και σεμινάρια σχετικά με την κατάρτιση επιχειρηματικού σχεδίου, την πορεία της εθνικής και διεθνούς οικονομίας κλπ.), β) την επίδραση υπηρεσιών (π.χ. λογιστικών και νομικών) στη δημιουργία / ανάπτυξη επιχειρήσεων
Εμπόδια στην αγορά	εισόδου	Αφορά τα εξής: α) τη σταθερότητα των εμπορικών συναλλαγών. β) την ύπαρξη διαφάνειας στην αγορά (π.χ. ασυμμετρία πληροφόρησης), γ) τις κυβερνητικές πολιτικές για τη δημιουργία ανοικτής αγοράς (π.χ. δασμοί), δ) τη δομή της αγοράς (π.χ. εμπόδια εισόδου), καθώς και ε) το βαθμό στον οποίον ισχύουν οι ίδιοι κανόνες για όλες τις επιχειρήσεις
Υλική Υποδομή		Αφορά τα κάτωθι: α) την ποιότητα των υλικών και των φυσικών πόρων, β) την πρόσβαση σε υλικούς και φυσικούς πόρους, γ) το κόστος των παραγωγικών συντελεστών
Πολιτισμικά Κοινωνικά Πρότυπα	και	Αφορά τα εξής: α) το βαθμό στον οποίον τα πολιτισμικά και κοινωνικά πρότυπα ενθαρρύνουν ή αποτρέπουν την επιχειρηματικότητα, β) την ευρύτερη στάση απέναντι στην επιχειρηματικότητα (π.χ. αποτυχία, ρίσκο, δημιουργία πλούτου), γ) τα κοινωνικά πρότυπα στην επιχειρηματική συμπεριφορά (π.χ. απαξίωση / κύρος του επιχειρηματία), δ) τον αντίκτυπο των πολιτισμικών και κοινωνικών προτύπων στην επιχειρηματικότητα από μέρους μειονοτικών ομάδων

(Ιωαννίδης, Σ., Γιωτόπουλος, Ι., Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2012 - 2013: Ενδείξεις ανάκαμψης της μικρής επιχειρηματικότητας, Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών, 2014.

2.3 Παράγοντες που προσδιορίζουν την αυτό-απασχόληση

Έπειτα από την ανάλυση των παραγόντων που προσδιορίζουν την επιχειρηματικότητα, θα αναλύσουμε και τους παράγοντες που προσδιορίζουν την αυτό-απασχόληση. Οι κύριοι προσδιοριστικοί παράγοντες που οδηγούν στην αυτό-απασχόληση γενικά μπορούν να συνοψισθούν στους παρακάτω και θα αναλυθούν εκτενέστερα στην συνέχεια:

- Βασικά ατομικά χαρακτηριστικά (φύλο, ηλικία)
- Οικογενειακό υπόβαθρο (γονείς, σύζυγοι)
- Χαρακτηριστικά προσωπικότητας
- Ανθρώπινο κεφάλαιο (εκπαίδευση, εμπειρία)
- Κατάσταση υγείας
- Εθνικότητα
- Πρόσβαση σε οικονομικές πηγές (Simoes and Crespo, 2015).

2.3.1 Φύλο

Γενικότερα, όσον αφορά το φύλο, ισχύει ότι οι γυναίκες έχουν λιγότερες πιθανότητες να εισέλθουν στην αυτό-απασχόληση απ' ό,τι οι άνδρες. Ένας λόγος που συμβαίνει αυτό είναι ότι σε σχέση με τους άνδρες, οι γυναίκες αποστρέφονται περισσότερο το κίνδυνο (δηλαδή είναι άτομα που παίρνουν λιγότερο ρίσκο) ενώ όταν αποφασίσουν να εισέλθουν στον τομέα της αυτό-απασχόλησης, τότε υιοθετούν προσεκτικότερες στρατηγικές σύμφωνα με το κεφάλαιο που θα επενδυθεί και τις επιλεγμένες ασχολίες που πρόκειται να κάνουν.

Ωστόσο, παρατηρείται ότι στη πάροδο των χρόνων η γυναικεία αυτό-απασχόληση έχει αυξηθεί με το γεγονός ότι οι δραστηριότητες της γυναικείας αυτό-απασχόλησης έχουν διαφορετικό περιεχόμενο από αυτό των ανδρών (Geogellis and Wall, 2005). Κατά γενική ομολογία, σε σχέση με τους άνδρες οι γυναίκες επιλέγουν διαφορετικούς τομείς απασχόλησης, οι οποίοι δύσκολα οδηγούν σε αυτό-απασχόληση.

2.3.2 Ηλικία

Ένας άλλος βασικός παράγοντας για την αυτό-απασχόληση είναι η ηλικία. Όσο μεγαλύτερα σε ηλικία είναι τα άτομα, τόσο πιο πιθανό είναι να στραφούν στην αυτό-απασχόληση αντί για την μισθωτή εργασία, καθώς έχουν περισσότερη εμπειρία, γνωρίζουν καλύτερα την αγορά εργασίας και αντιμετωπίζουν λιγότερους περιορισμούς (Constant and Zimmerman, 2014). Ουσιαστικά τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας έχουν «προβάδισμα» καθώς διαθέτουν ανθρώπινο, χρηματικό και κοινωνικό κεφάλαιο.

Επιπλέον, η ηλικία, έχει θετική συσχέτιση με την επιθυμία των ατόμων για πιο ευέλικτες επαγγελματικές καταστάσεις γεγονός που ο τομέας της αυτό-απασχόλησης τις προσφέρει. (Cahill et al, 2013).

Ωστόσο, παρατηρούμε ότι όσο περισσότερο τα άτομα προχωρούν ηλικιακά τότε σε αυτή τη περίπτωση υπάρχει αρνητική συσχέτιση της ηλικίας με την αυτό-απασχόληση. Αυτό συμβαίνει γιατί τα άτομα αυτά έχουν μεγαλύτερη αποστροφή κινδύνου καθώς και λιγότερες σωματικές ή και διανοητικές αντοχές για τις δραστηριότητες της αυτό-απασχόλησης. Ουσιαστικά, η σχέση της ηλικίας με την αυτό-απασχόληση έχει αντίστροφη U-shape μορφή (Hintermaier and Steinberger, 2005). Αυτό σημαίνει ότι τα πολύ νεότερα άτομα καθώς και τα πολύ μεγαλύτερα σε ηλικία άτομα είναι λιγότερο πιθανό να εισέλθουν στο κανάλι της αυτό-απασχόλησης.

2.3.3 Οικογενειακή κατάσταση

Η οικογενειακή κατάσταση επηρεάζει πολύ τις επιλογές στην αγορά εργασίας. Στην περίπτωση των γονέων έχουμε ότι, εάν κάποιος από τους δύο έχει εμπειρία από αυτό-απασχόληση τότε είναι πολύ πιθανό να γίνει επιλογή της ίδιας επαγγελματικής σταδιοδρομίας. Τη μεγαλύτερη επιρροή φαίνεται να υφίσταται ο ανδρικός πληθυσμός που έχει γονείς αυτό-απασχολούμενους (Constant and Zimmerman, 2014).

Πολλοί λόγοι καθιστούν αυτή την επιρροή σημαντική. Μερικοί από αυτούς είναι η μεταφορά γνώσεων και ικανοτήτων σωστής διαχείρισης. Επιπλέον, οι διασυνδέσεις του γονέα παίζουν καθοριστικό ρόλο. Ακόμη, οι οικονομικές συνθήκες είναι ευνοϊκές γιατί παρέχουν άμεση πρόσβαση στο εισόδημα και δεν χρειάζεται να διατεθεί υψηλό κεφάλαιο ώστε να εισέλθει κάποιος στο τομέα της αυτό-απασχόλησης. Τέλος, «κληρονομώντας» κάποιος την επιχείρηση των γονέων αποτελεί ένα σημαντικό πλεονέκτημα (Hundley, 2006).

2.3.4 Προσωπικά Χαρακτηριστικά

Ένας ακόμα παράγοντας είναι τα προσωπικά χαρακτηριστικά τα οποία συσχετίζονται με τα επίπεδα αποστροφής κινδύνου. Πιο συγκεκριμένα, τα άτομα που έχουν χαμηλά επίπεδα αποστροφής κινδύνου, δηλαδή τα άτομα που παίρνουν περισσότερα ρίσκα, είναι πιθανότερο να εισέλθουν στην αυτό-απασχόληση αν και αυτό το φαινόμενο συμβαίνει περισσότερο σε άτομα τα οποία έχουν επιπλέον και κάποια οικονομική ευχέρεια (Ekelund et al, 2005).

2.3.5 Εκπαίδευση

Στην περίπτωση της εκπαίδευσης έχουμε ισχυρή ένδειξη ότι τα άτομα χαμηλής εκπαίδευσης είναι πιθανότερο να εισέλθουν στο τομέα της αυτό-απασχόλησης λόγω των περιορισμένων ευκαιριών στην απασχόληση που έχουν καθώς και λόγω της αναγκαιότητας ώστε να αποφύγουν την ανεργία (Ahn, 2012). Ωστόσο, άτομα με υψηλά επίπεδα εκπαίδευσης μπορούν να αναγνωρίσουν τις επιχειρηματικές ευκαιρίες καλύτερα σε ότι αφορά τον τομέα της αυτό-απασχόλησης.

2.3.5 Εμπειρία – Προϋπηρεσία

Στον τομέα της εμπειρίας – προϋπηρεσίας, έχουμε τρεις κύριες μορφές οι οποίες μπορούν να οδηγήσουν στην είσοδο της αυτό-απασχόλησης. Αρχικά, μια μορφή προϋπηρεσίας είναι το άτομο να έχει εμπειρία σε θέματα διοίκησης (managing). Τέτοιου είδους εμπειρία βοηθά το άτομο να παίρνει αποφάσεις και να ορίζει μακροπρόθεσμα τη στρατηγική της επιχείρησης (Shane, 2003). Δεύτερον, αν ένα άτομο έχει εμπειρία σε ένα εξειδικευμένο τομέα τότε μπορεί ευκολότερα να αναγνωρίσει τις επαγγελματικές ευκαιρίες καθώς έχει κατάλληλες γνώσεις, τρόπους εξεύρεσης χρηματοδότησης και ένα καλό δίκτυο διασυνδέσεων (Kim et al, 2006). Τρίτον, οποιοδήποτε είδος προηγούμενης εμπειρίας στον τομέα της αυτό-απασχόλησης σημαίνει ότι έχει υψηλότερη αυτοπεποίθηση καθώς και τις σωστές δεξιότητες (skills) να αναγνωρίσει τις επιχειρησιακές ευκαιρίες.

2.3.6 Κατάσταση Υγείας

Στην περίπτωση της κατάστασης υγείας δεν υπάρχουν απτές ενδείξεις αφού από πλευράς ερευνών υπάρχουν αντικρουόμενες απόψεις λόγω της ετερογένειας των δεδομένων και των διαφορετικών μεθοδολογικών προσεγγίσεων.

2.3.7 Εθνικότητα

Όσον αφορά τον παράγοντα της εθνικότητας, έχουν υπάρξει αρκετές έρευνες για την σχέση που έχει με την αυτό-απασχόληση, και πιο συγκεκριμένα στο μεταναστευτικό κομμάτι. Υπάρχει θετική σχέση με το αν κάποιος είναι μετανάστης και την εισοδό του στην αυτό-απασχόληση. Ένας λόγος είναι ότι υπάρχει διάκριση μεταξύ των εργαζομένων, με τους μετανάστες να έχουν λιγότερες μισθολογικές ευκαιρίες από τους υπόλοιπους. Βέβαια, ακόμα και στον τομέα της αυτό-απασχόλησης τα άτομα που δεν είναι μετανάστες κερδίζουν περισσότερα από αυτούς που είναι (Constant and Zimmerman, 2014).

Επιπλέον, ένα ακόμα χαρακτηριστικό σύμφωνα με τους Constant και Zimmerman (2014), είναι ότι οι μετανάστες είναι πιο ευαίσθητοι στις αλλαγές που γίνονται στον οικονομικό κύκλο απ' ότι οι γηγενείς καθώς έχουν λιγότερο σταθερές δουλειές.

Επίσης, σύμφωνα με τους Hammarstedt και Shukur (2009), αναφέρουν ότι οι μετανάστες συνήθως προέρχονται από χώρες με μεγάλη παράδοση στον τομέα της αυτό-απασχόλησης.

2.3.8 Πρόσβαση σε οικονομικές πηγές

Τέλος, στην περίπτωση της πρόσβασης σε οικονομικές πηγές, αξίζει να σημειωθεί ότι υπάρχει θετική συσχέτιση μεταξύ του πλούτου ενός νοικοκυριού και της εισόδου στον τομέα της αυτό-απασχόλησης (Evans and Jovanovic, 1989). Αυτό συμβαίνει επειδή κάποιος που έχει δικό του κεφάλαιο είναι ευκολότερο για εκείνον να ξεκινήσει να δραστηριοποιείται στον τομέα της αυτό-απασχόλησης ενώ παράλληλα η ύπαρξή του, αποτελεί ένα είδος εμπιστοσύνης για εξωτερική χρηματοδότηση.

2.4 Επιχειρηματικότητα, οικονομική ανάπτυξη και αυτό-απασχόληση

Για να μπορέσουμε να κατανοήσουμε την σχέση της επιχειρηματικότητας με την ανάπτυξη θα πρέπει να εξετάσουμε την σχέση της επιχειρηματικότητας με την ανάπτυξη και τον αντίκτυπο που έχει σε αυτή. Αρκετές έρευνες έχουν εστιάσει στην σχέση αυτή, όπως και ο Plehn - Dujowich (2012), ο οποίος βασίστηκε στον αντίκτυπο που έχει η επιχειρηματικότητα και διάφορες μορφές της όπως η αυτό-απασχόληση, οι νέες επιχειρήσεις και τέλος οι δείκτες που έχουν αναπτυχθεί από το Global Entrepreneurship Monitor (GEM) και την World Bank Group Entrepreneurship Survey (WBGES).

Αναφορικά με την αυτό-απασχόληση, τα αποτελέσματα προηγούμενων ερευνών που αναφέρονται στον Plehn-Dujowich (2012) είναι μικρά. Πιο συγκεκριμένα, σε μερικές έρευνες βρέθηκε ότι η αυτό-απασχόληση έχει θετικό αντίκτυπο στη συνολική απασχόληση. Αντίθετα, σε άλλες βρέθηκε ότι η ετήσια μεταβολή στο ποσοστό αυτό-απασχόλησης είχε αρνητική επίδραση στο ΑΕΠ, ή ότι η αυτό-απασχόληση σχετίζεται αρνητικά με την ανάπτυξη του κατά κεφαλήν ΑΕΠ. Επίσης, έχει βρεθεί και ότι ακραίες τιμές της αυτό-απασχόλησης, δηλαδή πολύ υψηλά ή αντίθετα πολύ χαμηλά ποσοστά, έχουν επίσης αρνητική επίδραση στην ανάπτυξη.

Αναφορικά με τις νέες επιχειρήσεις (startups), η πλειοψηφία των ερευνών έχει καταδείξει ότι έχουν θετικό αντίκτυπο στην απασχόληση και την ανάπτυξη σε όρους ΑΕΠ. Αυτό που θα πρέπει να σημειωθεί, ωστόσο, είναι ότι η διερεύνηση της επίδρασης της δημιουργίας νέων επιχειρήσεων στην απασχόληση και την ανάπτυξη εξαρτάται και από την περίοδο κατά την οποία εξετάζεται αυτή η σχέση, καθώς απαιτείται ένα χρονικό διάστημα προκειμένου να γίνει φανερή αυτή η επίδραση. Παρ' όλα αυτά, οι περισσότερες έρευνες που έχουν διεξαχθεί σε αυτό το πεδίο καταδεικνύουν το θετικό αντίκτυπο που έχει η δημιουργία νέων επιχειρήσεων στην ενίσχυση της απασχόλησης, ιδίως κατά τα πρώτα έτη δημιουργίας των επιχειρήσεων. Αυτό, όμως, μπορεί να αλλάξει κατά τα επόμενα έτη. Έτσι, ορισμένες έρευνες έχουν βρει θετική επίδραση των startups στην απασχόληση σε βραχυπρόθεσμο επίπεδο, ή και σε μακροπρόθεσμο, αλλά όχι σε μεσοπρόθεσμο. Η μορφή της εισόδου μίας επιχείρησης στην αγορά, ο κλάδος στον οποίον ανήκει, η χρονική περίοδος δημιουργίας της, καθώς και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της περιοχής στην οποία δραστηριοποιείται, αποτελούν παράγοντες που φαίνεται ότι καθορίζουν το αν η δημιουργία επιχειρήσεων έχει θετική ή αρνητική επίδραση στην απασχόληση.

Σύμφωνα με το ερευνητικό πρόγραμμα GEM, αναπτύχθηκε μια σειρά εργαλείων για τη μέτρηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας σε διάφορες χώρες, όπως είναι η Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα (Total Entrepreneurial Activity – TEA) και η εκκολαπτόμενη επιχειρηματικότητα. Τα ευρήματα διαφόρων ερευνών που έχουν γίνει στη βάση του GEM καταδεικνύουν ότι η σχέση μεταξύ επιχειρηματικότητας και ανάπτυξης δεν είναι γραμμική.

Σε μια έρευνα βρέθηκε ότι μεταξύ της εκκολαπτόμενης επιχειρηματικότητας και του επιπέδου οικονομικής ανάπτυξης, όπως αυτό μετράται από το κατά κεφαλήν εισόδημα ή το δείκτη καινοτομίας, έχει σχήμα U. Μία άλλη έρευνα εξέτασε την επίδραση τεσσάρων τύπων επιχειρηματικότητας (TEA, ευκαιριακή TEA, αναγκαστική TEA και TEA υψηλής αναπτυξιακής δυνατότητας) στην ανάπτυξη του ΑΕΠ ανά εργαζόμενο και βρήκε ότι υπάρχει θετικός αντίκτυπος. Ωστόσο, έχει επίσης καταδειχθεί ότι η επίδραση της TEA στην ανάπτυξη του ΑΕΠ και την απασχόληση εξαρτάται από το επίπεδο του κατά κεφαλήν εισοδήματος: αρνητική στην περίπτωση φτωχών και θετική στην περίπτωση πλουσίων χωρών.

Τέλος, μία ακόμη έρευνα σύγκρινε τα στοιχεία του GEM, που μετρούν την επιχειρηματική δραστηριότητα αρχικών σταδίων, με τα στοιχεία του WBGES, που μετρούν την επίσημη εγγραφή/καταγραφή επιχειρήσεων. Πιο συγκεκριμένα, υπολογίστηκε η διαφορά μεταξύ της επιχειρηματικότητας σε GEM (το ποσοστό των ενηλίκων ηλικίας 18 – 64 ετών που ξεκινούν μία επιχείρηση) και της επιχειρηματικότητας σε WBGES (ο αριθμός των πρόσφατα εγγεγραμμένων επιχειρήσεων ως ποσοστό του ενήλικου πληθυσμού). Επίσης, υπολογίστηκε η διαφορά μεταξύ της νέας επιχειρηματικότητας σε GEM (το ποσοστό των ενηλίκων ηλικίας 18 – 64 ετών που είναι ιδιοκτήτες manager μίας νέας επιχείρησης που καταβάλλει μισθούς για λιγότερο από 42 μήνες) και της εταιρικής επιχειρηματικότητας σε WBGES. Με βάση τα στοιχεία αυτά, βρέθηκε ότι η εισοδος νέων επιχειρήσεων στο WBGES ήταν υψηλότερο από ότι στο GEM στις ανεπτυγμένες χώρες, ενώ το GEM τείνει να έχει υψηλότερα επίπεδα επιχειρηματικότητας πρώτων σταδίων στις αναπτυσσόμενες συγκρινόμενο με την εισοδο επιχειρήσεων στο WBGES. Οι διαφορές αυτές βρέθηκαν ότι οφείλονται σε τοπικά θεσμικά εμπόδια, όπως αυτά μετρούνται με τέσσερις δείκτες: δυσκολία στην έναρξη, δυσκολία στη λειτουργία, δυσκολία στη λήξη (τερματισμό) της επιχείρησης, αλλά και λειτουργικούς κινδύνους (συμπεριλαμβανομένων των οικονομικών κινδύνων, των πολιτικών, του νόμου και της τάξης).

Τέλος, αξίζει να αναφερθεί ότι τα αποτελέσματα διαφόρων ερευνών αναφορικά με τη σχέση ανάπτυξης και απασχόλησης είναι μικτά (Plehn - Dujowich, 2012). Αύξηση της ανεργίας μπορεί να οδηγήσει σε μείωση της παραγωγικότητας και του ποσοστού ανάπτυξης του ΑΕΠ, ενώ από την άλλη αύξηση της παραγωγικότητας μπορεί να έχει αρνητικό αντίκτυπο στην ανεργία.

Η επιχειρηματικότητα μπορεί να επηρεάσει την οικονομική απόδοση (ανάπτυξη) με διαφορετικούς τρόπους. Οι επιχειρηματίες συχνά διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην αρχική εξέλιξη και ανάπτυξη των βιομηχανιών, μέσα από την εισαγωγή νέων προϊόντων ή διαδικασιών, ενώ σε μακροπρόθεσμο ορίζοντα ενισχύουν την παραγωγικότητα μέσω του αυξανόμενου ανταγωνισμού. Οι νεοεισερχόμενοι στην αγορά μπορούν επίσης να δημιουργήσουν γνώση για το τι είναι τεχνικά βιώσιμο και τι προτιμούν οι καταναλωτές, εισάγοντας παραλλαγές των υφιστάμενων προϊόντων και υπηρεσιών στην αγορά. Η μαθησιακή διαδικασία που επιτυγχάνεται επιταχύνει την ανακάλυψη κυρίαρχων σχεδιασμών για συνδυασμούς προϊόντων. Η διάχυση της γνώσης διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην παραγωγική διαδικασία. Τέλος, τα αυτό-απασχολούμενα άτομα τείνουν να εργάζονται περισσότερες ώρες από ότι τα άτομα που εργάζονται ως μισθωτοί, και κατά συνέπεια μπορεί να είναι πιο παραγωγικά, καθώς το εισόδημά τους συνδέεται σαφώς με την προσπάθεια στην εργασία τους. Τα εμπειρικά δεδομένα απεικονίζουν την προαναφερθείσα ασάφεια μεταξύ αυτό-απασχόλησης, ανάπτυξης και επιχειρηματικότητας. Ορισμένοι ερευνητές βρήκαν ότι, η ανεργία συνδέεται θετικά με μια μεγαλύτερη τάση έναρξης νέων επιχειρήσεων, άλλοι ότι συνδέεται αρνητικά με αυτήν την τάση, ενώ σε άλλες έρευνες δε βρέθηκε καμία σχέση. Επιπρόσθετα, οι νέες επιχειρήσεις μειώνουν την ανεργία, αλλά αυτό δεν ισχύει πάντοτε. Η

σχέση μεταξύ της επιχειρηματικότητας και της ανεργίας εξετάζεται στην επόμενη ενότητα (Ghavidel et al., 2011).

2.5. Ανεργία: Μορφές και αριθμητικά δεδομένα

Έχοντας κατανοήσει τη σχέση μεταξύ της επιχειρηματικότητας, της οικονομικής ανάπτυξης και της αυτό-απασχόλησης, θα πρέπει να κατανοήσουμε και τον ρόλο της ανεργίας και ποιοι παράγοντες την προσδιορίζουν. Ο ορισμός της ανεργίας προκύπτει αν αναλύσουμε την έννοια του οικονομικώς ενεργού πληθυσμού. Ο οικονομικά ενεργός πληθυσμός ή, διαφορετικά, το λεγόμενο εργατικό δυναμικό αποτελείται από όσους έχουν εργασία και εκείνους που έχουν δηλώσει ότι επιθυμούν και είναι διαθέσιμοι να εργαστούν. Έτσι, ως απασχολούμενοι θεωρούνται τα άτομα εκείνα τα οποία εργάζονται είτε με μισθωτή εργασία είτε ως αυτό- απασχολούμενοι. Τα υπόλοιπα άτομα τα οποία ανήκουν στο εργατικό δυναμικό είναι άμεσα διαθέσιμα για απασχόληση και έχουν δηλώσει ότι επιθυμούν να εργαστούν προβαίνοντας σε συγκεκριμένες ενέργειες, αλλά δεν μπορούν να βρουν απασχόληση έναντι αμοιβής, σύμφωνα με τις επαγγελματικές τους δεξιότητες και την ειδικευση που διαθέτουν, χαρακτηρίζονται ως άνεργοι. Με βάση λοιπόν τα παραπάνω, ανεργία δεν σημαίνει έλλειψη εργασίας εν γένει, αλλά έλλειψη αμειβόμενης εργασίας.

Από τον παραπάνω ορισμό της εργασίας προκύπτουν διάφορα συμπεράσματα. Καταρχάς, η αύξηση της απασχόλησης δεν οδηγεί αυτόματα σε αντίστοιχη μείωση της ανεργίας, καθώς θα πρέπει να ελεγχθεί και το μέγεθος του εργατικού δυναμικού. Επομένως, σε περίπτωση που αυξηθεί η απασχόληση και ταυτόχρονα υπάρξει εισροή ατόμων στο εργατικό δυναμικό, τότε ενδέχεται να εμφανιστεί ακόμα και αύξηση της ανεργίας εάν παρουσιαστεί μεγαλύτερη εισροή ατόμων στο εργατικό δυναμικό από αυτή που μπορεί να απορροφήσει. Αντίστοιχα, μία μείωση της απασχόλησης δεν αυξάνει ισόποσα την ανεργία καθώς αποθαρρύνει ορισμένους άνεργους και τους ωθεί σε αποχωρήσεις από το εργατικό δυναμικό. Άρα, προκύπτει ότι το εργατικό δυναμικό, η απασχόληση και το ποσοστό ανεργίας είναι μεγέθη άμεσα εξαρτώμενα μεταξύ τους.

Όσον αφορά τον οικονομικά μη ενεργό πληθυσμό, αποτελείται από άτομα που δεν μπορούν να εργαστούν όπως είναι οι ηλικιωμένοι, τα μικρά παιδιά, οι ασθενείς και οι στρατιώτες. Ωστόσο, στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται και ορισμένες κατηγορίες ατόμων οι οποίες αν και αποτελούν σημαντικά αποθέματα εργατικού δυναμικού δε συμμετέχουν στον ενεργό πληθυσμό. Πρόκειται για το φαινόμενο της καλυμμένης ανεργίας όπου συναντάμε τα ακόλουθα παραδείγματα οικονομικά ανενεργών κατηγοριών: Οι αποθαρρημένοι άνεργοι, δηλαδή εκείνοι που έχουν παραμείνει για μεγάλο χρονικό διάστημα στην ανεργία, αλλά η κατάσταση στην αγορά εργασίας δεν είναι ενθαρρυντική με αποτέλεσμα να απογοητευτούν και να αποχωρήσουν από το εργατικό δυναμικό:

- Οι νέοι και οι έγγαμες γυναίκες, που επιθυμούν να ενταχθούν στην αγορά εργασίας όμως δεν βρίσκουν τις κατάλληλες ευκαιρίες απασχόλησης.
- Οι εργαζόμενοι που απολύθηκαν και διατηρούν μια χαλαρή σχέση με την αγορά εργασίας, ακόμη και σε περιόδους υψηλής ζήτησης για εργασία (ευκαιριακοί εργαζόμενοι, σπουδαστές κλπ)
- Οι εργαζόμενοι οι οποίοι βρίσκονται κοντά στην ηλικία σύνταξης αλλά προτιμούν να συνταξιοδοτηθούν πρόωρα υπό τον φόβο μείωσης των αποδοχών ή απώλειας της θέσης εργασίας τους και
- Τα άτομα εκείνα τα οποία παραμένουν στην εκπαίδευση εξαιτίας των περιορισμένων ευκαιριών απασχόλησης.

Επομένως, οι κατηγορίες ατόμων που μόλις αναφέρθηκαν δεν καταχωρούνται στους στατιστικώς καταμετρούμενους άνεργους, ούτε συμπεριλαμβάνονται στο εργατικό δυναμικό με αποτέλεσμα το ποσοστό ανεργίας να εμφανίζεται υποεκτιμημένο. Επιπλέον, υπάρχουν και άτομα τα οποία παρόλο που δεν έχουν εργασία αλλά ωστόσο αναζητούν μία θέση απασχόλησης, δεν έχουν εγγραφεί ως άνεργοι.

Η ύπαρξη λοιπόν, της κρυμμένης ανεργίας και των απογοητευμένων εργατών δυσκολεύει την ακριβή μέτρηση της ανεργίας. Τα δυσδιάκριτα όρια μεταξύ της κατάστασης των μη οικονομικά ενεργών ατόμων και των ανέργων σε συνδυασμό με τη διαρκή κίνηση ομάδων του πληθυσμού μεταξύ απασχόλησης, ανεργίας και μη ενεργού πληθυσμού δυσχεραίνουν έτσι περισσότερο την στατιστική καταγραφή του μεγέθους της ανεργίας.

2.5.1 Μορφές ανεργίας

Οι εργαζόμενοι μένουν άνεργοι για πολλούς λόγους, για αυτό διακρίνουμε διαφορετικούς τύπους ανεργίας ανάλογα με τα αίτια που την προκαλούν. Κάποιοι τύποι έχουν σοβαρότερο αντίκτυπο και προκαλούν μεγαλύτερη ανησυχία σε σχέση με κάποιους άλλους.

A) Εποχιακή ανεργία

Η εποχιακή ανεργία (seasonal unemployment) οφείλεται στις εποχιακές διακυμάνσεις των συνθηκών της προσφοράς και της ζήτησης. Εμφανίζεται κυρίως στους κλάδους της γεωργίας, του τουρισμού και των κατασκευών, των οποίων η παραγωγική δραστηριότητα παρουσιάζει συστηματικές μεταβολές κατά τη διάρκεια του έτους.

Καθώς λοιπόν μεταβάλλεται η παραγωγή, αυτό έχει άμεσο αντίκτυπο στην απασχόληση και κατ' επέκταση στο μέγεθος της ανεργίας. Κύριο χαρακτηριστικό της εποχιακής ανεργίας είναι ότι επαναλαμβάνεται κάθε χρόνο αλλά έχει σχετικά μικρή διάρκεια.

B) Κυκλική Ανεργία

Η ανεργία λόγω ελλειπούς ζήτησης (cyclical unemployment) είναι ο επόμενος τύπος ανεργίας και οφείλεται στην ανεπάρκεια της ζήτησης στην αγορά προϊόντων. Ονομάζεται κυκλική εξαιτίας του κυκλικού χαρακτήρα της. Με άλλα λόγια, σύμφωνα με τη θεωρία των κυκλικών διακυμάνσεων, ακολουθεί τις φάσεις του «οικονομικού κύκλου» και εμφανίζεται στις περιόδους καθόδου και ύφεσης αυτού. Επομένως, στη φάση της ύφεσης η ζήτηση για εμπορεύματα και υπηρεσίες εμφανίζεται μειωμένη εξαιτίας των μειωμένων αποδοχών. Ως γνωστόν όμως, κάθε επιβράδυνση της παραγωγής έχει σαν αποτέλεσμα οι επιχειρήσεις να ζητούν λιγότερη εργασία ενισχύοντας έτσι τα ποσοστά ανεργίας, τα οποία αφορούν κατά κύριο λόγο ακούσια ανεργία. Πρόκειται, δηλαδή, για αδυναμία της συνολικής ζήτησης της οικονομίας να απορροφήσει τη συνολική προσφορά του εργατικού δυναμικού.

Γ) Διαρθρωτική Ανεργία

Μακροχρόνια, η δομή της ζήτησης και της παραγωγής μεταβάλλεται συνεχώς. Εξαιτίας της μεταβολής αυτής, δημιουργείται αναντιστοιχία μεταξύ των δεξιοτήτων που προσφέρουν οι εργαζόμενοι και των δεξιοτήτων που ζητούν οι επιχειρήσεις. Με άλλα λόγια προκύπτει δυσαρμονία ανάμεσα στην προσφορά και τη ζήτηση εργασίας με αποτέλεσμα, παρά το γεγονός ότι υπάρχουν στην οικονομία άνεργοι και κενές θέσεις εργασίας, οι άνεργοι να μην μπορούν να απασχοληθούν στις διαθέσιμες θέσεις εργασίας. Αυτή είναι η μία από τις μορφές διαρθρωτικής ανεργίας (structural unemployment) που οφείλεται στην έλλειψη ικανοποιητικού βαθμού επαγγελματικής κινητικότητας. Αυτή η μορφή της ανεργίας είναι άμεσα συνυφασμένη με την τεχνολογική ανεργία.

Δ) Ανεργία Τριβής

Το τελευταίο προς ανάλυση είδος ανεργίας είναι η ανεργία τριβής (frictional unemployment). Οι εργαζόμενοι συνεχώς εγκαταλείπουν την εργασία τους προς εξεύρεση άλλης ενώ άλλοι απολύονται. Στην κινητικότητα αυτή προστίθεται και η κινητικότητα μεταξύ ανενεργού και ενεργού πληθυσμού. Όσο μεγαλύτερη είναι η κινητικότητα των εργαζομένων τόσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός τους, που διέρχεται από την αγορά εργασίας προς αναζήτηση νέας και τόσο μεγαλύτερος είναι και ο αριθμός εισόδου στην ανεργία. Κατ' επέκταση, το χρονικό διάστημα αναζήτησης εργασίας που οφείλεται κυρίως στην εκούσια αλλαγή απασχόλησης του εργατικού δυναμικού, αποτελεί την ανεργία τριβής.

Η ανεργία τριβής είναι, λοιπόν, ένα αναπόφευκτο υποπροϊόν της οικονομικής δραστηριότητας που οφείλεται στην ατελή πληροφόρηση, η οποία εμποδίζει τους εργαζόμενους και τις επιχειρήσεις να «αλληλο-εντοπιστούν». Επομένως, αποτελεί μέρος της συνολικής ανεργίας σε κάθε κοινωνία, ενώ από τη φύση της η διάρκειά της είναι βραχυχρόνια.

Γενικά, η ύπαρξή της δεν εμπνέει μεγάλη ανησυχία και συνήθως αντιμετωπίζεται είτε μέσω των γραφείων ευρέσεως εργασίας τα οποία ενισχύουν την παροχή πληροφοριών για τις κενές θέσεις εργασίας και τους διαθέσιμους ανέργους, είτε μέσω της μείωσης των επιδομάτων ανεργίας αποθαρρύνοντας τους μακροχρόνια ανέργους να παραμείνουν στην ανεργία.

Ε) Ανεργία με βάση την διάρκεια

Η 13η Διεθνής Συνδιάσκεψη των Στατιστικολόγων της Εργασίας ταξινόμησε το 1982 την ανεργία στις εξής κατηγορίες με βάση την διάρκειά της:

- **Βραχυχρόνια ανεργία:** Διάρκεια έως 6 μήνες
- **Ανεργία μέσης διάρκειας:** Διάρκεια από 6 έως 12 μήνες
- **Μακροχρόνια ή χρόνια ανεργία:** Διάρκεια για περισσότερους από 12 μήνες
- **Μεγάλη ή μακροχρόνια ανεργία:** Διάρκεια πάνω από 24 μήνες

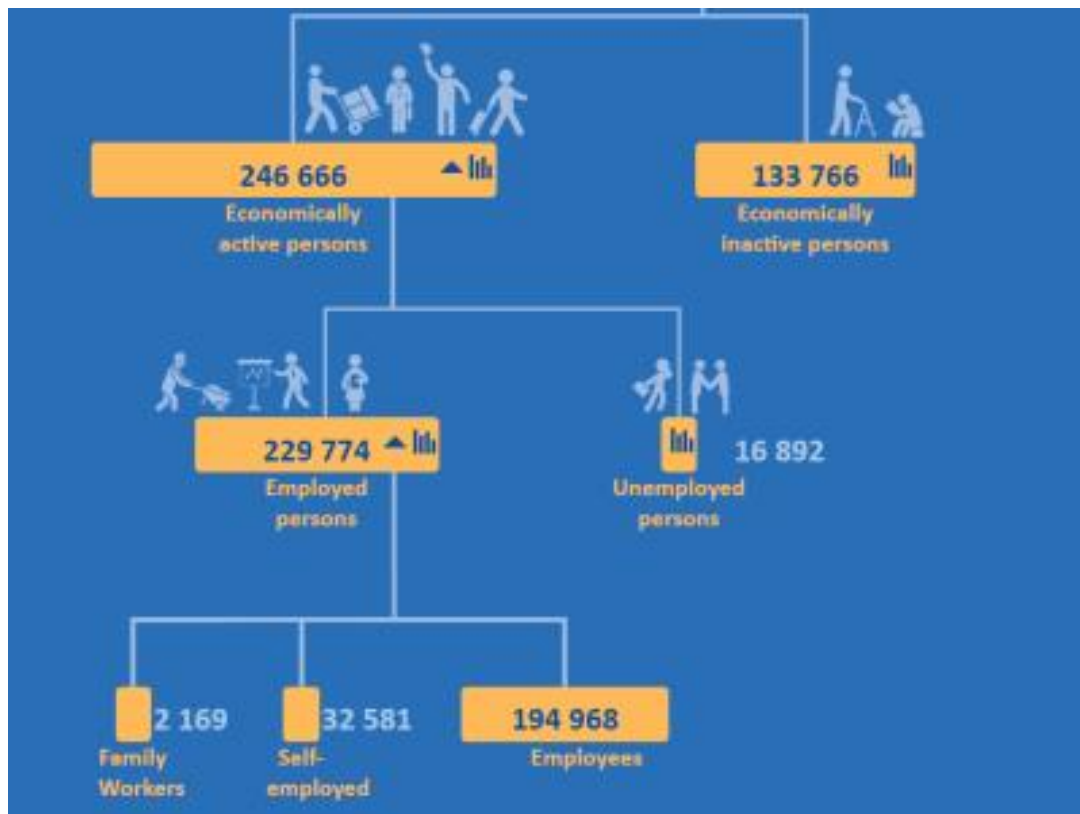
Αξίζει να σημειωθεί ότι όσο μεγαλύτερο είναι το χρονικό διάστημα κατά το οποίο παραμένει κάποιος άνεργος, τόσο δυσκολότερη καθίσταται και η επαγγελματική του αποκατάσταση. Αυτό συμβαίνει γιατί αφενός χάνει τις δεξιότητες του και τη διάθεση για δουλειά και αφετέρου γιατί οι εργοδότες δείχνουν επιφυλακτικότητα και απροθυμία να προβούν σε πρόσληψη μακροχρόνιων ανέργων.

2.5.2 Η ανεργία σε νούμερα

Σε αυτή την ενότητα θα δούμε τα στατιστικά στοιχεία σχετικά με την εξέλιξη της ανεργίας στην Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ), καθώς και μια σύντομη ανάλυση της υποαπασχόλησης και του δυνητικά διαθέσιμου εργατικού δυναμικού.

Τα επίπεδα και τα ποσοστά ανεργίας κινούνται κυκλικά, σε μεγάλο βαθμό σχετίζονται με τον γενικό επιχειρηματικό κύκλο. Ωστόσο, άλλοι παράγοντες όπως οι πολιτικές για την αγορά εργασίας και οι δημογραφικές αλλαγές μπορούν επίσης να επηρεάσουν τη βραχυπρόθεσμη και μακροπρόθεσμη ανάπτυξη της ανεργίας. Το παρακάτω διάγραμμα (2.1) παρουσιάζει μια επισκόπηση των διαφόρων τμημάτων του εργατικού δυναμικού το 2018 στην ΕΕ.

Διάγραμμα 2.1. Αγορά εργασίας στην ΕΕ, 2018



Πηγή: Eurostat,2018

Πάμε όμως να δούμε συνολικά την εξέλιξη της ανεργίας στην ΕΕ με βάση το φύλο και την ηλικία καθώς επίσης και την σύγκριση των ποσοστών αυτών με τα στατιστικά στην Ελλάδα.(Διάγραμμα 2.2)

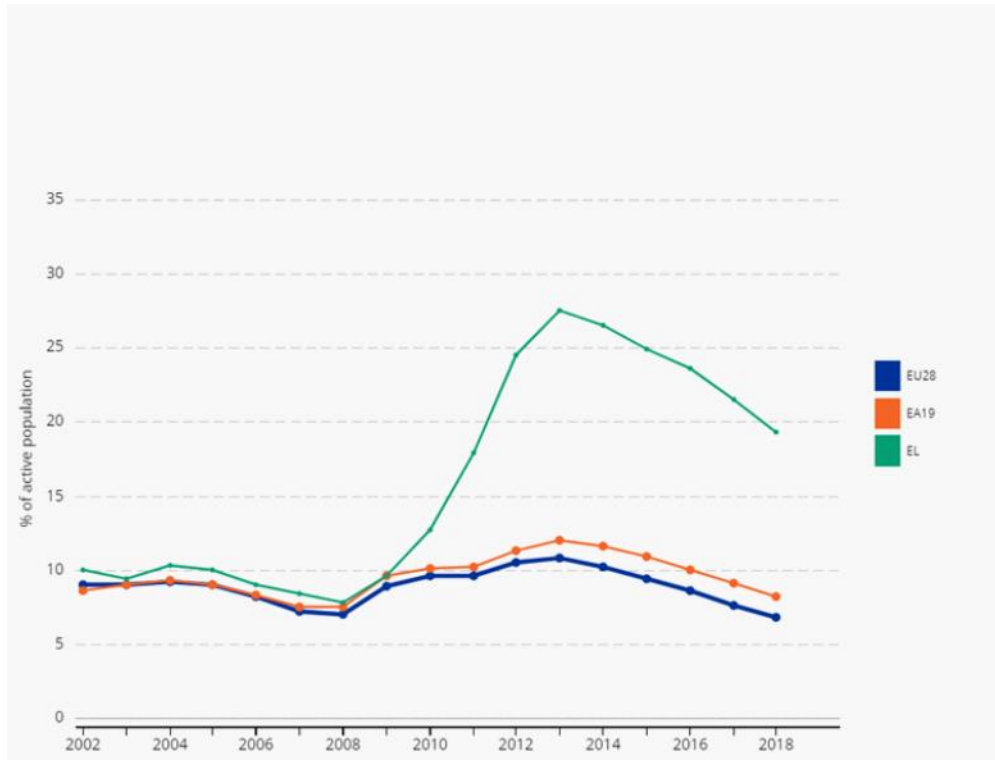
Κατά την περίοδο μεταξύ 2002 και 2018, το ποσοστό ανεργίας για τον συνολικό πληθυσμό ηλικίας 15-74 ετών μειώθηκε κατά 2,2 ποσοστιαίες μονάδες στην ΕΕ-28, από 9,0% σε 6,8%. Δεκαέξι κράτη μέλη είδαν αυτό το ποσοστό ανεργίας να μειώνεται το 2018 σε σύγκριση με το 2002. Οι χώρες που το ποσοστό ήταν μικρότερο απ' ότι ο μέσος όρος της ΕΕ (2,2 ποσοστιαίες μονάδες), είναι η Ουγγαρία (-1,9 ποσοστιαίες μονάδες), το Ηνωμένο Βασίλειο (-1 ποσοστιαίες μονάδες), το Βέλγιο και η Σλοβενία (και τα δύο -0,9 ποσοστιαίες μονάδες).

Οι χώρες έχουν βιώσει πολύ διαφορετικές καταστάσεις στην αγορά εργασίας κατά την περίοδο μεταξύ 2002 και 2018. Στην Ιρλανδία, κατά την περίοδο 2002-2007 ήταν αξιοσημείωτο το ποσοστό ανεργίας, καθώς ήταν συνεχώς κάτω του 5%. Το ίδιο παρατηρείται και για το Ηνωμένο Βασίλειο, το Λουξεμβούργο, την Κύπρο, τη Δανία και την Αυστρία όπου το ποσοστό ανεργίας ήταν κάτω από 5,4% την ίδια περίοδο.

Το 2008 βέβαια, σημειώθηκε η οικονομική κρίση και το ποσοστό ανεργίας ήταν 7,0% στην ΕΕ-28, με αύξηση του ποσοστού έως και το 2013. Η ανεργία αυξήθηκε σε όλα τα κράτη μέλη μεταξύ 2008 και 2009, με τη Λετονία (+9,8 ποσοστιαίες μονάδες), την Εσθονία και τη Λιθουανία (και οι δύο κατά +8,0 ποσοστιαίες μονάδες), την Ισπανία (+6,6 ποσοστιαίες μονάδες) και την Ιρλανδία (+5,8 ποσοστιαίες μονάδες) να είναι οι χώρες που είχαν τις περισσότερες επιπτώσεις. Στην Κύπρο, το ποσοστό ανεργίας τετραπλασιάστηκε από το 2008 έως και το 2013 και τριπλασιάστηκε στην Ελλάδα (από 7,8% το 2008 σε 27,5% το 2013), ενώ υπερδιπλασιάστηκε σε 8 κράτη μέλη της ΕΕ την ίδια περίοδο. Το υψηλότερο ποσοστό ανεργίας καταγράφηκε την περίοδο αυτή στην Ελλάδα το 2013 (27,5%).

Από το 2013, το ποσοστό ανεργίας έχει μειωθεί συνολικά στα κράτη μέλη της ΕΕ. Το 2018 στην ΕΕ-28, 16,9 εκατομμύρια άτομα ανέργων, αντιστοιχούν στο 6,8% του συνολικού εργατικού δυναμικού. Αξίζει να σημειωθεί ότι ο αριθμός πλέον είναι 1,9 εκατομμύρια άνεργοι λιγότερο από ό, τι το 2017.

Διάγραμμα 2.2. Ποσοστά Ανεργίας στην ΕΕ-28, 2018 (ως % του ενεργού πληθυσμού ηλικίας από 15 έως 74 ετών)



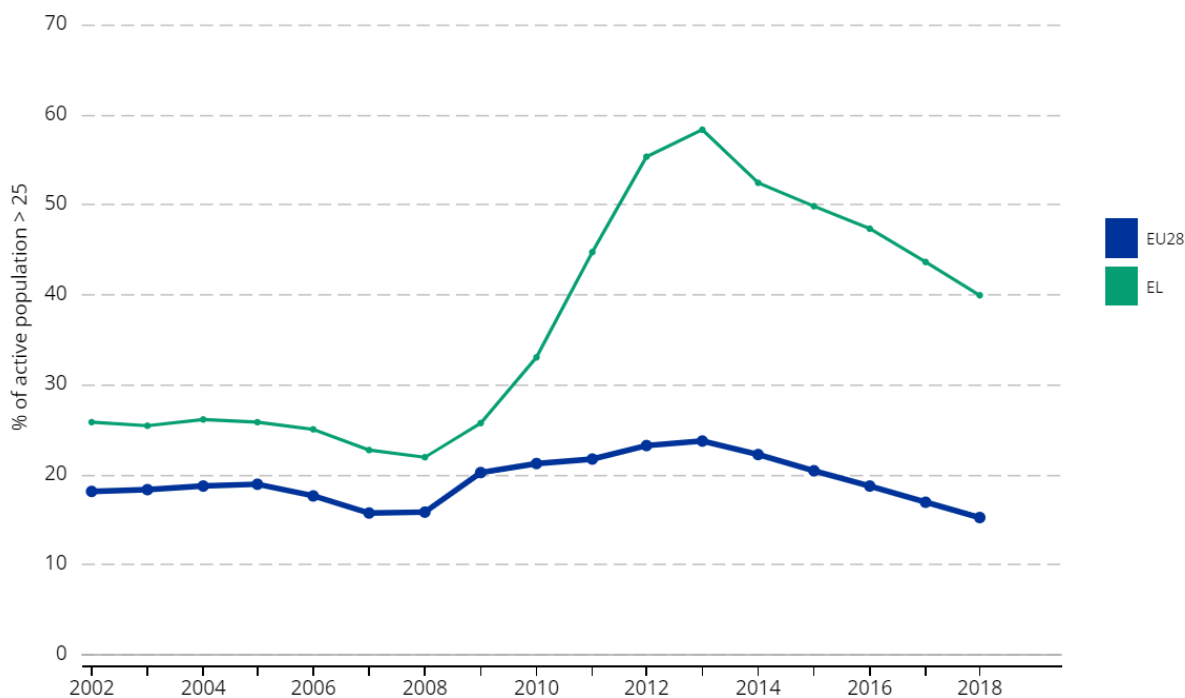
Πηγή: Eurostat, 2018

Σύμφωνα με το παραπάνω διάγραμμα (Διάγραμμα 2.3) παρατηρούμε ότι το ποσοστό ανεργίας των νέων (ηλικίας μεταξύ 15 έως 24 ετών) ήταν πάντα υψηλότερο από το συνολικό ποσοστό ανεργίας (άτομα ηλικίας 15 έως 74 ετών), για όλες τις χώρες από το 2002. Αντίθετα, αυτό δεν ισχύει για τα άτομα ηλικίας 55-64 ετών καθώς στις περισσότερες χώρες το ποσοστό ανεργίας των ηλικιωμένων ήταν χαμηλότερο από το συνολικό ποσοστό ανεργίας (Διάγραμμα 2.4).

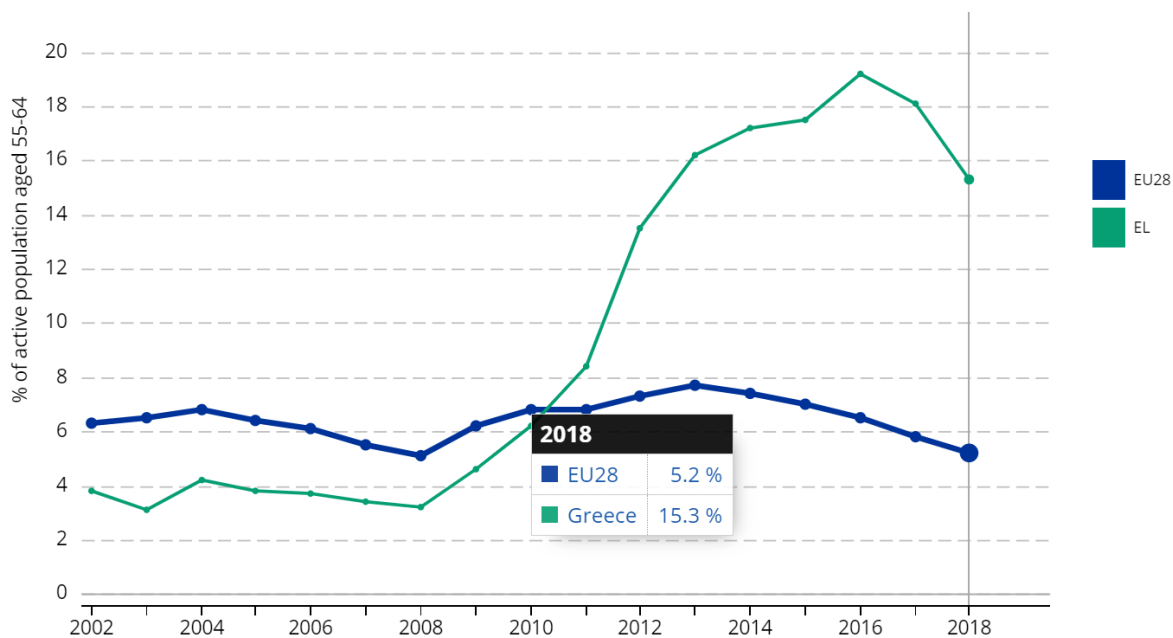
Επομένως, θα μπορούσαμε να συμπεράνουμε ότι οι νέοι ηλικίας 15 – 24 ετών εκτίθενται περισσότερο στην ανεργία συγκριτικά με τους ηλικιωμένους οι οποίοι εκτίθενται λιγότερο.

Όσον αφορά το συνολικό ποσοστό ανεργίας, το ποσοστό ανεργίας των νέων στην ΕΕ-28 μειώθηκε απότομα μεταξύ 2005 και 2007. Ωστόσο, η χρηματοπιστωτική και οικονομική κρίση έπληξε σοβαρά τα νεότερα μέλη του εργατικού δυναμικού. Από το 2008, το ποσοστό ανεργίας των νέων ακολούθησε ανοδική πορεία στο 23,7% το 2013. Έκτοτε, μειώθηκε σταθερά περαιτέρω, στο 15,2% το 2018, το χαμηλότερο ποσοστό από το 2002. Το 2018, το ποσοστό ανεργίας των νέων ήταν υψηλότερο στην Ελλάδα (39,9%), Ισπανία (34,3%) και Ιταλία (32,2%).

Διάγραμμα 2.3. Ποσοστά ανεργίας των νέων στην ΕΕ-28, 2018 (ως% του ενεργού πληθυσμού ηλικίας κάτω των 25 ετών)



Διάγραμμα 2.4. Ποσοστά ανεργίας των ηλικιωμένων στην ΕΕ-28, 2018 (ως% του ενεργού πληθυσμού ηλικίας από 55 έως 64 ετών)



Πηγή: Eurostat, 2018

Το ποσοστό ανεργίας των νέων ατόμων ηλικίας 15-24 ετών και των ηλικιωμένων ηλικίας 55-64 μειώθηκε στην ΕΕ μεταξύ 2002 και 2018. Η μείωση του ποσοστού ανεργίας των ηλικιωμένων είναι ιδιαίτερα ορατή στη Σλοβακία, τη Βουλγαρία και τη Γερμανία. Από την

άλλη πλευρά, η Ελλάδα, η Ισπανία και η Πορτογαλία κατέγραψαν τη μεγαλύτερη αύξηση στο ποσοστό ανεργίας των ατόμων ηλικίας 55-64 ετών.

Αξίζει να σημειωθεί ότι τα υψηλά ποσοστά ανεργίας των νέων αντικατοπτρίζουν, σε κάποιο βαθμό, τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι νέοι στην εύρεση εργασίας. Ωστόσο, αυτό δεν σημαίνει απαραίτητα ότι η ομάδα των ανέργων ηλικίας μεταξύ 15 και 24 ετών είναι μεγάλη, καθώς πολλοί νέοι, σε αντίθεση με τους ηλικιωμένους, ανήκουν και σε άλλες ομάδες που αναφέραμε προηγουμένως όπως για παράδειγμα οι σπουδαστές οι οποίοι μπορεί είτε να εργάζονται είτε αναζητούν εργασία, και έτσι δεν αποτελούν μέρος του εργατικού δυναμικού που χρησιμοποιείται ως παρονομαστής για τον υπολογισμό του ποσοστού ανεργίας.

Για το λόγο αυτό, ο δείκτης ανεργίας των νέων υπολογίζεται ως ένας εναλλακτικός δείκτης και παρουσιάζει το μερίδιο των ανέργων νέων στο σύνολο του πληθυσμού των νέων.

Ο παρακάτω πίνακας (Πίνακας 2.2) δείχνει ότι το ποσοστό ανεργίας των νέων στην ΕΕ-28 ήταν, αναπάντεχα, πολύ χαμηλότερο από το ποσοστό ανεργίας των ηλικιωμένων. Ο δείκτης ανεργίας των νέων της ΕΕ-28 δείχνει ότι το 6,3% των ατόμων ηλικίας 15-24 ετών ήταν άνεργοι το 2018, συγκριτικά με το 7,8% το 2016.

Πίνακας 2.2. Ποσοστιαία και αναλογική ανεργία των νέων από το 2016 – 2018.

	Youth unemployment rate			Youth unemployment ratio		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
EU-28	18.7	16.8	15.2	7.8	7.0	6.3
EA-19	20.9	18.8	16.9	8.3	7.4	6.7
Belgium	20.1	19.3	15.8	5.7	5.4	4.7
Bulgaria	17.2	12.9	12.7	4.1	3.4	3.0
Czechia	10.5	7.9	6.7	3.4	2.5	2.0
Denmark	12.0	11.0	9.3	7.9	7.0	5.9
Germany	7.1	6.8	6.2	3.5	3.4	3.1
Estonia	13.4	12.1	11.9	5.8	5.6	5.6
Ireland	16.8	14.4	13.8	8.5	6.7	6.4
Greece	47.3	43.6	39.9	11.7	10.9	9.3
Spain	44.4	38.6	34.3	14.7	12.9	11.3
France	24.6	22.3	20.7	9.0	8.0	7.6
Croatia	31.8	27.2	23.8	11.6	9.8	7.9
Italy	37.8	34.7	32.2	10.0	9.1	8.4
Cyprus	29.1	24.7	20.2	10.8	9.0	7.9
Latvia	17.3	17.0	12.2	6.9	6.8	4.6
Lithuania	14.5	13.3	11.1	5.1	4.6	4.1
Luxembourg	19.1	15.5	13.5	5.8	4.7	4.7
Hungary	12.9	10.7	10.2	4.2	3.5	3.3
Malta	10.7	10.6	9.2	5.5	5.6	5.1
Netherlands	10.8	8.9	7.2	7.4	6.1	4.9
Austria	11.2	9.8	9.4	6.5	5.5	5.3
Poland	17.7	14.8	11.7	6.1	5.2	4.1
Portugal	28.2	23.8	20.3	9.3	8.1	6.9
Romania	20.6	18.3	16.2	5.8	5.5	4.8
Slovenia	15.2	11.2	8.8	5.1	4.4	3.4
Slovakia	22.2	18.9	14.9	7.2	6.3	4.8
Finland	20.1	20.1	17.0	10.5	10.7	9.0
Sweden	18.9	17.8	16.8	10.4	9.8	9.1
United Kingdom	13.0	12.1	11.3	7.6	7.0	6.4
Iceland	6.5	8.2	6.1	5.4	6.5	4.9
Norway	11.3	10.7	9.7	6.1	5.6	5.3
Turkey	19.6	20.7	20.3	8.2	8.9	8.8
United States	10.4	9.2	8.6	:	:	:
Japan	5.1	4.7	3.7	:	:	:

Πηγή: Eurostat, 2018

2.6. Η σχέση μεταξύ επιχειρηματικότητας και ανεργίας

Η σχέση μεταξύ της επιχειρηματικότητας και της ανεργίας έχει αποτελέσει αντικείμενο πολλών ερευνών κατά το παρελθόν. Επίσης, έχει απασχολήσει και σε μεγάλο βαθμό τους φορείς χάραξης οικονομικής πολιτικής σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες. Υψηλό ποσοστό ανεργίας που δε μειώνεται εύκολα σε συνδυασμό με περιορισμένη οικονομική ανάπτυξη έχει οδηγήσει αυτούς τους φορείς στο να δίνουν μεγαλύτερη έμφαση στην επιχειρηματικότητα, ως ένας τρόπος να ενισχυθεί και να επιταχυνθεί η οικονομική πρόοδος και να μειωθεί η ανεργία (Baptista & Thurik, 2007, Ghavidel et al., 2011).

Η σχέση μεταξύ επιχειρηματικότητας και ανεργίας μπορεί να είναι μία κυκλική σχέση, με ισχυρή αλληλεπίδραση μεταξύ των δύο αυτών παραμέτρων. Από τη μία πλευρά, οι startup επιχειρήσεις απασχολούν εργαζομένους, το οποίο μπορεί να οδηγήσει στη μείωση του ποσοστού ανεργίας (Faria et al., 2009). Η θετική επίδραση της επιχειρηματικότητας στην οικονομική ανάπτυξη μέσω της απασχόλησης προσωπικού ως “Schumpeter effect” (Ghavidel et al., 2011). Από την άλλη πλευρά, όμως, το υψηλό ποσοστό της ανεργίας μπορεί να οδηγήσει στην αύξηση της startup δραστηριότητας. Καθώς το κόστος ευκαιρίας ίδρυσης μίας νέας επιχείρησης είναι χαμηλότερο για τους ανέργους (Faria et al., 2009).

Αυτή η σχέση οδηγεί σε έναν κύκλο, όπου οι μεταβλητές, δηλαδή η επιχειρηματικότητα και η ανεργία, επηρεάζουν η μία την άλλη με δυναμικό τρόπο. Έτσι, όταν η ανεργία είναι υψηλή, περισσότερα άτομα επιλέγουν την ίδρυση νέων επιχειρήσεων, οι οποίες με τη σειρά τους προσλαμβάνουν εργαζομένους, μειώνοντας το ποσοστό ανεργίας σε μία οικονομία. Μία αύξηση του αριθμού των επιχειρήσεων που λειτουργούν σημαίνει υψηλότερο ανταγωνισμό, κάτι το οποίο οδηγεί στη μείωση της δημιουργίας νέων επιχειρήσεων. Επίσης, μπορεί να οδηγήσει στο κλείσιμο λιγότερο ανταγωνιστικών επιχειρήσεων, το οποίο οδηγεί στην αύξηση της ανεργίας (Faria et al., 2009).

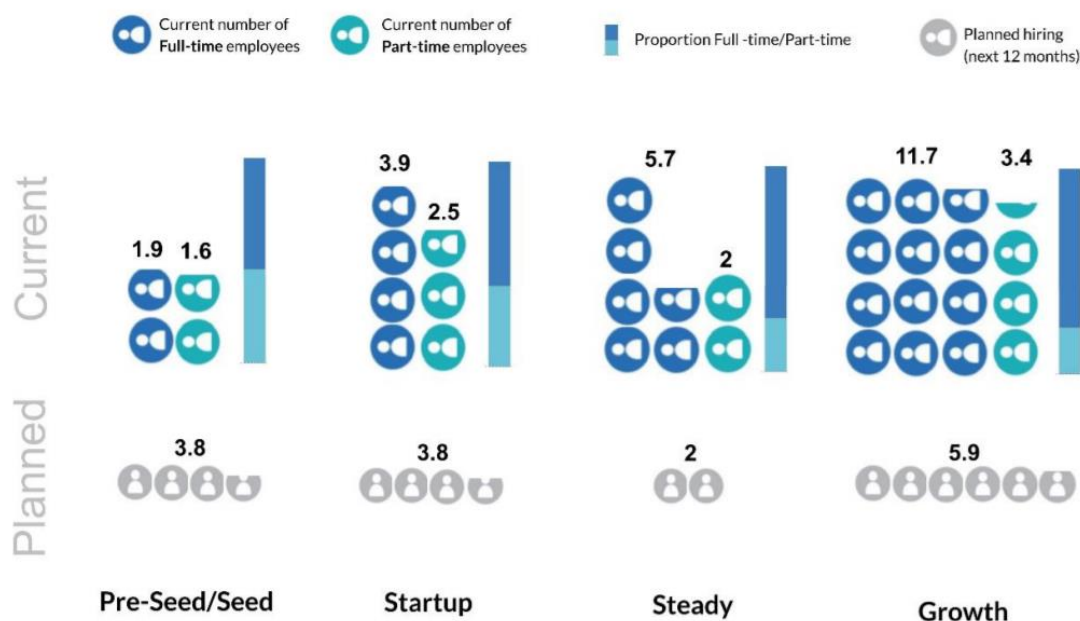
Κατά συνέπεια, ένα χαμηλό ποσοστό των νεοσύστατων επιχειρήσεων μπορεί επίσης να είναι συνέπεια των χαμηλών επιπέδων οικονομικής ανάπτυξης, τα οποία συσχετίζονται με υψηλότερα επίπεδα ανεργίας. Οι επιχειρηματικές ευκαιρίες δεν είναι μόνο το αποτέλεσμα της επίδρασης (απειλής) της ανεργίας, αλλά και της επίδρασης (έλξης) που παράγεται από μια ακμάζουσα οικονομία, καθώς και από επιχειρηματικές δραστηριότητες κατά το παρελθόν (Baptista & Thurik, 2007; Ghavidel et al., 2011; Musa & Samasinghe, 2013). Εκτός, όμως, από την ανεργία που οδηγεί σε περισσότερο ή λιγότερο εκκίνηση επιχειρηματικής δραστηριότητας, οι νεοσύστατες επιχειρήσεις προσλαμβάνουν υπαλλήλους, με αποτέλεσμα την επακόλουθη μείωση της ανεργίας. Αλλά υπάρχει ένα αντεπιχείρημα. Τα χαμηλά ποσοστά επιβίωσης σε συνδυασμό με την περιορισμένη αύξηση της πλειοψηφίας των μικρών επιχειρήσεων σημαίνει ότι η συμβολή της απασχόλησης των νέων επιχειρήσεων είναι περιορισμένη στην καλύτερη περίπτωση, κάτι το οποίο αντιτίθεται στην άποψη που υποστηρίζεται ότι οι επιχειρηματικές δραστηριότητες συμβάλλουν στη μείωση της ανεργίας (Baptista & Thurik, 2007).

Ως παράδειγμα μπορούμε να αναφέρουμε την ετήσια αναφορά της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τις ΜμΕ τις νεοφυείς επιχειρήσεις. Οι νεοσύστατες επιχειρήσεις έχουν μεγάλες δυνατότητες δημιουργίας θέσεων εργασίας. Ο μέσος αριθμός των υπαρχόντων υπαλλήλων ποικίλλει ανάλογα με το στάδιο ανάπτυξης της νεοφυούς επιχείρησης. Στο στάδιο pre-seed / seed, ο μέσος αριθμός υπαλλήλων πλήρους και μερικής απασχόλησης είναι 3,5. Αυτός ο αριθμός τείνει να αυξάνεται σε μεταγενέστερα στάδια, καθώς η νεοφυής επιχείρηση γίνεται πιο οικονομικά υγιής, φτάνοντας κατά μέσο όρο 15,1 στο στάδιο ανάπτυξης (growth stage). Το σύνολο μειώνεται ελαφρώς στο σταθερό στάδιο (steady stage), αλλά δεν είναι δυνατόν να εξαχθούν οριστικά συμπεράσματα από αυτό το εύρημα, καθώς ο αριθμός των νεοφυών

επιχειρήσεων στο σταθερό στάδιο είναι μικρότερος από τον αριθμό στις άλλες κατηγορίες (παρακάτω διάγραμμα 2.5).

Κοιτώντας μπροστά, ο αριθμός των ατόμων που προγραμματίζουν να προσλάβουν οι νεοφυείς επιχειρήσεις κατά τους επόμενους 12 μήνες κυμαίνεται, κατά μέσο όρο, από 2 στην περίπτωση των επιχειρήσεων σε σταθερό στάδιο (steady stage) έως σχεδόν 6 για τις νεοσύστατες εταιρείες στο στάδιο ανάπτυξης (growth stage).

Διάγραμμα 2.5. Μέσος αριθμός των εν ενεργεία υπαλλήλων και των προγραμματισμένων προσλήψεων



Source: European Startup Monitor 2019

Επιπλέον, μπορούμε να αναφέρουμε και την συμβολή των ΜμΕ στην ελληνική οικονομία, και πιο συγκεκριμένα τα αποτελέσματα από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή (SBA Fact Sheet, 2018) που απεικονίζονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 2.3. Συμβολή των επιχειρήσεων στην Ελληνική οικονομία.

Μέγεθος	Αριθμός επιχειρήσεων Ελλάδα			Αριθμός απασχολούμενων ατόμων			Προστιθέμενη αξία		
	Ελλάδα		ΕΕ – 28	Ελλάδα		ΕΕ – 28	Ελλάδα		ΕΕ – 28
	Αριθμός	Μερίδιο	Μερίδιο	Αριθμός	Μερίδιο	Μερίδιο	Αριθμός	Μερίδιο	Μερίδιο
Πολύ Μικρές	807.666	97,3%	93,1%	1.337.320	57,1%	29,4%	10,9	22,7	20,7%
Μικρές	19.661	2,4%	5,8%	402.493	17,2%	20,0%	9,2	19,0%	17,8%
Μεσαίες	2.349	0,3%	0,9%	256.483	11,0%	17,0%	10,6	21,9%	18,3%
ΜμΕ	829.677	100%	99,8%	1.996.296	85,2%	66,4%	30,6	63,6%	56,8%
Μεγάλες	376	0,0%	0,2%	345.406	14,8%	33,6%	17,5	36,4%	43,2%
ΣΥΝΟΛΟ	830.053	100%	100%	2.341.702	100%	100%	48,1	100%	100%

Πηγή: SBA Fact Sheet, 2018

Οι ΜμΕ διαδραματίζουν κεντρικό ρόλο στην ελληνική εμπορική μη χρηματοπιστωτική οικονομία, αφού παράγουν το 63,6% της προστιθέμενης αξίας και το 85,2% της απασχόλησης, υπερβαίνοντας και στους δύο αυτούς τομείς τον ευρωπαϊκό μέσο όρο (56,8% και 66,4% αντίστοιχα).

Η απλή θεωρία της επιλογής εισοδήματος αποτελεί τη βάση για πολλές έρευνες που εξετάζουν την απόφαση ενός ατόμου να ξεκινήσει μια επιχειρηματική δραστηριότητα. Η θεωρία αυτή υποστηρίζει πως η αυξανόμενη ανεργία μπορεί να οδηγήσει σε μία αύξηση νεοσύστατων επιχειρήσεων, καθώς το κόστος ευκαιρίας για τη μη έναρξη μίας επιχείρησης έχει μειωθεί (Ghavidelatal.,2011; Musa&Samasinghe, 2013). Η επίδραση αυτή αναφέρεται ως “refugeeeffect” ή “shopkeepereffect”. Ωστόσο, οι άνεργοι τείνουν να έχουν χαμηλότερο επίπεδο ανθρώπινου και κοινωνικού κεφαλαίου και του επιχειρηματικού ταλέντου που απαιτείται για να ξεκινήσει και να διατηρήσει κάποιος μια νέα επιχείρηση, κάτι το οποίο μπορεί να οδηγήσει σε πρόωρη έξοδο από την επιχειρηματική αγορά (Ghavidelatal., 2011; Musa&Samasinghe, 2013).

Η υψηλή ανεργία μπορεί επίσης να συνεπάγεται χαμηλότερα επίπεδα προσωπικής περιουσίας, μειώνοντας την πιθανότητα ενός ατόμου να γίνει αυτό-απασχολούμενος ή να επιβιώσει στα αρχικά στάδια της ιδιοκτησίας μιας επιχείρησης. Τα υψηλά επίπεδα της ανεργίας μπορεί να συσχετίζονται με χαμηλή οικονομική ανάπτυξη που οδηγεί σε ένα μικρό αριθμό των επιχειρηματικών ευκαιριών. Ένα χαμηλό ποσοστό της επιχειρηματικότητας μπορεί επίσης να είναι μια συνέπεια των χαμηλών επιπέδων οικονομικής ανάπτυξης, τα οποία αντικατοπτρίζουν επίσης υψηλότερα επίπεδα ανεργίας (Ghavidelatal.,2011,Musa&Sasasinghe, 2013).

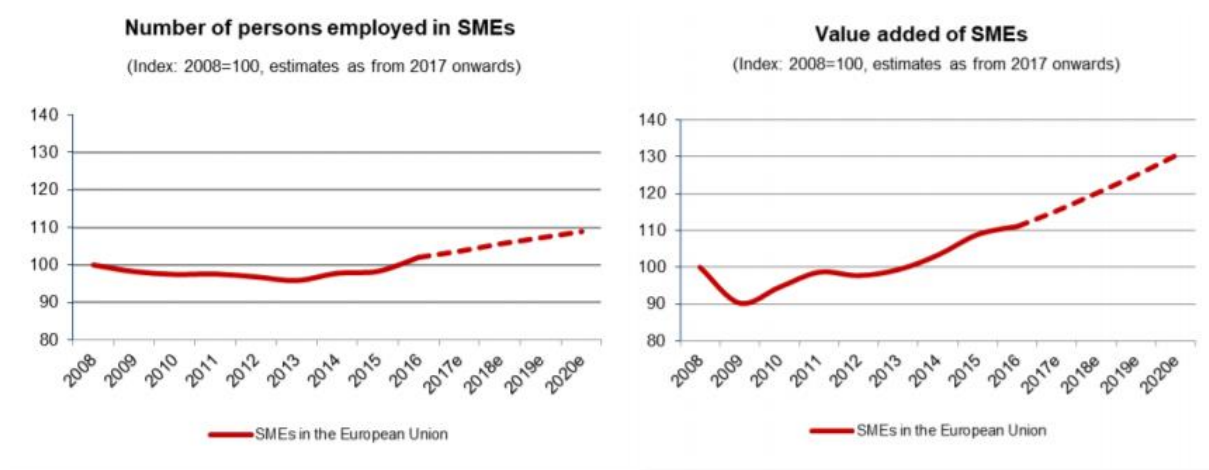
Σύμφωνα με αυτό το πλαίσιο, υπάρχουν χώρες με υψηλή επιχειρηματική δραστηριότητα που χαρακτηρίζονται από χαμηλά επίπεδα ανεργίας. Για παράδειγμα, το 2017 το ποσοστό ανεργίας στην Ιαπωνία ήταν 2,8%, στο Ηνωμένο Βασίλειο 4,4%, στις Η.Π.Α 4,3%, στη Φιλανδία 8,6% και στην Γερμανία 3,7%. Από την άλλη, υπάρχουν χώρες με χαμηλή επιχειρηματική δραστηριότητα και υψηλό ποσοστό ανεργίας. Παραδείγματα τέτοιων χωρών είναι η Γαλλία με 8,5%, η Κύπρος με 9,7% και η Ιταλία με 10,4% (GEM, EntrepreneurshipMonitor, Επεξεργασία στοιχείων: Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών).

Το γεγονός ότι μια αυξημένη επιχειρηματική δραστηριότητα επηρεάζει την οικονομική ανάπτυξη και κατά συνέπεια την ανεργία, μπορεί να αποδοθεί στον Νόμο του Gilbrat (Gibrat’sLaw). Σύμφωνα με το νόμο αυτό, η ανάπτυξη μίας επιχείρησης είναι ανεξάρτητη του μεγέθους της. Ως εκ τούτου, μία σημαντική επίπτωση αυτού του νόμου είναι η μεταστροφή της απασχόλησης από τις μεγάλες στις μικρές επιχειρήσεις δεν θα πρέπει να έχει αντίκτυπο στη συνολική απασχόληση, καθώς τα αναμενόμενα ποσοστά ανάπτυξης των μεγάλων και των μικρών επιχειρήσεων είναι ταυτόσημα. Για αυτό τον λόγο, η ανασυγκρότηση της οικονομίας με κατεύθυνση από τις μεγάλες επιχειρήσεις προς τις μικρές δεν θα έχει αντίκτυπο στο ποσοστό ανεργίας (Baptista και Thurik, 2007).

Ωστόσο, υπάρχουν εμπειρικά δεδομένα που αμφισβητούν τη θεωρία στη βάση του νόμου του Gibrat, καθώς δε φαίνεται να ισχύει για ένα ευρύ φάσμα μεγέθους επιχειρήσεων. Σε ορισμένες έρευνες, έχει βρεθεί ότι το μέγεθος των επιχειρήσεων επηρεάζει την οικονομική ανάπτυξη αυτών, με τις μικρές επιχειρήσεις να έχουν υψηλότερα ποσοστά ανάπτυξης από τις μεγάλες (Baptista και Thurik, 2007). Οι μικρές επιχειρήσεις αποτελούν το εναρκτήριο σημείο για τους επιχειρηματίες κατά την είσοδό τους, καθώς αναπτύσσουν ιδέες και δημιουργούν μια

πελατειακή βάση πριν αποφασίσουν αν θα επεκταθούν. Το 2018, το 99,8% όλων των επιχειρήσεων της ΕΕ-28 ήταν ΜμΕ, οι οποίες δημιούργησαν 4.357 δισεκατομμύρια ευρώ προστιθέμενης αξίας και απασχολούσαν 97,7 εκατομμύρια άτομα. Οι ΜΜΕ αντιπροσώπευαν έτσι δύο κλήσεις συνολικής απασχόλησης και το 56,4% της συνολικής προστιθέμενης αξίας. Οι μικροεπιχειρήσεις, δηλαδή οι επιχειρήσεις που απασχολούν από 0 έως 9 υπαλλήλους, ήταν το συνηθέστερο μέγεθος των εταιρειών, αντιπροσωπεύοντας το 93,0% όλων των επιχειρήσεων. Οι προοπτικές για τις ΜμΕ στην ΕΕ-28 εξακολουθούν να είναι θετικές. Συγκεκριμένα, η αύξηση της προστιθέμενης αξίας των ΜΜΕ αναμένεται να αυξηθεί κατά 8,5% το 2018-2020.

Διάγραμμα 2.6. Σύγκριση ατόμων που εργάζονται σε ΜμΕ σε σχέση με την προστιθέμενη αξία.



Πηγή: 2019 SBA Fact Sheet & Scoreboard – European Union, 2019

Για το λόγο αυτό, προτείνεται η ανάπτυξη των επιχειρηματικών δεξιοτήτων και των δυνατοτήτων, ενεργώντας με βάση την προώθηση της επιχειρηματικής σκέψης. Οι μικρές επιχειρήσεις, αναφερόμενες στους επιχειρηματίες, είναι περισσότερο σε θέση να ανταποκριθούν γρήγορα στις απαιτήσεις της αγοράς, επειδή δεν είναι τόσο αυστηρά άκαμπτες και είναι εντάσεως εργασίας (π.χ. αυτό-απασχολούμενοι). Στις σύγχρονες οικονομίες η επιχειρηματικότητα είναι μια προτιμώμενη επιλογή για την απασχόληση, διότι προσφέρει ορισμένα οφέλη που δεν θα μπορούσαν να επιτευχθούν μέσα από τις μεγάλες επιχειρήσεις ή μέσα από το δημόσιο τομέα (Musa&Samasinghe, 2013).

Επιπλέον συμπεράσματα που προκύπτουν από αρκετές έρευνες είναι ότι η ανάπτυξη των επιχειρήσεων σχετίζεται αρνητικά με το μέγεθος και την ηλικίας τους. Αξίζει να σημειωθεί ότι, τα στοιχεία αυτών των ερευνών ήταν ιδιαίτερα έντονα και σημαντικά για τις πολύ μικρές και τις μικρές επιχειρήσεις να ξεπερνούν τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις από την άποψη της δημιουργίας θέσεων απασχόλησης. Άλλες μελέτες έχουν καταδείξει ότι η επίπτωση από την ηλικία και το μέγεθος των επιχειρήσεων εξαφανίζεται μετά από μερικά χρόνια και πάνω από ορισμένο μέγεθος απασχόλησης (Bartista και Thurik, 2007). Επίσης, σύμφωνα με τον Berglannetal. (2011), παρουσιάζεται ότι η ατομική ανεργία ενθαρρύνει την επιχειρηματικότητα, ενώ αντίθετα η συλλογική ανεργία την αποθαρρύνει.

Επίσης, στη σχέση μεταξύ ανεργίας και επιχειρηματικότητας η ηλικία των ατόμων φαίνεται να παίζει σημαντικό ρόλο σύμφωνα με το παρακάτω διάγραμμα. Όπως παρατηρούμε, σύμφωνα με την έρευνα του OECD, νέοι στην ΕΕ ενδιαφέρονται πολύ να γίνουν αυτοαπασχολούμενοι (Halabisky, 2012). Πρόσφατες έρευνες επίσης δείχνουν ότι σχεδόν οι

μισοί νέοι προτιμούν να εργάζονται ως αυτοαπασχολούμενοι παρά να εργάζονται ως εργαζόμενοι (European Commission, 2012).

Ωστόσο, πολύ λίγοι νέοι εργάζονται ως αυτοαπασχολούμενοι. Το 2018, μόνο το 6,5% των απασχολούμενων νέων μεταξύ 20 και 29 ετών ήταν αυτοαπασχολούμενοι στην ΕΕ. Αυτό ήταν μικρότερο νούμερο από το συνολικό ποσοστό αυτό-απασχόλησης για τους ενήλικες (15-64 ετών) - 13,5%. Το ποσοστό αυτό-απασχόλησης για τους νέους παρέμεινε αρκετά σταθερό παρά τη μείωση του απόλυτου αριθμού των αυτοαπασχολούμενων νέων από 2,7 εκατομμύρια το 2009 σε 2,5 εκατομμύρια το 2018.

Διάγραμμα 2.7. Η Αυτό-απασχόληση ως ποσοστό απασχόλησης.



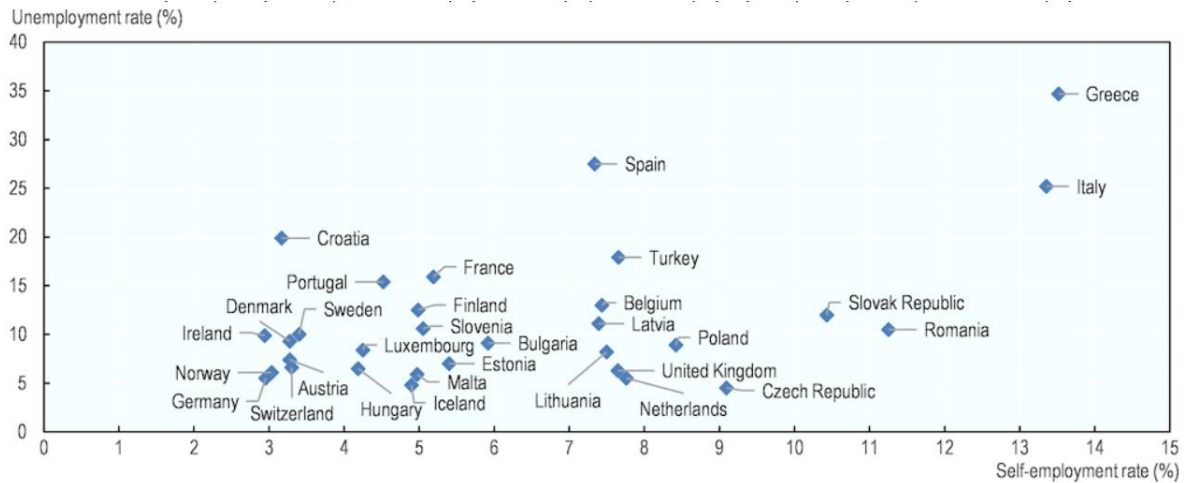
Πηγή: OECD, 2018

Αξίζει να σημειωθεί ότι η επιχειρηματικότητα σε εθνικό επίπεδο αποτελεί μια αντίδραση στις διακυμάνσεις της ανεργίας και όχι ότι είναι η πηγή που τις προκαλεί, ενώ σε παγκόσμιο επίπεδο, η επιχειρηματικότητα αποτελεί ένα δείκτη ανάκαμψης από μια οικονομική κρίση (Koellinger και Thurik, 2011).

Κατά την τελευταία δεκαετία, διαπιστώνεται ότι το ποσοστό αυτό-απασχόλησης των νέων μειώθηκε σε πολλά κράτη μέλη της ΕΕ, πιθανώς λόγω των βελτιωμένων συνθηκών στην αγορά εργασίας μετά την οικονομική κρίση που επέτρεψε περισσότερους νέους να μετακινηθούν σε αμειβόμενη απασχόληση. Ωστόσο, σημειώθηκαν οριακές αυξήσεις στο ποσοστό αυτό-απασχόλησης των νέων σε ορισμένες χώρες την τελευταία δεκαετία: Εσθονία, Λετονία, Σλοβενία και Ηνωμένο Βασίλειο. Οι χώρες με υψηλό ποσοστό ανεργίας των νέων τείνουν επίσης να έχουν υψηλά ποσοστά αυτό-απασχόλησης των νέων, κάτι που συχνά αντικατοπτρίζει την ανάγκη επιχειρηματικότητας, όπως παρατηρήσαμε προηγουμένως. (Διάγραμμα 2.8)

Διάγραμμα 2.8. Η αυτό-απασχόληση των νέων είναι υψηλότερη σε χώρες με υψηλή ανεργία των νέων.

Ποσοστό ενεργών νέων (20-29 ετών) που είναι άνεργοι και το ποσοστό των απασχολούμενων νέων (20-29 ετών) που είναι αυτοαπασχολούμενοι, 2018



Πηγή, Eurostat, 2019

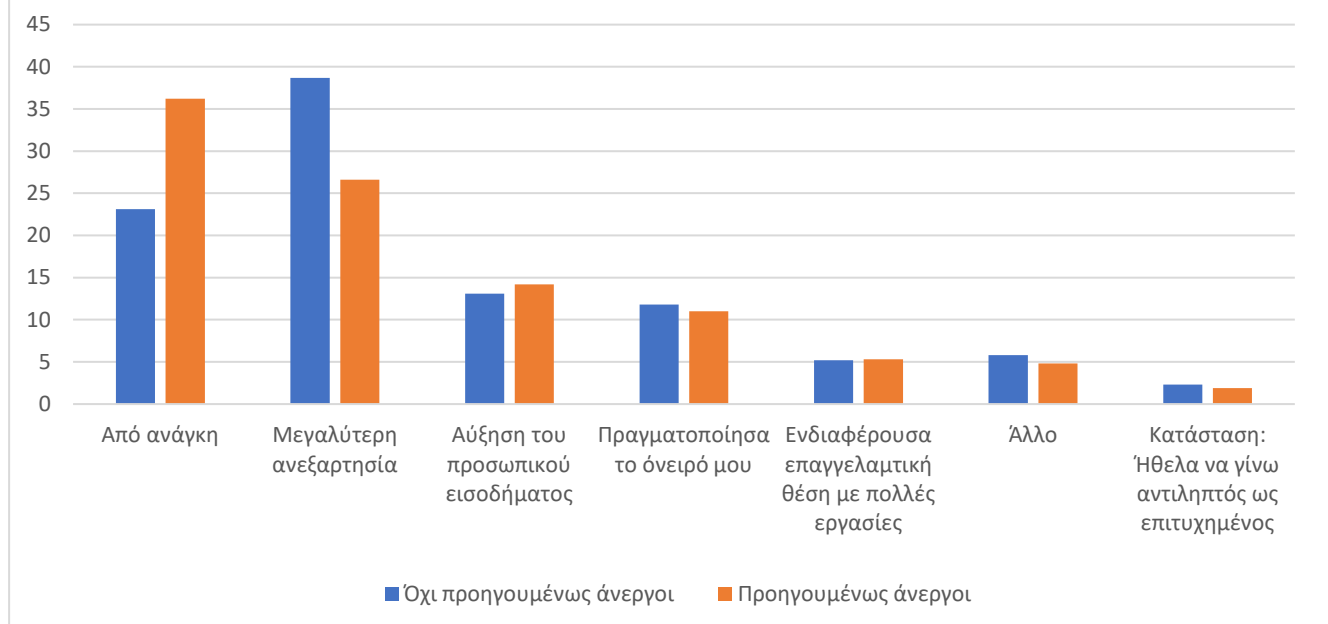
Επιπλέον αξίζει να παρατηρήσουμε τη διαφορά στα κίνητρα που έχουν οι νέοι επιχειρηματίες οι οποίοι ξεκινούν από την ανεργία σε συγκεκριμένα κράτη μέλη της ΕΕ. Σύμφωνα με το Ευρωπαϊκό έργο με τίτλο «Πολιτιστικές Διαδρομές για Οικονομική Αυτοδυναμία και Επιχειρηματικότητα» προσπάθησε να πραγματοποιήσει μια συγκριτική ανάλυση της ανεργίας των νέων στην Ευρώπη.

Το έργο ξεκίνησε από τον Φεβρουάριο του 2014 έως τον Ιανουάριο του 2018. Στο πλαίσιο αυτού του έργου, πραγματοποιήθηκε έρευνα μεταξύ Ιανουαρίου και Ιουνίου 2016 σχετικά με τις δραστηριότητες στην αγορά εργασίας των νέων ηλικίας 18 έως 35 ετών. Το Ηνωμένο Βασίλειο, η Δανία, η Ελβετία, η Γερμανία, η Αυστρία, η Τσεχική Δημοκρατία, η Ουγγαρία, η Ισπανία, η Ιταλία, η Ελλάδα και η Τουρκία συμμετείχαν στην έρευνα. Για κάθε χώρα, συλλέχθηκαν δεδομένα από ένα «στρωματοποιημένο» τυχαίο δείγμα τουλάχιστον 1.000 νέων ηλικίας 18–35 ετών. Τα δεδομένα συνοδεύονται από συντελεστές ανάλογα με την ηλικία, το φύλο, το εκπαιδευτικό υπόβαθρο, την περιοχή και το μέγεθος του πληθυσμού της χώρας.

Ένα από τα ζητήματα που διερευνήθηκαν από την έρευνα ήταν τα κίνητρα για αυτό-απασχόληση και αν διέφεραν μεταξύ εκείνων που ξεκίνησαν μια επιχείρηση από την ανεργία και εκείνων που δεν ήταν άνεργοι (Διάγραμμα 2.9). Οι αυτοαπασχολούμενοι νέοι που δεν ήταν προηγουμένως άνεργοι είχαν συχνότερα κίνητρα για μεγαλύτερη ανεξαρτησία ή την ευκαιρία να γίνουν το αφεντικό τους σε ποσοστό 38,7%. Ωστόσο, για όσους ήταν προηγουμένως άνεργοι, ο κύριος παράγοντας ήταν η αναγκαιότητα να κερδίσουν χρήματα σε ποσοστό 36,2%. Μόνο το 23,1% εκείνων που δεν ήταν άνεργοι παρακινούνταν από αναγκαιότητα. Οι υπόλοιπες διαφορές στα κίνητρα μεταξύ των δύο ομάδων των αυτό-απασχολούμενων νέων ήταν ελάχιστες.

Ωστόσο, παρατηρήθηκαν επίσης διαφορές στους τύπους δραστηριοτήτων που γίνονται κατά την αυτό-απασχόληση. Περίπου το ένα πέμπτο των αυτοαπασχολούμενων οι οποίοι δεν είχαν εμπειρία ανεργίας εργάστηκαν ως διαχειριστές, ενώ μόνο το 12,1% αυτών που ήταν άνεργοι εργάζονταν. Επιπλέον, οι περισσότεροι σχετικά αυτοαπασχολούμενοι με εμπειρία ανεργίας εργάστηκαν στον τομέα των υπηρεσιών και των πωλήσεων (ειδικά ως διευθυντές πωλήσεων) ή σε αντίστοιχες επαγγελματικές θέσεις.

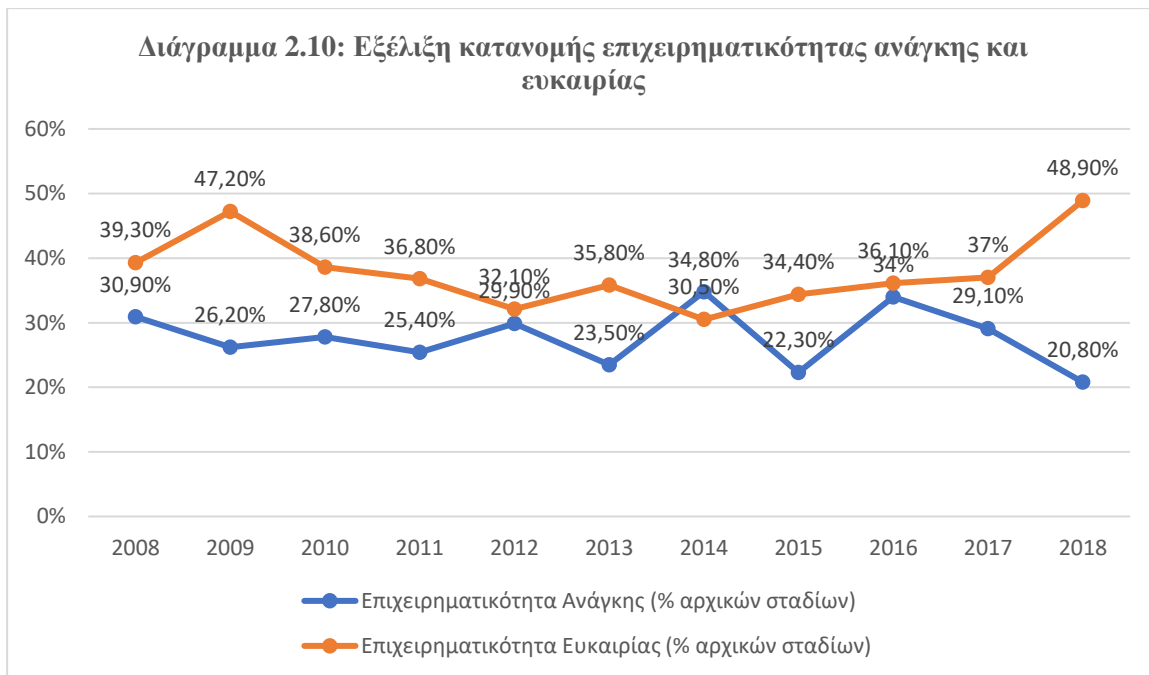
Διάγραμμα 2.9 Το ένα τρίτο των αυτοαπασχολούμενων νέων που ήταν προηγουμένως άνεργοι ξεκίνησαν την επιχείρησή τους από ανάγκη, 2014 - 2018



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM, 2018

Συνολικά, η επιχειρηματικότητα έχει σημαντική σχέση με την ανεργία. Αυτό φαίνεται από τα όσα αναφέρθηκαν παραπάνω. Ορισμένες χώρες με υψηλό ποσοστό επιχειρηματικής δραστηριότητας έχουν χαμηλό ποσοστό ανεργίας. Αντίθετα, σε άλλες χώρες με υψηλό ποσοστό ανεργίας παρατηρείται ένα χαμηλό ποσοστό των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Η αλληλεπίδραση μεταξύ της επιχειρηματικότητας και της ανεργίας καθορίζεται ουσιαστικά από τη θέση της χώρας στην αγορά εργασίας. Η εξέταση της σχέσης μεταξύ επιχειρηματικότητας και της ανεργίας δείχνει ότι τόσο στη θεωρία όσο και στην πράξη, υπάρχει μια επίδραση «έλξης» καθώς η επιχειρηματικότητα μειώνει την ανεργία, αλλά και μία επίδραση «ώθησης» καθώς η ανεργία ενθαρρύνει την επιχειρηματικότητα (Musa και Sasasinghe, 2013).

Ωστόσο, η σχέση μεταξύ της ανεργίας και της επιχειρηματικότητας είναι περισσότερο περίπλοκη, όπως καταδείχθηκε (Διάγραμμα 2.10). Η επιχειρηματική δραστηριότητα μπορεί να προέρχεται από το αποτέλεσμα της απειλής της ανεργίας (επιχειρηματικότητα ανάγκης), αλλά μπορεί να προέρχεται και από το αποτέλεσμα μια ακμάζουσας οικονομίας με πολλές ευκαιρίες (επιχειρηματικότητα ευκαιρίας).



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM, 2018

Η πρώτη προσέγγιση υποδεικνύει ότι η αυξημένη ανεργία θα οδηγήσει σε αύξηση της εκκίνησης της επιχειρηματικής δραστηριότητας, διότι το κόστος ευκαιρίας της έναρξης μιας επιχείρησης έχει μειωθεί, φαινόμενο που αναφέρεται ως “refugee effect”. Επίσης, οι νέες επιχειρήσεις προσλαμβάνουν προσωπικό, κάτι το οποίο έχει θετική επίδραση στην απασχόληση, καθώς μειώνει το επίπεδο ανεργίας, γνωστό ως “Schumpeter effect”.

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι υπάρχει αντίλογος, βάσει εμπειρικών ερευνών, ο οποίος αναφέρει ότι η επιχειρηματικότητα δεν είναι πάντοτε σίγουρο ότι οδηγεί σε αύξηση της απασχόλησης, ιδίως στην περίπτωση της επιχειρηματικότητας ανάγκης. Επιπροσθέτως, αναφέρεται ότι υπάρχουν και άλλοι διαμεσολαβητικοί παράγοντες στην σχέση μεταξύ της επιχειρηματικότητας και της ανεργίας.

2.7. Η σχέση μεταξύ αυτό-απασχόλησης και οικονομικής ανάπτυξης

Μια βασική θεώρηση θέλει τα άτομα είτε να «ελκύονται» από την αυτό-απασχόληση είτε να «ωθούνται» αναγκαστικά στην συγκεκριμένη επιλογή, γεγονός που εξαρτάται άμεσα από τον οικονομικό κύκλο (Constant και Zimmerman, 2014).

Για παράδειγμα, κατά την περίοδο της ανόδου, τα άτομα που είναι άνεργα είναι πολύ πιο εύκολο να βρουν απασχόληση σε μισθωτή εργασία κάνοντας με αυτόν τον τρόπο μία πιο ασφαλής επιλογή συγκριτικά με το ρίσκο της αυτό-απασχόλησης. Την ίδια στιγμή όμως υπάρχουν άτομα τα οποία μπορεί να έλκονται στην ιδέα της αυτό-απασχόλησης καθώς εκείνη την περίοδο ενδεχομένως να είναι ευνοϊκότερο να ανθήσει μια επιχειρηματική δραστηριότητα, ενισχύοντας με αυτόν τον τρόπο την συνειδητή επιλογή όπως είδαμε στη μελέτη του Eurofund.

Από την άλλη πλευρά, στην περίοδο της ύφεσης, η αυτό-απασχόληση αποτελεί μια σημαντική επιλογή για άτομα που είναι σε καθεστώς ανεργίας και δεν μπορούν να βρουν απασχόληση στην μισθωτή εργασία. Σε αυτήν την περίπτωση μπορεί τα ποσοστά της αυτό-απασχόλησης να αυξάνονται, καθώς τα άτομα αυτά, εξαναγκάζονται σε μεγάλο βαθμό στην

επιχειρηματικότητα με αμφίβολη ωστόσο την επιτυχία ή την βιωσιμότητα αυτών των επιχειρήσεων.

Ουσιαστικά, η πρώτη προσέγγιση αποτελεί μία άμεση σχέση της οικονομικής δραστηριότητας με την αυτό-απασχόληση, ενώ η δεύτερη προσέγγιση αποτελεί μια έμμεση σχέση της οικονομικής δραστηριότητας με την αυτό-απασχόληση, η οποία λειτουργεί μέσω του μηχανισμού εργασίας (Migel, 1992).

Μελετώντας δηλαδή προσεκτικά τη διαμόρφωση της αυτό-απασχόλησης μέσα από τις οικονομικές διακυμάνσεις και δει τους οικονομικούς κύκλους (άνοδος – κάμψη – ύφεση – ανάκαμψη) δεν προκύπτουν σαφή ευρήματα για την ύπαρξη συσχέτισης, καθώς στην βιβλιογραφική ανασκόπηση η όποια συσχέτιση μπορεί να τεκμαίρεται είτε να αναιρείται.

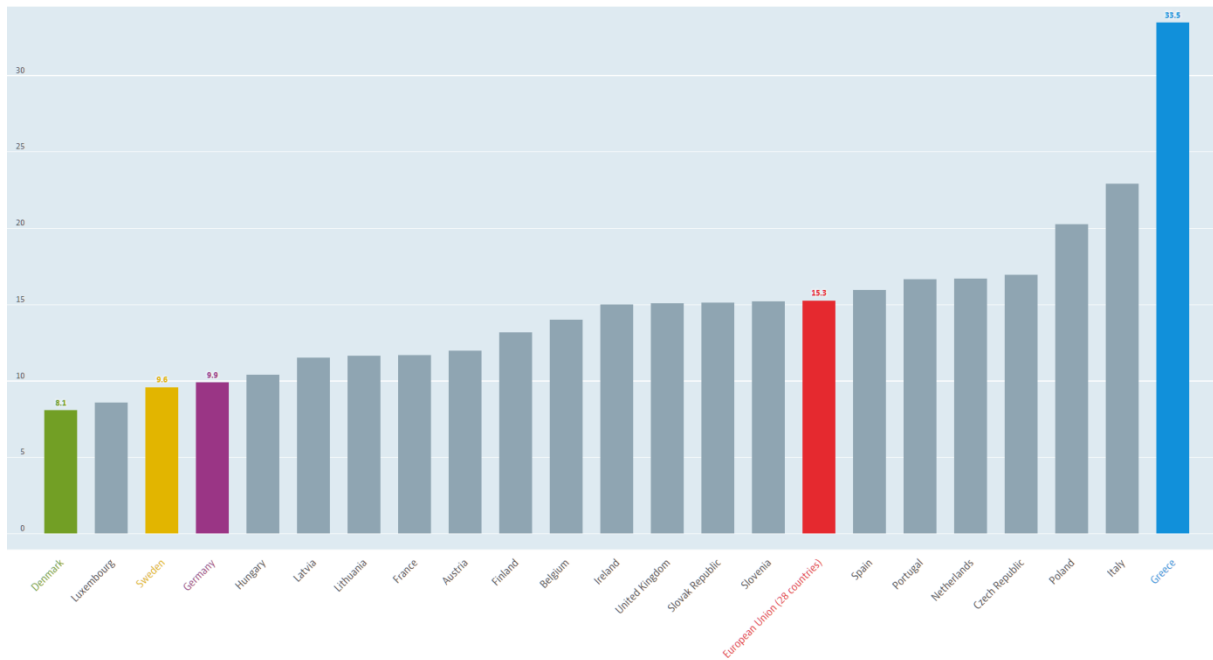
Για να υπάρξει θετική διασύνδεση της αυτό-απασχόλησης με την ενίσχυση της συνολικής απασχόλησης και της οικονομικής ανάπτυξης ευρύτερα, μια σημαντική συνιστώσα θεωρείται η βιωσιμότητα των επιχειρήσεων που συστάθηκαν από αυτό-απασχολούμενους. Στη βάση αυτή, όπως προέκυψε από σχετικά ευρήματα της ανασκόπησης, η εκπαίδευση και η προηγούμενη εμπειρία έχουν θετική επίδραση στην επίτευξη της βιωσιμότητας, ενώ η αναγκαστική επιλογή της αυτό-απασχόλησης από καθεστώς ανεργίας μειώνει αισθητά την πιθανότητα επιβίωσης. Επίσης σημαντικό ρόλο στη βιωσιμότητα έχουν και τα προγράμματα χρηματοδότησης και απασχόλησης που έχουν εφαρμογή στην αυτό-απασχόληση καθώς εμπειρικά τείνουν να μειώνουν τον κίνδυνο εξόδου των νέων επιχειρηματιών που προηγουμένως ήταν σε καθεστώς ανεργίας (Millanetal, 2012).

Στη λογική αυτή, πολλές χώρες της Ευρώπης εντάσσουν στον σχεδιασμό τους στοχευμένες δράσεις για τη στήριξη της αυτό-απασχόλησης. Χαρακτηριστικά στην Ελλάδα υλοποιείται από το 2016 η δράση «Ενίσχυση της Αυτό-απασχόλησης Πτυχιούχων Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης» στο πλαίσιο του ΕΣΠΑ 2014 – 2020 που αφορά στην υποστήριξη πτυχιούχων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης ανέργων, μισθωτών και αυτό-απασχολούμενων για την έναρξη / υποστήριξη της άσκησης επαγγελματικής δραστηριότητας συναφούς με την ειδικότητά τους σε αυτοτελή επαγγελματικό χώρο.

2.8. Η σχέση μεταξύ αυτό-απασχόλησης και ανεργίας

Σύμφωνα με την έρευνα του OECD στην ΕΕ-28, τα ποσοστά αυτό-απασχόλησης είναι πολύ υψηλά με μέσο όρο 15,3%, με την Ελλάδα να είναι «Πρωταθλήτρια» στην αυτό-απασχόληση με ποσοστό 33,5% στα άτομα ηλικίας 15 έως 64 ετών, με την Ιταλία να ακολουθεί με 22,9% και η Πολωνία με 20,3%. Αντιθέτως, τα χαμηλότερα ποσοστά αυτό-απασχόλησης σημειώνονται κυρίως στην Δανία με ποσοστό 8,6%, Σουηδία 9,6% και Γερμανία 9,9%. Στο παρακάτω διάγραμμα (Διάγραμμα 2.11) παρουσιάζονται τα ποσοστά των παραπάνω χωρών καθώς και ο μέσος όρος για την ΕΕ-28.

Διάγραμμα 2.11. Ποσοστά αυτό-απασχόλησης στην ΕΕ-28 (% της συνολικής απασχόλησης ηλικίας 15 έως 64 ετών)



Πηγή: OECD, 2018

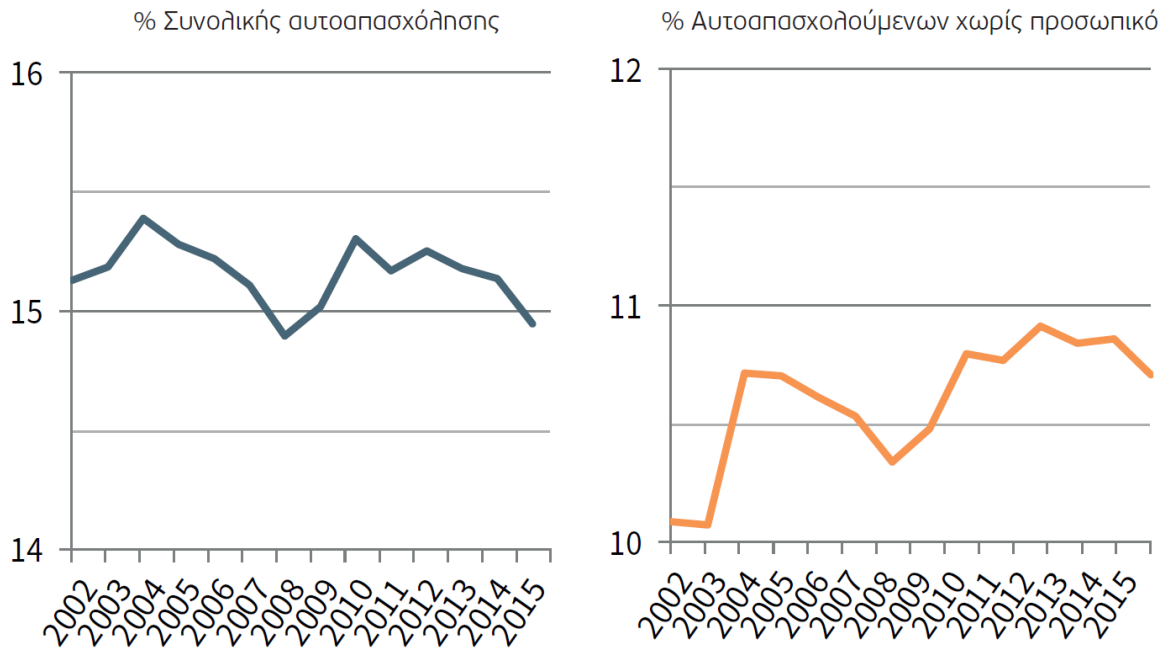
Σημείο αναφοράς για την διερεύνηση του φαινομένου της αυτό-απασχόλησης, είναι ότι η αυτό-απασχόληση βρίσκεται σε διαδικασία συνεχώς αναμόρφωσης, καθώς το ποσοστό των αυτοαπασχολούμενων των κρατών μελών της ΕΕ-28 δεν έχει διαφοροποιηθεί αισθητά από τις αρχές του 21ου αιώνα, η σύνθεση του δείχνει να έχει διαφοροποιηθεί αισθητά τα τελευταία χρόνια. Παράλληλα, ενώ από την μία πλευρά υπήρξε μια μείωση της αυτό-απασχόλησης στον κλάδο της γεωργίας, από την άλλη η αναλογία των αυτό-απασχολούμενων / εργαζομένων στον κλάδο των υπηρεσιών και στον δημόσιο τομέα, δηλαδή των αυτοαπασχολούμενων στην δημόσια διοίκηση, στην υγεία ή στην εκπαίδευση κ.ά., βαίνει ενισχυμένη. Αξίζει να σημειωθεί ότι σημαντικό στοιχείο αποτελεί η αύξηση του ποσοστού των αυτοαπασχολούμενων που δεν απασχολούν εργαζόμενους.

Σύμφωνα με την Έρευνα Εργατικού Δυναμικού της Ε.Ε. (EULFS) που επικαλείται και επεξεργάζεται η μελέτη της Eurofund για την περίοδο 2002 και 2015, το 2002 το ποσοστό της αυτό-απασχόλησης ήταν 15,1% με την υψηλότερη τιμή (15,4%) να καταγράφεται το 2004 και την χαμηλότερη το 2015 όπου διαμορφώθηκε στο 14,9% (ακολουθώντας στο 14% το 2016 όπως αποτυπώθηκε στην προηγούμενη ενότητα).

Συμπερασματικά σε βάθος χρόνου δεν διαπιστώνονται σημαντικές διαφοροποιήσεις στον δείκτη της αυτό-απασχόλησης, χαρακτηρίζοντας τον ως μια σημαντική σταθερά στο πεδίο της απασχόλησης και της επιχειρηματικότητας.

Την ίδια περίοδο αναφοράς (2002-2015), σημειώνεται μικρή αύξηση στο ποσοστό της αυτό-απασχόλησης χωρίς εργαζόμενους. Ενδεικτικά, από το 10,1% το 2002, το ποσοστό αυτοαπασχολούμενων χωρίς προσωπικό αυξήθηκε στο 10,9% το 2012, σημειώνοντας μικρή κάμψη το 2015 στο 10,7%. Μελετώντας τις μεταβολές αυτές στο παρακάτω διάγραμμα (Διάγραμμα), διαπιστώνεται αρνητική συσχέτιση με τους οικονομικούς κύκλους και τις διακυμάνσεις αυτών, καθώς την περίοδο ύφεσης (2008+) το ποσοστό αυξάνεται, ενώ στην περίοδο ανάκαμψης της Ευρώπης που ακολούθησε (2013+), το ποσοστό μειώνεται.

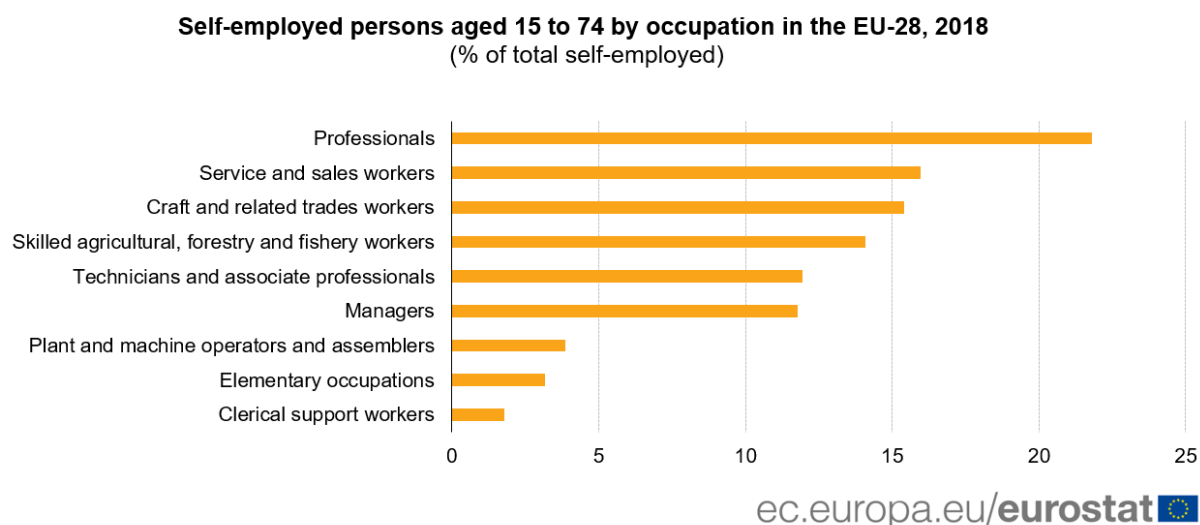
Διάγραμμα 2.12. Μεταβολή του ποσοστού των μορφών αυτό-απασχόλησης στην ΕΕ-28 την περίοδο 2002-2015.



Πηγή: Exploring self-employment in the European Union (Eurofund) – 2017

Σημαντικά ευρήματα επίσης προκύπτουν από την μελέτη των στατιστικών με βάση τα επαγγέλματα και τον κλάδο απασχόλησης για το 2018. Ειδικότερα, στην ΕΕ-28 για τα αυτό-απασχολούμενα άτομα ηλικίας από 15 έως 74 ετών, σύμφωνα με το παρακάτω διάγραμμα (Διάγραμμα 2.13), προκύπτει ότι τα πιο δημοφιλή επαγγέλματα μεταξύ των αυτό-απασχολούμενων εργαζομένων ήταν στους τίτλους «Επαγγελματίες» με ποσοστό 22%, «Εργαζόμενοι σε υπηρεσίες και πωλήσεις» 16% και «Εργάτες βιοτεχνίας και συναφείς συναλλαγές» με ποσοστό 15%. Αυτές οι κατηγορίες ακολούθησαν οι «Ειδικευμένοι γεωργοί, δασοκομία και αλιευτικοί εργαζόμενοι» 14%, «Τεχνικοί και συνεργάτες» καθώς και «Διευθυντές» με ποσοστά και στις δύο κατηγορίες 12%. Μαζί αυτές οι κατηγορίες αντιπροσώπευαν το 90% του συνολικού αριθμού των αυτοαπασχολούμενων.

Διάγραμμα 2.13. Τα πιο δημοφιλή επαγγέλματα των αυτό-απασχολούμενων στην ΕΕ-28.



Πηγή: Eurostat, 2018

2.8.1 Το πλαίσιο πολιτικής για τη δημιουργία επιχειρήσεων από την κατάσταση της ανεργίας

Υπήρχαν 16,9 εκατομμύρια άνεργοι (15-64 ετών) στην Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ) το 2018. Αυτό μειώθηκε από την κορύφωση μετά την κρίση των 26,1 εκατομμυρίων το 2013. Παράλληλα με τη μείωση της ανεργίας, το μερίδιο και ο πληθυσμός που δραστηριοποιήθηκε στην αγορά εργασίας αυξήθηκε. Κατά τα πρώτα στάδια της οικονομικής κρίσης, το συνολικό ποσοστό δραστηριότητας για ενήλικες (15-64 ετών) στην ΕΕ ήταν 70,8% (το 2009). Το ποσοστό αυξήθηκε σταθερά στο 73,7% το 2018.

Οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής από καιρό ενδιαφέρονται για το δυναμικό της επιχειρηματικότητας και της αυτό-απασχόλησης ως μηχανισμού για την επαναφορά των ανέργων στην εργασία. Η πιο συνηθισμένη προσέγγιση για τη στήριξη των ανέργων στη δημιουργία επιχειρήσεων είναι μέσω προγραμμάτων γέφυρας πρόνοιας που παρέχουν έναν συνδυασμό εκπαίδευσης εκκίνησης και επιδόματος διαμονής.

Υπάρχουν πολλά επιτυχημένα παραδείγματα προγραμμάτων γέφυρας πρόνοιας, συμπεριλαμβανομένων προγραμμάτων στη Δανία, τη Γαλλία, τη Γερμανία, την Ουγγαρία, την Πολωνία, την Ισπανία, τη Σουηδία και το Ηνωμένο Βασίλειο. Τα στοιχεία αξιολόγησης υποδηλώνουν γενικά ότι οι επιχειρήσεις που ξεκινούν από άτομα από αυτήν την ομάδα-στόχο μπορούν να έχουν παρόμοια ποσοστά επιβίωσης των επιχειρήσεων με αυτά που ξεκίνησαν από τον υπόλοιπο πληθυσμό (OECD/EU, 2014; Caliendo και Künn, 2011).

2.8.2 Αναζητώντας την αυτό-απασχόληση από την κατάσταση της ανεργίας

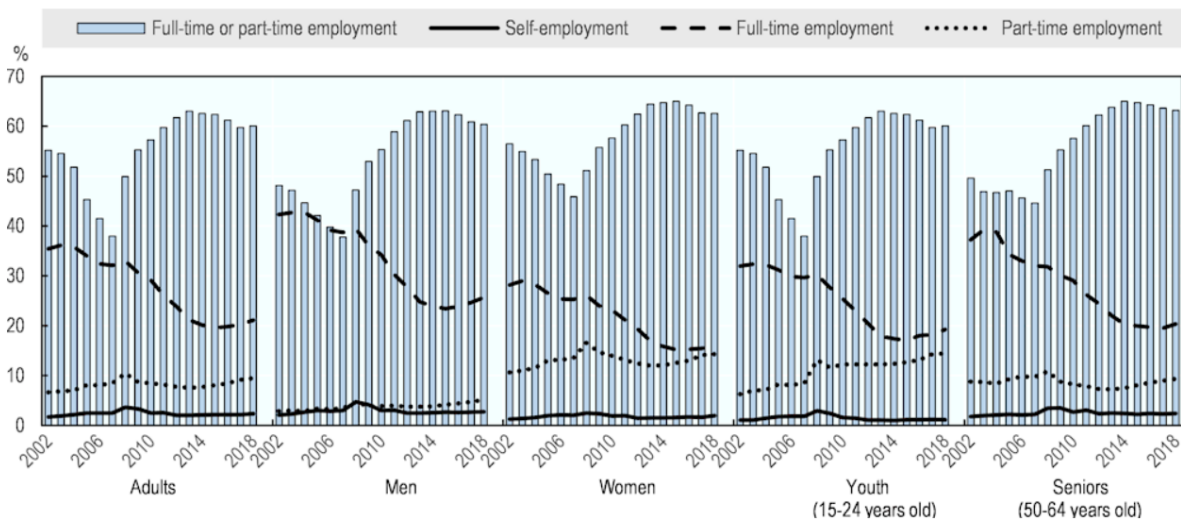
Από τα 16,9 εκατομμύρια άνεργους το 2018, οι 395.600 αναζητούσαν να επιστρέψουν στην κατάσταση της εργασίας ως αυτό-απασχολούμενοι. Αυτό αντιπροσώπευε μόνο το 2,4% του συνολικού αριθμού των ανέργων (Διάγραμμα 2.14). Αυτό συγκρίνεται με 606.500 άτομα (3,6% όλων των ανέργων) το 2008 και 710.500 (3,3%) το 2009, κατά τα πρώτα στάδια της οικονομικής κρίσης. Πριν από την οικονομική κρίση, το ποσοστό των ανέργων που ήθελαν να επιστρέψουν στην εργασία μέσω αυτό-απασχόλησης ήταν περίπου 2,5% μεταξύ 2005 και 2007 και 2,0% μεταξύ 2002 και 2004. Το 2018, οι άνεργοι άντρες είχαν σχεδόν 1,5 φορές

περισσότερες πιθανότητες να αναζητήσουν αυτό-απασχόληση από ότι οι άνεργες γυναίκες (2,7% έναντι 2,0%).

Μέχρι την οικονομική κρίση, το ποσοστό των ανέργων που αναζητούν αυτοαπασχολούμενους ήταν γενικά μεταξύ 2,7% και 3,0%. Αυτό το ποσοστό αυξήθηκε με την έναρξη της κρίσης και κορυφώθηκε το 2008 στο 4,7%. Από τότε, το μερίδιο μειώθηκε στα επίπεδα πριν από την κρίση. Ένα παρόμοιο μοτίβο παρατηρείται μεταξύ των ανέργων γυναικών, αλλά το ποσοστό που αναζητούν αυτό-απασχόληση είναι περίπου το μισό των ανδρών. Επιπλέον, η μείωση του ποσοστού από την κρίση ήταν λιγότερο έντονη.

Οι νέοι άνεργοι είναι η λιγότερο πιθανή ομάδα-στόχος για αναζήτηση αυτό-απασχόλησης. Το 2018, μόνο το 1,1% των ανέργων ηλικίας μεταξύ 15 και 24 ετών επιδιώκουν να γίνουν αυτό-απασχολούμενοι. Όπως και με τις άλλες ομάδες-στόχους, το ποσοστό των νέων ανέργων που επιθυμούν να γίνουν αυτό-απασχολούμενοι κορυφώθηκε το 2008 σε 2,9%. Ωστόσο, το ποσοστό αυτό μειώθηκε σε 2,4% το 2009 και 1,6% το 2010. Από το 2011 και μετά, το ποσοστό σταθεροποιήθηκε περίπου στο 1,0%.

Διάγραμμα 2.14. Πρωτοβάθμιος τύπος απασχόλησης που αναζητούνται άνεργοι άνδρες, γυναίκες, νέοι και ηλικιωμένοι στην ΕΕ, ποσοστό των ανέργων (15-64 ετών), 2002-18



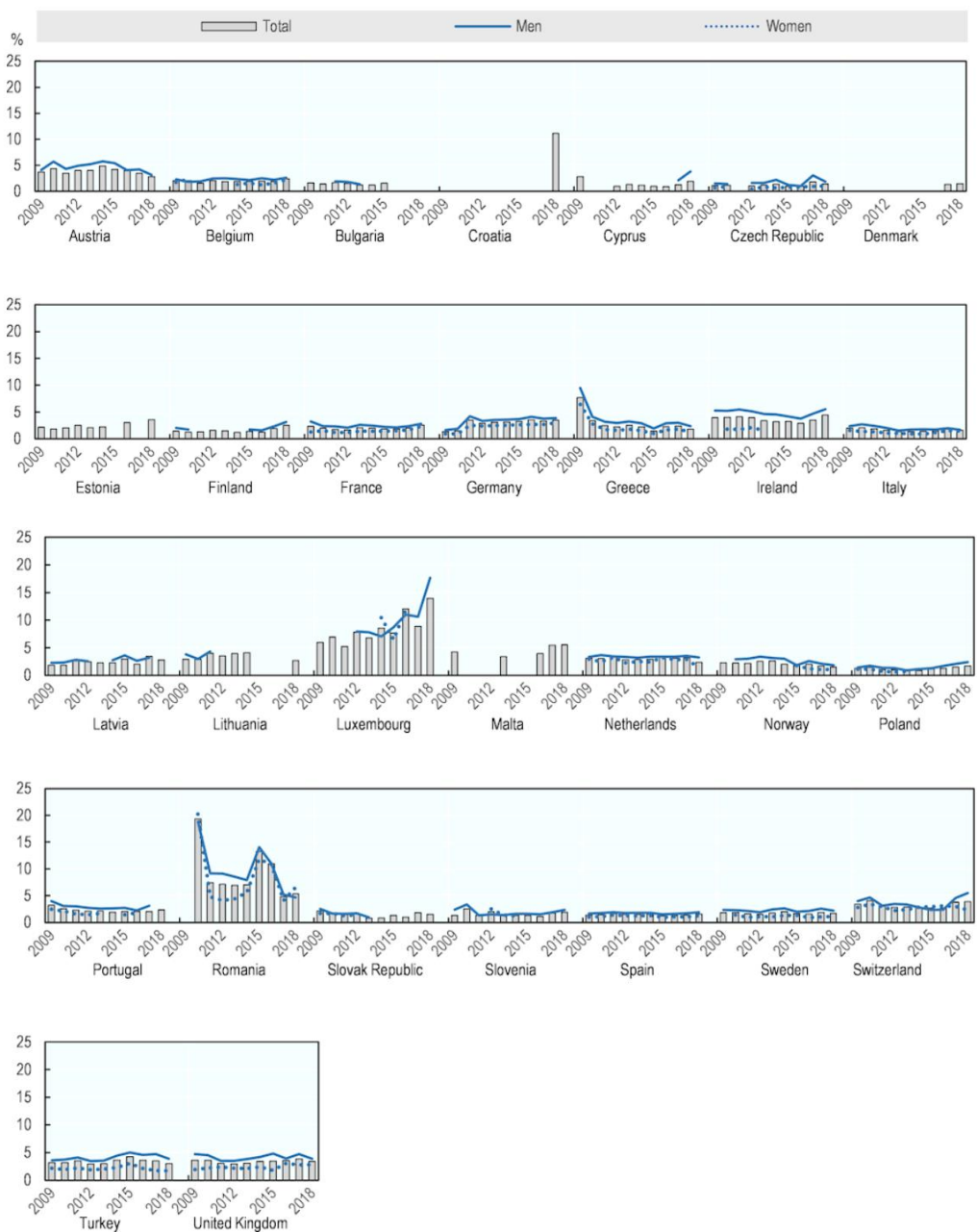
Πηγή: Eurostat, 2019

Οι άνεργοι ηλικιωμένοι φαίνεται να ενδιαφέρονται τόσο για την αυτό-απασχόληση όσο και για να επιστρέψουν στην εργασία τους, όπως ο μέσος όρος για όλες τις ηλικίες. Το 2018, το 2,4% των ανέργων ηλικίας 50-64 ετών προσπάθησαν να επιστρέψουν στην εργασία ως αυτοαπασχολούμενοι. Αυτό το μερίδιο ήταν σταθερό από το 2012. Μετά την έναρξη της οικονομικής κρίσης, το ποσοστό ήταν 3,5% το 2008 και το 2009. Μεταξύ 2002 και 2007, περίπου 2,0% επιδιώκουν να γίνουν αυτό-απασχολούμενοι. Υπήρξε σημαντική διακύμανση μεταξύ των χωρών στο ποσοστό των ανέργων που προσπάθησαν να επιστρέψουν στην εργασία ως αυτοαπασχολούμενοι (Διάγραμμα 2.15). Το 2018, οι αναλογίες κυμαίνονταν από 1,5% έως 4,0%. Το μερίδιο ήταν ελαφρώς υψηλότερο στην Ιρλανδία (4,5%), στη Ρουμανία (5,4%) και στη Μάλτα (5,6%), και πολύ υψηλότερο στην Κροατία (11,2%), στο Λουξεμβούργο (13,9%). Αντίθετα, πολλές από τις χώρες όπου το ποσοστό των ανέργων που αναζητούν αυτό-απασχόληση ήταν το χαμηλότερο ήταν οι χώρες με τα υψηλότερα ποσοστά ανεργίας κατά την οικονομική κρίση, ιδίως την Ελλάδα, την Ισπανία και την Ιταλία. Το ποσοστό των ανέργων που αναζητούν αυτό-απασχόληση ήταν αρκετά σταθερό στην Ισπανία και την Ιταλία, αλλά μειώθηκε στην Ελλάδα από το 7,7% το 2009.

Οι άνεργες γυναίκες είχαν λιγότερες πιθανότητες από τους άνεργους άντρες να αναζητήσουν αυτό-απασχόληση σε όλα τα κράτη μέλη της ΕΕ (Σχήμα 5.2). Το 2018, υπήρχαν μόνο πέντε κράτη μέλη της ΕΕ όπου πάνω από το 3% των ανέργων γυναικών ήθελαν να γίνουν αυτοαπασχολούμενες: Γερμανία (3,0%), Ιρλανδία (3,4%), Ρουμανία (6,8%), Κροατία (8,5%), και Λουξεμβούργο (11,1%).

Τα στοιχεία για το ποσοστό των νέων ανέργων που επιθυμούν να γίνουν αυτοαπασχολούμενοι είναι πολύ περιορισμένα σε επίπεδο χώρας. Σε όλες σχεδόν τις χώρες όπου υπάρχουν διαθέσιμα δεδομένα, λιγότερο από το 1,5% των ανέργων νέων θα ήθελαν να γίνουν αυτοαπασχολούμενοι.

Διάγραμμα 2.15. Ποσοστό ανέργων ανδρών και γυναικών που αναζητούν αυτό-απασχόληση ανά χώρα, 15-64 ετών, από το 2009 έως 2018



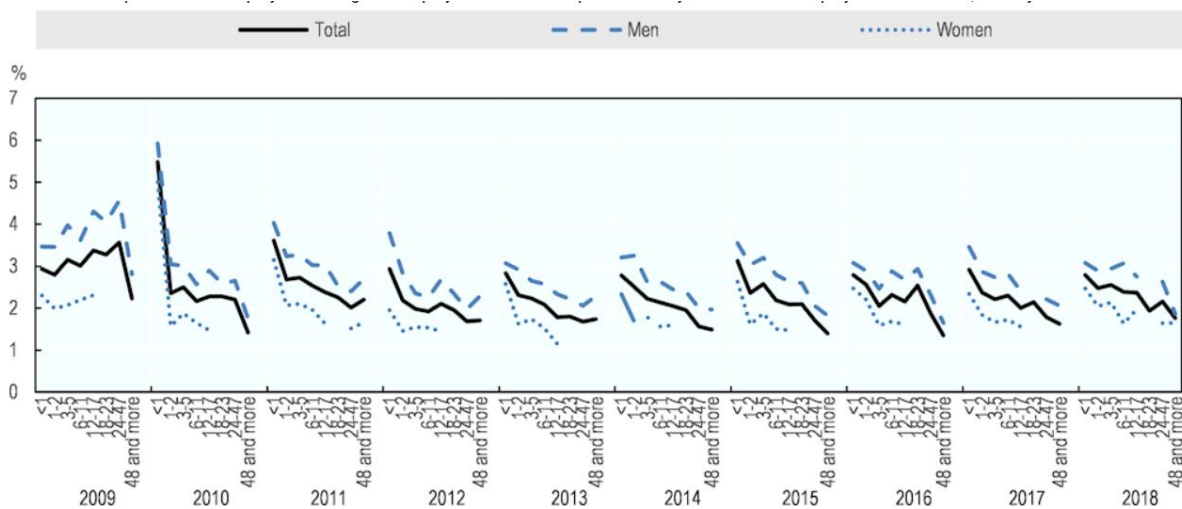
Πηγή: Eurostat, 2019

Η πιθανότητα ανέργων που αναζητούν αυτό-απασχόληση τείνει να μειώνεται καθώς αυξάνεται η διάρκεια της ανεργίας (Διάγραμμα 2.16). Αυτό πιθανότατα προκαλείται από τη μείωση της εξοικονόμησης, τη μείωση των δεξιοτήτων και τη συρρίκνωση των επαγγελματικών δικτύων. Αυτό συμβαδίζει με τη μείωση της πιθανότητας επιστροφής στην απασχόληση με την πάροδο του χρόνου, αλλά το ποσοστό που επιδιώκει να επιστρέψει στην αυτό-απασχόληση μπορεί να αναμένεται να αυξηθεί για ορισμένα άτομα καθώς συνειδητοποιούν ότι ενδέχεται να μην βρουν εργασία. Αυτό θα αύξανε τη διάθεση και την προθυμία τους ως προς το άνοιγμά και τη δημιουργία επιχειρήσεων.

Μια μικρή αύξηση μπορεί να παρατηρηθεί για όσους έχασαν τη δουλειά τους κατά τα πρώτα στάδια της κρίσης, δηλαδή εκείνους με διάρκεια ανεργίας δύο ή περισσότερων ετών το 2011 έως το 2013. Επιπλέον, το χάσμα των φύλων αυξάνεται ελαφρώς μεταξύ εκείνων που είναι άνεργοι για μεγαλύτερες χρονικές περιόδους.

Το επίπεδο χώρας όσον αφορά το ποσοστό των ηλικιωμένων ανέργων (από 50 έως 64 ετών) που αναζητούν την αυτό-απασχόληση είναι πιο περιορισμένο. Ωστόσο, όπως και οι άλλες ομάδες-στόχοι, υπάρχει κάποια διαφορά στο ποσοστό των ηλικιωμένων που επιθυμούν να επιστρέψουν στην εργασία ως αυτοαπασχολούμενοι. Το 2018, οι αναλογίες ήταν οι υψηλότερες στο Ηνωμένο Βασίλειο (5,5%), την Ελβετία (5,9%), την Ιρλανδία (8,5%) και την Κροατία (8,8%).

Διάγραμμα 2.16. Ποσοστό ανέργων που αναζητούν αυτό-απασχόληση στην Ευρωπαϊκή Ένωση κατά τη διάρκεια της ανεργίας σε μήνες, 15-64 ετών



Πηγή: Eurostat, 2019

2.8.3 Εισαγωγή στην αυτό-απασχόληση μετά από την κατάσταση ανεργίας

Ενώ μεταξύ 2% και 3% των ανέργων δηλώνουν ότι επιδιώκουν να γίνουν αυτό-απασχολούμενοι, το μεγαλύτερο ποσοστό επιστρέφει στην εργασία ως αυτοαπασχολούμενοι. Το 2018, 563.600 άτομα ήταν αυτό-απασχολούμενοι στην ΕΕ-28 μετά την ανεργία το 2017 (Διάγραμμα 2.17). Αυτό αντιπροσώπευε το 2,5% των ανέργων το 2017, ποσοστό που ήταν περισσότερο από το ποσοστό των ανέργων το 2017, που δήλωσαν ότι επιδιώκουν να γίνουν αυτό-απασχολούμενοι (ποσοστό 2,2%).

Αυτό υποδηλώνει ότι περίπου το 10% των ανέργων που επέστρεψαν στην εργασία ως αυτοαπασχολούμενοι δεν ήθελαν να γίνουν αυτοαπασχολούμενοι. Είναι πιθανό ότι πολλοί

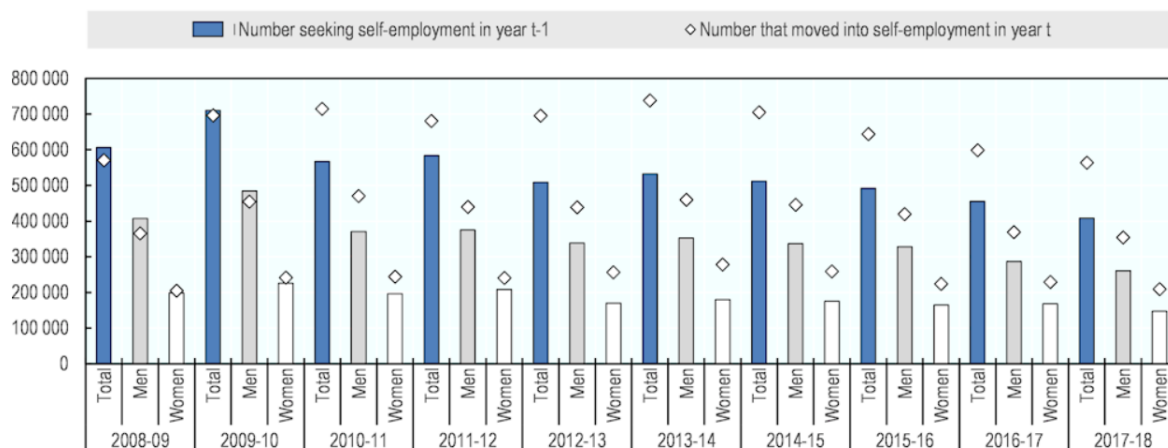
από αυτούς τους ανθρώπους δεν μπορούσαν να βρουν μια ευκαιρία απασχόλησης που να ανταποκρίνεται στις προσδοκίες τους (π.χ. δεξιότητες, εμπειρία, συνθήκες εργασίας, μισθοί), οπότε έγιναν αυτοαπασχολούμενοι για να δημιουργήσουν κάποιο εισόδημα. Ωστόσο, είναι επίσης πιθανό ότι ορισμένοι από αυτούς τους ανθρώπους εντόπισαν μια επιχειρηματική ευκαιρία και αποφάσισαν να την ακολουθήσουν παρόλο που δεν είχαν αρχικά αναζητηθεί.

Κατά την τελευταία δεκαετία, το ποσοστό των ανέργων που μετακινούνται στην αυτό-απασχόληση ήταν σχετικά σταθερό. Ωστόσο, ο αριθμός των ανέργων που επιθυμούν να επιστρέψουν στην εργασία μέσω αυτό-απασχόλησης το 2018 έχει μειωθεί σε σχέση με τα πρώτα χρόνια της κρίσης.

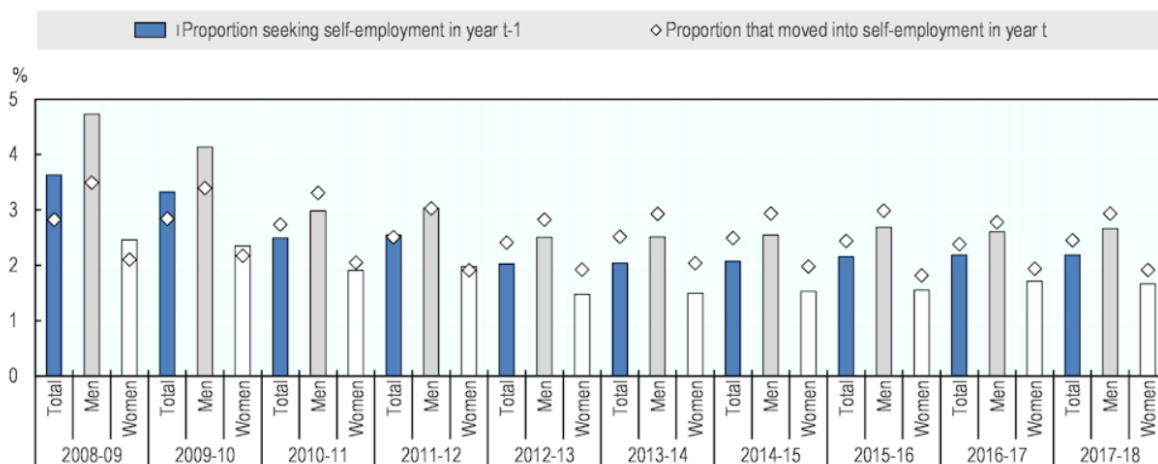
Μπορούν να παρατηρηθούν ορισμένες διαφορές μεταξύ των φύλων. Ο αριθμός των ανέργων που μετακόμισαν σε αυτό-απασχόληση κάθε χρόνο ήταν περίπου διπλάσιος από τον αριθμό των ανέργων γυναικών που έκαναν το ίδιο. Αυτή η αναλογία ήταν σταθερή την τελευταία δεκαετία.

Διάγραμμα 2.17. Αριθμός και ποσοστό ανέργων που μετακινούνται σε αυτό-απασχόληση (15-64 ετών)

A. Αριθμός των ανέργων ατόμων



B. Ποσοστό ανέργων



Πηγή: Eurostat, 2019

2.8.4 Αυτό-απασχόληση: Συνειδητή επιλογή ή αναγκαιότητα

Δεδομένου ότι η αυτό-απασχόληση αποτελεί σημαντικό ποσοστό στο σύνολο του εργατικού δυναμικού όπως προκύπτει από την παράθεση διαχρονικών στοιχείων, ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχει η διερεύνησή της σε μεγαλύτερο βάθος ανάλυσης, ξεκινώντας από τα κίνητρα που ωθούν τα άτομα στην αυτό-απασχόληση.

Διάγραμμα 2.18. Η διακύμανση την αυτό-απασχόλησης στην Ελλάδα την περίοδο 2008-2017 (% της συνολική απασχόλησης ηλικίας 15 ετών και άνω).

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Αυτοαπασχόληση (σε χιλιάδες)	1.614,3	1.607,1	1.562,9	1.467,9	1.354,0	1.299,5	1.271,9	1.262,2	1.252,4	1.278,6
Σύνολο Απασχόλησης (σε χιλιάδες)	4.610,5	4.556,0	4.389,8	4.054,4	3.695,0	3.513,2	3.536,3	3.610,7	3.673,6	3.752,7
% Αυτοαπασχόλησης	35,0	35,3	35,6	36,2	36,6	37,0	36,0	35,0	34,1	34,1

Πηγή: OECDdata, LabourForceStatistics / ΕΛΣΤΑΤ, Έρευνα Εργατικού Δυναμικού (2008 – 2017)

Με βάση την 6η Ευρωπαϊκή Έρευνα για τις Συνθήκες Εργασίας (EWCS) που διεξήχθη το 2015, το 60% των ατόμων μετακινήθηκε στην αυτό-απασχόληση από προσωπική επιλογή, ενώ το 20% επειδή δεν είχε άλλες εναλλακτικές επιλογές απασχόλησης και το 16% ανέφερε και τους δύο λόγους (προσωπική απόφαση συν έλλειψη επιλογών). Για τους αυτοαπασχολούμενους που έχουν προσωπικό, το 71% προτίμησε την αυτό-απασχόληση από πραγματική επιλογή και το 10% από ανάγκη. Αντίθετα, το 24% αυτών που δεν απασχολούν προσωπικό ωθήθηκε αναγκαστικά στην αυτό-απασχόληση, με το 54% να δηλώνει συνειδητή επιλογή.

Σε επίπεδο χωρών, η έλλειψη εναλλακτικών επιλογών εργασίας ως κίνητρο για την αυτό-απασχόληση εμφανίζει υψηλά ποσοστά στην Κροατία (38%), τη Ρουμανία (37%), την Αυστρία (36%) και την Πορτογαλία (34%). Αντίθετα στις σκανδιναβικές χώρες, όπως και στο Βέλγιο, το Ηνωμένο Βασίλειο και την Ολλανδία, τα ποσοστά συνειδητής επιλογής ξεπερνούν το 75%.

Στην Ελλάδα, 47% επιλέγει συνειδητά την αυτό-απασχόληση, και 28% λόγω έλλειψης επιλογών. Εξετάζοντας τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ατόμων που επιλέγουν συνειδητά την αυτό-απασχόληση, αυτοί είναι κυρίως άντρες, ηλικίας άνω των 35 ετών και αφορούν αυτοαπασχολούμενους ιδιοκτήτες ατομικών επιχειρήσεων και 16 ελεύθερους επαγγελματίες. Βάσει τομέα οικονομικής δραστηριότητας η προσωπική επιλογή είναι πιο έντονη στην υγεία και στην εκπαίδευση και λιγότερο αισθητή στον αγροτικό τομέα και τις μεταφορές.

Παράλληλα με τα παραπάνω, ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχουν τα αποτελέσματα της έρευνας αναφορικά με την εκτίμηση της τρέχουσας εργασιακής κατάστασης όσων επέλεξαν την αυτό-απασχόληση. Ειδικότερα, διερευνήθηκε ο βαθμός συμφωνίας των ερωτώμενων στις ακόλουθες δηλώσεις:

- Απολαμβάνω να είμαι αφεντικό του εαυτού μου;
- Δυσκολεύομαι να αναλάβω την ευθύνη της επιχείρησής μου;

Βάσει αποτελεσμάτων, 9 στους 10 συμφωνούν με την πρώτη δήλωση. Αντίθετα, ως προς τη δεύτερη δήλωση, σχεδόν 1 στους 4 δυσκολεύεται να ανταπεξέλθει στις ευθύνες της επιχείρησής του. Σε επίπεδο χωρών, ο υψηλότερος βαθμός δυσκολίας καταγράφεται στις απόψεις των αυτοαπασχολούμενων από την Ελλάδα (65%) και τη Λιθουανία (58%).

Είναι κοινώς αποδεκτό ότι η αυτό-απασχόληση εμπεριέχει υψηλό ρίσκο και κινδύνους συγκριτικά με την εξαρτημένη εργασία. Συνηθισμένη περίπτωση κινδύνου είναι η απώλεια εισοδήματος σε περίπτωση ασθένειας, όπου το «δίχτυ» κοινωνικής προστασίας είναι ασφαλέστερο για αυτούς που βρίσκονται σε καθεστώς εξαρτημένης εργασίας. Στην προσπάθεια να αξιολογηθεί το ρίσκο που προκύπτει, οι αυτοαπασχολούμενοι ρωτήθηκαν κατά πόσο ασφαλείς (οικονομικά) νιώθουν στην περίπτωση μακροχρόνιας ασθένειας. Σχεδόν ένας στους δύο (48%) στην Ε.Ε. εξέφρασε ανασφάλεια στο παραπάνω ενδεχόμενο, με το μεγαλύτερο ποσοστό να αποτυπώνεται στην Ελλάδα (75%) και την Κύπρο (72%), ενώ περισσότερο ασφαλείς εμφανίζονται οι αυτοαπασχολούμενοι στη Δανία (31%), την Τσεχία και τη Ρουμανία (29%), με το χαμηλότερο ποσοστό να καταγράφεται στη Σουηδία (26%).

Τέλος, οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής θα πρέπει να περιορίσουν τις προσδοκίες τους για τον αντίκτυπο που μπορεί να έχει η επιχειρηματικότητα στη μείωση της ανεργίας, καθώς λίγοι άνεργοι συνεχίζουν να ξεκινούν μια βιώσιμη επιχείρηση. Ωστόσο, είναι σημαντικό να μην απορρίπτεται η επιχειρηματικότητα ως άσχετη για τους ανέργους, επειδή τα προγράμματα επιχειρηματικότητας μπορούν να έχουν πολλά οφέλη, ακόμη και αν οι συμμετέχοντες δεν συνεχίσουν να δημιουργούν μια επιχείρηση. Αυτές περιλαμβάνουν την απόκτηση δεξιοτήτων και εμπειρίας, καθώς και τη δημιουργία μεγαλύτερων επαγγελματικών δικτύων, τα οποία όλα αυξάνουν την απασχολησιμότητα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο: ΜΙΚΡΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

3.1: Ορίζοντας τη μικρή επιχείρηση

Οι μικρές επιχειρήσεις θεωρούνται ότι έχουν πρωτοστατήσει στην «επιχειρηματική επανάσταση» των τελευταίων τριάντα ετών (Σύμφωνα με τους Audretsch και Thurik 2003). Είναι αλήθεια ότι σήμερα οι άνθρωποι μιλούν περισσότερο για την έννοια της επιχειρηματικότητας απ' ό,τι πριν από είκοσι χρόνια, όπως και ότι τα είδη επιχειρηματικότητας μπορεί να διαφέρουν, θεωρούμε όμως ότι μένει να αποδειχθεί αν υπάρχει και μεγαλύτερη επιχειρηματική δραστηριότητα. Ωστόσο, η άποψη του Baumol (1991), ότι τα επίπεδα της επιχειρηματικότητας αλλάζουν ελάχιστα από εποχή σε εποχή, φαίνεται να είναι περισσότερο συμβατή με τα στοιχεία που διαθέτουμε.

Ένας επιτυχής ορισμός της μικρής επιχείρησης πρέπει να περιλαμβάνει τρία στοιχεία. Πρώτον, θα πρέπει να εμφανίζει με ουσιαστικό τρόπο τα χαρακτηριστικά της έννοιας της «μικρής» επιχείρησης. Κάποια από αυτά είναι η απουσία ισχύος στην αγορά, ο υψηλός βαθμός ρίσκου και αβεβαιότητας, καθώς και η αυτονομία ατόμων που διαχειρίζονται τη δική τους επιχείρηση. Δεύτερον, χρειάζεται ένας ορισμός που θα επιτρέπει τη διενέργεια έγκυρων συγκρίσεων εντός της ίδιας χώρας και μεταξύ διαφορετικών επαγγελματικών κλάδων και περιοχών. Τρίτον, ο ορισμός θα πρέπει να εκτιμηθεί με ασφάλεια αν μια χώρα έγινε, π.χ., περισσότερο ή λιγότερο «επιχειρηματική» στη διάρκεια μιας δεκαετίας.

3.2 Ορισμοί της μικρής επιχείρησης

Από όλους τους ορισμούς που έχουν δημιουργηθεί για την έννοια της μικρής επιχείρησης, αυτός που την καθορίζει καλύτερα βρίσκεται στην Έκθεση Bolton του 1971. Πρόκειται για μια από τις πρώτες εκθέσεις όπου ερευνήθηκε από την κυβέρνηση η εμπειρία της μικρής επιχείρησης. Συγκεκριμένα ο Bolton συμπέρανε ότι μια μικρή επιχείρηση έπρεπε να α) ανήκει στο ίδιο ή στα ίδια άτομα που την διοικούν, β) είναι νομικά ανεξάρτητη και γ) έχει μικρό μερίδιο της αγοράς.

Αναλυτικότερα ο Bolton, δίνει έμφαση στο συνδυασμό ιδιοκτησίας και διοίκησης έχει σκοπό τη διάκριση των μικρών από τις μεγάλες επιχειρήσεις, τις οποίες διαχειρίζονται συνήθως επαγγελματίες μάνατζερ για λογαριασμό των μετόχων. Στις μεγάλες επιχειρήσεις, οι ιδιοκτήτες και τα διοικητικά στελέχη έχουν την τάση να είναι διαφορετικά άτομα ή ομάδες ατόμων. Η έμφαση στη νομική ανεξαρτησία έχει σκοπό να καταδείξει τη διαφορά ανάμεσα στη μικρή επιχείρηση και τη μικρή εγκατάσταση. Ουσιαστικά, ο Bolton ορίζει ότι οι μικρές επιχειρήσεις κατέχουν μικρό μερίδιο της αγοράς – ή, σπανιότερα, κάπως μεγαλύτερο μερίδιο μιας πολύ μικρής αγοράς – είναι για να δείξει ότι οι μικρές επιχειρήσεις δεν διαθέτουν ισχύ στην αγορά. Η νέα Πολιτική για τις Μικρές Επιχειρήσεις (1953) όριζε τη μικρή επιχείρηση ως την επιχείρηση που χαρακτηρίζεται από «ανεξάρτητη λειτουργία και ιδιοκτησία, και που δεν είναι ηγέτιδα στον τομέα της δραστηριότητας».

Σύμφωνα με τους Curran και Blackburn (2001), οι ποιοτικοί ορισμοί του Bolton για τις μικρές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν τρία σημαντικά προβληματικά σημεία. Πρώτον, οι μικρές επιχειρήσεις είναι πολλές αλλά και ανομοιογενείς ως προς τους τρόπους με τους οποίους δραστηριοποιούνται. Δεύτερον, μια επιχείρηση μπορεί να θεωρείται μικρή σε έναν τομέα αλλά όχι σε έναν άλλο: Και τέλος, αναρωτιούνται ποιος μπορεί να θεωρηθεί σωστός τρόπος μέτρησης του «μικρού»: ο αριθμός υπαλλήλων, οι πωλήσεις, τα κέρδη ή τα κεφάλαια της επιχείρησης.

Οι Curran και Blackburn προτείνουν μια πιο «εμπειρική προσέγγιση», σύμφωνα με την οποία οι ίδιοι οι ιδιοκτήτες καλούνται να κρίνουν αν η επιχείρησή τους είναι «μικρή». Το κύριο

πλεονέκτημα αυτής της μεθόδου είναι ότι μάλλον αναλαμβάνει καλύτερα τον πολυδιάστατο χαρακτήρα των μικρών επιχειρήσεων. Σε αντίθεση όμως, μειονεκτεί λόγω της αδυναμίας να παράγει στατιστικά στοιχεία για τις μικρές επιχειρήσεις, τα οποία θα μπορούν να εφαρμόζονται εύκολα.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση χρησιμοποιεί έναν τυποποιημένο ορισμό για τις Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις (ΜΜΕ). Οι ορισμοί αυτοί παρατίθενται στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 3.1. Ορισμός για τις ΜμΕ.

Κατηγορία επιχείρησης	Αριθμός εργαζομένων	Κύκλος εργασιών	Συνολικός ισολογισμός
Μεσαία	< 250	≤ 50 εκατομμύρια ευρώ	≤ 43 εκατομμύρια ευρώ
Μικρή	< 50	≤ 10 εκατομμύρια ευρώ	≤ 10 εκατομμύρια ευρώ
Πολύ Μικρή	< 10	≤ 2 εκατομμύρια ευρώ	≤ 2 εκατομμύρια ευρώ

Πηγή: ΕΕ (2008)

Τρία σημεία μπορούμε να κρατήσουμε από αυτούς τους ορισμούς.

1. Η χρήση του όρου ΜΜΕ. Αυτός είναι ο πιο συνηθισμένος όρος της Ευρωπαϊκής Ένωσης, για να περιγράψει τις επιχειρήσεις. Ο ορισμός περιλαμβάνει όλες τις επιχειρήσεις που απασχολούν μέχρι 250 εργαζομένους.
2. Οι υποκατηγορίες των ΜΜΕ είναι:
 - a. οι πολύ μικρές επιχειρήσεις που απασχολούν το πολύ 10 υπαλλήλους,
 - b. οι μικρές επιχειρήσεις που απασχολούν από 10 έως 49 υπαλλήλους και
 - c. οι μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις με 50 ως 249 υπαλλήλους.
3. Ο ορισμός δεν εξαρτάται μόνο από τον αριθμό των εργαζομένων αλλά και στα άλλα στοιχεία, όπως ο κύκλος εργασιών (πωλήσεις) και τα στοιχεία του ενεργητικού (ισολογισμός).

Δυστυχώς, ο τρόπος με τον οποίο η ΕΕ ορίζει τη μικρή επιχείρηση δεν ισχύει και για τις υπόλοιπες ανεπτυγμένες χώρες. Στον Καναδά και τις ΗΠΑ, το ανώτατο όριο για τις μικρές επιχειρήσεις είναι οι 500 εργαζόμενοι. Ωστόσο, σε πολλές χώρες τα όρια διαφέρουν με βάση τον τομέα στον οποίο εντάσσονται οι επιχειρήσεις.

Από την άλλη πλευρά η Ιαπωνία έχει τον δικό της ορισμό σχετικά με τις μικρές επιχειρήσεις. Πιο συγκεκριμένα:

- Στους τομείς του λιανεμπορίου και των υπηρεσιών, οι μικρές επιχειρήσεις είναι εκείνες των οποίων το κεφάλαιο/επενδυτικό κεφάλαιο δεν υπερβαίνει τα 50.000.000 ή το εργατικό δυναμικό δεν υπερβαίνει τους 50 τακτικούς υπαλλήλους.
- Στον τομέα του χονδρεμπορίου, τα όρια καθορίζονται στα 100 εκατομμύρια Ευρώ και αντίστοιχα στους 100 υπαλλήλους, και

- Σε άλλους τομείς (π.χ μεταποίηση) το ανώτατο όριο διαμορφώνονται στα 300 εκατομμύρια Ευρώ ή αντίστοιχα στους 300 υπαλλήλους. (Οργανισμός για την Οικονομική Συνεργασία και Ανάπτυξη – OECD 2004: 11).

Επομένως, αυτό που προκύπτει είναι ότι οι οικονομίες λιγότερο ή μετρίως ανεπτυγμένων χωρών κυριαρχούνται περισσότερο από τις μικρές επιχειρήσεις σε σχέση με τα ανεπτυγμένα κράτη. Γι' αυτόν το λόγο, επιβάλλεται το ανώτατο όριο των μικρών επιχειρήσεων στις χώρες αυτές να είναι χαμηλό σε σχέση με τα επίπεδα των ανεπτυγμένων χωρών.

3.3 Κατάταξη του μεγέθους των επιχειρήσεων

Παρά την απουσία ενός κοινά αποδεκτού ορισμού για την έννοια της μικρής επιχείρησης, ο Οργανισμός για την Οικονομική Συνεργασία και Ανάπτυξη (ΟΟΣΑ) έχει δημοσιεύσει εκτιμήσεις του αριθμού αυτών των επιχειρήσεων ανά κατηγορία μεγέθους.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Eurostat, στις 28 χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης οι ΜΜΕ αναφέρονται συχνά ως η ραχοκοκαλιά της Ευρωπαϊκής οικονομίας, παρέχοντας θέσεις εργασίας και ευκαιρίες ανάπτυξης. Το 2015, η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων στις 28 χώρες της ΕΕ, η οποία έφτανε σε ποσοστό 92,8%, ήταν πολύ μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες είχαν στο δυναμικό τους λιγότερους από 10 εργαζομένους. Αντιθέτως, μόνο το 0,2% από το σύνολο των επιχειρήσεων απασχολούν περισσότερους από 250 εργαζομένους με αποτέλεσμα να ταξινομούνται ως μεγάλες επιχειρήσεις.

Διάγραμμα 3.1.Αριθμος επιχειρήσεων στην ΕΕ-28.

Non-financial business economy

(% share of total, by size class, EU-28, 2015)



Πηγή: Eurostat, 2015

Το οικονομικό βάρος των μεγάλων επιχειρήσεων ήταν σημαντικά υψηλότερο όσον αφορά την απασχόληση και την προστιθέμενη αξία, δεδομένου ότι οι μεγάλες επιχειρήσεις παρείχαν εργασία σε περισσότερο από το ένα τρίτο (33,7%) του εργατικού δυναμικού της οικονομικής επιχειρηματικής οικονομίας των 28 χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης και δημιούργησαν το 43,5% της προστιθέμενης αξίας της.

Αξίζει να σημειωθεί ότι το 2015, στις 28 χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης μετρήθηκαν 23,4 εκατομμύρια ΜΜΕ. Όλες μαζί απασχολούσαν συνολικά 91 εκατομμύρια άτομα και δημιούργησαν προστιθέμενη αξία ύψους 3,934 δισεκατομμυρίων ευρώ. Πράγματι το 2015, στην ΕΕ των 28 χωρών εργάζονταν 137,4 εκατομμύρια άνθρωποι. Από αυτούς τα δύο τρίτα (66,4%) εργάζονταν σε ΜΜΕ.

Η οικονομική συμβολή των ΜΜΕ ήταν ιδιαίτερα εμφανής στη Μάλτα, την Κύπρο και την Εσθονία, με τις ΜΜΕ να παρέχουν πάνω από τα τρία τέταρτα της συνολικής προστιθέμενης αξίας που παράγεται σε κάθε μία από τις μη οικονομικές επιχειρηματικές οικονομίες τους. Αντίθετα, οι μεγάλες επιχειρήσεις παρείχαν σχεδόν το ήμισυ της προστιθέμενης αξίας που δημιουργήθηκε στις οικονομίες των μη οικονομικών επιχειρήσεων της Πολωνίας και του Ηνωμένου Βασιλείου, με το ποσοστό αυτό να ανέρχεται σε 51,2% στην Ιρλανδία.

Βάσει των παραπάνω στατιστικών δεδομένων, μπορούμε να διαπιστώσουμε ότι η μεγάλη πλειονότητα των επιχειρήσεων είναι ΜΜΕ. Πράγματι αν πάρουμε τον ορισμό των ΜΜΕ από τις χώρες της ΕΕ, δεν υπάρχει χώρα όπου οι μεγάλες επιχειρήσεις να αποτελούν περισσότερο από το 2% του συνόλου των επιχειρήσεων.

3.4 Η σπουδαιότητα των ΜΜΕ επιχειρήσεων

Ένα βασικό ερώτημα που προκύπτει από την παραπάνω συλλογή των δεδομένων είναι η ανάγκη μελέτης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Η απάντηση είναι εύκολη και ταυτόχρονα σύντομη. Ο λόγος μελέτης των ΜΜΕ είναι επειδή είναι «σημαντικές».

Σημαντικό γεγονός που καθιστά σημαντικές τις ΜΜΕ είναι ότι αυτές αποτελούν την πλειοψηφία των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται τόσο σε παγκόσμιο επίπεδο, καλύπτοντας τα 3/4 του συνολικού αριθμού των επιχειρήσεων, όσο και σε ευρωπαϊκό καθώς το 99% των επιχειρήσεων των 28 χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, συγκαταλέγονται στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει τον αριθμό των επιχειρήσεων, του κύκλου εργασιών και της συνολικής απασχόλησης των επιχειρήσεων με λιγότερα από 250 άτομα που απασχολούνται στα έντεκα συμμετέχοντα κράτη μέλη. Οι περισσότερες από αυτές τις επιχειρήσεις είναι ανεξάρτητες σε ποσοστό 93,6%. Σε αυτά τα 11 κράτη μέλη, μόνο 500.000 (6,4%) των επιχειρήσεων με λιγότερα από 250 άτομα που απασχολούνται εξαρτώνται (δηλαδή ανήκουν σε εγχώριο ή διεθνή όμιλο). Ωστόσο, αυτές οι εξαρτημένες επιχειρήσεις έχουν δυσανάλογα μεγάλη συμβολή στον κύκλο εργασιών και στην απασχόληση: αντιπροσωπεύουν περισσότερο από το ήμισυ του κύκλου εργασιών (52,4%) και περίπου το ένα τέταρτο της απασχόλησης.

Σύμφωνα με το έργο MDL του 2016, το οποίο προέβλεπε την περαιτέρω διάσπαση των εξαρτώμενων επιχειρήσεων εάν ο συνολικός αριθμός των απασχολούμενων σε ολόκληρο τον όμιλο υπερβαίνει το κατώτατο όριο των 250 απασχολούμενων, τότε η εξαρτημένη επιχείρηση πρέπει να θεωρηθεί μεγάλη επιχείρηση μετά τον ορισμό των ΜΜΕ. Οι περιπτώσεις αυτές ομαδοποιούνται ξεχωριστά.

Πίνακας 3.2. Εξαρτημένων και ανεξάρτητων επιχειρήσεων

Τύπος	Επιχειρήσεις		Κύκλος εργασιών σε Ευρώ	Συνολική Απασχόληση
	Σύνολο	Ποσοστό (%)	Ποσοστό (%)	Ποσοστό (%)
Ανεξάρτητες	7.308.321	93,6	47,6	74,9
Εξαρτημένες	497.762	6,4	52,4	25,1
Όμιλος μικρότερος των 250 ατόμων	334.798	4,3	15,3	10,6
Όμιλος που αποτελείται από περισσότερα από 250 άτομα	34.307	0,4	13,4	4,8
Διεθνής Όμιλος	128.650	1,6	23,6	9,7

Πηγή: Eurostat,2018

Οι περισσότερες εξαρτώμενες επιχειρήσεις (περίπου 335.000 επιχειρήσεις ή το 4,3% του συνολικού αριθμού) ανήκουν σε έναν όμιλο που απασχολεί λιγότερους από 250 ανθρώπους. Ως εκ τούτου, οι επιχειρήσεις αυτές μπορούν να θεωρηθούν ως ΜΜΕ, βάσει του κριτηρίου της απασχόλησης.

Περίπου 34.000 εξαρτώμενες επιχειρήσεις (0,4% του συνόλου) ανήκουν σε ομάδα που απασχολεί πάνω από 250 άτομα. Ως εκ τούτου, αυτές οι 34.000 επιχειρήσεις είναι στην πραγματικότητα μεγάλες επιχειρήσεις και αντιπροσωπεύουν το 13,4% του συνολικού κύκλου εργασιών και το 5% περίπου της συνολικής απασχόλησης.

Η τελευταία ομάδα εξαρτημένων επιχειρήσεων (περίπου 129.000 επιχειρήσεις ή το 1,6% του συνόλου) είναι εκείνες που ανήκουν σε διεθνείς ομίλους. Δεδομένου ότι δεν είναι πάντοτε δυνατόν να γνωρίζουμε το μέγεθος του «ξένου μέρους» του ομίλου, οι επιχειρήσεις που ανήκουν σε διεθνείς ομίλους δεν μπορούν να χωριστούν σε εκείνες που ανήκουν σε ομάδα λιγότερων ή περισσότερων από 250 ατόμων (εκτός εάν το εγχώριο τμήμα του ομίλου απασχολεί ήδη 250 ή περισσότερα άτομα).

Μπορούμε να υποθέσουμε ότι πολλές από αυτές τις επιχειρήσεις (είτε πρόκειται για επιχειρήσεις με ξένο έλεγχο είτε για επικεφαλής διεθνών ομίλων) θα είναι πράγματι μεγάλες επιχειρήσεις. Όπως φαίνεται στον προηγούμενο πίνακα, οι επιχειρήσεις με λιγότερα από 250 άτομα που απασχολούνται και ανήκουν σε διεθνείς ομίλους αντιπροσωπεύουν περίπου το 23,6% του συνολικού κύκλου εργασιών και το 9,7% της συνολικής απασχόλησης. Αυτοί οι αριθμοί υπογραμμίζουν τη σημασία των επιχειρήσεων που ανήκουν σε διεθνείς ομίλους.

Συμπερασματικά, λαμβάνοντας υπόψη το κριτήριο ελέγχου (ανεξάρτητη / εξαρτημένη επιχείρηση) προκύπτει κατά την ανάλυση των δεδομένων των επιχειρήσεων με λιγότερους από 250 απασχολούμενους, ότι οι εξαρτημένες επιχειρήσεις συμπεριφέρονται με διαφορετικό τρόπο από τις ανεξάρτητες.

3.5 Τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα των ΜΜΕ

Προσπαθώντας να δώσουμε μια πλήρη εικόνα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων θα αναλύσουμε μερικά από τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα τα οποία παίζουν καθοριστικό ρόλο στον τομέα της επιχειρηματικότητας.

Οι ΜΜΕ διατηρούν ένα σύνολο πλεονεκτημάτων, που τις καθιστούν σημαντικό παράγοντα της οικονομικής εξέλιξης και ανάπτυξης. Πιο συγκεκριμένα:

- a) Ευελιξία: Λόγω του μεγέθους τους, συγκριτικά με τις μεγάλες εταιρίες (π.χ. Πολυεθνικές) μπορούν να προσαρμόζονται σε συνεχώς μεταβαλλόμενες οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες, γεγονός που τις κάνει περισσότερο ευέλικτες. Ακόμα, το μικρό τους μέγεθος τις βοηθά να ξεπερνούν μεγάλες γραφειοκρατικές δομές, τις οποίες συναντάμε σε μεγάλες επιχειρήσεις, και τις κάνει ικανές να ανταποκρίνονται γρηγορότερα στις εξελίξεις και αλλαγές που συντελούνται.
- b) Ανάπτυξη επιχειρηματικότητας: οι ΜΜΕ συνήθως αναζητούν καλύτερο περιβάλλον το οποίο ανταποκρίνεται στην ανάπτυξη καινοτόμων ιδεών μέσα από την συνεργασία με νέους, οι οποίοι επιζητούν επαγγελματική αποκατάσταση και οικονομική ανεξαρτησία.
- c) Ταχύτερη υιοθέτηση νέων τεχνολογιών: Η υιοθέτηση νέων τεχνολογιών με την χρήση αυτοματοποιημένων συστημάτων αποσκοπεί στην βελτίωση της παραγωγικότητας τόσο σε μικρή όσο και σε μεσαία κλίμακα παραγωγής, συγκριτικά με παλαιότερες μεθόδους μαζικής παραγωγής.

Αξίζει να σημειωθεί ότι λόγω της συνεχόμενης ανάπτυξης των νέων τεχνολογιών και την εισαγωγή τους στην βιομηχανική ζώνη, παρατηρούμε ότι οι διαδικασίες μεταβολής στην κατανομή του μεγέθους των επιχειρήσεων επηρεάζεται σημαντικά από τις νέες σχέσεις ανταλλαγής ευελιξίας στους κλάδους της μαζικής παραγωγής. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την υψηλότερη ευελιξία των νέων μορφών αυτοματοποίησης και την πιθανή αποδοτική επιβίωση των σχετικά μικρότερων επιχειρήσεων.

Μπορεί όμως οι παράγοντες όπως η καινοτομία, η ανταπόκριση στις ανάγκες και η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας να είναι η φωτεινή πλευρά των ΜΜΕ, όμως αυτό δεν αναιρεί το γεγονός της ύπαρξης συγκεκριμένων προβλημάτων που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ, τα οποία προέρχονται από την ίδια την υπόστασή τους.

Συγκεκριμένα χαρακτηριστικά προβλήματα που συναντάμε στις ΜΜΕ αφορούν κυρίως το μέγεθός τους, καθώς λόγω αυτού αποτελούν θήραμα των μεγαλύτερων επιχειρήσεων για εξαγορά. Πιο αναλυτικά, προκύπτει ότι οι μικρές επιχειρήσεις έχουν περιορισμένους πόρους, οι οποίοι περιορισμοί μπορεί να αφορούν είτε τα ίδια κεφάλαια της επιχείρησης είτε τη δυνατότητα ευκαιριών χρηματοδότησης από χρηματοπιστωτικά ιδρύματα (τράπεζες).

Χαρακτηριστικό επίσης, των ΜΜΕ είναι η έλλειψη από υψηλά εξειδικευμένο προσωπικό και αυτό οφείλεται κυρίως στους περιορισμένους χρηματοοικονομικούς πόρους. Διαπιστώνεται επίσης ότι στις περισσότερες ΜΜΕ εφαρμόζεται ένα μοντέλο συγκεντρωτικής και πολλές φορές αυταρχικής διοίκησης, γεγονός που καθιστά ακόμα δυσκολότερη την λειτουργία της.

Αξίζει να σημειωθεί ότι, οι γεωγραφικές δυνατότητες των ΜΜΕ είναι περιορισμένες, καθώς λειτουργούν κυρίως τοπικά σε αντίθεση με τους μεγάλους ανταγωνιστές τους, που μπορούν να έχουν πρόσβαση σε περισσότερες αγορές, να έχουν ταχύτερη εύρεση καινοτόμων ιδεών με πελάτες διαφορετικών απαιτήσεων και πολιτισμικών χαρακτηριστικών.

3.6 Η εργασία στις μικρές επιχειρήσεις

Οι νέες και μικρές επιχειρήσεις έχουν άμεσες αλλά και έμμεσες συνέπειες στην αγορά εργασίας. Υπάρχουν δύο μέθοδοι για να υπολογίσουμε αν οι μικρές ή οι μεγάλες επιχειρήσεις προσφέρουν περισσότερες θέσεις εργασίας. Πιο συγκεκριμένα, η πρώτη μέθοδος είναι η στατική μέθοδος και η δεύτερη η δυναμική. Για να μπορέσουμε να κατανοήσουμε τις δυο μεθόδους θα χρησιμοποιήσουμε τον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 3.3. Παράδειγμα Συνολικής Απασχόλησης επιχειρήσεων.

	Έτος Βάσης	Τελικό Έτος	Διαφορά έτους βάσης και τελικού έτους
Επιχείρηση Α	260	315	+55
Επιχείρηση Β	200	260	+60
Επιχείρηση Γ	0	50	+50
ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	460	625	+165
«Στατικός» Υπολογισμός του μεριδίου μικρών επιχειρήσεων	43%	8%	-35%
«Δυναμικός» Υπολογισμός του μεριδίου των μικρών επιχειρήσεων			
Αλλαγή στις μικρές επιχειρήσεις			+110 (66%)
Αλλαγή στις μεγάλες επιχειρήσεις			+55 (33%)

Πηγή: Χασσιδ Ιωσήφ & Φαφαλίου Ειρήνη (2011)

Για να εξηγήσουμε την στατική μέθοδο υπολογισμού των θέσεων εργασίας, ας υποθέσουμε ότι έχουμε μια οικονομία με μόνο 3 επιχειρήσεις (Α, Β και Γ). Στο έτος βάσης, επιχείρηση Α ξεκινά ως μεγάλη επιχείρηση, έτσι όπως την ορίζει η ΕΕ, απασχολώντας 260 εργαζομένους. Στο τελικό έτος βλέπουμε ότι έχει μια αύξηση στους 315 εργαζομένους.

Αντίστοιχα, η επιχείρηση Β ξεκινάει ως μικρή επιχείρηση (με λιγότερους από 250 εργαζομένους) απασχολώντας 200 άτομα, ενώ καταλήγει στο τελικό έτος να απασχολεί 260 εργαζομένους. Επομένως, αλλάζει από μικρή και γίνεται μεγάλη επιχείρηση, σύμφωνα πάντα με την ΕΕ.

Εν τω μεταξύ, στην χρονική διάρκεια του έτους βάσης και του τελικού έτους, ιδρύεται η επιχείρηση Γ. Καθώς η επιχείρηση Γ κατά το έτος βάσης δεν είχε δημιουργηθεί, ο αριθμός των εργαζομένων ήταν 0, ενώ κατά το τελικό έτος απασχολούσε 50 εργαζομένους.

Συνολικά, έχουμε 460 εργαζομένους στο έτος βάσης και 625 εργαζομένους στο τελικό έτος. Με βάση αυτά τα τυχαία στοιχεία, η αγορά εργασίας αυξήθηκε κατά 165 θέσεις. Λειτουργώντας πάντα με την στατική απεικόνιση, διαπιστώνουμε ότι οι δύο μικρές επιχειρήσεις (Β και Γ) παράγουν το 43% των συνολικών θέσεων εργασίας (200/460 εργαζομένους). Συνεχίζοντας, μπορούμε να δούμε ότι κατά το τελικό έτος μόνο η Επιχείρηση Γ είναι μικρή, καθώς απασχολεί 50 άτομα προσωπικό. Έτσι, οι μικρές

επιχειρήσεις παρέχουν μόλις το 8% των συνολικών θέσεων εργασίας. Επομένως, διαπιστώνουμε ότι η εργασία στις μικρές επιχειρήσεις μειώθηκε κατά 35%.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του παραπάνω πίνακα που αναφέρονται στο μέγεθος των επιχειρήσεων ανά έτος βάσης και τελικό έτος, η στατική μέθοδος θεωρείται δυνατή.

Χρησιμοποιώντας όμως στα ίδια στοιχεία την δυναμική μέθοδο υπολογισμού του Birch (1979), βλέπουμε ότι στο έτος βάσης υπάρχει μια μεγάλη επιχείρηση, και ότι το προσωπικό της αυξάνεται από 260 σε 315 άτομα, δημιουργώντας 55 νέες θέσεις εργασίας. Στο έτος βάσης ωστόσο, οι μικρές επιχειρήσεις ήταν δυο (Β και Γ).

Στο τελικό έτος, οι συνολικές θέσεις εργασίας που παρείχαν ήταν 310, κάτι που αντιστοιχεί σε μια αύξηση της τάξης των 110 εργαζομένων. Έτσι κατατάσσοντας τις επιχειρήσεις σύμφωνα με το έτος βάσης διαπιστώνουμε ότι οι μικρές επιχειρήσεις δημιούργησαν 110 θέσεις εργασίας, ενώ οι μεγάλες 55.

Άρα σύμφωνα με το παράδειγμα που αναφέραμε, τα δύο τρίτα της αύξησης της απασχόλησης οφείλονται στις μικρές επιχειρήσεις, ποσοστό που διαφέρει αρκετά από το αποτέλεσμα της στατικής μεθόδου.

Σύμφωνα με τους Kirchoff και Greene (1998), ο τρόπος δημιουργίας νέων θέσεων απασχόλησης μπορεί να οδηγήσει σε πολύ διαφορετικές ερμηνείες της σημασίας των μικρών επιχειρήσεων. Επομένως, βλέπουμε καθαρά ότι η συνεισφορά των μικρών επιχειρήσεων στην αγορά εργασίας είναι μεγαλύτερη χρησιμοποιώντας την «δυναμική» μέθοδο και μικρότερη αν χρησιμοποιήσουμε την «στατική» μέθοδο.

Αυτός ο τρόπος υπολογισμού των μεγεθών σύμφωνα πάντα με την έρευνα του Birch (1979) προκάλεσε αρκετές αντιδράσεις όταν δημοσιεύτηκε, καθώς τα στοιχεία θεωρήθηκαν ότι δεν ήταν αντιπροσωπευτικά, και ότι δεν λάμβαναν υπόψη τις τυχαίες μεταβλητές που επηρεάζουν την απασχόληση.

Ωστόσο, παρά τις διάφορες κριτικές, μια σειρά από νέες έρευνες έδειξε ότι οι μικρές επιχειρήσεις συμβάλλουν σημαντικά στην δημιουργία νέων θέσεων εργασίας (Davidsson κ.α., 1998 [Σουηδία], Picot και Dupuy, 1998 [Καναδάς], Kirchoff και Greene, 1998 [ΗΠΑ]). Επίσης, σύμφωνα με τους Voulgaris κ.ά. (2005), οι μικρές επιχειρήσεις παράγουν στην πράξη περισσότερες νέες θέσεις εργασίας αλλά έχουν και μεγαλύτερη απώλεια θέσεων εργασίας από τις πιο μεγάλες επιχειρήσεις στον τομέα της μεταποίησης.

Το γενικό συμπέρασμα που προκύπτει είναι ότι οι μικρότερες επιχειρήσεις είναι περισσότερο πιθανό να εκδηλώσουν αστάθεια και να προκαλέσουν αναταραχές στο ποσοστό αύξησης ή απώλειας θέσεων εργασίας απ' ότι οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις.

Ωστόσο, σύμφωνα με την Eurostat, ο αριθμός των απασχολούμενων ανά μέγεθος επιχείρησης για το 2016 στις 28 χώρες της ΕΕ, αντιστοιχούσε συνολικά σε 142,243,833 άτομα, απ' όπου το 49,7% και το 17% είχαν απασχόληση σε μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις αντίστοιχα, ενώ μόλις το 33,4% είχαν απασχόληση σε μεγάλη επιχείρηση. Άρα διαπιστώνουμε ότι οι ΜΜΕ και κυρίως οι «μικρές» επιχειρήσεις προσφέρουν περισσότερες θέσεις εργασίας, γεγονός που είναι απόλυτα λογικό, καθώς έχουν το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς στην ΕΕ των 28 (99,8% των επιχειρήσεων είναι ΜΜΕ) συγκριτικά με τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις (0,2% των επιχειρήσεων).

Βέβαια, αυτό που πραγματικά ίσως έχει σημασία και θα παρουσιαστεί στην συνέχεια, δεν είναι μόνο η ποσότητα των θέσεων εργασίας στις μικρές επιχειρήσεις, αλλά και η ποιότητα,

δηλαδή αν αυτές οι θέσεις εργασίας είναι «καλές». Αυτό αποτελεί βασικό μέτρο στην αλλαγή της απασχόλησης, καθώς αν μια θέση σε μικρή επιχείρηση δεν είναι «καλή» ή είναι «χαμηλότερης ποιότητας» από την αντίστοιχη σε μια μεγάλη επιχείρηση, τότε ο ρόλος των μικρών επιχειρήσεων στην κοινωνία δεν μπορεί να θεωρηθεί ωφέλιμος για την κοινωνία. Άρα θα πρέπει να εξετάσουμε διάφορους δείκτες μέτρησης που αφορούν την «ποιότητα» της εργασίας στις μικρές επιχειρήσεις.

3.7 Ποιότητα θέσεων εργασίας στις ΜΜΕ

Για να μπορέσουμε να εξετάσουμε πλήρως την έννοια της ποιότητας σε μια εργασία θα πρέπει να απαντήσουμε σε ένα απλό αλλά σημαντικό ερώτημα. Το ερώτημα είναι το εξής: Πως ορίζεται η ποιότητα της εργασίας;

Πρώτα απ' όλα, υπάρχει σαφής συναίνεση ότι η ποιότητα των θέσεων εργασίας είναι μια πολυδιάστατη έννοια που καλύπτει πολλές διαφορετικές πτυχές, που ποικίλλουν τόσο από τους μισθούς, την επίσημη κατάρτιση και την (ευελιξία) ωρών εργασίας όσο τις επιπτώσεις της εργασίας στην υγεία, την αυτονομία της εργασίας και τη σπουδαιότητα της εργασίας. Υπάρχει, ωστόσο, λιγότερη συναίνεση όσον αφορά ακριβώς ποιες διαστάσεις πρέπει να διακριθούν και ποιοι δείκτες θα πρέπει να χρησιμοποιηθούν για τη μέτρηση της ποιότητας εργασίας.

Το 2001, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή πρότεινε τη διάκριση δέκα βασικών στοιχείων της ποιότητας της εργασίας και πρότεινε διάφορους δείκτες που θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν για τη μέτρηση αυτών των στοιχείων. Οι δείκτες αυτοί είναι γνωστοί σήμερα ως οι δείκτες ποιότητας της απασχόλησης "Laeken", που ονομάστηκαν μετά το Laeken (Βέλγιο), όπου η ανακοίνωση της Επιτροπής παρουσιάστηκε για πρώτη φορά στο Ευρωπαϊκό Συμβούλιο τον Δεκέμβριο του 2001. Οι δείκτες Laeken αποτελούν τη μεγαλύτερη απόπειρα των ευρωπαϊκών θεσμικών οργάνων να παρουσιάσουν την εκπόνηση ενός κοινοτικού συστήματος δεικτών ποιότητας εργασίας.

Πιο συγκεκριμένα το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο (2009) αναφέρει ότι «οποιοσδήποτε δείκτες εργασίας πρέπει να περιορίζεται αυστηρά στις πτυχές της εργασίας που έχουν αντίκτυπο στην ευημερία των εργαζομένων».

Αξίζει να σημειωθεί ότι οι δείκτες Laeken χρησιμοποιούν έναν γενικό ορισμό της ποιότητας εργασίας καθώς οι δείκτες αντιπροσωπεύουν και άλλα σημεία της αγοράς εργασίας όπως οι δείκτες των επιπέδων ανεργίας. Το 2009, μια μελέτη που διεξήχθη για το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, πρότεινε ότι η έννοια της ποιότητας των θέσεων εργασίας θα πρέπει να επικεντρώνεται κυρίως στην ευημερία των εργαζομένων. Οι δείκτες της ποιότητας της απασχόλησης πρέπει να περιλαμβάνουν αποκλειστικά τις πτυχές μιας εργασίας, οι οποίες έχουν αντίκτυπο στην ευημερία των εργαζομένων. Για παράδειγμα, τα χαρακτηριστικά των θέσεων εργασίας που δεν έχουν άμεσο αντίκτυπο στην ευημερία των εργαζομένων δεν πρέπει να χρησιμοποιούνται ως δείκτες της ποιότητας της εργασίας.

Σύμφωνα με τον Adrian Wilkinson, (1999), υπάρχουν διάφορες σχέσεις απασχόλησης στις ΜΜΕ. Πιο συγκεκριμένα ο Wilkinson θέτει το εξής ερώτημα: Η μικρή επιχείρηση είναι καλύτερα να είναι ένα όμορφο σπίτι ή ένα αφιλόξενο σπίτι?

Η βιβλιογραφία για τις μικρές επιχειρήσεις τείνει να παρουσιάσει δύο ιδανικούς τύπους σεναρίων (βλ. παρακάτω πίνακα(3.4)).

Πίνακας 3.4. Ιδανικά σενάρια Διαχείρισης Ανθρώπινου Δυναμικού

Θετική διαχείριση Ανθρώπινου Δυναμικού	Αρνητική διαχείριση Ανθρώπινου Δυναμικού
Αρμονία	Κρυφές διαμάχες
Καλή διαχείριση ΑΔ	Αφιλόξενος χώρος
Μικρή γραφειοκρατία	Περισσότερη αστάθεια
Οικογενειακό περιβάλλον	Απολυταρχισμός

Πηγή: Χασσιδ Ιωσήφ & Φαφαλίου Ειρήνη (2011)

Το πρώτο σενάριο είναι το «μικρό και όμορφο σπίτι», όπου διευκολύνονται οι στενές και αρμονικές σχέσεις εργασίας μέσα στις μικρές επιχειρήσεις. Αυτό το σενάριο είχε παρουσιαστεί και στην Έκθεση Bolton (1971), η οποία πρότεινε ότι οι ΜΜΕ έχουν καλύτερο περιβάλλον απ' ό,τι οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Ωστόσο, τέτοιες επιχειρήσεις επέδειξαν καλή διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού με καλύτερη επικοινωνία (Ingham,1970, Schumacher,1973), ενώ υπήρχε επίσης μεγαλύτερη ευελιξία και χαμηλά επίπεδα συγκρούσεων. Από τυπικούς όρους, αυτό μπορεί να είναι αληθές, καθώς υπάρχει έλλειψη εμφανών συγκρούσεων. Το οικογενειακό περιβάλλον συνέβαλε επίσης σε αυτή τη θετική εικόνα. Αυτό μπορεί να διαπιστωθεί στο καλά αναφερθέν τμήμα της εργασίας της Επιτροπής:

Από πολλές απόψεις, μια μικρή επιχείρηση παρέχει ένα καλύτερο περιβάλλον για τον εργαζόμενο απ' ό,τι είναι δυνατό στις περισσότερες μεγάλες επιχειρήσεις. Αν και οι φυσικές συνθήκες εργασίας είναι μερικές φορές κατώτερες στις μικρές επιχειρήσεις, οι περισσότεροι προτιμούν να εργάζονται σε μια μικρή ομάδα όπου η επικοινωνία παρουσιάζει λιγότερα προβλήματα. Συγκεκριμένα: ο εργαζόμενος σε μια μικρή επιχείρηση μπορεί να δει πιο εύκολα τη σχέση μεταξύ της εργασίας του και του συνόλου των στόχων και των επιδόσεων της επιχείρησης. Όπου η διαχείριση είναι πιο άμεση και ευέλικτη, οι κανόνες εργασίας μπορούν να ποικίλουν ανάλογα με το άτομο. Επίσης, κάθε υπάλληλος είναι πολύ πιθανό να έχει έναν πιο ποικίλο ρόλο στην επιχείρηση, έχοντας έτσι την ευκαιρία να συμμετάσχει σε διάφορα είδη εργασίας. Ακόμα, ο κύκλος εργασιών του προσωπικού σε μικρές επιχειρήσεις είναι πολύ χαμηλός και οι απεργίες και άλλα είδη βιομηχανικών διαφορών είναι σχετικά σπάνια.

Το γεγονός ότι οι μικρές επιχειρήσεις προσφέρουν χαμηλότερα εισοδήματα από τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις υποδηλώνει ότι η βολική θέση και γενικά η μη υλική ικανοποίηση της δουλειάς σε αυτές υπερβαίνουν τις ενδεχόμενες οικονομικές θυσίες (Storey, 1994, σελ. 186).

Από την άλλη πλευρά, στο δεύτερο σενάριο του «αφιλόξενου σπιτιού» αξίζει να σημειωθεί ότι οι μικρές επιχειρήσεις λειτουργούν «δικτατορικά» με υπαλλήλους που υποφέρουν από κακές συνθήκες εργασίας, συμπεριλαμβανομένων των ανεπαρκών συνθηκών ασφαλείας που έχουν ελάχιστη εμπλοκή στη λειτουργία της επιχείρησης (Rainnie, 1989). Έτσι, ενώ υπάρχουν χαμηλά επίπεδα συνδικαλιστικής οργάνωσης και λίγες απεργίες, αυτό σχετίζεται με την απουσία συστημικών παραγόντων. Αυτές περιλαμβάνουν, για παράδειγμα, δυσκολίες συνδικαλιστικής οργάνωσης ή απομόνωσης των στελεχών των καταστημάτων (Rainnie, 1985). Συνεπώς, δεν υπάρχει το συλλογικό στοιχείο που απαιτείται για την απεργία (Goss, 1988, Edwards, 1995) και οι συγκρούσεις εκφράζονται με πιο ατομικά μέσα όπως την απουσία από τις εργασίες και τον κύκλο εργασιών.

Επίσης, η καλή διαχείριση των ανθρωπίνων πόρων είναι στην πραγματικότητα ένα «αφιλόξενο σπίτι» (Sisson, 1993), με την παραδοχή ότι από τη στιγμή που κανείς δεν παραπονέθηκε, οι εργαζόμενοι είναι ικανοποιημένοι. Οι σχέσεις υψηλής εμπιστοσύνης ήταν τόσο λίγες, όπως και στις μεγάλες επιχειρήσεις. Πράγματι, πολλές από τις επιχειρήσεις που πληρώνουν μικρότερα ποσά από τον κατώτατο μισθό, μπορούν να βρεθούν σε αυτόν τον τομέα (Cully et al., 1998).

Ακόμα, η «ευελιξία» παρομοιάζεται περισσότερο με την αστάθεια, δεδομένου ότι υπάρχουν λίγες διαδικασίες ή συστήματα μέσα στα οποία θα λειτουργήσει. Το στοιχείο του «οικογενειακού περιβάλλοντος» είναι στην ουσία μια μικρή μορφή αυταρχισμού, καθώς ελάχιστοι από τους εργαζομένους αμφισβητούν τον ιδιοκτήτη της επιχείρησης.

Αυτές οι πολωμένες απόψεις έχουν αμφισβητηθεί. Όπως υποστηρίζει ο Curran, «οι μικρές επιχειρήσεις προσφέρουν πιο ποικίλους ρόλους εργασίας και περισσότερες ευκαιρίες για στενές σχέσεις μεταξύ των εργαζομένων, σε ένα ευέλικτο κοινωνικό περιβάλλον με λιγότερη γραφειοκρατία συγκριτικά με τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Όμως, σε αυτές τις συνθήκες συναντάμε επίσης μεγαλύτερες πιθανότητες για διαπροσωπικές συγκρούσεις» (Roberts et al., 1992, σελ. 242). Ο «οικογενειακός» τρόπος επικοινωνίας μπορεί να θεωρηθεί ταυτόχρονα τόσο ως πόρος όσο και ως περιορισμός. Ακόμα η διοίκηση ωφελείται από την «ευελιξία» που παρέχουν οι συγκεκριμένοι οικογενειακοί δεσμοί, αλλά η «οικογένεια» μπορεί επίσης να επιβάλλει υποχρεώσεις που αντιβαίνουν στην οικονομική λογική (Ram και Holliday, 1993, σ. 629).

Συμπερασματικά, θα μπορούσαμε να πούμε ότι οι σχέσεις εργασίας στις ΜΜΕ μπορεί να είναι «πολύπλοκες, άτυπες και αντιφατικές» και όχι απλές, αρμονικές ή αυταρχικές (Ram, 1991, σελ. 601).

3.8 Αμοιβή

3.8.1 Συστήματα αμοιβών

Οι αμοιβές των εργαζομένων μπορούν να περιλαμβάνουν διάφορες συνιστώσες, οι οποίες μπορούν να ταξινομηθούν στις ακόλουθες τρεις κατηγορίες:

1. **Σταθερή αμοιβή / μισθός:** περιλαμβάνει συγκεκριμένες ρυθμίσεις πληρωμής για υπερωρίες, εργασία σε βάρδιες, εργασία την νύχτα, εργασία κατά τη διάρκεια των διακοπών κ.λπ.
2. **Πληρωμές που σχετίζονται με την απόδοση:** πληρωμές μισθών που σχετίζονται με την απόδοση μεμονωμένων εργαζομένων, ομάδων εργαζομένων ή ολόκληρης της εταιρείας, όπου η απόδοσή τους μπορεί να μετρηθεί αντικειμενικά (μέσω μετρήσιμων μέτρων παραγωγής) ή υποκειμενικά (μέσω αξιολογήσεων).
3. **Παροχές σε εργαζομένους (ή περιθωριακές παροχές):** διάφορες μη μισθολογικές παροχές για τους μισθωτούς, για παράδειγμα, στέγαση που παρέχεται από εργοδότη, ασφάλιση υγείας, εγκαταστάσεις ημερήσιας φροντίδας και εκπαιδευτική χρηματοδότηση.

Γενικότερα, τα συστήματα αμοιβών στις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις στην ΕΕ τείνουν να είναι απλά και έντιμα. Οι μεγαλύτερες εταιρίες τείνουν να έχουν πιο σύνθετα και προηγμένα συστήματα αμοιβών. Κάνοντας την σύγκριση με τις ΜΜΕ των ΗΠΑ, διαπιστώνουμε ότι οι Ευρωπαϊκές ΜΜΕ δείχνουν έλλειψη προσοχής στα συστήματα πληρωμών με βάση το κέρδος. Οι επόμενες δυο υπό-ενότητες παρουσιάζουν τους παρόντες δείκτες για τα επίπεδα των μισθών και τη χρήση των πληρωμών που σχετίζονται με την απόδοση,

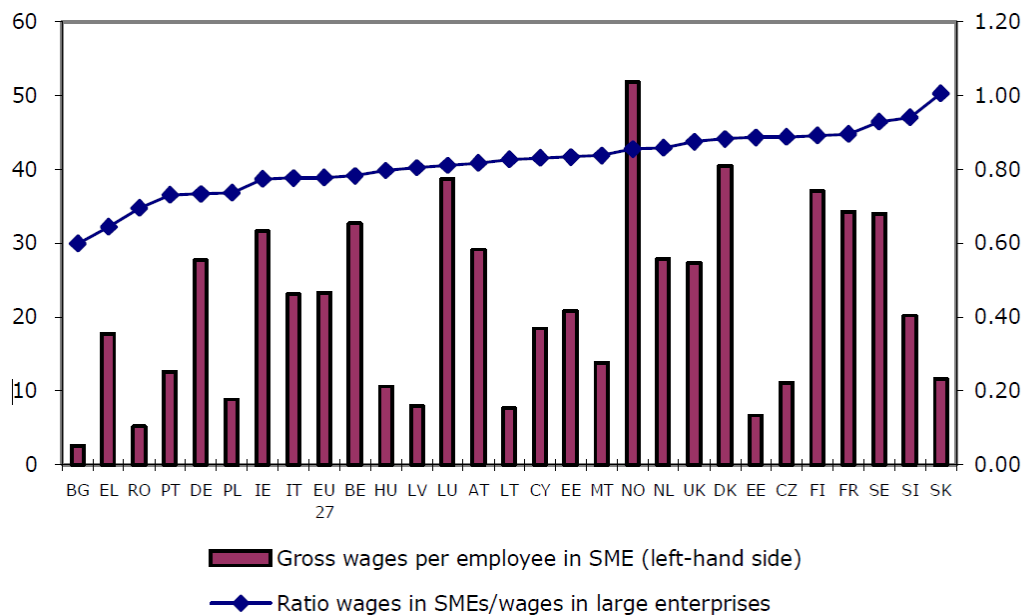
3.8.2 Επίπεδα μισθών

Οι εργαζόμενοι στις μικρές επιχειρήσεις τείνουν να εισπράττουν χαμηλότερους μισθούς συγκριτικά με τους εργαζομένους που απασχολούνται σε μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Σύμφωνα με τους Butani κ.ά. (2006), αυτό το γεγονός ισχύει σε όλες τις Ευρωπαϊκές χώρες και στις ΗΠΑ. Από τις 28 χώρες της ΕΕ από τις οποίες οι πληροφορίες σχετικά με τις τάξεις μεγέθους είναι διαθέσιμες, η μόνη εξαίρεση από τον κανόνα αυτό είναι η Σλοβακία, όπου οι μέσοι μισθοί για τις ΜΜΕ και τις μεγάλες επιχειρήσεις είναι ουσιαστικά οι ίδιοι (βλ. επόμενο σχήμα). Το μισθολογικό χάσμα μεταξύ των μισθών (μετρούμενο ως λόγος των μισθών στις ΜΜΕ και τις μεγάλες επιχειρήσεις) κυμαίνεται μεταξύ 60% για τη Βουλγαρία και 100% για τη Σλοβακία και σχετίζεται μόνο με το κατά κεφαλήν ΑΕΠ (ο συσχετισμός είναι 0,19). Όπως αναμένεται, τα επίπεδα των μέσων μισθών συσχετίζονται σε μεγάλο βαθμό με το κατά κεφαλήν ΑΕΠ (ο συσχετισμός είναι 0,82).

Στο πλαίσιο της τάξης μεγέθους των ΜΜΕ, η σχέση μεταξύ του μεγέθους των επιχειρήσεων και των μέσων μισθών είναι λιγότερο απλή. Για 11 από τις εξεταζόμενες χώρες, οι πολύ μικρές επιχειρήσεις καταβάλλουν κατά μέσον όρο υψηλότερους μισθούς από τις μικρές επιχειρήσεις.

Υπάρχει επίσης μια παρόμοια μη-γραμμική σχέση μεταξύ μισθών και μεγέθους επιχειρήσεων στις ΗΠΑ, όπου οι εβδομαδιαίοι μισθοί σε εγκαταστάσεις με λιγότερους από πέντε εργαζομένους είναι κατά μέσο όρο μεγαλύτεροι από ό, τι σε εγκαταστάσεις με 5 έως 9 εργαζομένους ή με 10 έως 19 εργαζομένους.

Διάγραμμα 3.2. Οι ακαθάριστοι μισθοί ανά απασχολούμενο (x 1.000 ευρώ) για τις ΜΜΕ και ο λόγος των ακαθάριστων μισθών ανά υπάλληλο μεταξύ ΜΜΕ και μεγάλων επιχειρήσεων ανά χώρα (2008).



Source: European Commission: *European SMEs under Pressure, Annual report on EU Small and Medium-sized Enterprises 2009.*

Μία από τις εξηγήσεις για το παρατηρούμενο μισθολογικό χάσμα, είναι ότι η φύση των θέσεων εργασίας ποικίλλει μεταξύ των μεγεθών. Οι κατηγορίες μεγέθους διαφέρουν στα χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων (συμπεριλαμβανομένου του τομέα), τα χαρακτηριστικά

των θέσεων εργασίας (συμπεριλαμβανομένου του αριθμού των ωρών εργασίας την εβδομάδα) και τα χαρακτηριστικά των εργαζομένων (συμπεριλαμβανομένου του επιπέδου εκπαίδευσης). Ακόμη και αν καταβάλλονται παρόμοιοι μισθοί για παρόμοιους υπαλλήλους σε παρόμοιες θέσεις εργασίας, αυτοί οι παράγοντες μπορεί να προκαλέσουν διαφορές των μέσων μισθών μεταξύ των τάξεων μεγέθους. Εντούτοις, σε κάποιο βαθμό, οι μέσοι μισθοί ποικίλλουν μεταξύ των τάξεων μεγέθους επειδή οι μικρότερες επιχειρήσεις πληρώνουν χαμηλότερους μισθούς για παρόμοιους υπαλλήλους σε παρόμοιες θέσεις εργασίας σε σχέση με τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις.

Επίσης, έχουν εντοπιστεί διάφοροι παράγοντες που συμβάλλουν σε αυτό το ασφαλιστικό επιδόματος μεγέθους επιχειρήσεων.

Σύμφωνα με τους Oi και Idson (1999) οι κυριότεροι παράγοντες είναι:

- Η παραγωγικότητα της εργασίας αυξάνεται με το μέγεθος της επιχείρησης, για παράδειγμα λόγω της αύξησης του δείκτη κεφαλαίου / εργασίας, λόγω των οφελών της εξειδίκευσης και επειδή οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις επενδύουν περισσότερο στο ανθρώπινο κεφάλαιο συγκεκριμένης επιχείρησης.
- Οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις διαθέτουν περισσότερους οικονομικούς πόρους, πράγμα που τους επιτρέπει να πληρώνουν υψηλότερους μισθούς.
- Αμοιβές απόδοσης: για τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις είναι πιο δύσκολο να παρακολουθείται στενά η συμπεριφορά και οι επιδόσεις κάθε μεμονωμένου υπαλλήλου. Αυτό εισάγει τον κίνδυνο συρρίκνωσης των εργαζομένων. Για να αποφευχθεί αυτό, οι επιχειρήσεις πληρώνουν υψηλότερους μισθούς (με αυτόν τον τρόπο, οι εργαζόμενοι έχουν περισσότερα να χάσουν εάν διαπιστωθεί η συρρίκνωση της συμπεριφοράς τους, γεγονός που καθιστά λιγότερο ελκυστική για αυτούς να αποφεύγουν).
- Ιδιοκτησία: οι οικογενειακές και διαχειριζόμενες επιχειρήσεις πληρώνουν χαμηλότερους μισθούς από τους άμεσους ανταγωνιστές τους και χρησιμοποιούν λιγότερο τα συστήματα αμοιβών που σχετίζονται με την απόδοση. Δεδομένου ότι οι οικογενειακές και διαχειριζόμενες επιχειρήσεις είναι σχετικά μικρές ΜΜΕ, αυτό εξηγεί εν μέρει το μισθολογικό χάσμα της τάξης μεγέθους (Carrasco-Hernandez, A. and G. Sanchez-Marin (2007)).

3.9 Ασφάλεια εργασίας

Η ασφάλεια της απασχόλησης αποτελεί μια πολύ σημαντική διάσταση για την αντίληψη των εργαζομένων για την ποιότητα της εργασίας. Προηγούμενες μελέτες σχετικά με τις συνθήκες εργασίας, την ικανοποίηση από την εργασία και την ποιότητα ζωής κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι το ζήτημα της ασφάλειας (συμπεριλαμβανομένης της ασφάλειας της απασχόλησης και της ασφάλειας του εισοδήματος) είναι το βασικό στοιχείο που επηρεάζει την ποιότητα ζωής των ανθρώπων με απλό τρόπο (Drobni, S., B. Beham and P. Präg (2010)). Ο ευρύτερα χρησιμοποιούμενος δείκτης για τη μέτρηση της ασφάλειας είναι το ποσοστό των εργαζομένων με προσωρινές θέσεις (European Parliament (2009)). Σε αυτό το τμήμα παρουσιάζονται δύο δείκτες για τους εργαζομένους με προσωρινές θέσεις: το μερίδιο των επιχειρήσεων που εργάζονται με εταιρείες προσωρινής απασχόλησης και το μερίδιο των επιχειρήσεων που απασχολούν προσωπικό με συμβάσεις ορισμένου χρόνου. Πρώτα απ' όλα, όμως, εισάγεται ένας διαφορετικός δείκτης: οι απώλειες θέσεων εργασίας λόγω της οριστικής παύσης λειτουργίας (θάνατος) της επιχείρησης.

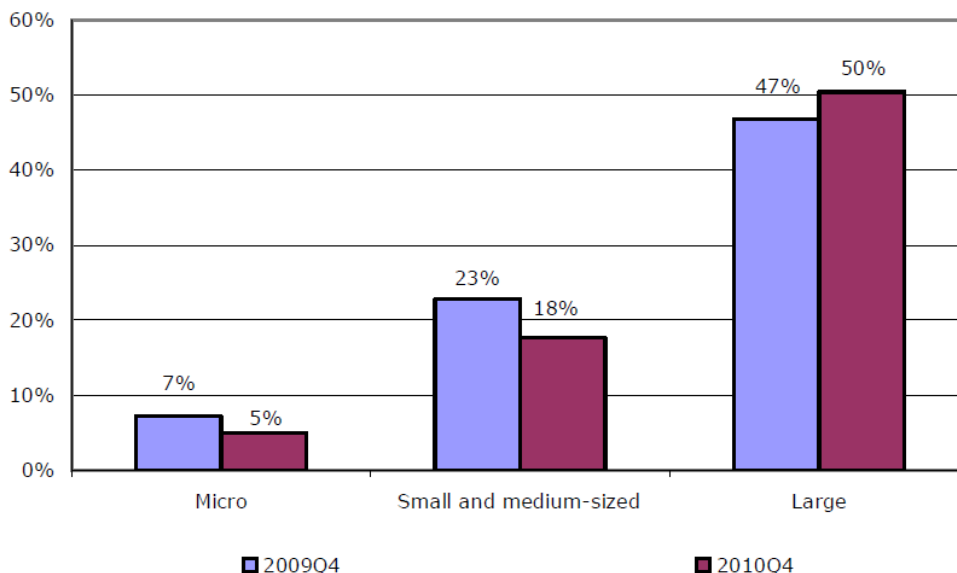
3.9.1 Απώλειες θέσεων εργασίας λόγω οριστικής παύσης λειτουργίας της επιχείρησης.

Ένας δείκτης που είναι ιδιαίτερα σημαντικός κατά τη σύγκριση των μεγεθών είναι ο κίνδυνος να χάσει κανείς τη δουλειά του εξαιτίας του θανάτου του. Αν και δεν είναι δυνατόν να παρουσιαστούν ακριβείς εκτιμήσεις του κινδύνου αυτού, είναι σαφές ότι ο κίνδυνος αυτός είναι υψηλότερος για τους εργαζόμενους στην τάξη μεγέθους των ΜΜΕ και ιδιαίτερα στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Για παράδειγμα, το 2003, πάνω από το 80% όλων των θέσεων εργασίας που χάθηκαν λόγω θανάτου επιχειρήσεων σημειώθηκαν σε επιχειρήσεις που απασχολούν λιγότερους από 20 υπαλλήλους (Harmut Schgör, 2017)), ενώ αυτές οι κατηγορίες μεγέθους απασχολούν πολύ μικρότερο ποσοστό της συνολικής απασχόλησης (οι κατηγορίες μεγέθους μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων αποτελούν από κοινού 50% της συνολικής απασχόλησης).

3.9.2 Εργασία με φορείς προσωρινής απασχόλησης

Μεταξύ των μεγάλων επιχειρήσεων, είναι μάλλον κοινό να προσλαμβάνονται εργαζόμενοι από εταιρείες προσωρινής απασχόλησης. Οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, και ιδιαίτερα οι πολύ μικρές επιχειρήσεις, κάνουν πολύ λιγότερη χρήση αυτής της δυνατότητας (βλ. παρακάτω διάγραμμα). Οι διαφορές της τάξης μεγέθους παρουσιάζουν επίσης το μερίδιο των εργαζομένων από εταιρείες προσωρινής απασχόλησης (σε σχέση με το συνολικό εργατικό δυναμικό των επιχειρήσεων (Το εργατικό δυναμικό μιας επιχείρησης ορίζεται εδώ ως το άθροισμα του αριθμού των εργαζομένων και του αριθμού των εργαζομένων που προσλαμβάνονται από προσωρινά γραφεία εργασίας)), αλλά οι διαφορές αυτές είναι πολύ μικρότερες: μεταξύ των πολύ μικρών επιχειρήσεων, το 1,6% του εργατικού δυναμικού αποτελείται από εργαζόμενους από εταιρείες προσωρινής απασχόλησης έναντι 1,8% για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις και 3,8% για μεγάλες επιχειρήσεις (Πηγή: Enterprise Survey 2010). Μεταξύ των ΜΜΕ, το μερίδιο των επιχειρήσεων που προσέλαβαν εργαζόμενους από εταιρείες προσωρινής απασχόλησης μειώθηκε κατά το 2010, ενώ το μερίδιο αυτό αυξήθηκε κάπως μεταξύ των μεγαλύτερων επιχειρήσεων.

Διάγραμμα 3.3. Ποσοστά εργασίας προσωρινής απασχόλησης με βάση την επιχείρηση.



Source: Enterprise Survey 2010, SMEs and EU Labour Market, EIM/GDCC (N=7559); conducted during the final quarter of 2010 (2010Q4).

Η προσωρινή απασχόληση επηρεάζεται πολύ έντονα από την κρίση. Για παράδειγμα, το 2008 μόνο το 14% των εργαζομένων στην ΕΕ απασχολούνταν προσωρινά, αλλά αντιπροσώπευαν το 44% της συνολικής μείωσης του αριθμού των εργαζομένων από το δεύτερο τρίμηνο του 2008 έως το τέλος του 2009. Κατά το πρώτο τρίμηνο του 2010, η προσωρινή απασχόληση άρχισε να ανακτάται ξανά (European Commission (2010)). Κατά συνέπεια, πρέπει να δίνεται προσοχή κατά την ερμηνεία των αριθμών που παρουσιάζονται σε αυτό το τμήμα: οι προσδιορισμένες διαφορές τάξης μεγέθους μπορεί να οφείλονται σε διαρθρωτικές διαφορές μεταξύ κατηγοριών μεγέθους, αλλά θα μπορούσαν επίσης να οφείλονται σε διαφορές στην αντίδραση επιχειρήσεων από διαφορετικά μεγέθη στην κρίση και σε διαφορές στην ταχύτητα ανάκτησης.

3.10 Ανάπτυξη δεξιοτήτων

3.10.1 Δραστηριότητες κατάρτισης και ανάπτυξης

Οι γρήγορες αλλαγές στις τεχνολογίες παραγωγής και στις απαιτήσεις των πελατών απαιτούν οι εργαζόμενοι να διατηρούν συνεχώς τις δεξιότητές τους ενημερωμένες. Για να διασφαλιστεί ότι αυτό συμβαίνει, οι επιχειρήσεις μπορούν να κάνουν χρήση διαφόρων μορφών των δραστηριοτήτων κατάρτισης και ανάπτυξης.

Οι πιο κοινές μέθοδοι κατάρτισης στις ΜΜΕ είναι η κατάρτιση στην εργασία και η αυτόνομη μάθηση. Για αυτές τις δραστηριότητες κατάρτισης, περισσότερες από τις μισές ευρωπαϊκές ΜΜΕ αναφέρουν ότι έχουν υποβληθεί σε αίτηση για μερικούς ή πολλούς από τους υπαλλήλους τους κατά το προηγούμενο έτος. Κάπως λιγότερο συνηθισμένα είναι τα μαθήματα κατάρτισης που παρέχονται από την επιχείρηση. Αυτές έχουν χρησιμοποιηθεί σε περίπου το ήμισυ όλων των ευρωπαϊκών ΜΜΕ. Δραστηριότητες όπως προγράμματα καθοδήγησης, εναλλαγή θέσεων εργασίας, κύκλοι εκπαίδευσης, μαθησιακές επισκέψεις και ανταλλαγές ή αποσπάσεις δεν αποτελούν κοινή πρακτική μεταξύ των ΜΜΕ (βλ. το παρακάτω διάγραμμα).

Για τις μεγάλες επιχειρήσεις, οι πιο συνηθισμένες μέθοδοι κατάρτισης είναι η κατάρτιση κατά την εργασία και τα μαθήματα εσωτερικής και εξωτερικής κατάρτισης. Αυτές οι δραστηριότητες χρησιμοποιούνται σε περισσότερο από το 90% όλων των LSEs. Τα ελάχιστα κοινά είναι τα προγράμματα καθοδήγησης, οι μαθησιακοί κύκλοι, οι επισκέψεις μελέτης και οι ανταλλαγές: Το 43% έως 53% όλων των LSEs δεν έχει κάνει χρήση αυτών των δραστηριοτήτων κατά τη διάρκεια του προηγούμενου έτους.

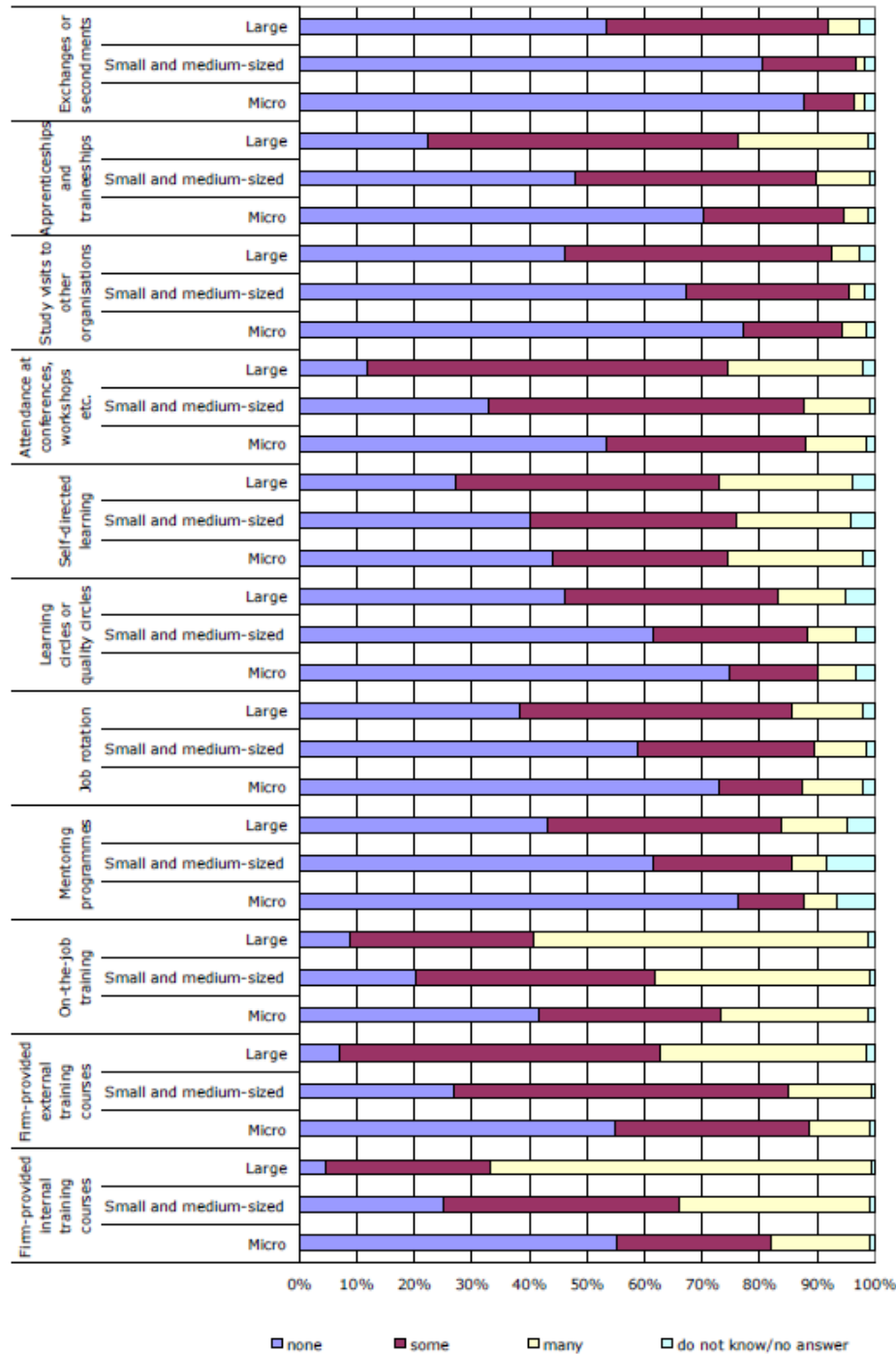
Τα ευρήματα αυτά υποδηλώνουν ότι οι πολύ μικρές και οι μικρές επιχειρήσεις προτιμούν τις λιγότερο τυπικές δραστηριότητες κατάρτισης, ιδίως σε σύγκριση με τις μεγάλες επιχειρήσεις. Αυτό είναι επίσης το συμπέρασμα από μια πρόσφατη μελέτη σχετικά με τις δραστηριότητες κατάρτισης στο Ηνωμένο Βασίλειο (Edwards, P., 2010).

Σύμφωνα με τη μελέτη του Edwards (2010), «η τυπική κατάρτιση περιορίζεται πράγματι στις μικρές επιχειρήσεις και οι δεσμοί μεταξύ επίσημων πρακτικών και αποτελεσμάτων όσον αφορά τις δεξιότητες των εργαζομένων είναι πολύ πιο αδύναμοι από ό, τι σε μεγάλες επιχειρήσεις. ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι περισσότερο ικανοποιημένες από τις ευκαιρίες κατάρτισης από ό, τι οι μεγάλοι ομόλογοί τους».

Πρόσθετες αναλύσεις δείχνουν ότι η χρήση εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων σχετίζεται με διάφορα χαρακτηριστικά του εργατικού δυναμικού και της επιχείρησης. Όσον αφορά το εργατικό δυναμικό, οι επιχειρήσεις με μεγαλύτερο ποσοστό εργαζομένων πλήρους απασχόλησης, οι εργαζόμενοι με υψηλό μορφωτικό επίπεδο και οι νέοι εργαζόμενοι έχουν περισσότερες πιθανότητες να χρησιμοποιήσουν δραστηριότητες κατάρτισης.

Όσον αφορά την επιχείρηση, οι δραστηριότητες κατάρτισης είναι πιο πιθανές μεταξύ μεγαλύτερων επιχειρήσεων και καινοτόμων επιχειρήσεων. Η καινοτομία δεν σχετίζεται μόνο σε μικροοικονομικό επίπεδο αλλά και σε μακροοικονομικό επίπεδο: οι δραστηριότητες κατάρτισης χρησιμοποιούνται συχνότερα από περισσότερους εργαζομένους σε χώρες με υψηλότερη βαθμολογία στον πίνακα αποτελεσμάτων της Ένωσης καινοτομίας 2010. Αυτό ισχύει για όλες τις εκπαιδευτικές δραστηριότητες που εξετάζονται εδώ.

Διάγραμμα 3.4 Ποσοστά ανάπτυξης δεξιοτήτων στις επιχειρήσεις με βάση το μέγεθος τους.



Source: Enterprise Survey 2010, SMEs and EU Labour Market, EIM/GDCC (N=7559); conducted during the final quarter of 2010 (2010Q4).

Η σχέση με το κατά κεφαλήν ΑΕΠ μιας χώρας είναι μικτή. Οι δραστηριότητες κατάρτισης όπως τα εσωτερικά μαθήματα κατάρτισης, η κατάρτιση κατά τη διάρκεια της εργασίας, η καθοδήγηση και οι μαθησιακές επισκέψεις σε άλλους οργανισμούς είναι εξίσου πιθανό να συμβούν σε χώρες με σχετικά χαμηλό επίπεδο κατά κεφαλήν ΑΕΠ όπως σε χώρες με σχετικά υψηλά επίπεδα. Η χρήση εξωτερικών δραστηριοτήτων κατάρτισης, εναλλαγής θέσεων εργασίας, κύκλων εκπαίδευσης και αυτόνομης εκμάθησης είναι πιθανότερο για επιχειρήσεις από χώρες με υψηλά επίπεδα κατά κεφαλήν ΑΕΠ.

3.10.2 Γιατί οι επιχειρήσεις δεν παρέχουν μαθήματα κατάρτισης

Παρά τη σπουδαιότητα της διατήρησης των γνώσεων και των δεξιοτήτων του εργατικού δυναμικού, ένα σημαντικό ποσοστό (ιδιαίτερα των μικρομεσαίων) επιχειρήσεων δεν παρείχε εκπαιδευτικούς κύκλους εσωτερικής ή εξωτερικής εκπαίδευσης σε κανέναν από τους υπαλλήλους τους.

Αναφέρεται συχνά ότι οι μικρές επιχειρήσεις στερούνται τους (οικονομικούς ή ανθρώπινους) πόρους για τη διεξαγωγή κατάλληλης διαχείρισης του προσωπικού (SKRAT consortium, 2010). Αυτή η έλλειψη πόρων θα εξηγούσε τότε γιατί οι μικρές επιχειρήσεις συμμετέχουν σε μικρότερο βαθμό στις δραστηριότητες κατάρτισης σε σχέση με τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Ένας άλλος λόγος για τον οποίο οι μικρές επιχειρήσεις θα συμμετείχαν λιγότερο στις εκπαιδευτικές δραστηριότητες είναι ότι φοβούνται να «εκπαιδεύσουν για τον ανταγωνισμό», καθώς οι εργαζόμενοι μπορούν να εγκαταλείψουν την επιχείρηση αφού ολοκληρώσουν την εκπαίδευσή τους.

Ωστόσο, καμία από αυτές τις δύο παραδοχές δεν υποστηρίζεται από τα αποτελέσματα της Έρευνας Επιχειρήσεων του 2010. Όταν ερωτήθηκε, ο λόγος που αναφέρθηκε πιο συχνά για μη παροχή εκπαιδευτικών μαθημάτων είναι ότι οι εργαζόμενοι διαθέτουν ήδη όλες τις απαιτούμενες δεξιότητες (βλ. παρακάτω πίνακα). Αυτή η απάντηση παρέχεται από περισσότερες από τις μισές επιχειρήσεις που δεν προσέφεραν εκπαιδευτικά προγράμματα. Οι μικρότερες επιχειρήσεις είναι πιο πιθανό να παράσχουν αυτή την απάντηση από ότι οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις, αλλά περίπου το ήμισυ όλων των μεγάλων επιχειρήσεων παρείχαν την απάντηση αυτή.

Επιπλέον, οι επιχειρήσεις από τρίτες χώρες (εκτός ΕΕ), οι επιχειρήσεις που δεν καινοτομούν και οι επιχειρήσεις με υψηλό ποσοστό ηλικιωμένων εργαζομένων ήταν πιο πιθανό να παράσχουν αυτόν τον λόγο. Μόνο το 6% των πολύ μικρών επιχειρήσεων (και ακόμη λιγότερο μεταξύ των μεγάλων επιχειρήσεων) δεν παρέχουν κατάρτιση από φόβο «κατάρτισης για τον ανταγωνισμό».

Πίνακας 3.5. Λόγοι παροχής μαθημάτων κατάρτισης σε εργαζομένους

Η αλλαγή της απασχόλησης	Πολύ μικρές επιχειρήσεις (2-9)	Μικρές και μεσαίες (10-249)	Μεγάλες (250+)
Οι εργαζόμενοι διαθέτουν όλες τις απαιτούμενες δεξιότητες	62%	56%	49%
Οι δραστηριότητες κατάρτισης και ανάπτυξης δεν θα αποφέρουν οφέλη	27%	22%	35%
Χρηματοοικονομικά έξοδα εκπαίδευσης	27%	34%	48%

Απώλεια χρόνου εργασίας ενώ οι εργαζόμενοι εκπαιδεύονται	25%	20%	24%
Δεν είναι δυνατή η κάλυψη της εργασίας ενώ εκπαιδεύονται οι εργαζόμενοι	21%	20%	12%
Έλλειψη πληροφόρησης σχετικά με τις ευκαιρίες κατάρτισης	12%	9%	13%
Δεν είναι δυνατή η εξεύρεση κατάλληλης εξωτερικής κατάρτισης και ανάπτυξης	13%	11%	9%
Έλλειψη χώρου ή δεξιοτήτων για την παροχή εσωτερικών δραστηριοτήτων κατάρτισης και ανάπτυξης	10%	4%	2%
Ο φόβος των εκπαιδευμένων εργαζομένων να εγκαταλείψουν την επιχείρηση	6%	4%	3%
Έλλειψη ενδιαφέροντος των εργαζομένων για την κατάρτιση και την ανάπτυξη δραστηριοτήτων	13%	22%	14%
Άλλοι λόγοι	17%	16%	23%
Σύνολο	100%	100%	100%

Πηγή: Enterprise Survey 2010, SMEs and EU Labour Market, EIM/GDCC (N=7559); conducted during the final quarter of 2010 (2010 - Q4).

3.11 Ικανοποίηση από την εργασία

Αν σκεφτούμε ότι οι εργαζόμενοι στις μεγαλύτερες επιχειρήσεις εισπράττουν καλύτερους μισθούς, δουλεύουν σε πιο ασφαλές περιβάλλον και απολαμβάνουν περισσότερες πρόσθετες παροχές, θα περιμέναμε ότι τα άτομα αυτά θα δήλωναν πιο ικανοποιημένα σε σχέση με εκείνους που εργάζονται σε μικρότερες επιχειρήσεις. Πιο ικανοποιημένοι ωστόσο, όπως δείχνουν τα γενικότερα στοιχεία, είναι όσοι εργάζονται στις μικρότερες επιχειρήσεις. Χαρακτηριστικά, αναφέρουμε ότι τα περιστατικά βίας και παρενόχλησης στους εργασιακούς χώρους είναι συχνότερα στις μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Στο παρακάτω σχήμα, βλέπουμε ότι οι εργαζόμενοι σε μεγάλες επιχειρήσεις (+250) στις χώρες της ΕΕ έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες να υποστούν σωματική βία, ψυχολογική/σωματική παρενόχληση και απειλή σωματικής βίας σε σχέση με εκείνους που εργάζονται σε πολύ μικρές επιχειρήσεις (2-9 εργαζόμενοι).

Οι Forth et al., (2006) βρήκαν ότι οι μικρότερες επιχειρήσεις παρουσίαζαν χαμηλότερα επίπεδα συστηματικής απουσίας όπως και χαμηλότερα επίπεδα οικειοθελών παραιτήσεων. Διαπίστωσαν ότι η εμπιστοσύνη των εργαζομένων διέφερε σημαντικά ανάλογα με το μέγεθος της επιχείρησης. Στον παρακάτω πίνακα, φαίνεται το ποσοστό των υπαλλήλων που «απλώς συμφωνούν ή συμφωνούν πολύ» με τέσσερις προτάσεις. Οι εργαζόμενοι στις μικρές επιχειρήσεις πίστευαν ότι οι διευθυντές τους είχαν πιο πολλές πιθανότητες να τηρούν τις υποσχέσεις τους, ότι ήθελαν ειλικρινά να γνωρίζουν τη γνώμη των υπαλλήλων τους, ότι ήταν πιθανότερο να έχουν έντιμη και δίκαιη συμπεριφορά.

Οι VanPraag και Versloot (2007) είναι οι μόνοι που αναφέρουν αντίθετα αποτελέσματα. Αυτοί παραπέμπουν στην έρευνα των Winter-Ebmer και Zweimuller (1999), οι οποίοι βρήκαν ότι όσοι εργάζονταν σε μικρές επιχειρήσεις είχαν πιο πολλές πιθανότητες να αναζητήσουν και να βρουν εναλλακτική απασχόληση σε σχέση με εκείνους που εργάζονταν σε μεγάλες επιχειρήσεις. Συμπέραναν λοιπόν, ότι ο βαθμός ικανοποίησης ήταν μικρότερος για όλους όσους εργάζονταν σε μικρές επιχειρήσεις.

Συνεπώς τα στοιχεία, πλην μιας εξαίρεσης δείχνουν ξεκάθαρα ότι όσοι εργάζονται σε μικρές επιχειρήσεις τείνουν να είναι πιο ικανοποιημένοι. Η βασική εξήγηση που δίνεται για αυτά τα πορίσματα είναι ότι αποτελούν απόρροια της μεγαλύτερης έλλειψης τύπων που χαρακτηρίζει τη διοίκηση των μικρών επιχειρήσεων (Ram et al,2001).

Συχνά στις επιχειρήσεις συναντάμε την τυπικότητα η οποία παίρνει τη μορφή των γραπτών διαδικασιών, τον γραπτών κανόνων και πρακτικών που έχουν ως σκοπό τη διαμόρφωση, τη μέτρηση και τη ρύθμιση των σχέσεων μεταξύ εργοδότη και εργαζομένων. Τα πλεονεκτήματα της τυπικότητας είναι ότι οι διαδικασίες αυτές εφαρμόζονται συνήθως από επαγγελματίες των ανθρωπίνων πόρων, οι οποίοι τείνουν να είναι καλύτερα ενημερωμένοι και καταρτισμένοι στα θέματα της εργατικής νομοθεσίας και των ανθρωπίνων πόρων. Αντίστοιχα όμως το μεγάλο μειονέκτημα της τυπικότητας είναι ότι καθιστά τις διαπροσωπικές σχέσεις περισσότερο «διαδικαστικές» και λιγότερο «προσωπικές».

Σύμφωνα με τους Storey et al, (2010), για να μπορέσουν να δουν αν οι μικρές επιχειρήσεις έχουν τυπικό εργασιακό περιβάλλον, όρισαν 12 δείκτες για τον εντοπισμό της τυπικότητας. Διαπιστώνουμε λοιπόν ότι και οι 12 δείκτες αυξάνονται όσο μεγαλώνει το μέγεθος της επιχείρησης και του χώρου εργασίας. Μόνο μετά τους 250 εργαζομένους παύει να αυξάνεται ο βαθμός τυπικότητας.

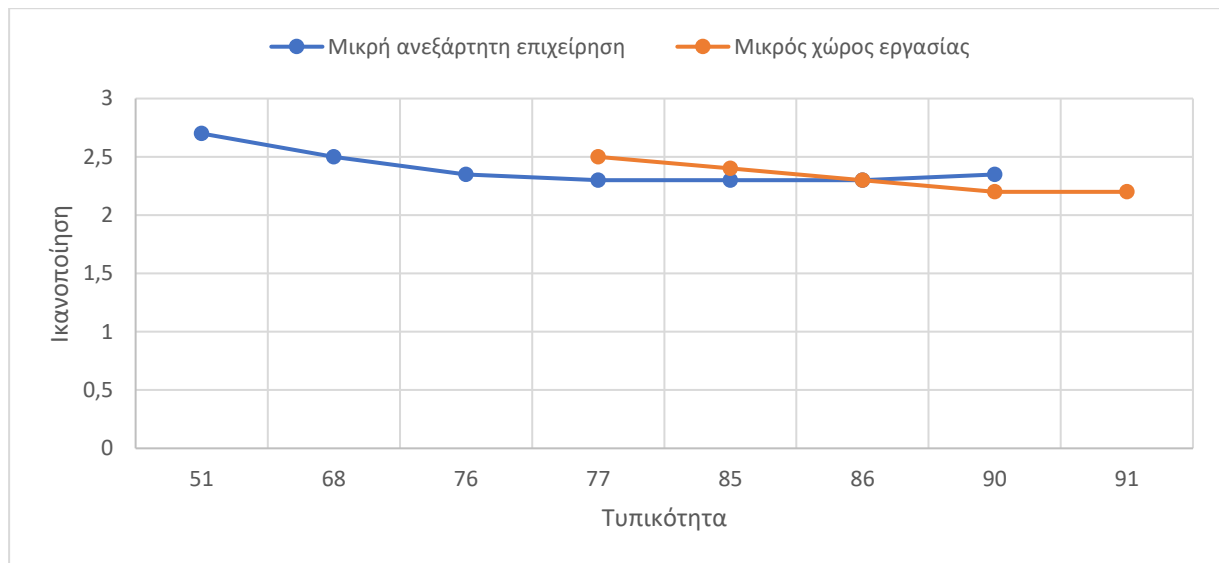
Από διοικητικής άποψης, ωστόσο, η έλλειψη τύπων, δηλαδή το να βασιζόμαστε στις συνήθειες και στις παραδόσεις και όχι στις γραπτές διαδικασίες, συνεπάγεται πλεονεκτήματα αλλά και μειονεκτήματα. Το πλεονέκτημα των μη τυπικών χώρων εργασίας είναι ότι ευνοούν τις στενές επαγγελματικές σχέσεις, καθώς οι εργαζόμενοι έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες να γνωρίσουν άλλα άτομα σε σχέση με μια μεγάλη και «απρόσωπη» επιχείρηση. Παρομοίως, οι επιχειρηματίες έχουν καλύτερη πρόσβαση στο προσωπικό τους και μπορούν να αναπτύξουν στενούς δεσμούς με τους υπαλλήλους τους. Τα δύο κυριότερα μειονεκτήματα της έλλειψης τύπων είναι:

- Ο επιχειρηματίας συνήθως δεν είναι ειδικός σε θέματα εργασιακών σχέσεων. Αυτό σημαίνει ότι, σε περίπτωση δικαστικής διαφοράς, μια μη τυπική μικρή επιχείρηση θα δικαιωθεί πιο δύσκολα στα εργατοδικεία, καθώς – ανεξάρτητα από το ποιος έχει δίκιο – οι μικρές επιχειρήσεις δεν είναι πάντα «νομότυπες» (Saridakis et al,2008).
- Η πρόσληψη τις πιο πολλές φορές γίνεται με άτυπες διαδικασίες (Forthetal, 2006). Οι άτυπα οργανωμένες επιχειρήσεις συχνά προσλαμβάνουν φίλους και συγγενείς, πράγμα που σημαίνει ότι οι υπάλληλοι που έχουν επιλεγεί δεν είναι πάντα οι «καλύτεροι» δυνατοί. Επιπλέον, είναι πολύ πιθανό η συμπεριφορά προς τους υπαλλήλους να μη χαρακτηρίζεται από συνέπεια. Για παράδειγμα κάποιος εργαζόμενος θα μπορούσε να λάβει διαφορετική απάντηση αν απευθυνόταν στον εργοδότη του άλλη στιγμή. Ή ακόμα, μπορεί δύο υπάλληλοι να λάβουν από τον εργοδότη διαφορετικές απαντήσεις για το ίδιο ερώτημα.

Σύμφωνα με τους Storey et al, (2010), παρατηρούμε σύμφωνα με το διάγραμμα(Διάγραμμα 3.4) ότι η ικανοποίηση από την εργασία είναι μεγαλύτερη όταν το περιβάλλον της εργασίας είναι λιγότερο τυπικό. Το συμπέρασμα αυτό προήλθε από την σύγκριση που έκαναν μεταξύ

της σχέσης του βαθμού τυπικότητας και ικανοποίησης για επιχειρήσεις που είναι διαφορετικές σύμφωνα με το μέγεθος.

Διάγραμμα 3.4. Σύγκριση της Τυπικότητας και της ικανοποίησης



Πηγή: Επιχειρηματικότητα για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις

Σύμφωνα με το αποτέλεσμα, το αναμενόμενο θα ήταν η ικανοποίηση από την εργασία να ήταν μεγαλύτερη στις πιο μεγάλες επιχειρήσεις. Ωστόσο, σημαντικός παράγοντας για την σύγκριση αυτή ήταν και το είδος του χώρου εργασίας. Προσπάθησαν, λοιπόν, να διαπιστώσουν αν ο βαθμός της ικανοποίησης διέφερε ανάμεσα στις μικρές επιχειρήσεις και τις «μικρές» εγκαταστάσεις που ανήκαν σε μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Το αναμενόμενο θα ήταν μια ανεξάρτητη μικρή επιχείρηση να παρουσιάζει μικρότερο βαθμό τυπικότητας σε σχέση με μια μικρή επιχείρηση που ανήκει σε μεγάλη αλυσίδα επιχειρήσεων.

Σύμφωνα όμως με το παραπάνω διάγραμμα, (Διάγραμμα 3.4) παρατηρούμε ότι η ικανοποίηση από την εργασία είναι σαφώς μεγαλύτερη στις μικρές απ' ότι, στις μεγάλες επιχειρήσεις, και πολύ μεγαλύτερη στις μικρές αυτόνομες επιχειρήσεις απ' ότι, στις μικρές εξαρτημένες επιχειρήσεις αντίστοιχου μεγέθους. Αυτό είναι πολύ πιθανό να σχετίζεται και με τα αποτελέσματα του προηγούμενου κεφαλαίου (Κεφάλαιο 2) όπου αναλύσαμε την συμπεριφορά των αυτό-απασχολούμενων, βρίσκοντας ότι ο βαθμός ικανοποίησης τους δουλεύοντας ως αυτό-απασχολούμενοι στην επιχείρησή τους ήταν εξίσου μεγάλος.

Συμπερασματικά, θα μπορούσαμε να πούμε ότι η ποιότητα της εργασίας εξαρτάται από το μέγεθος των επιχειρήσεων σύμφωνα με τα παραπάνω χαρακτηριστικά που αναλύσαμε. Δηλαδή, οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις συνήθως δίνουν καλύτερους μισθούς, προσφέρουν περισσότερες πρόσθετες παροχές, ασφαλέστερους χώρους εργασίας και είναι πιο πιθανό να παρέχουν τυπική κατάρτιση στο προσωπικό τους. Γι' αυτούς τους λόγους θα μπορούσε κανείς να πιστέψει ότι οι μικρές επιχειρήσεις μοιάζουν με «προβληματικά συστήματα».

Ωστόσο, αν χρησιμοποιήσουμε ως μέτρο την ικανοποίηση από την εργασία, βλέπουμε ότι ισχύει το αντίθετο. Χρησιμοποιώντας μια σειρά από πολύ διαφορετικούς δείκτες της ικανοποίησης από την εργασία, παρατηρούμε ότι τα στοιχεία δείχνουν ξεκάθαρα ότι οι εργαζόμενοι στις μικρές επιχειρήσεις τείνουν να έχουν θετικότερη γνώμη για τη δουλειά τους απ' ότι όσοι εργάζονται σε μεγάλες επιχειρήσεις. Αυτό αποδίδεται στο ότι οι μεγαλύτερες

επιχειρήσεις επιβάλλουν στο προσωπικό τους υψηλότερο βαθμό τυπικότητας απ' ότι οι μικρότερες επιχειρήσεις.

Τέλος, τα στοιχεία που παρουσιάστηκαν στο συγκεκριμένο κεφάλαιο δείχνουν ότι σαφώς οι μικρές επιχειρήσεις είναι ο μεγαλύτερος εργοδότης στην αγορά εργασίας καθώς επίσης και ο πιο διαδεδομένος τύπος επιχείρησης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^Ο: ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΝΕΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

4.1. Η σημασία των νεοσύστατων επιχειρήσεων

Υπάρχουν τρεις βασικοί λόγοι για τους οποίους είναι σημαντικές οι νέες επιχειρήσεις. Πρώτον, μια νέα επιχείρηση προσφέρει επαγγελματική διέξοδο σε κάποιους. Υπάρχουν άτομα που ίσως αισθάνονται ότι δεν τους ταιριάζει η υπαλληλική εργασία και έτσι προσανατολίζονται στην αυτό-απασχόληση. Συνεπώς, η δημιουργία μιας νέας επιχείρησης είναι μια διέξοδος για κάποιους.

Άλλοι μπορεί να θεωρούν ότι δυσκολεύονται πραγματικά να βρουν εργασία. Οι πιθανές αιτίες μπορεί να είναι η ηλικία, το φύλο, η εθνότητα, η εκπαιδευτική / επαγγελματική εμπειρία κ.ά. Με την έναρξη της δικής τους επιχείρησης, οι νέοι επιχειρηματίες αποκτούν την δυνατότητα ενεργούς συμμετοχής στην κοινωνία. Στην ουσία, είναι μια διαδικασία που τους ενδυναμώνει (Blackburn και Ram, 2006).

Επίσης, η δημιουργία νέων επιχειρήσεων έχει θετική επίδραση στην ανανέωση και αναζωογόνηση υποβαθμισμένων κοινοτήτων. Σύμφωνα με τον Porter (1995), οι νέες επιχειρήσεις και οι εδραιωμένες επιχειρήσεις συντελούν στην αναδιαμόρφωση εγκαταλειμμένων αστικών ζωνών. Οι μικρές επιχειρήσεις, νέες και εδραιωμένες, μπορούν να το κάνουν αυτό κυρίως μέσω της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας, όπως παρατηρήσαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο (Κεφάλαιο 3ο).

Επιπλέον είναι σημαντικές και για έναν ακόμα λόγο, καθώς αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της ανταγωνιστικής διαδικασίας. Αυτό γίνεται εμφανές με δυο τρόπους: α) οι νέες επιχειρήσεις αντικαθιστούν παλιότερες και λιγότερο αποτελεσματικές επιχειρήσεις που δεν κατάφεραν να ικανοποιήσουν τις ανάγκες του καταναλωτικού κοινού, και β) η απειλή της εισόδου ή η παρουσία νέων επιχειρήσεων ίσως αναγκάσει τις παλιότερες επιχειρήσεις να «πειθαρχήσουν» και να γίνουν πιο ανταγωνιστικές σε αυτά που προσφέρουν στους καταναλωτές.

Η σχέση των νέων επιχειρήσεων με την οικονομική ανάπτυξη έχει μελετηθεί εκτενώς από το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο για την Επιχειρηματικότητα (GlobalEntrepreneurshipMonitor – GEM), το οποίο κάθε χρόνο υπολογίζει τον αριθμό ατόμων που βρίσκονται στη διαδικασία δημιουργίας μιας επιχείρησης (επίδοξοι επιχειρηματίες), καθώς και τους νέους ιδιοκτήτες επιχειρήσεων σε κάθε οικονομία.

Στην Ελλάδα το ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18 -64 ετών το οποίο εντάσσεται το 2018 στα αρχικά στάδια επιχειρηματικής δραστηριότητας ενισχύεται στο 6,4% (περίπου 418 χιλιάδες άτομα) από 4,8% (314 χιλιάδες άτομα) το 2017. Ωστόσο, το εύρημα αυτό παρόλο που είναι θετική εξέλιξη, δε φαίνεται να συνοδεύεται από ουσιαστική βελτίωση των ποιοτικών χαρακτηριστικών που επηρεάζουν και τη βιωσιμότητα των νέων επιχειρήσεων (IOBE, 2019).

Αξίζει να σημειωθεί ότι το 36,5% των επιχειρηματικών αρχικών σταδίων ξεκίνησαν όντως το 2018 μια νέα επιχείρηση την οποία λειτουργούσαν για τουλάχιστον 3 μήνες κατά τη στιγμή της έρευνας του GEM (νέοι επιχειρηματίες), με τους υπόλοιπους – τους επίδοξους επιχειρηματίες να βρίσκονται ακόμα στη φάση της προετοιμασίας. Συνεπώς, φαίνεται πως η αύξηση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων να τροφοδοτείται περισσότερο από επίδοξους επιχειρηματίες, γεγονός που υποδηλώνει μεν μια αλλαγή προσδοκιών στην πορεία όντας σε νέα επιχειρηματικότητα δεν σημαίνει και πραγματική ροή στη συνολική επιχειρηματικότητα.

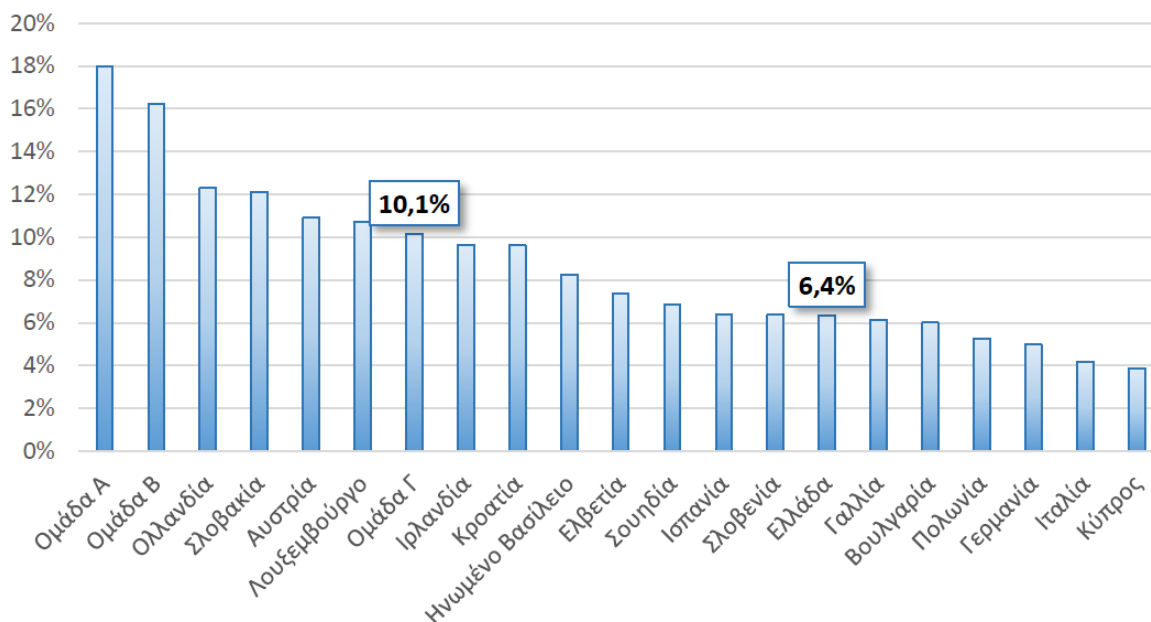
4.2.Βαθμός ευκολίας ίδρυσης μιας επιχείρησης

Για να μπορέσουμε να κατανοήσουμε πλήρως την έννοια και τον τρόπο δημιουργίας μίας επιχείρησης θα πρέπει πρώτα να δούμε ποιος είναι ο βαθμός ευκολίας για την δημιουργία αυτής καθώς επίσης και το θεσμικό και νομικό πλαίσιο που στηρίζει την συγκεκριμένη διαδικασία.

Ο βασικός δείκτης επιχειρηματικότητας που αναλύεται στο πλαίσιο έρευνας του GEM αφορά στη λεγόμενη «επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων» και συγκεκριμένα για τον δείκτη TotalEarly – StageEntrepreneurial Activity (TEA), που υπολογίζεται σε εθνικό επίπεδο από το ποσοστό πληθυσμού ηλικίας 18 – 64 ετών, το οποίο βρισκόταν στο στάδιο εκκίνησης ενός νέου επιχειρηματικού εγχειρήματος την χρονική στιγμή που πραγματοποιήθηκε η έρευνα (καλοκαίρι του 2018) (IOBE, 2019).

Ο δείκτης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων για το 2018 σε επιλεγμένες ευρωπαϊκές χώρες παρουσιάζεται στο παρακάτω διάγραμμα (Διάγραμμα 4.1).

Διάγραμμα 4.1. Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που εμπλέκεται σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά χώρα (2018)



Πηγή: GEM, Επεξεργασία στοιχείων: IOBE, 2019.

Σύμφωνα με την έρευνα του GEM το 2018 για πρώτη φορά αξιολογείται ένας νέος δείκτης που σχετίζεται με την ευκολία ίδρυσης μιας επιχείρησης στο σύνολο του πληθυσμού ηλικίας 18 – 64 ετών. Ο δείκτης που προκύπτει από την έρευνα είναι βεβαίως αρκετά υποκειμενικός. Διαμορφώνεται βάσει των απαντήσεων που έχουν δώσει τα άτομα για το αν πιστεύουν ότι η ίδρυση της επιχείρησης αποδείχθηκε μια εύκολη υπόθεση με βάση την εμπειρία τους, αλλά και τις ευρύτερες πληροφορίες που έχουν. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι χώρες που συμμετέχουν στο GEM είναι αρκετά ετερογενείς, για να έχει ουσιαστικό περιεχόμενο η συγκριτική ανάλυση μεταξύ τους, έχει γίνει μία ταξινόμηση σε τρεις ομάδες, με βάση τα χαρακτηριστικά τους και έχοντας ως πρότυπο την ομαδοποίηση του World Economic Forum και της έκθεσης Global Competitiveness Report. Αναλυτικότερα:

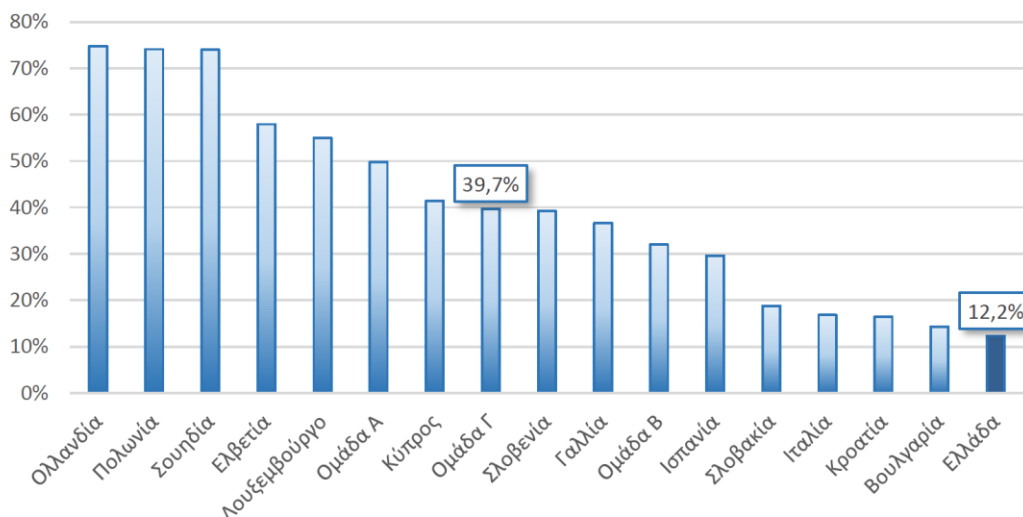
- 1) **Η ομάδα Α** περιλαμβάνει τις χώρες χαμηλού κατά κεφαλήν εισοδήματος, το προϊόν των οποίων προέρχεται κυρίως από την αξιοποίηση πρωτογενών συντελεστών

παραγωγής, αντιπροσωπεύει δηλαδή χώρες που χαρακτηρίζονται ως χώρες χαμηλού κόστους

- 2) **Η Ομάδα Β** εμπεριέχει χώρες μεσαίου εισοδήματος, κατά βάση αναπτυσσόμενες, η ανάπτυξη των οποίων βασίζεται κυρίως στη βελτίωση της αποτελεσματικότητας της οικονομίας τους.
- 3) **Η ομάδα Γ** περιλαμβάνει αναπτυγμένες χώρες, χώρες υψηλού εισοδήματος δηλαδή, οι οποίες βασίζουν την ανάπτυξή τους στη συνεχή προώθηση της καινοτομίας προϊόντος και διεργασιών. Η Ελλάδα ανήκει σε αυτή την ομάδα, κάτι που σημαίνει ότι είναι δόκιμο να συγκρίνεται κυρίως με αυτές τις χώρες.

Έτσι λοιπόν παρατηρούμε ότι στην Ελλάδα σημειώνεται μία από τις δυσμενέστερες επιδόσεις ανάμεσα στις εξεταζόμενες ομάδες χωρών, με μόλις 12% του πληθυσμού να θεωρεί ότι η ίδρυση μιας επιχείρησης αποτελεί μια εύκολη διαδικασία, όταν το αντίστοιχο ποσοστό στην Ευρώπη και στις υπόλοιπες χώρες, και συγκεκριμένα στην ομάδα Γ, να είναι υψηλότερο. (Διάγραμμα 4.2).

Διάγραμμα 4.2.Ευκολία ίδρυσης μιας επιχείρησης (% 18-64)



Πηγή: GEM, EntrepreneurshipMonitor, Επεξεργασία στοιχείων: IOBE

Το συμπέρασμα αυτό πιθανό να ερμηνεύει και την αντιστοιχία που υπάρχει στα χαμηλά ποσοστά επιχειρηματικότητας στη χώρα σε σύγκριση με πιο ανεπτυγμένες χώρες, καθώς οι χρονοβόρες και υψηλού κόστους διαδικασίες, όπως είναι η γραφειοκρατία και η επικάλυψη αρμοδιοτήτων μεταξύ των δημόσιων φορέων, αποτελούν εμπόδια στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Την ίδια διαπίστωση κάνουν άλλωστε στη συνέχεια και οι ειδικοί εμπειρογνώμονες.

Στο πεδίο αυτό παραδοσιακά η Ελλάδα υστερούσε. Είναι χαρακτηριστικό ότι στις ετήσιες εκθέσεις της World Bank για την ευκολία στο επιχειρείν (Doing Business) η Ελλάδα καταλαμβάνει την 44η θέση ανάμεσα σε 190 χώρες. Σε μελέτη του IOBE για την βιομηχανία έχει επισημανθεί ότι παρά την πρόοδο, η οποία έχει σημειωθεί στην χώρα τα τελευταία χρόνια, ως προς την ίδρυση νέων επιχειρήσεων, παραμένουν ακόμα σημαντικά αδειοδοτικά – ρυθμιστικά εμπόδια, που οφείλονται κυρίως στην έλλειψη ολοκληρωμένου χωροταξικού σχεδιασμού, στο ξεπερασμένο πλαίσιο περιβαλλοντικής αδειοδότησης και το ελλιπές πλαίσιο για τις «βιομηχανικές συγκεντρώσεις».

Στο πλαίσιο αυτό κινείται άλλωστε και μια νέα πρόσφατη νομοθετική πρωτοβουλία, στο λεγόμενο «αναπτυξιακό νομοσχέδιο». Στόχος του νομοσχεδίου είναι η επιτάχυνση της ανάπτυξης με απλοποίηση και επιτάχυνση της αδειοδότησης των επιχειρήσεων μέσω περιορισμού σταδίων και διοικητικών περιορισμών, ταχύτερη αξιολόγηση επενδυτικών προτάσεων με εξόρυξη πόρων (outsourcing) ενώ θα περιέχονται και διατάξεις για αλλαγή του πτωχευτικού κώδικα. Ο στόχος σε αυτή την πρόταση είναι να μπορούν οι επιχειρήσεις εντός 72 ωρών να αδειοδοτηθούν προκειμένου να υλοποιούν τις επενδύσεις τους, ενώ όσες επιχειρήσεις δηλώνουν ψευδή στοιχεία θα τιμωρούνται.

Στην κατεύθυνση αυτή εντάσσεται και η βελτίωση του νομοθετικού πλαισίου για την δημιουργία και την ανάπτυξη οργανωμένων υποδοχέων μεταποιητικών δραστηριοτήτων, και γενικότερα βιομηχανικών ζωνών. Πιο συγκεκριμένα διευκολύνονται, οι διαδικασίες αδειοδότησης αρχικά για την ίδρυση και έπειτα για την εγκατάσταση και τη λειτουργία νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων (IOBE, 2019). Ένα από τα βασικά προτερήματα ίδρυσης και εγκατάστασης μιας επιχείρησης εντός ΟΥΜΕΔ (Οργανωμένοι Υποδοχείς Μεταποιητικών και Επιχειρηματικών Δραστηριοτήτων), είναι ότι, σε αντίθεση με τη συνήθη αδειοδοτική διαδικασία, περιορίζεται σημαντικά η γραφειοκρατία, ο απαιτούμενος χρόνος και το κόστος εγκατάστασης επιχειρήσεων, καθώς δεν απαιτούνται άδειες από δημόσιες υπηρεσίες (αρχαιολογία, δασική υπηρεσία, αρχιτεκτονική επιτροπή, οικοδομική άδεια, εγκατάσταση φυσικού αερίου), λόγω ειδικών ρυθμίσεων.

4.3 Κίνητρα επιχειρηματικής δραστηριοποίησης: Ανάγκη ή Ευκαιρία

Μία από τις πιο βασικές εννοιολογικές διακρίσεις που γίνονται στο πλαίσιο τους GEM αφορά στον εντοπισμό των κινήτρων που ωθούν ένα άτομο στην ανάληψη ενός νέου επιχειρηματικού εγχειρήματος. Στο πλαίσιο αυτό εντοπίζονται δύο βασικοί τύποι κινήτρων:

1. Η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας, που αναφέρεται στην επιχειρηματικότητα που εκδηλώνεται για την αξιοποίηση μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας που εντοπίζεται και αξιολογείται στο οικονομικό περιβάλλον του ερωτώμενου και η οποία προκρίνεται ικανή να οδηγήσει σε αύξηση του εισοδήματος του, είτε να προσφέρει εργασιακή ανεξαρτησία και
2. Η επιχειρηματικότητα ανάγκης, που αναφέρεται στην περίπτωση όπου το άτομο ωθείται στην ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας κυρίως λόγω έλλειψης άλλων επιλογών εργασίας, δυσαρέσκειας με την υπάρχουσα απασχόληση, φόβου για πιθανή απόλυση βραχυπρόθεσμα, ή απλώς για λόγους διατήρησης του εισοδήματός του, το οποίο «απειλείται» με συρρίκνωση.

Στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 4.1) αποτυπώνεται η κατανομή των κινήτρων των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων εστιάζοντας στις χώρες καινοτομίας. Στην Ελλάδα το 2018 το 20,8% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων (περίπου 87 χιλιάδες άτομα) ξεκίνησαν ένα επιχειρηματικό εγχείρημα από ανάγκη, ενώ το 48,9% (περίπου 204 χιλιάδες άτομα) διέκριναν κάποια επιχειρηματική ευκαιρία. Σε σχέση με τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας, η ελληνική επιχειρηματικότητα ευκαιρίας κινείται σε χαμηλότερα επίπεδα (54,1%), ενώ για πρώτη φορά και η επιχειρηματικότητα ανάγκης καταγράφεται σε χαμηλότερα επίπεδα συγκριτικά με τον μέσο όρο των χωρών καινοτομίας (24,1%). Το γεγονός αυτό αναμφίβολα συνιστά μια εξαιρετικά θετική εξέλιξη, καθώς φαίνεται η αύξηση των νέων εγχειρημάτων που καταγράφεται το 2018 να τροφοδοτείται περισσότερο από προσπάθεια αξιοποίησης μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας – που συνήθως συνδέεται και με πιο ποιοτικά χαρακτηριστικά και καλύτερες προοπτικές βιωσιμότητας – παρά από ανάγκη.

Πίνακας 4.1. Κίνητρα έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας ανά χώρα (2018) (% επί των επιχειρηματικών αρχικών σταδίων)

	Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας για βελτίωση εισοδήματος ή/και εργασιακής ανεξαρτησίας	Επιχειρηματικότητα Ανάγκης
Αυστρία	41,8	19,7
Βουλγαρία	28,4	32,1
Γαλλία	66,9	28,2
Γερμανία	61,0	25,8
Ελβετία	71,7	15,1
Ελλάδα	48,9	20,8
Ην. Βασίλειο	49,7	19,6
Ιρλανδία	45,3	25,3
Ισπανία	46,9	29,7
Κροατία	47	46,1
Κύπρος	68,2	22,2
Λουξεμβούργο	60,4	15,0
Ολλανδία	77,5	15,4
Πολωνία	55,5	15,9
Σλοβακία	54,8	33,5
Σλοβενία	50,5	33,4
Σουηδία	49,5	12,2
Ομάδα Α	39,1	42,1
Ομάδα Β	43,2	33,8
Ομάδα Γ	54,1	24,1

Ομάδα Α: Χώρες χαμηλού κόστους, Ομάδα Β: χώρες βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Ομάδα Γ: Χώρες καινοτομίας

Πηγή: GEM, 2018 – Επεξεργασία στοιχείων: IOBE

4.3 Το Επιχειρηματικό Μοντέλο (Business Model)

Όπως είδαμε και παραπάνω η διαδικασία για την δημιουργία μιας νέας επιχείρησης είναι πολύ σύνθετη και απαιτητική, ιδίως στα αρχικά στάδια, όπου οι προσπάθειες επικεντρώνονται κυρίως στην οικοδόμηση του προϊόντος που μπορεί να εμπορευματοποιηθεί και όπου η οργανωτική και χρηματοδοτική αρχιτεκτονική της επιχείρησης πρέπει να αναπτυχθεί. Οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα της τεχνολογίας ενδέχεται να αντιμετωπίσουν μερικούς ακόμη πρόσθετους περιορισμούς, όπως οι μεγάλες επενδύσεις που απαιτούνται για την ανάπτυξη του προϊόντος και η γρήγορη εμφάνιση πολλών ανταγωνιστών οι οποίοι μπορούν να αντιγράψουν ένα προϊόν. Για το λόγο αυτό η ταχύτητα της καινοτομίας, η ανάπτυξη προϊόντων, οι συμπεριφορές των πελατών, η απειλή ανταγωνισμού, οι κυβερνητικοί κανονισμοί, οι προμηθευτές, οι επενδυτές, καθώς και πολλοί άλλοι περιβαλλοντικοί παράγοντες έχουν σημαντικό αντίκτυπο στην οργάνωση (Goktan και Miles, 2011; Mulders και VanDenBroek, 2012).

Στο επιχειρηματικό μοντέλο ενσωματώνονται βασικά χαρακτηριστικά σχετικά με το προϊόν, τις λειτουργίες και την δομή της νέας επιχείρησης. Σύμφωνα με την Teece (2010, σελ. 20), τα επιχειρηματικά μοντέλα αντικατοπτρίζουν την υπόθεση της διοίκησης για το τι θέλουν οι πελάτες, πώς το θέλουν, τι πληρώνουν και πώς μπορεί μια επιχείρηση να οργανωθεί ώστε να ανταποκριθεί καλύτερα στις ανάγκες των πελατών. Με άλλα λόγια, ένα επιχειρηματικό μοντέλο περιγράφει πώς πρέπει να γίνουν τα πράγματα ώστε η επιχείρηση να αποδώσει αξία στους πελάτες, πώς να αποταμιεύσει τα χρήματα για τη βιωσιμότητα της και πώς να διαχειριστεί τον οργανισμό. Αυτές οι στρατηγικές επιλογές σχετικά με τον τρόπο αξιοποίησης της γνώσης και της διαχείρισης των πόρων για την επίτευξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος (Andersen, 2011; LinE. et al, 2010) περιγράφουν την επιχειρησιακή λογική που απαιτείται για να υπάρξει κερδοφορία και να οριστεί το υπόβαθρο πάνω στο οποίο πρέπει να δραστηριοποιηθεί η επιχείρηση (Casadesus-Masanell & Ricart, 2008).

Ενώ η έννοια του επιχειρησιακού μοντέλου ως «θεωρίας μιας επιχείρησης» δεν είναι νέα (Drucker, 1985), η έρευνα επιχειρηματικών μοντέλων μόλις πρόσφατα κέρδισε την προσοχή πολλών μελετητών. Στην πραγματικότητα, όπως αναφέρθηκε σε μια πρόσφατη ανασκόπηση, οι μελετητές «δεν συμφωνούν άμεσα για το επιχειρηματικό μοντέλο» (Zott et al., 2011, σελ. 1020). Ωστόσο, γενικά ένα επιχειρηματικό μοντέλο ορίζεται ως "το σκεπτικό του πώς ένας οργανισμός δημιουργεί, αποδίδει και συλλαμβάνει αξία" (Osterwalder και Pigneur, 2010, σ. 14).

Συγκεκριμένα, πρόκειται για μια ιδέα ενός οργανισμού που περιλαμβάνει 3 βασικές πτυχές:

1. Πώς ενσωματώνονται τα βασικά εξαρτήματα και λειτουργίες, ή τα μέρη τους να προσφέρουν αξία στον πελάτη.
2. Πώς συνδέονται αυτά τα μέρη εντός του οργανισμού και σε ολόκληρη την αλυσίδα εφοδιασμού και τα δίκτυα ενδιαφερομένων.
3. Πώς ο οργανισμός παράγει αξία ή δημιουργεί κέρδος, μέσω αυτών των διασυνδέσεων.

Οι Zott et al (2010) ορίζουν ένα επιχειρηματικό μοντέλο ως "το περιεχόμενο, τη δομή και τη διακυβέρνηση των συναλλαγών που έχουν σχεδιαστεί έτσι ώστε να δημιουργούν αξία μέσω της αξιοποίησης επιχειρηματικών ευκαιριών". Ο Chesbrough (2010) αναφέρει ότι ορισμένες λειτουργίες επιχειρηματικών μοντέλων είναι: ο προσδιορισμός του τμήματος της αγοράς, ο προσδιορισμός του μηχανισμού παραγωγής εσόδων, ο καθορισμός της δομής της αλυσίδας αξίας, η περιγραφή των θέσεων της επιχείρησης μέσα στο δίκτυο αξιών και η διαμόρφωση ανταγωνιστικής στρατηγικής έναντι των ανταγωνιστών.

Σήμερα οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις τείνουν να ανησυχούν λιγότερο για τη στρατηγική και τη μακροπρόθεσμη ανάπτυξη και να ασχολούνται περισσότερο με τον τρόπο επιβίωσης. Φαίνεται να έρχονται σε ένα στάδιο όπου είτε σταματάνε την λειτουργία τους είτε αλλάζουν. Το πόσο γρήγορα φτάνουν αυτό το στάδιο εξαρτάται από τον τύπο της βιομηχανίας και από διάφορους εξωτερικούς και εσωτερικούς παράγοντες. Υπάρχουν διάφορα επιχειρηματικά μοντέλα και εργαλεία στρατηγικής που στοχεύουν στη χαρτογράφηση και στην περιγραφή του τρόπου λειτουργίας και ανάπτυξης των επιχειρήσεων. Γενικά, ο σκοπός της δημιουργίας ενός μοντέλου είναι να συμβάλει στην κατανόηση, περιγραφή ή πρόβλεψη του τρόπου με τον οποίο λειτουργούν τα πράγματα στον πραγματικό κόσμο, διερευνώντας μια απλοποιημένη εκπροσώπηση. Ο τρόπος με τον οποίο ένα επιχειρηματικό μοντέλο μπορεί να αναπτυχθεί και να χρησιμοποιηθεί για να εξηγήσει και να κοινοποιήσει στρατηγική για μια εταιρεία έχει αλλάξει πολύ τα τελευταία 30 χρόνια. (Dodgson, Gann, & Salter, 2008)

4.4 Το Επιχειρηματικό Σχέδιο (Business Plan)

Το επιχειρηματικό σχέδιο είναι το εγχειρίδιο που, ιδιαίτερα στα αρχικά στάδια του σχηματισμού και έναρξης της λειτουργίας μιας επιχείρησης, βοηθάει τους επιχειρηματίες.

Μαζί με το καλό επιχειρηματικό σχέδιο μεταβάλλεται κι η επιχείρηση. Για αυτό το λόγο λοιπόν πρέπει να ανανεώνεται σε ετήσια βάση.

Για την έναρξη μιας επιχείρησης είναι απαραίτητη η σύνταξη επιχειρηματικού σχεδίου το οποίο, όπως αναφέραμε, είναι βασικό εργαλείο για κάθε επιχειρηματική δραστηριότητα καθώς και για κάθε φάση της εξέλιξης της. Η σύνταξη γίνεται πολύ πριν ληφθούν οι δεσμευτικές αποφάσεις για την έναρξη. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό διότι:

- Περιγράφει το όραμα, τους στόχους και τη στρατηγική της επιχείρησης.
- Εντοπίζει το μέγεθος της απαιτούμενης χρηματοδότησης καθώς και της πιθανής εξωτερικής επένδυσης.
- Διευκολύνει τους επενδυτές και τους χρηματοδότες να εκτιμήσουν το μέγεθος της επιχείρησης.
- Βελτιώνει την διοικητική ικανότητα του επικεφαλής της επιχείρησης. (startup.gr)

4.5 Μορφές χρηματοδότησης επιχειρήσεων

Κάθε επιχείρηση ανεξάρτητα από το μέγεθος και την δραστηριότητά της έχει τρεις βασικούς σκοπούς: την παραγωγή, την διάθεση και την χρηματοοικονομική λειτουργία. Επιπλέον, «τόσο η παραγωγή όσο και η διάθεση προσδιορίζουν ροές κεφαλαίων. Η παραγωγή συνεπάγεται χρηματικές εκροές ενώ η διάθεση συνεπάγεται χρηματικές εισροές. Για να επιτύχουμε το μεγαλύτερο δυνατό οικονομικό αποτέλεσμα, θα πρέπει οι εισροές να είναι μεγαλύτερες από τις εκροές». (Πάνας, 2009) Πολλές φορές όμως παρατηρείται το αντίθετο γεγονός το οποίο σημαίνει ότι η επιχείρηση θα πρέπει να στραφεί σε εσωτερικές ή εξωτερικές πηγές χρηματοδότησης προκειμένου να καλύπτει τις οικονομικές της ανάγκες. Ο κλάδος ο οποίος ασχολείται με την εύρεση εξωτερικών ή και εσωτερικών πηγών χρηματοδότησης καλείται χρηματοδοτική λειτουργία ή χρηματοδότηση των επιχειρήσεων (Βάτος, 2017).

4.5.1 Εσωτερική χρηματοδότηση επιχειρήσεων

Η έννοια της εσωτερικής χρηματοδότησης ή αλλιώς αυτοχρηματοδότησης συνδέεται με την πάγια περιουσία της επιχείρησης, τους επενδυτές/μετόχους/ιδιοκτήτες της και τα κεφάλαιά της. Οι εσωτερικοί τρόποι χρηματοδότησης είναι:

- Επανεπένδυση και εσωτερική χρησιμοποίηση του κέρδους που αποκτά η επιχείρηση από τις μετοχές της, (Βάτος, 2017)
- Αύξηση μετοχικού κεφαλαίου της επιχείρησης με έκδοση νέων μετοχών. (Βάτος, 2017)
- Χρηματικές Ροές από Θετική Εξέλιξη Βραχυπρόθεσμων Απαιτήσεων και Υποχρεώσεων (Μπακούρος, 2015)
- Δανειακή ενίσχυση της επιχείρησης από τους επιχειρηματίες (Θάνος, Κιόχος & Παπανικολάου, 2002)
- Εκποίηση Περιουσιακών Στοιχείων
- Πώληση Χρεογράφων (Βάτος, 2017)
- Αποθεματικά Κεφάλαια (αδιανέμητα κέρδη) (Μπάκουρος, 2015)

4.5.2 Εξωτερική Χρηματοδότηση Επιχειρήσεων

Οι σύγχρονες επιχειρήσεις για να μπορέσουν να φθάσουν στον επιθυμητό στόχο τους και να λειτουργήσουν ομαλά χωρίς προβλήματα, είτε κατά την ίδρυση τους είτε καθ' όλη την διάρκεια λειτουργία τους, δεν είναι δυνατό να βασιστούν μόνο στην εσωτερική χρηματοδότηση με αποτέλεσμα να στρέφονται και σε εξωτερικές ή αλλιώς ξένες πηγές χρηματοδότησης (Βάτος, 2017). Ως εξωτερική χρηματοδότηση, νοείται «το κεφάλαιο που προέρχεται από πηγές εκτός επιχείρησης και αναφέρεται σε κεφαλαιακές εισροές από κάθε μορφής δανεισμό»(Βάτος, Κιόχος & Παπανικολάου, 2002) το κεφάλαιο αυτό, προστίθεται στο ίδιο κεφάλαιο της επιχείρησης συμβάλλοντας στην ανάπτυξη της δραστηριότητας και της αποδοτικότητας του συνολικού επιχειρηματικού κεφαλαίου. Η εξωτερική χρηματοδότηση, μέσα από την ευρεία αποδοχή και την αυξανόμενη εξέλιξη και ανάπτυξη της, έχει δυνατότητα να αναλυθεί στους παραδοσιακούς τρόπους χρηματοδότησης και στις εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης (Βάτος, 2017).

Οι παραδοσιακοί τρόποι χρηματοδότησης, μπορούν με τη σειρά τους να κατηγοριοποιηθούν, σε βραχυπρόθεσμες, μεσοπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες μορφές χρηματοδότησης. Ως βραχυπρόθεσμες μορφές χρηματοδότησης θεωρούνται οι τραπεζικές πιστώσεις και οι εμπορικές πιστώσεις (Βάτος, 2017).

Η μεσοπρόθεσμη χρηματοδότηση/δανεισμός αναφέρεται κυρίως σε επενδύσεις οι οποίες πραγματοποιούνται σε κυκλοφορόντα περιουσιακά στοιχεία όπως είναι για παράδειγμα οι μεσοπρόθεσμες πιστώσεις προς πελάτες, ενώ χρησιμοποιείται κυρίως για την αντιμετώπιση οφειλών οι οποίες δεν μπορούν να εξυπηρετηθούν με κάποια από τις μορφές χρηματοδότησης του βραχυπρόθεσμου δανεισμού (Βάτος, 2017).

Τέλος, οι μακροπρόθεσμες μορφές δανεισμού, είναι και οι πιο διαδεδομένες από τις παραδοσιακές εξωτερικές πηγές χρηματοδότησης και αναφέρονται στην έκδοση εταιρικών ομολόγων (ή ομολογιακά δάνεια) και μετοχών καθώς και στον τραπεζικό δανεισμό (Βάτος, 2017).

Οι εναλλακτικοί τρόποι χρηματοδότησης, αποτελούν νέες μορφές χρηματοδότησης και έχουν δημιουργηθεί προκειμένου να καλύψουν τις σύγχρονες απαιτήσεις των επιχειρήσεων. Οι πιο διαδεδομένοι εναλλακτικοί τρόποι χρηματοδότησης είναι, το leasing, το forfaiting, το factoring, τα venture capitals, οι Ιδιώτες Επενδυτές (Business Angels) και οι Θερμοκοιτίδες Επιχειρήσεων (Business Incubators) (Βάτος, 2017).

4.5.3 Στήριξη ΜμΕ από την Ευρωπαϊκή Ένωση

Οι ΜμΕ, συμβάλλουν στην οικονομική ανάπτυξη, την καινοτομία, την απασχόληση και την κοινωνική ένταξη στην ΕΕ, αφού αντιπροσωπεύουν το 98% των επιχειρήσεων και το 67% των θέσεων εργασίας. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή λοιπόν, για αυτό το λόγο, προωθεί την επιχειρηματικότητα και βελτιώνει το επιχειρηματικό περιβάλλον για τις ΜμΕ (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2014).

4.5.4 Διευκόλυνση πρόσβασης των ΜμΕ στην χρηματοδότηση

Σημαντική προτεραιότητα επίσης αποτελεί η διευκόλυνση της πρόσβασης των ΜμΕ στην χρηματοδότηση. Η Ευρώπη παρέχει ένα ισορροπημένο σύστημα χρηματοδοτήσεων στις ΜμΕ μέσω των διαρθρωτικών ταμείων, των προγραμμάτων έρευνας και καινοτομίας και των μικρών χρηματοδοτήσεων Progress, καθώς και των δανείων αυτών που χορηγεί ή Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων. (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2014).

Μέχρι και τα μέσα του 2012, περισσότερες από 175.00 μικρομεσαίες επιχειρήσεις χρηματοδοτήθηκαν από το πρόγραμμα – πλαίσιο για την ανταγωνιστικότητα και την καινοτομία (ΠΑΚ). Ενώ, κατά το προηγούμενο διάστημα 2008-2011, η Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων χορήγησε δάνεια ύψους 40 δις. Ευρώ περίπου, από τα οποία επωφελήθηκαν περισσότερες από 210.000 ΜμΕ. Από το 2014 και έπειτα οι ΜμΕ λαμβάνουν περαιτέρω στήριξη στο πλαίσιο του προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων και των μικρομεσαίων επιχειρήσεων» (COSME)(Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2014).

4.6 Ανάλυση διαφόρων παραγόντων

Σε αυτή την ενότητα θα δούμε διάφορα κριτήρια-παράγοντες που χρησιμοποιούν οι ερευνητές με σκοπό να απαντήσουν σε ερωτήματα όπως ποιος ξεκινά την δημιουργία των επιχειρήσεων και κατά πόσο γίνεται μια τέτοια έναρξη, τα οποία στοιχεία προέρχονται μέσα από εκτενείς εμπειρικές μελέτες στις οποίες υποβλήθηκαν ιδιοκτήτες νέων επιχειρήσεων και αυτό-απασχολούμενοι. (Storey, Greene, Χασσίδ & Φαφαλιού, 2011)

Σε αυτή την προσέγγιση λοιπόν επισημάναμε 2 περιορισμούς. Ο πρώτος είναι ότι η αυτό-απασχόληση αποτελεί ανεπαρκή δείκτη της ιδιοκτησίας των επιχειρήσεων. Ο δεύτερος περιορισμός οφείλεται στο γεγονός ότι και οι πιο εκτενείς εμπειρικές μελέτες μπορεί να μην είναι αντιπροσωπευτικές ή να μεροληπτούν. Έτσι, παρά τους περιορισμούς, τα πορίσματα αυτών των ερευνών αποτελούν μια καλή αφετηρία, εξαιτίας της σημασίας που δίνουμε στα ερωτήματα εάν, κατά πόσο και ποιος (Storey, Greene, Χασσίδ & Φαφαλιού, 2011).

Θα εξετάσουμε μια σειρά από παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν την απόφαση του ατόμου να γίνει ιδιοκτήτης επιχείρησης. Σύμφωνα, με την θεωρία των επιλογών (αν ένα άτομο επιλέξει να γίνει αυτό-απασχολούμενος ή μισθωτός), οι παράγοντες αυτοί ομαδοποιούνται από τις ακόλουθες γενικές κατηγορίες: προσωπικές καταστάσεις, εμπειρία στην αγορά εργασίας, χαρακτηριστικά της προσωπικότητας και πόροι (Storey, Greene, Χασσίδ & Φαφαλιού, 2011).

4.6.1 Προσωπικές Καταστάσεις

4.6.1.1 Φύλο

Σε όλες τις χώρες, οι γυναίκες έχουν λιγότερες πιθανότητες απ' ότι οι άντρες να γίνουν αυτοαπασχολούμενες. Τα ερωτήματα που προκύπτουν είναι κυρίως για ποιο λόγο συμβαίνει αυτό κι ποια είναι τα χαρακτηριστικά εκείνων των γυναικών που τελικά γίνονται αυτοαπασχολούμενες. Οι απαντήσεις που προτείνονται συνήθως στο ερώτημα γιατί οι

γυναίκες έχουν μικρότερες πιθανότητες από τους άντρες είναι τρεις (Storey, Greene, Χασσίδ & Φαφαλιού, 2011).

Η πρώτη ερμηνεία, συγκεντρώνει στην υποκειμενική ή αντικειμενική απουσία των ικανοτήτων που είναι απαραίτητες για την δημιουργία μιας επιχείρησης. Σε ότι αφορά αυτή την ερμηνεία, αν υποθέσουμε πως πραγματικά οι γυναίκες στερούνται των «αντικειμενικών» ικανοτήτων που απαιτούνται για την δημιουργία μιας επιχείρησης, τότε θα έπρεπε να είχαμε ως αποτέλεσμα εμφανείς διαφορές στο ψυχολογικό προφίλ των ανδρών και των γυναικών. Ωστόσο, τα στοιχεία που διαθέτουμε δεν αποδεικνύουν ότι σχετίζονται άμεσα τα «αντικειμενικά» ψυχολογικά χαρακτηριστικά (πχ ανάγκη για επιτυχία, ανάληψη ρίσκου) με την έναρξη των επιχειρήσεων. Έτσι, η σχέση των «αντικειμενικών» χαρακτηριστικών με την συμπεριφορά των ανδρών και γυναικών επίδοξων επιχειρηματιών παραμένει αμφίβολη.

Την ύπαρξη «υποκειμενικών» διαφορών επισημαίνουν οι Langowitz και Minniti (2007), ανάμεσα σε άντρες και γυναίκες επίδοξων επιχειρηματιών. Πραγματοποίησαν μια έρευνα σε 17 χώρες βάση της οποίας φάνηκε πως όταν οι γυναίκες γνωρίζουν ότι διαθέτουν τις απαραίτητες γνώσεις και ικανότητες τότε έχουν πολλές πιθανότητες να γίνουν νέες επιχειρηματίες. Εάν όμως, υπάρχει το αίσθημα του φόβου της αποτυχίας, τότε έχουν λιγότερες πιθανότητες να αξιοποιήσουν κατάλληλα τις ευκαιρίες για τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων.

Με αυτό τον τρόπο, οδηγούμαστε στη δεύτερη ερμηνεία, η οποία αφορά τις διακρίσεις που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες στην αγορά εργασίας, εξαιτίας των νοοτροπιών που κυριαρχούν ή της περιορισμένης πρόσβασης στην απασχόληση. Σύμφωνα με τους Marlow και Ratton (2005) οι «κανόνες του παιχνιδιού» έχουν διαμορφωθεί βάσει αντρικών προτύπων και για αυτό τον λόγο οι γυναίκες αντιμετωπίζουν διακρίσεις στον χώρο της εργασίας τους. Ένα μέτρο αυτού του φαινομένου ονομάζεται «χάσμα πληρωμών». Για κάποιον ίσως περίεργο λόγο όμως, οι γυναίκες ενθαρρύνονται από αυτή την κατάσταση και επιλέγουν την υποαπασχόληση ή την αυτό-απασχόληση έναντι της μισθωτής εργασίας, χάρη στις μεγαλύτερες δυνατότητες κερδοσκοπίας σε αυτή την κατάσταση. Επίσης, η αυτό-απασχολούμενη γυναίκα ως ιδιοκτήτρια της επιχείρησης γίνεται αυτομάτως «αφεντικό του εαυτού της» και έτσι μειώνονται οι διακρίσεις.

Η τρίτη εξήγηση αφορά τις οικογενειακές ευθύνες των γυναικών, οι οποίες είναι αυξημένες και που ίσως από μία άποψη αποτελούν κίνητρο για υποαπασχόληση καθώς αυτή η κατάσταση προσφέρει μεγαλύτερη ευελιξία για διαχείριση επαγγελματικών και οικογενειακών θεμάτων απ' ότι η μισθωτή εργασία. Η Wellington (2006) διαπιστώνει ότι η αυτό-απασχόληση των γυναικών είναι συχνότερη με όσες έχουν μικρά παιδιά, σε όσες έχουν σοβαρές οικογενειακές υποχρεώσεις και σε γυναίκες υψηλού μορφωτικού επιπέδου. Επομένως, έστω ότι η αυτό-απασχόληση απαιτεί περισσότερες δεξιότητες απ' ότι η μισθωτή εργασία, τότε ίσως περισσότερες γυναίκες να θεωρήσουν ότι η αυτό-απασχόληση συμφέρει περισσότερο.

Ακόμη ένας παράγοντας είναι η «φιλική προς την οικογένεια εργασία», η οποία πιθανώς να μειώσει το γόητρο της αυτό-απασχόλησης. Ίσως αυτό να εξηγεί ότι τα γυναικεία ποσοστά της αυτό-απασχόλησης είναι χαμηλότερα απ' ότι αυτά των ανδρών. Ίσως όμως να μην φταίει η έλλειψη κλίσης, ούτε οι διακρίσεις αλλά το γεγονός ότι ο δημόσιος φορέας των κρατών προσφέρει εργασία «φιλική προς την οικογένεια» είναι πολύ πιο επιθυμητή από την αβέβαιη αυτό-απασχόληση (Storey, Greene, Χασσίδ & Φαφαλιού, 2011).

4.6.1.2 Ηλικία

Έρευνες που διεξάχθηκαν από πολλούς ερευνητές για την απασχόληση, δείχνουν πως η επίδραση της ηλικίας στις πιθανότητες για να ξεκινήσει κάποιος μια επιχείρηση είναι σημαντικός παράγοντας (Storey, Greene, Χασσίδ & Φαφαλιού, 2011).

Άτομα μέσης ηλικίας (30-50) έχουν πιο πολλές πιθανότητες να δημιουργήσουν μια επιχείρηση από εκείνους που είναι νεότεροι ή μεγαλύτεροι. Το άτομο βλέπει την αυτό-απασχόληση ως επιλογή η οποία συνεπάγεται με διαφορετικά κόστη και οφέλη για ομάδα κάθε ηλικίας.

Για τους νέους, δηλαδή κάτω των 30, επειδή τους λείπει η εμπειρία, η αξιοπιστία ή η πρόσβαση στο κεφάλαιο, τα οφέλη από την ιδιοκτησία μπορεί να είναι περιορισμένα. Είναι πιθανό να κερδίζουν πιο λίγα και ως μισθωτοί από τους μεσήλικες ή μεγαλύτερους εργαζομένους, γεγονός που ίσως τους έκανε να δουν πιο ευνοϊκά την αυτό-απασχόληση. Πιθανό να είναι πρόθυμοι να δουλεύουν πολλές ώρες για λίγα χρήματα αν στηρίζονται οικονομικά από τους γονείς τους.

Αντίθετα, οι εργαζόμενοι μεγαλύτερης ηλικίας, άνω των 50ετών δηλαδή, πλεονεκτούν ως προς την εμπειρία και αξιοπιστία. Ίσως έχουν πρόσβαση σε δικές τους πηγές χρηματοδότησης και να θεωρούνται αξιόπιστοι δανειστές απέναντι στις τράπεζες. Στην περίπτωση όμως που εργάζονται ως μισθωτοί, ίσως να μην έχουν την ίδια ενέργεια και επιμονή των νεότερων τους. Είναι πιθανό παρόλα αυτά, να κερδίζουν υψηλότερα εισοδήματα που δύσκολα θα τους πρόσφερε μια νεοσύστατη επιχείρηση. Με τη λογική αυτή λοιπόν, οι μεσήλικες μπορούν και συνδυάζουν την εμπειρία καθώς και την πρόσβαση στη χρηματοδότηση, γεγονός που τους ευνοεί περισσότερο για την έναρξη μιας επιχείρησης.

Μετά την ηλικία των 50-55 ετών, στοιχεία ερευνών δείχνουν κάποια επιδείνωση στις επαγγελματικές προοπτικές εξαιτίας του εισοδήματος πολλών εργαζομένων το οποίο εμφανίζει κάμψη ή στασιμότητα. Η απογοήτευση από την εργασία, μεγάλα αποθέματα ενέργειας καθώς, και η πρόσβαση στην χρηματοδότηση, η οποία έχει βελτιωθεί, οδηγεί στην αύξηση της αυτό-απασχόλησης μεταξύ πιο ηλικιωμένων ατόμων (Storey, Greene, Χασσίδ & Φαφαλιού, 2011).

4.6.1.3 Εμπειρία αυτοαπασχολούμενου γονέα

Τρεις είναι οι λόγοι οι οποίοι αυξάνουν τις πιθανότητες ενός παιδιού να γίνει αυτό-απασχολούμενο, όταν οι γονείς είναι και εκείνοι αυτό-απασχολούμενοι.

Πρώτον, η απόκτηση της οικογενειακής επιχείρησης εν μέσω κληρονομιάς. Δεύτερον, τα παιδιά των αυτό-απασχολούμενων γονέων είναι σε θέση να έχουν καλύτερη άποψη για την επιχειρηματική επιλογή από τα άτομα αυτά που οι γονείς τους δεν ήταν ιδιοκτήτες επιχείρησης, ακόμη και να υπάρχει μεταβίβαση της οικογενειακής επιχείρησης. Αυτό σημαίνει πως σε σύγκριση με άτομα που δεν έχουν παρόμοιο ιστορικό, θα έχουν προσωπική άποψη για το πώς να διαχειριστούν μια επιχείρηση, καθώς και να κρίνουν εάν τελικά έχουν τις απαραίτητες ικανότητες. Τρίτον, τα παιδιά αυτά των επιχειρηματιών, ίσως έχουν συγγενείς που μπορούν να τα χρηματοδοτήσουν ή και να τους δώσουν συμβουλές, κάνοντας την μετάβαση στην ιδιοκτησία της επιχείρησης πιο εύκολη. Αυτά τα στοιχεία αυξάνουν τις πιθανότητες να στραφεί κάποιος στην αυτό-απασχόληση.

Οι εμπειρίες που έχει ο αυτό-απασχολούμενος γονέας παίζουν σημαντικό ρόλο. Αν είναι αρνητικές, μπορούν να αποθαρρύνουν το παιδί να ακολουθήσει την ίδια πορεία. Επίσης τα παιδιά γονέων που ως ιδιοκτήτες πλούτισαν, καμία φορά δεν έχουν το απαραίτητο κίνητρο.

Ενδείξεις υπάρχουν πως το άτομο έχει μεγαλύτερες πιθανότητες να ξεκινήσει μια δική του επιχείρηση ή να γίνει αυτό-απασχολούμενος, εάν οι γονείς του είναι ιδιοκτήτες μιας επιχείρησης (Storey, Greene, Χασσίδ & Φαφάλιου, 2011).

4.6.1.4 Οικογενειακή κατάσταση

Σύμφωνα με τη θεωρία των επιλογών, οι παντρεμένοι έχουν περισσότερες πιθανότητες να γίνουν αυτό-απασχολούμενοι από τους ανύπαντρους. Υπάρχουν δυο πιθανές αιτίες γι' αυτό:

Πρώτο επιχείρημα αποτελεί το γεγονός ότι η αυτό-απασχόληση μπορεί να λειτουργήσει ως αύξηση των κερδών τους επιλέγοντας να δουλεύουν περισσότερες ώρες. Σύμφωνα με τους Rees και Shah (1994), παρατηρούμε ότι ένας παντρεμένος δουλεύει 8 ώρες περισσότερο από έναν ανύπαντρο. Βασιζόμενο σε αυτό, το άτομο επιλέγει περισσότερο την αυτό-απασχόληση, μια κατάσταση που το εισόδημα σχετίζεται πιο άμεσα με τις ώρες εργασίας από ότι με τη μισθωτή εργασία όπου ο μισθός είναι σταθερός.

Το δεύτερο επιχείρημα είναι ότι η αποτελεσματικότητα πολλών μικρών επιχειρήσεων στηρίζεται στην απλήρωτη εργασία του «προσωπικού» τους. Πολλές επιχειρήσεις εξαρτώνται από τη βοήθεια που προσφέρουν τα μέλη της οικογένειάς τους. Σύμφωνα με τους Baines και Wheelock (1998) αναφέρουν ότι πολύ σημαντική πηγή εργασίας, πληρωμένης και απλήρωτης είναι οι σύζυγοι ιδιοκτητών επιχείρησης και χωρίς την εργασία αυτή, η επιβίωση δεν θα ήταν σίγουρη. Επομένως, θεωρείται συμφέρουσα η δημιουργία μιας επιχείρησης, κάτω από τέτοιες περιπτώσεις.

4.6.1.5 Παιδιά

Καθώς το εισόδημα από την αυτό-απασχόληση είναι λιγότερο ασφαλές, ένα άτομο που έχει παιδιά έχει λιγότερες πιθανότητες να γίνει αυτό-απασχολούμενος. Η αυτό-απασχόληση ως μια μορφή αβέβαιη για το εισόδημα, μπορεί να αποτελέσει δύσκολη επιλογή όταν υπάρχουν σοβαρές ευθύνες. Από την άλλη, όταν τα παιδιά μεγαλώσουν αρκετά για να μπορούν να συνεισφέρουν στην επιχείρηση, είναι πιθανό να βελτιώσουν την βιωσιμότητά της και να κάνουν πιο εφικτή την είσοδο της στη νέα αγορά. Το γεγονός αυτό οφείλεται στην εύκολη αποδοχή για βραχυπρόθεσμο ή μακροπρόθεσμο «πάγωμα» των μισθών τους μέχρι η επιχείρηση να καταφέρει να αναπτυχθεί. Είναι ένα είδος «ιδίου κεφαλαίου που προέρχεται από το μόχθο τους».

Η αυτό-απασχόληση οδηγεί σε επιπλέον ώρες εργασίας δηλαδή μεγαλύτερο εισόδημα σε σχέση με τον σταθερό μισθό που έχει ένας μισθωτός. Συνεπώς, οι γονείς έχουν τη δυνατότητα να κερδίζουν περισσότερα χρήματα για τα παιδιά τους. Στοιχεία ερευνών δείχνουν ότι οι αυτο-απασχολούμενοι είναι πιο πιθανό να έχουν παιδιά παρά να είναι άτεκνοι. Η λέξη «παιδιά» κρύβει σημαντικές διαφοροποιήσεις. Πιο λεπτομερείς έρευνες έδειξαν ότι η επιλογή της αυτό-απασχόλησης είναι θέμα περιστάσεων (Storey, Greene, Χασσίδ & Φαφάλιου, 2011).

4.6.1.6 Εκπαίδευση

Οι πιθανότητες ενός ατόμου να στραφεί στην αυτό-απασχόληση επηρεάζονται θετικά ή αρνητικά από το μορφωτικό του επίπεδο. Η εκπαίδευση δίνει τα σωστά εφόδια για τη δημιουργία μιας επιχείρησης και της διοίκησής της, γεγονός θετικής επιρροής. Επίσης πολύ πιθανό, άτομα με πολύ εξειδικευμένη τεχνολογική εκπαίδευση, να μπορούν να ιδρύσουν

κάποιους συγκεκριμένους τύπους επιχείρησης όπως για παράδειγμα αυτές που χρησιμοποιούν ή αναπτύσσουν νέες τεχνολογίες.

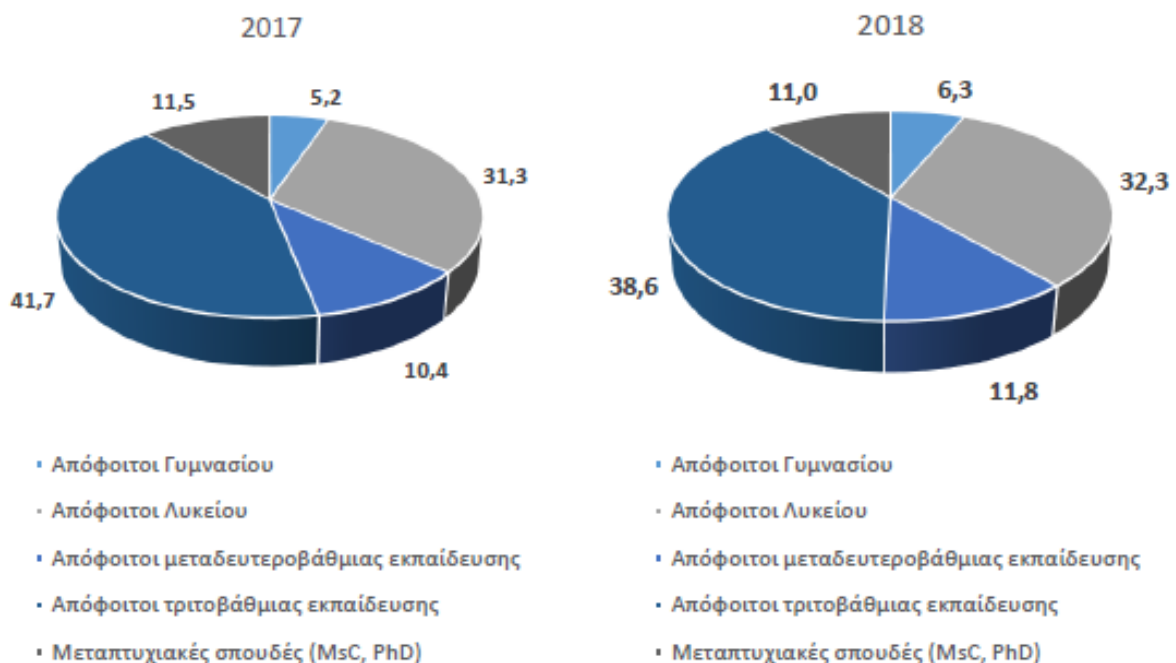
Οι περισσότερες όμως θεωρίες βασίζονται στην έννοια ότι τα άτομα καλούνται να αποφασίσουν αν η ίδρυση μιας επιχείρησης είναι η καλύτερη επιλογή που έχουν. Επομένως, ακόμη και αν αποδείξουμε ότι τα άτομα που έχουν «υψηλό» μορφωτικό επίπεδο μπορούν να γίνουν πιο καλοί επιχειρηματίες απ' όσους δεν έχουν αντίστοιχη εκπαίδευση, δεν είναι απαραίτητο ότι αυτά τα άτομα τελικά δημιουργούν δική τους επιχείρηση και αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι ένα άτομο υψηλού εκπαιδευτικού επιπέδου ακόμη και σαν υπάλληλος μπορεί να κερδίζει πιο μεγάλα εισοδήματα από τα άτομα που δεν διαθέτουν την αντίστοιχη εκπαίδευση (Storey, Greene, Χασσίδ & Φαφάλιου, 2011).

Την πλησιέστερη ανάλυση της σχέσης αυτής, επιχείρησαν οι Sluis et al. (2005) σε έρευνα τους, οι οποίοι έδειξαν ότι το μορφωτικό επίπεδο ενός ατόμου δεν σχετίζεται με τις πιθανότητες του να δημιουργήσει μια επιχείρηση. Μικρή απόκλιση από αυτό τον κανόνα αποτελεί η περίπτωση των ατόμων που έχουν διδακτορικό, ίσως επειδή έχουν πιο πολλές πιθανότητες να γίνουν ιδιοκτήτες επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας.

Η εκπαίδευση ενισχύει το «οπλοστάσιο» των προσόντων που συνδυάζει ένα άτομο, αυξάνει τα αναμενόμενα έσοδα του και στις δύο «καταστάσεις». Το μόνο που τελικά ίσως δεν είναι ξεκάθαρο είναι το πώς κάνει τα άτομα να μεταπηδούν από τη μία κατάσταση στην άλλη.

Στο παρακάτω διάγραμμα που ακολουθεί (Διάγραμμα 4.3) παρουσιάζεται η ποσοστιαία κατανομή των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων με βάση το επίπεδο εκπαίδευσής τους, διακρίνοντας τα σε διαφορετικά εκπαιδευτικά στρώματα

Διάγραμμα 4.3. Ποσοστιαία κατανομή επιχειρηματιών αρχικών σταδίων ως προς το εκπαιδευτικό τους επίπεδο



Πηγή: GEM, Επεξεργασία στοιχείων: IOBE

4.6.1.7 Εθνότητα

Σχετικά με τον ορισμό της «εθνοτικής» επιχειρηματικότητας προβλέπονται κάποιες δυσκολίες.

Οι Chaganti και Greene (2002) διακρίνουν τρία είδη «εθνοτικής» επιχειρηματικότητας:

- Επιχειρήσεις που ιδρύθηκαν πρόσφατα από μετανάστες
- Ένα σύνολο εθνοτικών επιχειρήσεων που δημιουργήθηκε για να εξυπηρετεί μια εθνοτική αγορά, απασχολώντας εθνοτικά αφεντικά και υπαλλήλους
- Επιχειρήσεις που φτιάχτηκαν για την παροχή ενωτικών προϊόντων, οι οποίες όμως δεν ανήκουν αναγκαστικά σε άτομα ενωτικών μειονοτήτων.

Οι ερευνητές που εξετάζουν τις επιμέρους εθνοτικές ομάδες συνήθως προτείνουν 2 ερμηνείες για τα διαφορετικά ποσοστά απασχόλησης. Η πρώτη ερμηνεία συνδέεται με την κουλτούρα κάθε ομάδας και η δεύτερη με τις διακρίσεις. Οι πολιτιστικές διαφορές θεωρούνται και αυτές το ίδιο υπεύθυνες για την ύπαρξη εθνοτικών πόρων, πρόσβαση στους οποίους έχουν οι ενεργοί ιδιοκτήτες επιχειρήσεων και οι επίδοξοι επιχειρηματίες. Σε αυτούς τους πόρους υπάρχει ένα πλέγμα συγγενικών δεσμών μεγάλου βάθους και εύρους, που παρέχει φθηνούς αλλά εργατικούς υπαλλήλους. Οι εθνοτικοί πόροι περιλαμβάνουν και τη χρηματοδότηση ως δυνατότητα και μπορεί να είναι πιο φθηνή και πιο καλά δομημένη (πχ μακροπρόθεσμη) από τη χρηματοδότηση που προσφέρουν άλλες πηγές κεφαλαίων και δανείων. Οι εθνοτικοί πόροι, πολλές φορές αφορούν πιο γενικές μορφές πόρων στους οποίους πρόσβαση έχει η κοινωνία. Μια πολυάριθμη κοινότητα μπορεί να προσφέρει πελατεία στις επιχειρήσεις ατόμων ίδιας κοινότητας και εργατικά χέρια. Το γεγονός ότι ορισμένες πολυάριθμες εθνοτικές κοινότητες έχουν πιο μεγάλες πιθανότητες στο να ιδρύσουν μια επιχείρηση μπορεί να εξηγηθεί από την πολιτιστική προσπάθεια των ομάδων αυτών στην επιχειρηματικότητα, αλλά και στην πρόσβαση που έχουν στους ενωτικούς πόρους που βοηθούν στη δημιουργία επιχείρησης (Storey, Greene, Χασσιδ & Φαφάλιου, 2011).

Συνοψίζοντας, παρατηρούνται διαφορές στις πιθανότητες που έχουν τα άτομα διαφορετικών εθνοτικών ομάδων να γίνουν επιχειρηματίες. Οι θεωρητικοί με βάση τις διάφορες έρευνες τους, το αποδίδουν στις διαφορετικές οικονομικές συνθήκες που χαρακτηρίζουν κάθε ομάδα. Συχνά, αυτοί οι παράγοντες μπορούν να «σπρώξουν» τα άτομα προς την αυτό-απασχόληση. Ωστόσο, ίσως υπάρχουν και άλλες πολιτιστικές αιτίες που «έλκονται» τα άτομα από την αυτό-απασχόληση.

4.6.2 Εμπειρία στην αγορά εργασίας

Οι οικονομολόγοι θεωρούν πως μετά την προσωπική κατάσταση του ατόμου, η δεύτερη βασική επιρροή η οποία καθορίζει αν το άτομο θα γίνει αυτό-απασχολούμενο είναι η εμπειρία στη αγορά εργασίας, η οποία περιλαμβάνει: προϋπηρεσία σε μικρή ή μεγάλη επιχείρηση, ιδιοκτησία επιχείρησης στο παρελθόν ή εμπειρία ανεργίας.

Η εμπειρία στην αγορά εργασίας, επηρεάζει την επιλογή του ατόμου να γίνει επιχειρηματίας με 2 τρόπους. Πρώτον, ίσως βοηθάει το άτομο να κρίνει πιο ικανά αν έχει τα απαραίτητα προσόντα ώστε να γίνει ιδιοκτήτης επιχείρησης ή υπάλληλος. Αυτό έχει μεγάλη σημασία, διότι σε σύγκριση με την υπαλληλική εργασία, η ιδιοκτησία επιχείρησης είναι πολύ ριψοκίνδυνη. Δεύτερον, το άτομο χάρη στην κατάλληλη εμπειρία, μπορεί να προσαρμόζεται πιο εύκολα και αυτό συνεπάγεται με συντόμευση της περιόδου εκμάθησης. Επίσης, η εμπειρία στην αγορά εργασίας σχετίζεται άμεσα με το επιχειρηματικό ταλέντο.

Σύμφωνα με τη θεωρία των επιλογών δηλαδή ανάμεσα σε μισθωτή εργασία ή αυτό-απασχόληση, θα περίμενε κάποιος ότι όσοι έχουν μεγαλύτερο επιχειρηματικό ταλέντο, θα έχουν και περισσότερες πιθανότητες να γίνουν αυτό-απασχολούμενοι και ότι η εμπειρία που θα έχουν στην αγορά εργασίας είχε θετική ή αρνητική επίπτωση στις δεξιότητες τους (Storey, Greene, Χασσίδ & Φαφάλιου, 2011).

4.6.2.1 Προϋπηρεσία σε διοικητικές θέσεις

Η προηγούμενη διοικητική εμπειρία, συνήθως προσφέρει μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση στα άτομα σχετικά με τις δεξιότητες τους να δημιουργήσουν μια επιχείρηση, όταν όλοι οι παράγοντες είναι ίδιοι. Όπως συμβαίνει και στην περίπτωση της εκπαίδευσης, ένα άτομο που έχει προϋπηρεσία σε διοικητικές θέσεις μάλλον θα κερδίζει περισσότερα συγκριτικά με άλλο άτομο που του λείπει η πείρα ακόμη και ως υπάλληλος. Ο Le (1999) δείχνει ότι οι περιπτώσεις είναι αμφιλεγόμενες με αυτές τις αντικρουόμενες επιρροές, και είναι πιθανό να συνδέονται με θέματα πρόσβασης στην χρηματοδότηση. Εξαιτίας αυτής της αντίφασης, το επίκεντρο της συζήτησης μετακινήθηκε από την έκταση της εμπειρίας στο είδος της εμπειρίας που καθορίζουν την επιλογή της νέας επιχείρησης.

Ο Lazear (2005) υποθέτει ότι υπάρχουν διαφορές ανάμεσα στους «πολυτεχνίτες» δηλαδή αυτούς που έχουν γενικό επαγγελματικό θεμέλιο και τους «εξειδικευμένους» όπου το επαγγελματικό τους υπόβαθρο είναι πιο συγκεκριμένο. Βάσει ενός δείγματος μεταπτυχιακών φοιτητών διοίκησης επιχειρήσεων στις ΗΠΑ, ο Lazear συμπέρανε ότι τα άτομα που είχαν μεγαλύτερες πιθανότητες να γίνουν αυτοαπασχολούμενοι ήταν αυτά που εν τέλει έχουν πιο γενικές εμπειρίες και ρόλους.

4.6.2.2 Προϋπηρεσία σε μικρή η μεγάλη επιχείρηση

Από τα πορίσματα του Lazear (2005) συμπεραίνουμε πως όποιος έχει εργαστεί σε μικρή επιχείρηση είναι πιο πιθανό να έχει αναλάβει πολλά διαφορετικά είδη καθηκόντων και εργασιών σε σχέση με κάποιον που έχει εργαστεί σε μεγαλύτερη επιχείρηση. Αν τα καθήκοντα αυτά τον ικανοποίησαν, ίσως αποφασίσει να μεταφέρει τις γνώσεις και τις δεξιότητές του στην δική του επιχείρηση. Έτσι είναι πιθανότερο να ξεκινήσει την δική του επιχείρηση.

Οι Hyytinen και Matiranta (2008) σε μια έρευνά τους, χρησιμοποιώντας στοιχεία από την Φιλανδία, επιβεβαίωσαν και αυτοί το ίδιο συμπέρασμα. Άτομα που είχαν εργαστεί σε μικρές επιχειρήσεις από 0 έως 19 άτομα, είχαν μεγαλύτερες πιθανότητες να γίνουν αυτό-απασχολούμενοι σε σχέση με εκείνους που εργάστηκαν σε μεγάλη εταιρεία με 50+ υπαλλήλους.

4.6.2.3 Ιδιοκτησία επιχείρησης στο παρελθόν ή προϋπηρεσία αυτό-απασχόλησης

Οι Westhead κ.ά (2005) παίρνοντας στοιχεία από έρευνα στην Μ. Βρετανία, δείχνουν ότι ένας στους πέντε ιδιοκτήτες επιχείρησης στο παρελθόν ήταν ιδιοκτήτης άλλης επιχείρησης και λίγες παραπάνω από το 1/5 των επιχειρήσεων ανήκουν σε άτομα που είναι ιδιοκτήτες περισσότερων από μια επιχείρηση. Σύμφωνα με τους Greene κ.ά. (2008) το 30% των ενεργών ιδιοκτητών επιχείρησης στο παρελθόν ήταν ιδιοκτήτες και άλλης επιχείρησης.

Από τις παραπάνω λοιπόν θεωρίες προκύπτει το ερώτημα αν κάποιο άτομο που στο παρελθόν ήταν ιδιοκτήτης επιχείρησης είναι περισσότερο πιθανό να ξανά προσπαθήσει σε σχέση με κάποιον που δεν έχει προηγούμενη εμπειρία, είναι αρχάριος. Σαφή απάντηση όμως δεν έχουμε. Υπάρχουν 2 λόγοι όπου ο παλιός ιδιοκτήτης επιχείρησης έχει λιγότερες δυνατότητες να προσπαθήσει ξανά. Ο πρώτος λόγος είναι πως αν απέτυχε στο παρελθόν, αυτή η εμπειρία μπορεί να του στοίχησε οικονομικά και ψυχολογικά και δεν θέλει να ξανά προσπαθήσει. Αυτό το βίωμα ίσως του έδωσε την ευκαιρία να αξιολογήσει το επιχειρηματικό του ταλέντο και να κατέληξε στο συμπέρασμα πως δεν είναι κατάλληλος για νέες εμπειρίες στην αυτό-απασχόληση. Ο δεύτερος λόγος είναι ότι η «αποτυχία» μπορεί να συνεπάγεται με σοβαρές οικονομικές ποινές για τους ιδιοκτήτες και αυτό να τους αποτρέπει από το να ξανά προσπαθήσουν (Storey, Greene, Χασσίδ & Φαφάλιου, 2011).

Για δύο πολύ διαφορετικούς λόγους από την άλλη μεριά, ένας παλιός ιδιοκτήτης επιχείρησης είναι πολύ πιο πρόθυμος να ξεκινήσει μια επιχείρηση από κάποιον που τώρα έχει εμφανιστεί. Πρώτον, με βάση την πρώτη του επιχειρηματική εμπειρία να έχει καταλάβει τι έφταιξε και πως μπορεί πλέον να το διορθώσει ώστε να φτάσει στην επιτυχία στο μέλλον. Δεύτερον, αν δούμε την σχέση μεταξύ ανθρώπινου χαρακτήρα και μιας επιχείρησης η οποία έλκει άτομα με συγκεκριμένο τύπο χαρακτήρα, τότε είναι πολύ πιθανό τα άτομα αυτά ανεξάρτητα από το αν είχαν αποτύχει στο παρελθόν να συνεχίσουν να θέλουν να είναι ιδιοκτήτες.

4.6.2.4 Εμπειρία ανεργίας

Σε αυτό το σημείο θεωρούμε, ότι για λόγους ευκολίας το άτομο καλείται να επιλέξει ανάμεσα στην αυτό-απασχόληση και στην εργασία ως υπάλληλος. Αυτή η υπόθεση όμως δεν καλύπτει όλες τις καταστάσεις που ενδεχομένως καλείται να αντιμετωπίσει ένας ενήλικας. Μια άλλη σημαντική κατηγορία είναι αυτή των ανέργων.

Η φύση της επιλογής αυτής δεν αλλάζει. Το άτομο που βρίσκεται σε κατάσταση ανεργίας καλείται να επιλέξει ανάμεσα στο αβέβαιο εισόδημα της αυτό-απασχόλησης και στο βέβαιο εισόδημα από το κράτος, αν υπάρχει (επίδομα ανεργίας). Αυτή η επιλογή καθορίζεται από διάφορους παράγοντες. Ένας από αυτούς είναι οι κρατικές παροχές και το μέγεθος τους για τους ανέργους. Όταν όλοι οι άλλοι παράγοντες είναι ίσοι και τα επιδόματα που παρέχει το κράτος είναι πιο μεγάλα, τα άτομα που θα επιλέξουν να μεταβούν από την ανεργία στην αυτό-απασχόληση θα είναι λιγότερα σε σύγκριση με μια οικονομία που θα έχει πιο μικρά επιδόματα ανεργίας.

Ο δεύτερος παράγοντας είναι η γεωγραφική κατανομή της ανεργίας. Αυτό σημαίνει ότι σε μια περιοχή που υπάρχουν πολλοί άνεργοι, κάποιος που είναι επίσης άνεργος έχει λιγότερες πιθανότητες να ξεκινήσει εκεί μια επιχείρηση. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι υπάρχει ύφεση στην τοπική ζήτηση. Οι περισσότερες επιχειρήσεις ξεκινούν τουλάχιστον στα πρώτα τους στάδια, να πουλάνε στις τοπικές αγορές, η ύφεση της τοπικής ζήτησης καθιστά λιγότερο επιθυμητή την προοπτική δημιουργίας μιας νέας επιχείρησης σε σχέση με μία πιο εύπορη περιοχή.

Ένας τρίτος παράγοντας ο οποίος είναι και καθοριστικός για την επιλογή των ανέργων να «αποσύρουν» στην αυτό-απασχόληση, είναι ότι πιστεύουν πως δεν μπορούν να βρουν εργασία ως υπάλληλοι. Το άτομο έχει λιγότερες πιθανότητες να προτιμήσει την αυτό-απασχόληση, στην περίπτωση που η αυτό-απασχόληση οφείλεται στην έλλειψη κινήτρων ή και επαγγελματικών δεξιοτήτων, καθώς δεν προσφέρει αυτή τόσες ευκαιρίες για αποφυγή ευθυνών. Το αυτό-απασχολούμενο άτομο αν όντως δεν έχει τις επαγγελματικές δεξιότητες

είναι πιθανό να έχει πολύ περιορισμένη πρόσβαση σε πηγές κεφαλαίου. Το συμπέρασμα λοιπόν είναι ότι η ανεργία μπορεί να έχει πολλές αντιφατικές συνέπειες (Storey, Greene, Χασσιδ & Φαφάλιου, 2011).

Σε γενικές γραμμές τα διαθέσιμα στοιχεία δείχνουν ότι οι άνεργοι έχουν περισσότερες πιθανότητες να ξεκινήσουν μια επιχείρηση σε σχέση με τους εργαζόμενους. Τέλος, η θεωρία των επιλογών δεν μας αφήνει περιθώρια βέβαιης πρόβλεψης για το αν κάποιος άνεργος έχει περισσότερες πιθανότητες να γίνει αυτό-απασχολούμενος από κάποιον, ίδιο κατά τα άλλα, άτομο που εργάζεται ως μισθωτός.

4.6.3 Χαρακτηριστικό προσωπικότητας

Σύμφωνα με τους οικονομολόγους, το πιο βασικό χαρακτηριστικό της προσωπικότητας στους αυτό-απασχολούμενους είναι η αισιοδοξία. Οι αυτό-απασχολούμενοι σε σχέση με τον υπόλοιπο πληθυσμό φαίνονται να είναι πιο αισιόδοξοι κάτι που ισχύει ακόμη και όταν τα γεγονότα ξεφεύγουν και δεν τα έχουν υπό τον έλεγχο τους (Storey, Greene, Χασσιδ & Φαφάλιου, 2011).

Οι Blanchflower και Oswald (1998) βρήκαν επίσης ότι οι αυτοαπασχολούμενοι έχουν περισσότερες πιθανότητες να δηλώσουν χαρούμενοι από την εργασία τους παρά οι μισθωτοί. Οφείλουμε παρόλα αυτά, να είμαστε επιφυλακτικοί σε τέτοιου είδους συσχετίσεις καθώς υπάρχει το ενδεχόμενο η αυτό-απασχόληση να προτιμάται από πιο ευδιάθετα άτομα και τελικά η χαρούμενη διάθεση να μην προκαλείται από την αυτό-απασχόληση.

Τέλος σε μια έρευνα ο Fairlie (2002) εντοπίζει μια ενδιαφέρουσα σχέση ανάμεσα σε ορισμένα χαρακτηριστικά της παιδικής προσωπικότητας και την ενήλικη αυτό-απασχόληση. Τα στατιστικά στοιχεία που χρησιμοποιεί είναι από την Εθνική Μακροχρόνια Μελέτη Νεαρών ατόμων στην περιοχή των ΗΠΑ. Η χρονολογία της δημοσκόπησης αυτής είναι το 1980 και τα άτομα που ρωτήθηκαν ήταν ηλικίας 15 έως 23 ετών. Το περιεχόμενο των ερωτήσεων είχε να κάνει με την εμπλοκή των ατόμων σε «παράνομες δραστηριότητες» με πιο συνηθισμένη δραστηριότητα τη διακίνηση ναρκωτικών κατά τη διάρκεια του προηγούμενου έτους.

Αυτό που μπορούμε να συμπεράνουμε έπειτα από τα παραπάνω στοιχεία των ερευνών είναι:

1. Τα χαρακτηριστικά εκείνα της προσωπικότητας που ευνοούν την ανάληψη ρίσκου στην εφηβική ηλικία διατηρούνται για πολλά χρόνια ακόμα.
2. Οι προτιμήσεις αυτές μπορούν να μεταφέρονται από τη μια μορφή επιχειρηματικότητας στην άλλη.

Αυτό επιβεβαιώνει την άποψη του Baumol (1990) ότι «οι επιχειρηματίες υπάρχουν όπως οι κοινωνίες». Οι κανόνες του παιχνιδιού τελικά πρέπει να είναι τέτοιοι σε κάθε κοινωνία ώστε τα ατομικά οφέλη να είναι μεγαλύτερα για τους παραγωγικούς επιχειρηματίες από ότι θα είναι για τους μη παραγωγικούς ή τους καταστροφικούς.

Με την αυτό-απασχόληση, εν τέλει σχετίζονται ορισμένα χαρακτηριστικά προσωπικότητας όπως είναι η αισιοδοξία και η ανάληψη ρίσκου. Είναι σαφές παρόλα αυτά ότι αυτές είναι κάποιες πιθανές επιρροές που αλληλοεπιδρούν με παράγοντες όπως η ηλικία, η εκπαίδευση και η οικονομική κατάσταση του ατόμου.

4.6.4 Πόροι

Το σημαντικότερο περιουσιακό στοιχείο των περισσότερων ατόμων είναι η κατοικία τους. Για τη λήψη δανείου από χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς, αυτό μπορεί να χρησιμεύει ως εγγύηση και με αυτό τον τρόπο διευκολύνεται η πρόσβαση σε κεφάλαια εκκίνησης. Υπάρχει θετική συσχέτιση της αυτό-απασχόλησης με την ιδιόκτητη κατοικία και την πρόσβαση σε χρηματικά κεφάλαια.

Το ίδιο ισχύει για όλους όσους έχουν πρόσβαση σε άλλες πηγές χρηματοδότησης πέραν από την κατοικία. Έρευνες δείχνουν ότι ο πλούτος, ο οποίος διευκολύνει την πρόσβαση σε χρηματοδότηση έχει ως αποτέλεσμα τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων. Τα άτομα όπου είχαν απροσδόκητα κέρδη πχ λαχείο ή κάποια κληρονομιά, έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες στην αυτό-απασχόληση.

Τη βασικότερη απόκλιση από το παραπάνω εύρημα, αποτελεί η έρευνα των Hurst και Lusardi (2004) οι οποίοι χρησιμοποιώντας στοιχεία από τις ΗΠΑ, διαπίστωσαν ότι η σχέση μεταξύ αρχικής οικονομικής κατάσταση της οικογενειακής εστίας και της τάσης για την έναρξη μιας επιχείρησης είναι σε μεγάλο βαθμό μη γραμμική καθώς περισσότερες πιθανότητες εμφανίζουν μόνο όσοι είναι πολύ πλούσιοι. Αυτό σημαίνει ότι οι περισσότεροι άνθρωποι έχουν μικρότερες πιθανότητες να ξεκινήσουν μια επιχείρηση επειδή ήταν ευκατάστατοι ή επειδή στην πορεία πλούτισαν, εκτός βέβαια και αν έγιναν εξαιρετικά πλούσιοι. Οι Hurst και Lusardi, υποστηρίζοντας ότι τα κέρδη κάποιες φορές είναι αναμενόμενα και δεν ήρθαν «ουρανοκατέβητα», απορρίπτουν τα στοιχεία που έχουν να κάνουν με κληρονομίες και λαχεία.

Τα στοιχεία αυτά δείχνουν στο σύνολό τους ότι η έλλειψη πρόσβασης σε πηγές χρηματοδότησης μπορεί να λειτουργήσει με απαγορευτικό τρόπο σε ότι αφορά την πρωτοβουλία ενός ατόμου για τη δημιουργία νέας επιχείρησης. Αν πρόβλημα πρόσβασης χρηματοδότησης αντιμετωπίζουν όλοι οι επίδοξοι επιχειρηματίες ή μόνο κάποιοι από αυτούς, δεν είναι προφανές. Αυτό που μπορούμε να τονίσουμε είναι η καθοριστική σημασία των πληροφοριών που διαθέτει ο φορέας της χρηματοδότησης σχετικά με την επιχείρηση καθώς και με την οικονομική κατάσταση του ατόμου. Αν οι πληροφορίες λοιπόν είναι ολοκληρωμένες, τότε είναι πιθανό να προχωρήσουν στην χρηματοδότηση βάσει της εμπειριστατωμένης κρίσης που έχουν σχηματίσει για την εξέλιξη της επιχείρησης. Αντίθετα, αν οι πληροφορίες είναι ελλιπείς, η ατομική περιουσία του επιχειρηματία θα αποτελέσει βασικό κριτήριο, καθώς αν η επιχείρηση αποτύχει, σε αυτή θα καταφύγουν οι χρηματοδότες (Storey, Greene, Χασσίδ & Φαφάλιου, 2011).

4.7 Νεοφυείς Επιχειρήσεις (Startup)

Η εξεύρεση ενός αποδεκτού ορισμού για τις startup επιχειρήσεις αποτελεί ένα δύσκολο εγχείρημα και για τον λόγο αυτό έχει απασχολήσει κατά καιρούς την ακαδημαϊκή και επιστημονική κοινότητα.

Ο όρος νεοφυής (startup) επιχείρηση χρησιμοποιείται τα τελευταία χρόνια με αυξανόμενη συχνότητα για να περιγράψει κάθε νέα επιχειρηματική δραστηριότητα. Κάθε νέα επιχείρηση όμως δεν αποτελεί αυτόματα και startup. Κρίνεται, λοιπόν, σκόπιμο να παρουσιαστούν μερικοί από τους πιο έγκυρους ορισμούς για την startup επιχείρηση (Robehmed, 2013):

Ο πρώτος ορισμός, που έχει δοθεί από τον Steve Blank είναι ο εξής: «Οι Startup είναι επιχειρήσεις ή οργανισμοί που έχουν ως στόχο να αναζητήσουν και να αναπτύξουν ένα

επαναλαμβανόμενο και κλιμακούμενο επιχειρηματικό μοντέλο, το οποίο αποτελεί και την διαφοροποίησή τους από τις νεοσύστατες επιχειρήσεις».

Επιπλέον με βάση τον ορισμό του EUROPEAN STARTUP MONITOR (2016), οι νεοφυείς επιχειρήσεις έχουν τα παρακάτω χαρακτηριστικά:

1. Είναι νεότερες από 10 έτη
2. Ασχολούνται και δραστηριοποιούνται στις εξαιρετικά καινοτόμες τεχνολογίες ή επιχειρηματικά μοντέλα
3. Έχουν σημαντική αύξηση υπαλλήλων και πωλήσεων

Ένα εγχείρημα μπορεί να συμπεριληφθεί στις νεοφυείς επιχειρήσεις όταν πληρείται το πρώτο από τα τρία παραπάνω χαρακτηριστικά μαζί με ένα ή και τα δύο άλλα χαρακτηριστικά. Ο ορισμός αυτός διαφοροποιεί σαφώς τις νεοσύστατες επιχειρήσεις από τις συμβατικές επιχειρήσεις και τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) που δεν προωθούν καινοτόμα προϊόντα / υπηρεσίες ή επιχειρηματικά μοντέλα που υπάρχουν κυρίως για να εξασφαλίσουν τα μέσα διαβίωσης των ιδρυτών χωρίς ουσιαστική ανάπτυξη (π.χ. μια επιχείρηση κομμωτικής) . Σε αντίθεση με τις εταιρείες αυτές, το ESM θεωρεί τις νεοσύστατες επιχειρήσεις ως αναπτυσσόμενες νέες επιχειρήσεις που δημιουργούνται για τη δημιουργία πλούτου (Aronsson, 2004).

Οι Graham & Jennings (2005) ορίζουν την Νεοφυή Επιχείρηση ως την επιχείρηση που έχει σχεδιαστεί ώστε να αναπτύσσεται ταχέως. Το να είναι νεοσύστατη, δεν αρκεί για να θεωρηθεί και νεοφυής, καθώς το μόνο που έχει σημασία σε μια νεοφυή επιχείρηση είναι ο ρυθμός ανάπτυξης, ούτως ώστε να προσελκύσει επενδυτές οι οποίοι θα έλκονται από την αναλογία ρίσκου/οφέλους της επιχείρησης, χαμηλό κόστος δημιουργίας και υψηλό ROI (Return of Investment). Η ραγδαία ανάπτυξη σχετίζεται άμεσα με το κοινό στόχο μιας αναπτυσσόμενης επιχείρησης και το μέγεθος της. Συγκεκριμένα, μια επιχείρηση που απευθύνεται σε ένα μικρό κοινό, απευθύνεται και σε μία μικρή αλλά καλά καθορισμένη ομάδα καταναλωτών έχοντας όμως ως αποτέλεσμα σημαντικούς περιορισμούς στην ανάπτυξη της, εξαιτίας του περιορισμένου κοινού της. Αντιθέτως, μια νεοφυής επιχείρηση που απευθύνεται σε ένα ευρύ κοινό χωρίς περιορισμούς έχει υψηλές πιθανότητες να πετύχει ταχείς ρυθμούς ανάπτυξης. Επίσης δεν είναι απαραίτητο για μια startup επιχείρηση να δραστηριοποιείται στον χώρο της τεχνολογίας, να χρησιμοποιήσει χρηματοδότηση από κάποιο VentureCapital, η να πραγματοποιήσει κάποιο είδος οικονομικής «εξόδου». Το μόνο απαραίτητο χαρακτηριστικό είναι η ανάπτυξη. Οτιδήποτε άλλο συσχετίζεται με μια startup επιχείρηση είναι αποτέλεσμα της ανάπτυξης.» (Paul Graham, Y Combinator accelerator head, 2012)

Κάποιοι άλλοι ορισμοί που έχουν διατυπωθεί ανά καιρούς είναι οι ακόλουθοι:

«Startup αποτελεί μια επιχείρηση που εργάζεται με στόχο να λύσει ένα πρόβλημα του οποίου η λύση δεν είναι προφανής και η επιτυχία δεν είναι εγγυημένη.» (Neil Blumenthal, co-founder and co-CEO of Warby Parker, 2013).

«Startup είναι μια πνευματική κατάσταση, στην οποία άτομα εντάσσονται σε μια επιχείρηση και παρόλα αυτά εξακολουθούν να λαμβάνουν την τολμηρή απόφαση να αποποιηθούν την σταθερότητα με αντάλλαγμα την προοπτική τεράστιας ανάπτυξης και τον ενθουσιασμό λήψης αποφάσεων που μπορούν να προκαλέσουν άμεσο αντίκτυπο.» (Adora Cheung, cofounder and CEO of Homejoy, 2013).

Ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά των νεοφυών επιχειρήσεων είναι η δυνατότητα επίτευξης υψηλών ρυθμών ανάπτυξης και συνήθως αφορούν επιχειρήσεις έντασης τεχνολογίας και

καινοτομίας. Η έννοια της startup επιχείρησης είναι συνυφασμένη με την καινοτομία, την ραγδαία εξέλιξη και συνήθως με την τεχνολογία και φυσικά εμπεριέχει τεράστιο ρίσκο ως εγχείρημα. Ωστόσο η καινοτομία στην τεχνολογία αποτελεί παράγοντα και όχι κριτήριο για την δημιουργία μιας startup επιχείρησης. Οι καινοτόμες επιχειρήσεις λαμβάνοντας την κατάλληλη χρηματοδότηση έχουν χαμηλό ή και μηδενικό κόστος δημιουργίας ενώ σε περίπτωση επιτυχίας το υψηλό ρίσκο αποφέρει υψηλή απόδοση. (Dewey, 2014).

4.8. Τα βασικά χαρακτηριστικά των startup επιχειρήσεων

Παρακάτω καταγράφονται τα κύρια χαρακτηριστικά που εντοπίζονται στις νεοφυείς (startup) επιχειρήσεις:

- **Δυναμική ταχεία ανάπτυξης.** Το επαναλαμβανόμενο επιχειρηματικό μοντέλο είναι η βάση για την ραγδαία ανάπτυξη της επιχείρησης. Απαιτεί όμως, την ύπαρξη αρκετά μεγάλου αγοραστικού κοινού, ώστε η εφαρμογή του να έχει ουσιαστικό αντίκτυπο στα μεγέθη της επιχείρησης. Επομένως, χαρακτηριστικό των νεοφυών επιχειρήσεων είναι ότι απευθύνονται σε μεγάλο μέρος της δυναμικής αγοράς τους, ξεπερνώντας γεωγραφικούς περιορισμούς και την ανάγκη φυσικής παρουσίας για παροχή των υπηρεσιών τους.
- **Μορφή προσωρινού οργανισμού με επαναλαμβανόμενο κλιμακούμενο επιχειρηματικό πλάνο:** Ο Steve Blank αναφέρει ότι «είναι ένας προσωρινός οργανισμός που σχηματίζεται με σκοπό την ταχεία ανάπτυξη, χρησιμοποιώντας ένα επαναλαμβανόμενο και επεκτάσιμο επιχειρηματικό μοντέλο». Οι νεοφυείς startup επιχειρήσεις διαθέτουν ένα νέο μη δοκιμασμένο business plan. Η επιτυχία της επιχείρησης θα αποδειχθεί από την εξέλιξη της σε σταθερή επιχείρηση ή από την απορρόφηση της από άλλη επιχείρηση.
- **Καινοτομία:** Αποτελεί βασικό προσδιοριστικό παράγοντα των νεοφυών (startup) επιχειρήσεων. Ο λόγος ύπαρξής της νεοφυούς επιχείρησης είναι να προσφέρει μια λύση σε συγκεκριμένο πρόβλημα ή μια επιθυμία των πελατών της και συνήθως σχετίζεται με προϊόντα και υπηρεσίες τεχνολογίας. Συγκριμένα υπάρχει για να δημιουργήσει μία νέα αγορά ή να εκσυγχρονίσει μία υπάρχουσα αγορά μέσω της καινοτομίας της. Η καινοτομία χωρίζεται σε πέντε κύριες πηγές:
 - Η εισαγωγή ενός νέου προϊόντος / υπηρεσίας ή η βελτιωμένη εκδοχή ενός ήδη υπάρχοντος αγαθού (συνήθως επιτυγχάνεται μέσω της αξιοποίησης των νέων τεχνολογιών).
 - Το άνοιγμα μιας νέας αγοράς (συνήθως μιας εξαγωγικής αγοράς σε νέες περιοχές δραστηριοποίησης).
 - Η εισαγωγή μιας καινοτομίας στις διαδικασίες.
 - Η εφαρμογή οργανωτικής καινοτομίας (οδηγεί σε ένα πρωτότυπο επιχειρηματικό μοντέλο).
 - Η «κατάκτηση μιας νέας πηγής προσφοράς πρώτων υλών ή ημί-κατεργασμένων αγαθών».
- **Ραγδαία ανάπτυξη:** Η Startup επιχείρηση είναι μια εταιρεία σχεδιασμένη να αναπτύσσεται γρήγορα. Ο Paul Graham, ιδρυτής μιας από των κορυφαίων νεοφυών επιχειρήσεων του κόσμου, προσδιορίζει ως νεοφυή επιχείρηση «την εταιρεία που έχει σχεδιαστεί ώστε να αυξηθεί ταχύτατα. Το να είναι μια επιχείρηση νεοσύστατη δεν σημαίνει ότι εντάσσεται στα πλαίσια της νεοφυούς, ούτε είναι αναγκαίο μια startup να είναι τεχνολογική, ή να έχει λάβει χρηματοδότηση από επενδυτές. Βέβαια το κοινό στο οποίο απευθύνεται το προϊόν ή η υπηρεσία θα πρέπει να είναι αρκετά μεγάλο

ώστε να ικανοποιούνται οι απαιτήσεις ραγδαίας - δυναμικής ανάπτυξης. Χαρακτηριστικά, το να συμβάλει στην εξυπηρέτηση πολλαπλάσιου κοινού, χωρίς να απαιτεί δαπάνη αναλογική του κοινού και των πόρων που χρησιμοποιεί, είναι σημαντικοί παράγοντες που οδηγούν στην ραγδαία ανάπτυξη μιας τέτοιας επιχείρησης.

- **Διαφορετικό τρόπο χρηματοδότησης:** Εξαιτίας της καινοτομίας τους, το επιχειρηματικό μοντέλο των νεοφυών (startup) επιχειρήσεων δε δύναται να αξιολογηθεί πλήρως από την αρχή, αφού δεν υπάρχουν δεδομένα που να μπορούν προβλέψουν με ακρίβεια την πορεία τους. Με αποτέλεσμα να μην στοχεύουν σε συνηθισμένους τρόπους χρηματοδότησης και ειδικά στην αρχή, λόγω του μεγάλου ποσοστού αποτυχίας τους, δεν μπορούν να προσελκύσουν συνηθισμένους τρόπους χρηματοδότησης, όπως δάνεια. Οι startup λόγω της γρήγορης ανάπτυξης τους, λαμβάνουν συνήθως χρηματοδότηση υψηλού ρίσκου από κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (VC's), θέλοντας να πετύχουν συνεχείς και επαναλαμβανόμενες πωλήσεις.

4.9 Στάδια ανάπτυξης νεοφυών επιχειρήσεων

Οι Marmer, Hermann & Berman (2011) ορίζουν έξι στάδια ανάπτυξης της νεοφυούς (startup) επιχείρησης, τα οποία είναι τα ακόλουθα:

Ανακάλυψη. Είναι το πρώτο στάδιο ανάπτυξης μιας νεοφυής επιχείρησης. Ο σκοπός αυτού του σταδίου είναι να ελεγχθεί εάν έχει νόημα να καλυφθεί η ανάγκη που εντοπίστηκε και εάν θα υπάρξουν ενδιαφερόμενοι για το προϊόν ή υπηρεσία που θα αναπτύξει η νεοφυής επιχείρηση. Η διάρκεια αυτού του σταδίου είναι 5-7 μήνες.

Νομιμοποίηση. Σε αυτό το δεύτερο στάδιο οι νεοφυείς επιχειρήσεις προσπαθούν να διαπιστώσουν και να αντιληφθούν αν οι καταναλωτές ενδιαφέρονται για το προϊόν τους ή την υπηρεσία τους. Η διάρκεια αυτού του σταδίου είναι 3-5 μήνες.

Αποδοτικότητα. Είναι το τρίτο στάδιο κατά το οποίο οι νεοφυείς επιχειρήσεις προσπαθούν να βελτιώσουν το επιχειρηματικό τους μοντέλο και προσπαθούν να αυξήσουν τον αριθμό των καταναλωτών. Η διάρκεια του σταδίου αυτού είναι 5 - 6 μήνες.

Κλιμάκωση. Στο στάδιο αυτό βρίσκεται η επέκταση και η ανάπτυξη των νεοφυών επιχειρήσεων. Η επέκταση προκαλεί αύξηση του αριθμού των εργαζομένων, αύξηση του μεριδίου της αγοράς και αύξηση των εσόδων έχοντας διάρκεια 7-9 μήνες.

Μεγιστοποίηση του Κέρδους. Σε αυτό το στάδιο εντοπίζεται η προσπάθεια της νεοφυούς επιχείρησης για τον περιορισμό των εξόδων, και γίνεται διαρκής προσπάθεια για αύξηση των κερδών.

Επιλογή Εξόδου. Στο στάδιο αυτό η νεοφυής επιχείρηση εντοπίζει τις στρατηγικές εξόδου για την κεφαλαιοποίηση της ανάπτυξης οι οποίες συνήθως είναι, η εξαγορά από την ομάδα διοίκησης, η πώληση σε άλλη εταιρεία επιχειρηματικών συμμετοχής, και η δημόσια προσφορά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο: ΕΙΔΙΚΟΤΕΡΑ ΘΕΜΑΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

5.1. Η γυναικεία επιχειρηματικότητα

Οι γυναικείες επιχειρήσεις είναι από τους γρηγορότερα αναπτυσσόμενους επιχειρηματικούς πληθυσμούς στον κόσμο, συμβάλλουν σημαντικά στην καινοτομία, την απασχόληση και τη δημιουργία πλούτου σε όλες τις οικονομίες. Μελετώντας την έννοια της επιχειρηματικότητας εντοπίζεται η ανάγκη να επαναπροσδιοριστούν τα τρία θεμελιώδη στοιχεία της επιχειρηματικότητας ώστε να λαμβάνουν υπόψη οποιαδήποτε μοναδικότητα της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Επιπλέον, το ίδιο το εννοιολογικό πλαίσιο χρειάζεται επέκταση ώστε να συμπεριλάβει δυο νέες πτυχές που εμφανίζονται επιπλέον στη γυναικεία επιχειρηματικότητα, και αυτές είναι η μητρότητα και το ‘μέσο’ και ‘μάκρο’ περιβάλλον (Brush et al., 2006). Το μέσο και μάκρο-περιβάλλον καταγράφει παραμέτρους πέραν της αγοράς, συμπεριλαμβανομένου παράγοντες όπως οι προσδοκίες της κοινωνίας και τα πολιτιστικά πρότυπα, όπως για παράδειγμα το πως παρουσιάζονται οι ενέργειες των γυναικών επιχειρηματιών στα μέσα ενημέρωσης. Το μάκρο-περιβάλλον τυπικά περιλαμβάνει εθνικές πολιτικές, στρατηγικές, πολιτισμικές και οικονομικές επιρροές, ενώ το μέσο- περιβάλλον αναφέρεται σε περιφερειακές υπηρεσίες υποστήριξης, πρωτοβουλίες και οργανισμούς και μπορεί να περιλαμβάνει βιομηχανίες (Pitelis, 2005, βλ. Brush et al., 2006).

5.2 Χαρακτηριστικά των γυναικών επιχειρηματιών και των γυναικείων επιχειρήσεων

Είναι δεδομένο ότι η γυναικεία επιχειρηματικότητα δεν έχει μελετηθεί τόσο όσο αυτή των ανδρών. Ακόμη, εξαρχής πολλές μελέτες γυναικών επιχειρηματιών έγιναν βασισμένες σε ανδρικά πρότυπα επιχειρηματικότητας. Η ταχύτερη αύξηση του αριθμού των γυναικών που ξεκινούν τη δική τους επιχείρηση όμως, εντείνει την ανάγκη να καταλάβουμε αν όντως οι εμπειρίες των γυναικών, τα χαρακτηριστικά και οι συμπεριφορές τους είναι ίδιες ή διαφέρουν από εκείνες των ανδρών ομολόγων τους.

Διαπιστώνεται ότι σύμφωνα με την πλειοψηφία των ερευνών οι γυναίκες επιχειρηματίες μοιάζουν περισσότερο από ότι διαφέρουν από τους άνδρες επιχειρηματίες όσον αφορά σε παράγοντες προσωπικότητας, στην ανάληψη κινδύνων και σε ψυχολογικά χαρακτηριστικά, με μόνη διαφορά ότι οι γυναίκες παίρνουν συχνότερα αποφάσεις μειωμένου, περισσότερο ελεγχόμενου ρίσκου και παρουσιάζουν χαμηλότερα επίπεδα ενέργειας (Sexton & Bowman, 1986, Masters & Meier, 1988, Welsch & Young, 1982, Dugan, Feeser, & Piaschka, 1990 βλ. Brush, 1992).

Σχεδόν σε όλες τις έρευνες που έχουν γίνει σχετικά με την ανάληψη ρίσκου στις επιχειρήσεις, φαίνεται ότι οι άνδρες νοιάζονται λιγότερο για τους κινδύνους που μπορεί να προκύψουν από ότι οι γυναίκες. Έτσι εξηγείται και η τάση των γυναικών για αποφάσεις χαμηλότερου ρίσκου. Ακόμη και οι τράπεζες αντιμετωπίζουν τις γυναίκες ως “λιγότερο επιχειρηματικές” και τις αξιολογούν χαμηλότερα σχετικά με τη ροπή προς ανάληψη κινδύνων (Buttner & Rosen, 1988, βλ. Brindley, 2006). Είναι συχνό φαινόμενο, ότι η επιλογή της επιχείρησης των γυναικών γίνεται βάσει προηγούμενης επαγγελματικής εμπειρίας.

Η επιλογή αυτή γίνεται για να μειωθεί ο κίνδυνος του να τολμήσει ένα νέο επιχείρημα σε “αχαρτογράφητη” περιοχή. Ακόμη, οι γυναίκες στο αρχικό στάδιο των επιχειρήσεών τους στρέφονται στο οικογενειακό και φιλικό περιβάλλον, δηλαδή σε μια πηγή βοήθειας που έχει δοκιμαστεί στο παρελθόν και που εμπιστεύονται. Ίσως λοιπόν και με αυτό τον τρόπο υποσυνείδητα να προσπαθούν να μειώσουν το ρίσκο αυτού του νέου επιχειρηματικού εγχειρήματος (Brindley, 2006). Η έλλειψη ρίσκου αποτυπώνεται και στο γεγονός ότι οι

γυναίκες είναι πιο πιθανό να κρατήσουν τις επιχειρήσεις τους σε χαμηλό επίπεδο, να μην τολμήσουν τη γρήγορη ανάπτυξή τους. Μελέτες έχουν δείξει ότι αυτό οφείλεται στο ότι γυναίκες που δεν έχουν σχετική εμπειρία ενδέχεται να αμφισβητήσουν την ικανότητά τους να διαχειριστούν μια ταχέως αναπτυσσόμενη επιχείρηση και συνεπώς μπορεί να περιορίσουν εσκεμμένα την επέκταση των επιχειρήσεων τους (Cliff, 1998, βλ. Brindley, 2006).

Από μια διαφορετική μελέτη διαπιστώθηκε ότι οι γυναίκες έχουν διαφορετικό τρόπο διαχείρισης της πληροφορίας. Σύμφωνα με αυτή λοιπόν την προσέγγιση, οι γυναίκες τείνουν να αποδίδουν μεγαλύτερη σημασία σε όλα τα στοιχεία που τους παρουσιάζονται συγκριτικά με τους άνδρες, δηλαδή οι γυναίκες είναι πιο λεπτομερείς στην επεξεργασία πληροφοριών από τους άνδρες (Chung, 1998, βλ. Brindley, 2005). Έχοντας λοιπόν μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα, λαμβάνουν τις κατάλληλες αποφάσεις, όχι επειδή απλά φοβούνται να πάρουν μεγαλύτερο ρίσκο, αλλά επειδή έχουν εκτιμήσει διαφορετικά τις πιθανότητες σφάλματος (Brindley, 2005).

Οι διαφορές μεταξύ ανδρών και γυναικών επιχειρηματιών σε ατομικά χαρακτηριστικά έχουν σημειωθεί ιδιαίτερα σε παράγοντες όπως η επαγγελματική εμπειρία και η εκπαίδευση. Αρκετές μελέτες διαπίστωσαν ότι οι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων γυναικών είχαν προηγούμενη εργασιακή εμπειρία στη διδασκαλία, τις λιανικές πωλήσεις, τη διοίκηση γραφείων ή γραμματειακές θέσεις, (Hisrich & Brush, 1983, Welsch & Young, 1983, Scott, 1986, Neider 1987, βλ. Brush, 1992) , αντί για διοικητικές θέσεις, επιστημονικές , μηχανολογικές ή τεχνικές όπως συνήθως οι άντρες (Watkins & Watkins, 1982, Stevenson, 1986, βλ. Brush, 1992). Ομοίως, έρευνα σχετικά με τις σταδιοδρομίες διαπίστωσε ότι για τις γυναίκες η σταδιοδρομία τους διακόπτεται συχνότερα κι έχουν χαμηλότερη προηγούμενη επαγγελματική εμπειρία στην αυτό-απασχόληση (Kaplan, 1988, Cromie & Hayes, 1988, Kalleberg & Leicht, 1990, βλ. Brush, 1992). Αντίστοιχα με την επαγγελματική εμπειρία τους διαφέρει και το εκπαιδευτικό υπόβαθρο.

Οι γενικές δεξιότητες διαχείρισης των επιχειρήσεων των ανδρών και των γυναικών επιχειρηματιών έχει παρατηρηθεί ότι δεν διαφέρουν σημαντικά (Birtley, Moss & Sanders, 1987), όμως οι γυναίκες επιχειρηματίες πιστεύουν ότι οι κοινωνικές ικανότητες και οι διαπροσωπικές δεξιότητες είναι τα ισχυρότερα προτερήματά τους (Brush, 1992).

Μια σημαντική διαφορά των γυναικών επιχειρηματιών είναι ο λόγος για τον οποίο αποφασίζουν να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση. Είναι χαρακτηριστικό των γυναικών ότι αποφασίζουν με γνώμονα την προσωπική τους, οικογενειακή ζωή. Έτσι ξεκινούν την επιχειρηματική τους πορεία ως μια λύση να ισορροπήσουν την εργασία με την οικογένεια, μέσω της ευελιξίας που αυτή θα τους παρέχει, σε αντίθεση με τους άντρες που επιχειρούν για δικό τους προσωπικό, επαγγελματικό όφελος, για να νιώθουν ότι δεν έχουν άλλο αφεντικό να υπακούν, γιατί ονειρεύονται να γίνουν επιχειρηματίες. Η γυναικεία πιο συναισθηματική φύση, αντιμετωπίζει την επιχειρηματικότητα σαν ένα μέσο προσφοράς βοήθειας τόσο του στενού οικογενειακού περιβάλλοντος της γυναίκας επιχειρηματία, όσο και του κοινωνικού συνόλου γενικότερα.

Όπως υπάρχουν διαφορές μεταξύ γυναικών και ανδρών, έτσι ακριβώς παρουσιάζονται διαφορές και στις επιχειρηματικές τους ενέργειες. Οι γυναικείες επιχειρήσεις φαίνεται ότι υιοθετούν ένα πιο “φεμινιστικό” στυλ διοίκησης, όχι τόσο τυπικό και περισσότερο συμμετοχικό. Αντίστοιχα, διαφορές εντοπίζονται και στους επιχειρηματικούς τους στόχους. Φυσικά και επιθυμούν την επίτευξη κέρδους, όμως οι γυναίκες δεν είναι τόσο προσανατολισμένες στη δημιουργία πλούτου. Οι γυναικείες επιχειρήσεις συχνότερα φαίνεται πως θέτουν κοινωνικούς στόχους, όπως την ικανοποίηση του πελάτη (Brush, 1992). Ακόμα

και όσον αφορά στη μεγέθυνση της επιχείρησής τους, οι γυναίκες θα προτιμήσουν να δράσουν με πιο αργούς ρυθμούς από ότι οι άντρες. Και αυτό όχι μόνο λόγω έλλειψης ρίσκου όπως αναφέραμε, αλλά επειδή οι γυναίκες καθώς είναι πιο προσανατολισμένες στον ανθρώπινο παράγοντα επιλέγουν τις κινήσεις τους με μεγαλύτερη σιγουριά έτσι ώστε να εξασφαλίσουν όσο περισσότερο γίνεται ότι δε θα διακυβευτεί η ασφάλεια και η σιγουριά των εργαζομένων τους, όπως ακόμη και η προσωπική τους ισορροπία εργασίας - οικογένειας από μια οποιαδήποτε κίνηση ανάπτυξης (Brindley, 2006).

Όπως φαίνεται στη βιβλιογραφία, προκειμένου να εντοπιστούν τα χαρακτηριστικά των γυναικών επιχειρηματιών και των γυναικείων επιχειρήσεων, οι μελέτες έχουν επικεντρωθεί στη σύγκριση γυναικών- ανδρών σχετικά με την επιχειρηματικότητα. Ο Hisrich συγκρίνει τους άνδρες και τις γυναίκες όσον αφορά τη δημογραφία, την προσωπικότητα και τον επιχειρηματικό τύπο (βλ. Brindley, 2006). Η τυπολογία των Goffee και Scase (1985) αντικατοπτρίζει τους τυπικούς αρσενικούς ρόλους, όπου τα χαρακτηριστικά περιλαμβάνουν τη φιλοδοξία, την ανεξαρτησία, την αυτοπεποίθηση, τη συμπεριφορά ανάληψης κινδύνων και την ευκολία λήψης αποφάσεων (Brindley, 2006). Έτσι, ο Mirchandani (1999) υποστηρίζει ότι η σύγκριση είναι πραγματικά μια κρίση για το αν οι γυναίκες έχουν υιοθετήσει αυτά τα αρσενικά χαρακτηριστικά ή αν δεν έχουν (Brindley, 2006). Επομένως περαιτέρω μελέτες πρέπει να γίνουν ώστε να αποτυπωθούν τα καθ' αυτό γυναικεία χαρακτηριστικά της γυναικείας επιχειρηματικότητας.

5.3 Κίνητρα για την ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας

Οι μελετητές συμφωνούν ότι η προβλεπόμενη επιχειρηματική ευκαιρία, το κοινωνικό κεφάλαιο και η αυτό-ιδέα είναι ίσως σημαντικοί χειριστές για την επιχειρηματική δραστηριότητα (Allen et al., 2007 βλ. Nel, Maritz & Thongprorati, 2010). Ωστόσο, τα κίνητρα πίσω από την έναρξη της επιχείρησης μεταξύ των ανδρών και των γυναικών είναι διαφορετικά (Cromie, 1987). Υπάρχουν παράγοντες ώθησης και έλξης που υποκινούν τα κίνητρα του να γίνει κανείς επιχειρηματίας. Οι παράγοντες έλξης είναι θετικοί, γεγονός που αναφέρεται στους επιχειρηματίες ευκαιριών, οι οποίοι καθοδηγούνται από μια επιχειρηματική ευκαιρία. Οι παράγοντες πίεσης είναι αρνητικοί, οι οποίοι αναφέρονται στους κατ' ανάγκη επιχειρηματίες, λόγω της ανεργίας, της δυσαρέσκειας με το εργατικό δυναμικό ή των άκαμπτων αγορών εργασίας και της ανάγκης να κερδίσουν χρήματα για να ζήσουν (Alstete, 2003, Orhan & Scott, 2001, Allen et al., 2007, Maritz, 2004, βλ. Maritz & Thongprorati, 2010).

Σύμφωνα με τον Cromie (1987), οι γυναίκες που δεν ικανοποιήθηκαν στις προηγούμενες θέσεις εργασίας τους βρήκαν την αυτο-απασχόληση ως τρόπο επίλυσης της σύγκρουσης προσωπικών και εργασιακών αναγκών. Οι γυναίκες βλέπουν την ιδιοκτησία των επιχειρήσεων ως το μόνο μέσο για να βγάλουν χρήματα για να ζήσουν, ενώ δεσμεύονται για οικογενειακές και οικιακές ευθύνες (Fielden, Davidson, Dawe, Makin, 2003, βλ. Nel, Maritz & Thongprorati, 2010). Το κίνητρο που αυξάνει την καινοτομία είναι η απογοήτευση και η δυσαρέσκεια με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που διατίθενται ή / και δεν διατίθενται στην εγχώρια αγορά.

Ένα φαινόμενο που συμβάλλει στην αύξηση των γυναικείων επιχειρήσεων είναι αυτό όπου οι γυναίκες αντιμετωπίζουν στην εργασία τους τη λεγόμενη "γυάλινη οροφή". Ο όρος «γυάλινη οροφή» (Glass Ceiling) υιοθετήθηκε το 1986 από δημοσιογράφους της εφημερίδας WallStreetJournal με στόχο να περιγράψουν τα τεχνητά ή αόρατα εμπόδια (βασισμένα σε απόψεις και προκαταλήψεις) που επιβραδύνουν ή σταματούν την επαγγελματική ανέλιξη των γυναικών στις ανώτερες και ανώτατες θέσεις της ιεραρχίας των επιχειρήσεων. Αντιμετωπίζοντας το συγκεκριμένο φαινόμενο σε προηγούμενες θέσεις εργασίας τους, οι

γυναίκες επιλέγουν να αξιοποιήσουν οι ίδιες τις γνώσεις και τις εμπειρίες τους που απέκτησαν από την προϋπηρεσία τους, ξεκινώντας τη δική τους επιχείρηση. Γυναίκες που ακολουθούν αυτή την πορεία τείνουν να ξεκινούν παρεμφερείς επιχειρήσεις, στον ίδιο τομέα με εκείνες για τις οποίες εργάζονταν.

Οι γυναίκες βλέπουν τις επιχειρήσεις τους ως ένα διασυνδεδεμένο σύστημα σχέσεων αντί για μια ξεχωριστή οικονομική μονάδα σε έναν κοινωνικό κόσμο. Αυτό το σύστημα των σχέσεων που συνθέτουν την επιχείρηση είναι «ενσωματωμένο» στη ζωή της γυναίκας επιχειρηματία. Η γυναίκα επιχειρηματίας βρίσκεται στο επίκεντρο ενός δικτύου διαφόρων σχέσεων που περιλαμβάνουν την οικογένεια, την κοινότητα και τις επιχειρήσεις. Με άλλα λόγια, όταν μια γυναίκα ξεκινά ή αποκτά τη δική της επιχείρηση, κατά την άποψή της, δεν δημιουργεί / αποκτά ξεχωριστή οικονομική οντότητα, αλλά "ενσωματώνει" στη ζωή της ένα νέο σύστημα σχέσεων που σχετίζονται με τις επιχειρήσεις (Brush, 1992). Ενώ οι άνδρες βλέπουν γενικά την επιχειρηματικότητα ως επιχειρηματική απόφαση, πολλές γυναίκες την θεωρούν ως επιλογή ζωής - έναν τρόπο ενσωμάτωσης των οικογενειακών και επαγγελματικών αναγκών. Η επιτυχία των επιχειρήσεών τους σημαίνει πολλά περισσότερα από την απόκτηση κέρδους, νιώθουν ότι έχουν πετύχει στη ζωή και στην κοινωνία. Και όπως είπε η Barbara Noble, στην έκθεσή της για τις γυναίκες επιχειρηματίες (Buttner, 1993), «Για τους άνδρες, επιχειρηματίας είναι μια επιχειρηματική στρατηγική. Για τις γυναίκες, είναι μια στρατηγική ζωής».

Η γυναικεία επιχειρηματικότητα, ως μια πιο συναισθηματική μορφή επιχειρηματικότητας, είναι πιο πιθανό να δημιουργηθεί εάν υπάρχει η κατάλληλη υποστήριξη. Εφόσον υπάρχει η ιδέα και η θέληση για επιχειρηματική δραστηριότητα, ένα κίνητρο για τις γυναίκες είναι η υποστήριξη που λαμβάνουν από το περιβάλλον τους και κυρίως το στενό, οικογενειακό περιβάλλον. Γνωρίζοντας τις δυσκολίες που πρόκειται να αντιμετωπίσουν, τόσο σχετικά με το επιχειρηματικό τους εγχείρημα όσο και σχετικά με το πως θα διατηρήσουν μια ισορροπημένη σχέση μεταξύ της εργασίας και της οικογενειακής τους ζωής, βρίσκουν τη δύναμη που χρειάζονται εάν ξέρουν ότι δεν παλεύουν μόνες τους αλλά έχουν άτομα που μπορούν να βασιστούν πάνω τους.

Κίνητρο για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι και οι ενέργειες και τα προγράμματα που υλοποιούνται από φορείς και οργανισμούς με στόχο τη βοήθεια και προώθηση των γυναικείων επιχειρήσεων. Οικονομικά προγράμματα στήριξης, προγράμματα κατάρτισης ή συμβουλευτικής σε επιχειρηματίες, αλλά ακόμα και προγράμματα επαγγελματικού προσανατολισμού μπορεί να παρακινήσουν όλο και περισσότερες γυναίκες να στραφούν στην αγορά εργασίας μέσω του δικού τους επιχειρηματικού εγχειρήματος.

5.4 Εμπόδια στην ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας

Μέχρι πριν από τρεις περίπου δεκαετίες, η επιχειρηματικότητα θεωρούνταν προνόμιο και επιλογή των ανδρών. Οι γυναίκες δεν γίνονταν συνειδητά επιχειρηματίες ως επιλογή καριέρας. Γίνονταν κυρίως εάν κληρονομούσαν την οικογενειακή επιχείρηση ή την επιχείρηση του άνδρα τους ενώ όσες όντως ξεκινούσαν νέα επιχείρηση ήταν συνήθως χωρισμένες, χήρες ή μόνες μητέρες με παιδιά που αναγκάστηκαν να εργαστούν για καθαρά οικονομικούς λόγους και ξεκινούσαν μια μικρή επιχείρηση, συνήθως εργαζόμενες από το σπίτι (Buttner, 1993).

Στις μέρες μας βλέπουμε ότι η κατάσταση έχει αλλάξει ριζικά και ολοένα και περισσότερες γυναίκες επιλέγουν συνειδητά το χώρο της επιχειρηματικότητας. Αυτό δε σημαίνει ότι δεν αντιμετωπίζουν ακόμη εμπόδια στο να εισέλθουν σε αυτό το χώρο.

Μελετώντας εκτενέστερα τα εμπόδια που μπορεί να αντιμετωπίσουν οι γυναίκες στο ξεκίνημα αλλά και στη λειτουργία των επιχειρήσεών τους βλέπουμε ότι δε διαφέρουν σε είδος από αυτά των ανδρών. Οι προβληματισμοί παραμένουν οι ίδιοι - η εύρεση κεφαλαίου, η δημιουργία κοινωνικού δικτύου για την προώθηση των προϊόντων ή υπηρεσιών ή η εύρεση των κατάλληλων συνεργατών ή και προσωπικού. Η διαφορά έγκειται στο μεγαλύτερο βαθμό δυσκολίας που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες, και που προέρχεται κυρίως από κοινωνικά στερεότυπα και επηρεάζουν τις ίδιες και τη συμπεριφορά της κοινωνίας προς αυτές.

5.4.1. Έλλειψη οικονομικής στήριξης

Ένα από τα βασικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες επιχειρηματίες είναι η πρόσβαση σε κεφάλαια. Οι οικονομικές πτυχές της εκκίνησης και της διαχείρισης των επιχειρήσεων είναι χωρίς αμφιβολία τα μεγαλύτερα εμπόδια για τις γυναίκες. Το να αποκτήσουν τα κεφάλαια χρηματοδότησης εκκίνησης και πίστωσης, η διαχείριση των ταμειακών ροών στις πρώτες επιχειρησιακές ενέργειες και ο οικονομικός προγραμματισμός έχουν σημειωθεί σε αρκετές μελέτες (Schwartz, 1976, Charbonneau, 1981, Pellegrino & Reece, 1982, Hisrich & Brush, 1984, Neider, 1987, Olm, Carsrud & Eddy, 1988, Hisrich & Brush, 1984, Scott, 1986, βλ. Brush, 1992). Υποστηρίζεται ότι το ξεκίνημα από μια μικρότερη κεφαλαιακή βάση μπορεί να θέσει σε μειονεκτική θέση τις γυναίκες μικρομεσαίων επιχειρήσεων, καθώς η έλλειψη κεφαλαίου κίνησης είναι ένα από τα μεγαλύτερα προβλήματα για τις νεοσύστατες επιχειρήσεις (Buttner, 1999, βλ. Brindley, 2006). Οι οικονομικές δυσκολίες επιδεινώνονται για τις γυναίκες που δεν έχουν πείρα στη χρηματοδότηση ή υποτιμούν τους εαυτούς τους σχετικά με τις οικονομικές τους δεξιότητες (Hisrich & Brush, 1984, βλ. Brush, 1992). Επιπλέον, διαπιστώνεται ότι οι γυναίκες δυσκολεύονται να διεισδύσουν σε ανεπίσημα οικονομικά δίκτυα (Olm, Carsrud & Alvey, 1988) λόγω έλλειψης εμπειρίας και δεξιοτήτων (Olm, Carsrud & Alvey, 1988, Aldrich, 1989, Hurley, 1991, βλ. Brush, 1992).

Πολλές μελέτες έχουν αναφέρει ότι οι γυναίκες χρησιμοποίησαν μόνο προσωπικά περιουσιακά στοιχεία κατά την εκκίνηση ενώ χρησιμοποίησαν καμία ή ελάχιστη εξωτερική χρηματοδότηση. Αυτή η δυσκολία εύρεσης κεφαλαίου φαίνεται ακόμη και στο ότι οι γυναίκες ξεκινούν συχνά τις επιχειρήσεις τους προσλαμβάνοντας προσωπικό με αμοιβές στο μισό ποσό από το αντίστοιχο με το οποίο που προσλαμβάνουν οι άνδρες επιχειρηματίες (Hisrich & Brush, 1987, Brush, 1990, βλ. Brush, 1992). Η δυσκολία εύρεσης κεφαλαίου παρουσιάζεται ως το φαινόμενο της δεύτερης “γυάλινης οροφής”. Οι γυναίκες επιχειρηματίες αντιμετωπίζουν αυστηρότερη διαθεσιμότητα πίστωσης από τις τράπεζες (Bellucci, Borisov & Zazzaro, 2010, βλ. Bosse, Taylor, 2012), ακόμη και μετά από ενδελεχή έλεγχο για την επικινδυνότητα και την επιχειρηματική τους ικανότητα. Με τη χρήση ιδιαίτερα προσεκτικά σχεδιασμένων μεθόδων, οι Muravyev, Talavera και Schafer (βλ. Bosse, Taylor, 2012) χρησιμοποιούν μια βάση δεδομένων πολλών χωρών με 14.000 επιχειρήσεις για να δείξουν ότι οι γυναίκες που διαχειρίζονται τις επιχειρήσεις είναι πέντε τοις εκατό λιγότερο πιθανό να λάβουν τραπεζικό δάνειο εγκεκριμένο σε σύγκριση με τους άνδρες. Επιπλέον, όταν οι επιχειρήσεις που διαχειρίζονται γυναίκες λαμβάνουν τραπεζικό δάνειο, πληρώνουν, κατά μέσο όρο, κατά μισή ποσοστιαία μονάδα περισσότερους τόκους. Το φαινόμενο αυτό δεν παρατηρείται μόνο στο ξεκίνημα των επιχειρήσεων αλλά και στην πορεία ανάπτυξής τους, ενώ συνεπάγεται ακόμη και μειωμένη πρόσβαση στο μετοχικό κεφάλαιο.

5.4.2. Κοινωνική Δικτύωση

Για να είναι επιτυχείς, οι επιχειρηματίες πρέπει να ενσωματωθούν καλά στην κοινωνία. Η δικτύωση μπορεί να είναι ένας τρόπος για έναν επιχειρηματία να αποκτήσει πρόσβαση σε πόρους (πληροφορίες, συμβουλές ή κεφάλαια) που απαιτούνται για την εκκίνηση και τη λειτουργία μιας νέας επιχείρησης. Οι επιχειρηματίες που συνδέονται με πολλές διαφορετικές πηγές πληροφοριών είναι πιθανότερο να επιβιώσουν και να αναπτύξουν τις επιχειρήσεις τους (Buttner, 1993).

Οι γυναίκες αντιμετωπίζουν μεγαλύτερο πρόβλημα κοινωνικής δικτύωσης. Συχνά οι γυναίκες δεν έχουν την ευκαιρία να κοινωνικοποιηθούν βασικά στα εμπορικά δίκτυα στην προηγούμενη απασχόληση τους. Αποκτούν μόνο την πρώτη τους διαχειριστική εμπειρία στις οικιακές επιχειρήσεις τους (Birley, 1989, βλ. Nel, Maritz & Thongprovat, 2010). Οι γυναίκες έχουν έλλειψη σύνδεσης με μικρότερα δίκτυα επιχειρήσεων για να ξεκινήσουν και να προωθήσουν την ανάπτυξη της επιχείρησης. Επιπλέον υπάρχει έλλειψη επαφών υψηλού επιπέδου που μπορούν να αντλήσουν από την προώθηση των επιχειρήσεων, συμπεριλαμβανομένης της αντιμετώπισης των νομικών ελλείψεων (Carter & Rosa, 1998, βλ. Nel, Maritz & Thongprovat, 2010). Ακόμη, λόγω κοινωνικών παραγόντων, οι γυναίκες έχουν λιγότερο χρόνο τόσο για άτυπη όσο και για επίσημη δικτύωση (Ibarra, 1993, βλ. Nel, Maritz & Thongprovat, 2010).

Συχνά το πρόβλημα της κοινωνικής δικτύωσης αναγνωρίζεται από τις γυναίκες και αποδίδεται σε μια γενικότερη αντίληψη του 'κοινωνικού αποκλεισμού' των γυναικών από την επιχειρηματικότητα. Οι άνδρες επιχειρηματίες έρχονται σε επαφή με πολύ λίγες γυναίκες στα επαγγελματικά τους δίκτυα προμηθευτών, πελατών, τραπεζικών ή πιστωτών. Σκεπτόμενες πως είναι δύσκολο να διεισδύσουν στον (κατά το σκεπτικό τους) ανδροκρατούμενο αυτό χώρο, τείνουν να εμπιστεύονται ως επί το πλείστον γυναίκες στην επαγγελματική τους πορεία, και έτσι δημιουργούν το δικό τους 'γυναικείο' δίκτυο. Από αυτό το δίκτυο αποκτούν τόσο κοινωνική όσο και οργανική υποστήριξη (Smeltzer & Fann, 1989, βλ. Brush, 1992).

Οι γυναίκες έχουν διαφορετικές προτεραιότητες από τους άνδρες σχετικά με τη δημιουργία σχέσεων δικτύωσης. Τα κίνητρα των ανδρών είναι συχνά πιο «οργανωτικά» (επιδιώκουν δηλαδή το προσωπικό όφελος), ενώ οι γυναίκες έχουν περισσότερο 'συναισθηματικές' σκέψεις στις κοινωνικές σχέσεις. Ως αποτέλεσμα της κοινωνικοποίησης, οι γυναίκες μπορεί να έχουν μεγαλύτερη δυσκολία από τους άνδρες να βάζουν στην άκρη τα προσωπικά τους συναισθήματα στις επιχειρηματικές σχέσεις. Οι άνδρες βασίζονται σε εξωτερικούς συμβούλους όπως τραπεζίτες, δικηγόρους ή λογιστές για πληροφορίες, συμβουλές και υποστήριξη ενώ οι σύζυγοι τους παίζουν συνήθως δευτερεύοντα ρόλο. Οι γυναίκες επιχειρηματίες, από την άλλη πλευρά, δείχνουν ότι οι σύζυγοι είναι η σημαντικότερη πηγή υποστήριξής τους (Buttner, 1993).

Γενικά στον τομέα των συστημάτων υποστήριξης υπάρχουν ενδείξεις ότι οι γυναίκες ιδιοκτήτες επιχειρήσεων τείνουν να έχουν ισχυρούς υποστηρικτές (Hisrich & Brush, 1983, Olm, Carsrud & Alvey, 1988, Smeltzer & Fann, 1989, βλ. Brush, 1992). Στα πλαίσια της αναζήτησης στήριξης από το κοινωνικό δίκτυο αναφερόμαστε και στη στήριξη από το οικογενειακό περιβάλλον. Για τις γυναίκες η στήριξη κυρίως από το έτερον ήμισυ θεωρείται πολύ σημαντικός παράγοντας για την επιτυχία της επιχείρησης. Και εφόσον είναι πιο εύκολο για τους άντρες να αποκτούν ένα ευρύ κοινωνικό δίκτυο, οι υποστηρικτικοί σύντροφοι βοηθούν τις γυναίκες τους να διευρύνουν το κοινωνικό τους δίκτυο, με το να τους προσφέρουν τις δικές τους γνωριμίες, το δικό τους δίκτυο.

5.4.3. Κοινωνικά Στερεότυπα

Παρά την επιτυχία τους, πολλές γυναίκες επιχειρηματίες αναφέρουν ότι πρέπει να εργαστούν σκληρότερα από τους άνδρες ομολόγους τους για να αποδείξουν την ικανότητά τους ως ιδιοκτήτες επιχειρήσεων σε πελάτες, προμηθευτές και άλλους παρόχους πόρων. Οι γυναίκες υποστηρίζουν ότι αυτή η πρόσθετη προσπάθεια είναι ιδιαίτερα σημαντική κυρίως εάν ασχολούνται με παραδοσιακά μη γυναικείες επιχειρήσεις, όπως βιομηχανικές, κατασκευαστικές ή μεταφορών. Υπάρχουν τεκμηριωμένες ενδείξεις ότι οι γυναίκες θεωρούνται ως ελλιπείς σε ιδιότητες που συνδέονται με την επιτυχή διαχείριση. Και ενώ υπάρχουν εμπειρικά στοιχεία που καταδεικνύουν ομοιότητες στα χαρακτηριστικά, τα κίνητρα και την επιτυχία μεταξύ των ανδρών και των γυναικών επιχειρηματιών, οι στερεοτυπικές αντιλήψεις ότι οι γυναίκες δεν πληρούν τα κριτήρια του εξειδικευμένου επιχειρηματία εμμένουν (Buttner, 1993).

Οι γυναίκες θεωρείται ότι είναι πιο δύσκολο να ξεκινήσουν μια επιχείρηση και αυτό επειδή γυναίκες και οι άνδρες έχουν διαφορετικές προοπτικές όσον αφορά το πώς βλέπουν τον κόσμο, αντιμετωπίζουν διαφορετικές καταστάσεις και αντιδρούν διαφορετικά σε μια συγκεκριμένη κατάσταση και στο πώς προσεγγίζουν την αγορά. Σε ολόκληρο τον κόσμο, οι γυναίκες επιχειρηματίες εκφράζουν περισσότερο τον φόβο αποτυχίας στο να ξεκινήσουν τις δικές τους επιχειρήσεις από τους άνδρες. Το δυσμενές αυτό χαρακτηριστικό του κινδύνου κρατάει τις γυναίκες μακριά από τη συμμετοχή τους σε νέες επιχειρήσεις. Αυτός είναι και ένας σημαντικός παράγοντας, ώστε το επίπεδο εμπιστοσύνης των γυναικών για την επιτυχή διεξαγωγή επιχείρησης να εξακολουθεί να είναι μικρότερο από τους άντρες (Allen et al., 2007, βλ. Nel, Maritz & Thongprovat, 2010).

Τα κοινωνικά στερεότυπα είναι που ευθύνονται και για τις άτυπες διακρίσεις που γίνονται στον τραπεζικό τομέα εις βάρος των γυναικών. Όπως αναφέραμε, οι οικονομικές συνθήκες για τις γυναίκες είναι λιγότερο ευνοϊκές, κυρίως στο ξεκίνημα των επιχειρήσεων. Σύμφωνα με μελέτη των Allan Ridings και Catherine Swift (1990), οι γυναίκες που ερωτήθηκαν, εκτός του ότι θα έπαιρναν δάνειο με μεγαλύτερο επιτόκιο, θα χρειαζόταν να παράσχουν περισσότερες εγγυήσεις ή δε θα είχαν πίστωση, ήταν πιθανό ακόμη και να χρειαστούν τη συνυπογραφή του συζύγου ως εγγύηση για χρηματοδότηση (Buttner, 1993).

5.4.4. Εξισορρόπηση εργασιακής και οικογενειακής ζωής

Η οικογενειακή ισορροπία της εργασίας αποτέλεσε θέμα ακαδημαϊκού ενδιαφέροντος από τη δεκαετία του '80 και θεωρείται ως “γυναικείο” θέμα στη μελέτη της επιχειρηματικότητας (Greene et al., 2003, βλ. Nel, Maritz & Thongprovat, 2010). Και αυτό συμβαίνει εξαιτίας της ίδιας της γυναικείας φύσης. Πολλοί ερευνητές παραδέχονται τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες ειδικά στο ξεκίνημα της επιχειρηματικής τους ιδέας. Οι δυσκολίες εντείνονται όμως με την απόκτηση παιδιών. Η κατοχή της δικής τους επιχείρησης θα μπορούσε να σημαίνει υψηλότερες ευθύνες και, ως εκ τούτου, η εξισορρόπηση της εργασίας και της οικογένειας είναι ακόμα πιο δύσκολη. Οι γυναίκες εξακολουθούν να αντιμετωπίζουν τον παραδοσιακό πολιτισμό και τις αξίες, τη συναισθηματική προσκόλληση σε οικογενειακά περιουσιακά στοιχεία, στην οποία τονίζουν το ρόλο τους ως μητέρας μέσα στην οικογένεια και τον χρόνο που αφιερώνουν στα μωρά ή τα παιδιά τους. Υπάρχει ένας κίνδυνος από την άποψη της λειτουργίας της δικής τους επιχείρησης, ενώ παράλληλα αφιερώνεται το ποσό του κατάλληλου χρόνου στις οικογενειακές ευθύνες τους (Nel, Maritz & Thongprovat, 2010).

5.6 Δημογραφικά χαρακτηριστικά γυναικών επιχειρηματιών και γυναικείων επιχειρήσεων στην Ελλάδα

Η σημασία της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην ανάπτυξη και την ευημερία της κοινωνίας αποτυπώνεται και μέσω στατιστικών μετρήσεων για την παρούσα κατάσταση της χώρας και τη σύγκριση με άλλα κράτη. Σύμφωνα με την ετήσια έκθεση του IOBE που δημοσιεύτηκε τον Νοέμβριο του 2018 για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα (στοιχεία 2017-2018), τα στοιχεία της Eurostat για το 2017 δείχνουν ότι το 30% των απασχολούμενων Ελληνίδων είναι επιχειρηματίες, δηλαδή είτε διοικούν μια επιχείρηση με εργαζόμενους είτε είναι αυτοαπασχολούμενες. Ακόμη, με βάση τα διεθνή στοιχεία που δημοσιεύτηκαν στην παγκόσμια έκθεση του GEM για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα (GlobalEntrepreneurshipMonitor, Women'sEntrepreneurship 2016/2017 Report) και επεξεργάστηκαν από τον IOBE παρατηρούνται τα παρακάτω:

Το ποσοστό των γυναικών που βρίσκεται στα αρχικά στάδια επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα ανέρχεται σε 4,8%, ελαφρώς χαμηλότερα επίπεδα από ότι στην Ευρώπη που βρίσκονται στο 6 %. Το ποσοστό αυτό μειώθηκε συγκριτικά με την προηγούμενη έκθεση το 2016, όπου ο δείκτης ήταν στο 5,8%. Αυτή η μείωση συνδέεται με το εγχώριο δυσμενές οικονομικό και επιχειρηματικό περιβάλλον.

Από την άλλη, όσον αφορά στις γυναικείες επιχειρήσεις που είναι εδραιωμένες στη χώρα (δηλαδή που λειτουργούν τουλάχιστον 3,5 χρόνια) η Ελλάδα κατέχει την πρώτη θέση, με ποσοστό 10%, όταν το αντίστοιχο στην Ευρώπη είναι 4,7%. Το ποσοστό αυτό αυξήθηκε κατά 3,1 ποσοστιαίες μονάδες από το 2014 (από 7,7%).

Για το 37,4% των γυναικών επιχειρηματιών στην Ελλάδα η επιχειρηματικότητα αποτελεί ανάγκη, ποσοστό συγκριτικά αρκετά υψηλότερο με το αντίστοιχο της Ευρώπης που είναι 23,6%. Η Ελλάδα ανήκει στις τέσσερις πρώτες θέσεις όσον αφορά στην γυναικεία επιχειρηματικότητα λόγω ανάγκης, κάτι που μπορεί να οφείλεται στα υψηλά επίπεδα ανεργίας στις γυναίκες.

Αντίθετα, το 60% των Ελληνίδων επιχειρηματιών έχει ως κίνητρο την επιχειρηματικότητα ευκαιρίας, ποσοστό που φαίνεται σημαντικό, ωστόσο πάλι φέρνει τη χώρα στις τελευταίες θέσεις στην Ευρώπη συγκριτικά. Επομένως, η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα κατά βάσει επιλέγεται ως λύση του βιοποριστικού προβλήματος, και όχι ως ευκαιρία.

Ακόμα πιο δυσόιωνο φαίνεται να είναι το μέλλον της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Και αυτό διότι όσον αφορά στις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών, η Ελλάδα καταλαμβάνει την τελευταία θέση στην Ευρώπη, με ποσοστό 5,1% ενώ το αντίστοιχο στην Ευρώπη ανέρχεται σε 11,8%.

Όσον αφορά στους τομείς δραστηριότητας των γυναικών επιχειρηματιών στην Ελλάδα, φαίνεται ότι δραστηριοποιούνται κυρίως στο χονδρικό και λιανικό εμπόριο και στην παροχή υπηρεσιών. Σημαντική είναι η συμμετοχή στο εμπόριο, όπου με ποσοστό 42,2% κατατάσσει την Ελλάδα στις τρεις πρώτες θέσεις μαζί με τη Βουλγαρία και την Πορτογαλία. Αυτό επιβεβαιώνει άλλη μια φορά ότι οι Ελληνίδες επιχειρηματίες στοχεύουν περισσότερο στον τελικό καταναλωτή, δηλαδή οι επιχειρήσεις τους αφορούν δραστηριότητες με σχετικά μικρή αναπτυξιακή δύναμη.

Σχετικά με την καινοτομία, στην Ελλάδα μία στις τρεις γυναίκες επιχειρηματίες δηλώνουν ότι παράγουν βελτιωμένα προϊόντα και υπηρεσίες, ποσοστό συγκρίσιμο με την Ευρώπη (31,3%). Αξιοσημείωτο είναι και το γεγονός ότι για το 41,1% των γυναικείων επιχειρήσεων στην Ελλάδα, πάνω από το 25% του τζίρου τους προέρχεται από πωλήσεις στο εξωτερικό. Το

γεγονός αυτό προφανώς είναι αποτέλεσμα και της ενασχόλησης σε εγχειρήματα που συνδέονται με τις υπηρεσίες καταλυμάτων, την εστίαση και το εμπόριο που συνδέονται κυρίως με τον τουρισμό.

Αναφορικά με τη χρηματοδότηση των γυναικών, σχεδόν όλα τα εγχειρήματα στην Ελλάδα αντλούν ένα μέρος της χρηματοδότησής τους από την οικογένεια, γεγονός που με 94% φέρνει την Ελλάδα στην πρώτη θέση.

Από τη μελέτη και πρωτογενή έρευνα της Διεύθυνσης Οικονομικών Μελετών της ICAP για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα, προκύπτουν τα παρακάτω δημογραφικά στοιχεία των γυναικών επιχειρηματιών στην Ελλάδα (έκδοση 2017):

- Το μεγαλύτερο ποσοστό γυναικών ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 40-49 έτη με ποσοστό 43%. Ακολουθούν οι ηλικίες 50-59 με ποσοστό 28% και 30-39 με ποσοστό 26%.
- Το 76% των γυναικών επιχειρηματιών έχουν σύζυγο.
- Το 78% του δείγματος έχουν παιδιά.

Σχετικά με το επίπεδο εκπαίδευσης, μία στις δύο γυναίκες κατέχει μεταπτυχιακό τίτλο σπουδών, το 37% του δείγματος κατέχει πτυχίο τριτοβάθμιας, ενώ μόλις 4% κατέχει διδακτορικό τίτλο, και το υπόλοιπο 9% έχει αποφοιτήσει από τη δευτεροβάθμια μόνο εκπαίδευση.

Τέλος, σχετικά με το προσωπικό που απασχολούν οι επιχειρήσεις τους:

- Το 22% του δείγματος απασχολεί 1 με 9 άτομα.
- Το 28% απασχολεί 10-49 άτομα.
- Το 30% είναι μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις (50-249 άτομα).
- Το 22% είναι μεγάλου μεγέθους επιχειρήσεις (πάνω από 250 άτομα).

Σχετικά με τον τομέα δραστηριότητας, τα στοιχεία της έρευνας της ICAP είναι σύμφωνα με αυτά της GEM. Διαπιστώθηκε ότι οι περισσότερες γυναικείες επιχειρήσεις ανήκουν στον τομέα παροχής υπηρεσιών και κυρίτερα στον τομέα του τουρισμού με ποσοστό 29,7% και ακολουθούν οι εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον ευρύτερο κλάδο του εμπορίου με ποσοστό 25,2%.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα των ερευνών της ICAP, μπορούμε να αποτυπώσουμε τις απόψεις των γυναικών επιχειρηματιών σχετικά με τα εμπόδια που αντιμετωπίζουν στην επαγγελματική τους ανέλιξη. Η διευθύντρια οικονομικών-κλαδικών ερευνών της ICAP δήλωσε σε συνέντευξή της ότι, με βάση τα αποτελέσματα της έρευνας, οι 7 στις 10 γυναίκες θεωρούν ότι σημαντικό εμπόδιο στην καριέρα τους αποτελούν οι οικογενειακές τους υποχρεώσεις, ενώ οι περισσότερες υποστηρίζουν ότι ακόμη στις μέρες μας συνεχίζουν να υπάρχουν οι διακρίσεις λόγω φύλου. Παρόλα αυτά, τονίζει πως οι εταιρείες που διευθύνονται από γυναίκες παρουσίασαν καλύτερες επιδόσεις σε όλους σχεδόν τους αριθμοδείκτες κερδοφορίας, καθώς και στον δείκτη αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων, σε σύγκριση με το σύνολο των εταιρειών. Από το γεγονός αυτό συμπεραίνεται ότι οι γυναίκες διακρίνονται για την αποτελεσματικότητα της διοίκησής τους και φαίνεται ότι διαχειρίζονται καλύτερα τα κόστη τους.

5.7 Οργανισμοί και φορείς που προωθούν τη γυναικεία επιχειρηματικότητα

Κύριος φορέας που δημιουργήθηκε για τη βοήθεια των γυναικών επιχειρηματιών είναι το Εθνικό Επιμελητηριακό Δίκτυο Γυναικών Επιχειρηματιών και Στελεχών Επιχειρηματικών Φορέων (ΕΕΔΕΓΕ). Αρχικά το Δίκτυο ιδρύθηκε το 2004 από τα έξι επιμελητήρια της Αττικής. Στόχος του ήταν η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας των γυναικών και η προώθησή τους σε θέσεις ευθύνης, σύμφωνα με τις αποφάσεις της Λισαβόνας, που θέλουν την Ευρώπη δεσπόζουσα δύναμη και με τη συμμετοχή των γυναικών.

Σύμφωνα με το Καταστατικό του Δικτύου, κάθε Επιμελητήριο που επιθυμούσε, μπορούσε, με μια απλή απόφαση του Συμβουλίου του, να ενταχθεί στο Δίκτυο. Γρήγορα έγιναν μέλη του Δικτύου όλα σχεδόν τα Επιμελητήρια της χώρας. Το 2008 έγινε αναμόρφωση του Καταστατικού και συμπεριελήφθησαν όλα τα Επιμελητήρια ονομαστικά. Ως εκ τούτου, μέλη του Δικτύου είναι αυτόματα και όλες οι γυναίκες επιχειρηματίες, μέλη των Επιμελητηρίων της Ελλάδος. Κάθε Επιμελητήριο εκπροσωπείται στο Δίκτυο από μια εκλεγμένη σύμβουλο του Συμβουλίου του και μια εκπρόσωπο των στελεχών του Επιμελητηρίου. Το Δίκτυο Διοικείται από εννεαμελή Διοικούσα Επιτροπή και την Γενική Συνέλευση των Εκπροσώπων των Επιμελητηρίων.

Οι γυναίκες του Δικτύου αγωνίζονται για όλα αυτά τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες στη δημιουργία και συντήρηση της επιχείρησής τους: για την εξάλειψη των επαγγελματικών στερεοτύπων, για την εξίσωση των αμοιβών, για τη μικρή συμμετοχή των γυναικών στα Κέντρα Λήψης Αποφάσεων, για τις παραμέτρους που θα βοηθήσουν τη γυναίκα να ισορροπήσει οικογενειακή ζωή και καριέρα, για την εύκολη πρόσβαση των γυναικών στις χρηματοδοτήσεις, για την επαγγελματική τους κατάρτιση και εξειδίκευση, για την πληροφόρησή τους γύρω από θέματα επαγγελματικά, για την βελτίωση του επαγγελματικού τους προφίλ και την καλύτερη απόδοσή τους. Για όλα αυτά αγωνίζονται και ζητούν τη βοήθεια της πολιτείας να υιοθετήσει τις αρχές του χάρτη ισότητας των φύλων και να δώσει στις γυναίκες τις ευκαιρίες που χρειάζονται για την επαγγελματική τους ανέλιξη και καταξίωση.

Το ΕΕΔΕΓΕ έχει επιτύχει παγκόσμια δικτύωση και συνεργάζεται στενά με φορείς και επιμελητήρια της Ευρώπης και της Ασίας. Σημαντικό παράδειγμα δικτύωσης είναι οι στενές σχέσεις που έχει αναπτύξει με την Κεντρική Ένωση των Ευρωπαϊκών επιμελητηρίων, δεδομένου ότι η Πρόεδρος του Δικτύου είναι και Πρόεδρος του Δικτύου Γυναικών του Ευρωπαϊκού επιμελητηρίου και έχει συνδέσει το ΕΕΔΕΓΕ με τα περισσότερα επιμελητήρια της Ευρώπης. Έχουν υλοποιηθεί προγράμματα από κοινού και άλλες δράσεις κοινού ενδιαφέροντος. Εκτός αυτού, έχει συνάψει σχέσεις με ενώσεις επιμελητηρίων πολλών χωρών της Ευρώπης όπως την Ιταλία, τη Γερμανία, τη Λετονία, αλλά και με άλλες επιχειρηματικές EUROPEAN NETWORK TO PROMOTE WOMEN'S ENTREPRENEURSHIP' (WES - Δίκτυο για την προώθηση της Επιχειρηματικότητας της γυναίκας) κ.ά.

Όσον αφορά στη διεθνή δικτύωση, το ΕΕΔΕΓΕ συμμετέχει δια της προέδρου του στα συνέδρια του Διεθνούς Επιμελητηρίου (INTERNATIONAL CHAMBERS ASSOCIATION) και ενημερώνεται για τα διεθνή επιχειρηματικά δρώμενα και είναι μέλος της Διεθνούς Συνδιάσκεψης Γυναικών (GLOBAL WOMEN SUMMIT). Ακόμη, συνεργάζεται με φορείς γυναικών επιχειρηματιών σε: Κίνα, Φιλιππίνες, Αυστραλία, Ταϊλάνδη, Μαλαισία, Μογγολία, Ιορδανία, Ιαπωνία, Βιετνάμ, Ταϊβάν και Νότια Αφρική.

Στην Ελλάδα είναι δικτυωμένο φυσικά με τα Επιμελητήρια της Ελλάδας και την Κεντρική Ένωση Επιμελητηρίων. Πέραν αυτού, συνεργάζεται με πολλούς συνεταιρισμούς,

οργανισμούς, σωματεία και φορείς που βοηθούν και αυτοί στην προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας, όπως:

- τη Γενική Γραμματεία Ισότητας
- το Γραφείο Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου στην Ελλάδα
- το Υπουργείο Εξωτερικών
- τους Φορείς Γυναικείας Επιχειρηματικότητας
- το Σύνδεσμο Επιχειρηματιών Γυναικών Ελλάδας
- το Δίκτυο Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης
- το Κέντρο Ερευνών Πανεπιστημίου Πειραιά κ.ά.

Τέλος, έχει προχωρήσει και σε συνεργασία με τη Γενική Γραμματεία Δια Βίου Μάθησης, υπηρεσία του Υπουργείου Παιδείας για την εκπαίδευση των γυναικών επιχειρηματιών, αλλά και με τη Microsoft, η οποία μέσω του Εκπαιδευτικού Κέντρου του Επιμελητηρίου προσέφερε επιτυχώς μαθήματα πληροφορικής και πιστοποίηση αυτών, δωρεάν. Το Δίκτυο συμμετείχε και εξακολουθεί να συμμετέχει ως εταίρος σε πληθώρα ευρωπαϊκών προγραμμάτων, αλλά και σε έρευνες πανεπιστημίων και επιμελητηρίων.

Άλλος φορέας που αναφέρθηκε και παραπάνω είναι ο Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Γυναικών Ελλάδος. Είναι μια πανελλήνια μη κυβερνητική οργάνωση, με μη κερδοσκοπικό χαρακτήρα. Ο σύνδεσμος αυτός παρέχει συμβουλευτική και εκπαίδευση σε γυναίκες επιχειρηματίες αλλά και υπαλλήλους σε γυναικείες επιχειρήσεις, παρέχει υπηρεσίες, μέντορα σε γυναίκες που είτε είναι είτε επιθυμούν να γίνουν επιχειρηματίες, βοηθά στη δικτύωση των επιχειρήσεων εντός και εκτός Ελλάδας, οργανώνει και υποστηρίζει επιχειρηματικές αποστολές και ενημερώνει τις επιχειρηματίες για διάφορα επιχειρηματικά θέματα. Με αυτούς τους τρόπους εκτός του ότι προάγει τη γυναικεία επιχειρηματικότητα, βοηθά και στην αναγνωρισιμότητα των επιτευγμάτων των γυναικών επιχειρηματιών. Ακόμη μέσω των οικονομικών ενώσεων, όπως το 'BUSINESS AND PROFESSIONAL WOMEN EUROPE' (Γυναίκες επιχειρηματίες της Ευρώπης), το 'EUROPEAN WOMEN INVENTORS AND INNOVATORS NETWORK' (Δίκτυο των Ευρωπαίων Ερευνητριών και Καινοτόμων), των πρωτοβουλιών που λαμβάνει αποδεικνύει και τον κοινωνικό της χαρακτήρα, προάγοντας τη δεοντολογία και την ηθική στην άσκηση της επαγγελματικής δραστηριότητας των γυναικών.

Σημαντικός φορέας ενίσχυσης είναι το Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας (ΚΕΘΙ). Το ΚΕΘΙ ενεργοποιείται δυναμικά στην προώθηση της ισότητας των φύλων σε όλους τους τομείς της κοινωνικής, πολιτικής, πολιτισμικής και οικονομικής ζωής, με κύριο στόχο την εξάλειψη των έμφυλων διακρίσεων και ανισοτήτων. Διεξάγει έρευνες, εκπονεί μελέτες και πραγματοποιεί εθνικά και ευρωπαϊκά προγράμματα δράσης σε θέματα ισότητας των φύλων. Συμμετέχει είτε ως συντονιστής φορέας είτε ως εταίρος σε πολλά εθνικά και ευρωπαϊκά συγχρηματοδοτούμενα Προγράμματα Δράσης, των οποίων σκοπός είναι η ενδυνάμωση και ενίσχυση της θέσης των γυναικών στην οικονομία, την κοινωνία και την πολιτική.

Η Γενική Γραμματεία Ισότητας των Φύλων (ΓΓΙΦ) είναι ο αρμόδιος κυβερνητικός φορέας για το σχεδιασμό, την υλοποίηση και την παρακολούθηση της εφαρμογής των πολιτικών για την ισότητα μεταξύ γυναικών και ανδρών σε όλους τους τομείς.

Δε μπορούμε να μην αναφέρουμε και τον Οργανισμό Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού (ΟΑΕΔ), που κατά καιρούς εκπονεί προγράμματα χρηματοδότησης στηρίζοντας την επιχειρηματικότητα. Το ίδιο σημαντικά είναι και τα προγράμματα του ΕΣΠΑ, κυρίως για τη νέα επιχειρηματικότητα. Από τη μεριά του διαδικτύου, σημαντική είναι η συμβολή του businesswoman.gr. Πρόκειται για ένα ηλεκτρονικό περιοδικό που κινείται θεματολογικά στο

χώρο της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Καλύπτει όλες τις ανάγκες της σύγχρονης γυναίκας επιχειρηματία, περιλαμβάνει έρευνες, απόψεις και ενημέρωση σχετικά με προγράμματα, σεμινάρια και εκθέσεις.

Ο νεότερος φορέας που δημιουργήθηκε στα πλαίσια της στήριξης της γυναικείας και νεανικής επιχειρηματικότητας είναι το πρώτο Κέντρο Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, στο Μαρούσι. Εκεί θα λειτουργεί γραφείο παροχής πληροφοριών, που θα παρέχει υπηρεσίες για γυναίκες που επιθυμούν να επιχειρήσουν ή επιχειρούν ήδη, όπως υπηρεσίες συμβουλευτικής, καθοδήγησης, ανάπτυξης, προώθησης, εκπαίδευσης, χρηματοδότησης και δικτύωσης. Όπως δήλωσε ο μέχρι πρότινος Δήμαρχος Αμαρουσίου κ. Γιώργος Πατούλης κατά την τελετή εγκαινίων το Μάιο, “Αυτή είναι μόνο η αρχή, καθώς, στοχεύουμε στην ίδρυση κέντρων επιχειρηματικότητας σε κάθε Δήμο της Ελλάδας. Με την ενεργοποίηση φορέων του εξωτερικού και την ανάπτυξη της εξωστρέφειας, χτίζουμε επιχειρηματικές γέφυρες για την ενίσχυση των γυναικών στο «Επιχειρείν» και εντείνουμε την προσπάθεια μας για να κρατήσουμε τους νέους και τις νέες στη χώρα μας.”

5.8. Επιχειρηματικότητα στις μεγαλύτερες ηλικίες (Senior Entrepreneurship)

Η επιχειρηματικότητα στις μεγαλύτερες ηλικίες, αφορά τα άτομα άνω των 50 ετών τα οποία έχουν αρχίσει να αποκτούν ενδιαφέρον τόσο σε ερευνητικό επίπεδο όσο και ως πεδίο άσκησης πολιτικών για την επιχειρηματικότητα, σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Λόγω των δημογραφικών εξελίξεων ειδικά στην Ευρώπη, περίπου το 30% του πληθυσμού ήταν άνω των 55 ετών το 2010 και εκτιμάται ότι θα φτάσει στο 37% το 2030. Ταυτόχρονα ο πληθυσμός αποκτά ένα μεγαλύτερο προσδόκιμο ζωής και γενικά μια υψηλότερη ποιότητα ζωής. Έτσι πλέον δεν αντιμετωπίζουμε τρία στάδια ζωής, αλλά τέσσερα. Η λεγόμενη "τρίτη ηλικία" δεν χαρακτηρίζεται πλέον ως μια σύντομη και αδρανής περίοδος στη ζωή ενός ατόμου, αλλά αφενός περιλαμβάνει κατά κανόνα αρκετά χρόνια, αφετέρου συνδέεται με την επιθυμία των ατόμων να παραμείνουν ενεργοί. Η αξιοποίηση επομένως των δυνατοτήτων που προσφέρει αυτή η ολοένα και μεγαλύτερη δεξαμενή ανθρώπων μπορεί να συντελέσει στη αύξηση των νέων επιχειρήσεων και κυρίως των ποσοστών επιβίωσής τους (Senior Entrepreneurship Good Practices Manual, European Union, 2012).

Στο πλαίσιο αυτό η Ευρωπαϊκή Κοινότητα προσπαθεί να σχεδιάσει πολιτικές που θα αξιοποιούν τις γνώσεις και τις ικανότητες των μεγαλύτερων ηλικιακά ανθρώπων και τρόπους με τους οποίους θα μπορούν να συμμετέχουν πιο ενεργά στην επιχειρηματικότητα. Πολλά από τα άτομα αυτά επιθυμούν να παραμείνουν ενεργοί και να διερευνήσουν νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες, είτε - αν έχουν ήδη μια επιτυχημένη επιχειρηματική εμπειρία - να μεταλαμπαδεύσουν την εμπειρία τους σε άλλους. Ωστόσο, αντιμετωπίζουν ορισμένες προκλήσεις, καθώς: α) δεν αποτελούν τους συνήθεις «ωφελούμενους» από παραδοσιακούς μηχανισμούς υποστήριξης των επιχειρήσεων, αφού συνήθως η δυναμική τους υποεκτιμάται, β) ενδεχομένως οι ίδιοι να αγνοούν τους οργανισμούς υποστήριξης των επιχειρήσεων και γ) μπορεί να μην θεωρούνται φιλικόί μέντορες για άλλους επιχειρηματίες.

Σε σύγκριση με τις νεότερες γενιές, οι επιχειρηματίες μεγαλύτερης ηλικίας – πέρα από την εμπειρία τους, έχουν κατά κανόνα, αναπτύξει ένα ευρύτερο δίκτυο επαγγελματικών γνωριμιών, το οποίο μπορεί να αποδειχθεί κρίσιμο στη στήριξη νέων εγχειρημάτων. Επίσης είναι σε θέση να αξιοποιήσουν καλύτερα πληροφορίες και γνώσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντός τους και να λάβουν καλύτερες (morein formed) αποφάσεις. Σαφώς από την άλλη πλευρά, είναι ίσως λιγότερο ευεπίφοροι στην ανάληψη ρίσκου ή σε αναζήτηση πολύ υψηλών αποδόσεων, με αποτέλεσμα να είναι και πιο συντηρητικοί στις πιθανές επιλογές τους στον επιχειρηματικό στίβο.

5.8.1 Επιχειρηματικότητα για μεγαλύτερες ηλικίες (Senior Entrepreneurship) σε Παγκόσμιο επίπεδο

Τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας μπορούν να συμμετέχουν σε ποικίλες επιχειρηματικές δραστηριότητες, είτε ως επιχειρηματίες που ξεκινούν και λειτουργούν τις δικές τους επιχειρήσεις, είτε ως καθιερωμένοι επιχειρηματίες, είτε ως «υπάλληλοι» ή ακόμα και ως ανεπίσημοι επενδυτές. Οι προοπτικές των ατόμων να γίνουν επιχειρηματίες, ωστόσο, διαμορφώνονται από διάφορους παράγοντες. Η έρευνα της GEM του 2016 αφορούσε το χρονικό διάστημα 2009-2016, και διεξήχθη σε 104 χώρες, στις οποίες το 16% του πληθυσμού τους (περίπου 1,2 δις άτομα) βρίσκεται ηλικιακά άνω των 55 ετών. Σκοπός της ανάλυσης ήταν να αποτυπωθεί μια συνοπτική εικόνα των χαρακτηριστικών, διαρθρωτικών και ποιοτικών, των νέων εγχειρημάτων που υλοποιούνται από άτομα μεγαλύτερης ηλικίας σε παγκόσμιο επίπεδο.

Σύμφωνα με τα στοιχεία που προέκυψαν από την έρευνα του GEM (GEM, Special topic, Senior Entrepreneurship 2016-2017) σε παγκόσμιο επίπεδο, η ηλικία φαίνεται να επιδρά έντονα στην ανάληψη ενός νέου επιχειρηματικού εγχειρήματος. Αν και τα ποσοστά επιχειρηματιών αρχικών σταδίων για τους νέους (άτομα ηλικίας 18 – 29 ετών) και τους ενήλικες μέσης ηλικίας (άτομα ηλικίας 30 – 49 ετών) είναι παρόμοια - ωστόσο, αισθητά χαμηλότερη καταγράφεται η επιχειρηματική δραστηριότητα μετά την ηλικία των 50 ετών.

Πίνακας 5.1. Κατανομή επιχειρηματιών αρχικών σταδίων ανά ηλικιακή ομάδα, 2009 – 2016 (% στο σύνολο του αντίστοιχου πληθυσμού)

	Νέοι	Μέσης Ηλικίας	Μεγαλύτερης Ηλικίας
Επιχειρηματίες Αρχικών σταδίων	13%	13%	7%

Πηγή: GEM, Senior entrepreneurship, 2016-2017, Επεξεργασία: IOBE

Η ίδια εικόνα εντοπίζεται και αναφορικά με το φύλο, όπου τα ποσοστά αντρών και γυναικών μεγαλύτερης ηλικίας είναι αισθητά χαμηλότερα σε σχέση με τις άλλες ηλικιακές ομάδες. Στον γυναικείο πληθυσμό μεγαλύτερης ηλικίας, μόλις το 6% επιχειρεί ένα νέο εγχείρημα, όταν στις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες, το αντίστοιχο ποσοστό γυναικών φθάνει σε 11% αμφότερα. Οι γυναίκες μεγαλύτερης ηλικίας δηλαδή φαίνεται να υλοποιούν νέα εγχειρήματα λιγότερο σε σχέση με τις νεότερες γυναίκες. Από την άλλη, ανάλογη εικόνα εντοπίζεται και στον αντρικό πληθυσμό, με μόλις το 9% του αντρών μεγαλύτερης ηλικίας να ξεκινούν μια νέα επιχειρηματική δραστηριότητα. Θα μπορούσε πάντως να αναφερθεί ότι σε όλες τις ηλικιακές ομάδες οι άντρες φαίνεται να υπερισχύουν σε σχέση με τις γυναίκες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων, με την διαφορά να είναι ηπιότερη στην περίπτωση της μεγαλύτερης ηλικιακής ομάδας.

Πίνακας 5.2. Κατανομή επιχειρηματιών αρχικών σταδίων ανά ηλικιακή ομάδα και φύλο, (2009 -2016) (% στο σύνολο του αντίστοιχου πληθυσμού)

	Νέοι	Μέσης Ηλικίας	Μεγαλύτερης Ηλικίας
Γυναίκες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων	11%	11%	6%

Άντρες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων	15%	16%	9%
---	-----	-----	----

Πηγή: GEM, Senior entrepreneurship, 2016-2017, Επεξεργασία: IOBE

Εξετάζοντας το κίνητρο που οδηγεί τα άτομα στην υλοποίηση ενός νέου εγχειρήματος, προκύπτει ότι στο εξεταζόμενο διάστημα, το ποσοστό των επιχειρηματικών αρχικών σταδίων που ξεκινούν να δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά λόγω ανάγκης είναι υψηλότερο στα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας (42%) από ότι στις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες, όπου το αντίστοιχο ποσοστό κυμαίνεται στην περιοχή του 37%. Ωστόσο, αξίζει να σημειωθεί ότι σε παγκόσμιο επίπεδο, σε όλες τις ηλικιακές ομάδες, επικρατεί η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας.

Πίνακας 5.3. Κίνητρο επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ανά ηλικιακή ομάδα 2009- 2016 (% επί των επιχειρηματικών αρχικών σταδίων)

	Νέοι	Μέσης Ηλικίας	Μεγαλύτερης Ηλικίας
Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας	61%	59%	54%
Επιχειρηματικότητα ανάγκης	36%	38%	42%
Άλλοι λόγοι ή συνδυασμός ευκαιρίας-ανάγκης	3%	3%	4%

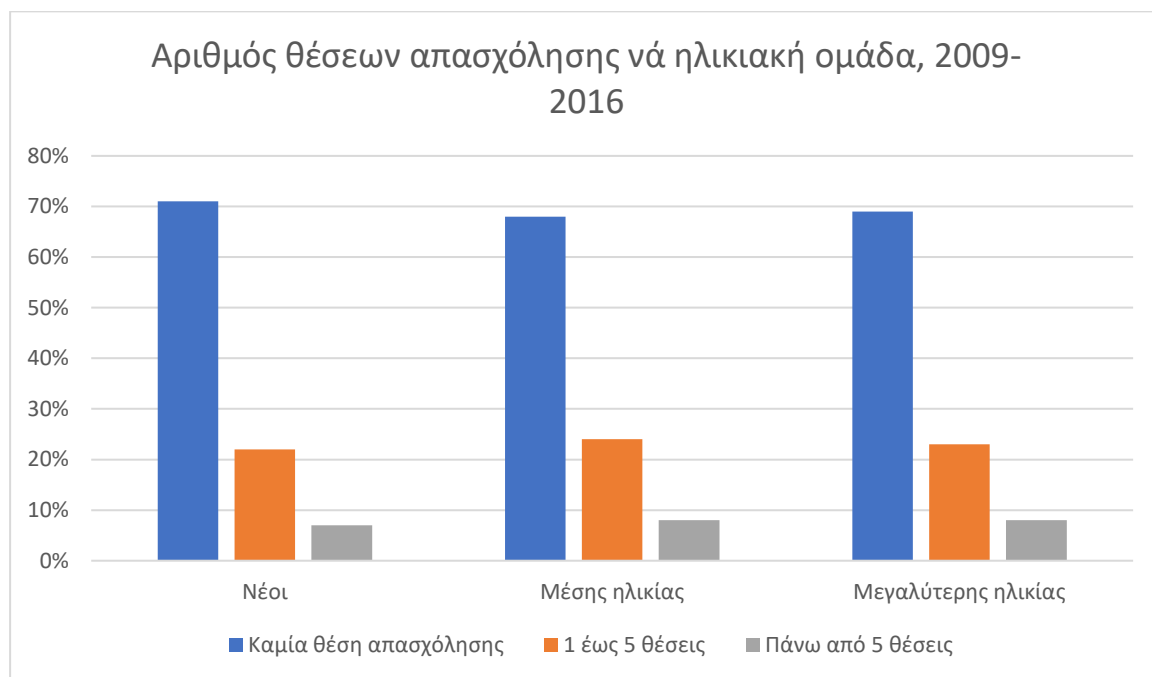
Πηγή: GEM, Senior entrepreneurship, 2016-2017, Επεξεργασία: IOBE

Σχετικά με τους παράγοντες που φαίνεται να επιδρούν στην ανάληψη νέων εγχειρημάτων άτομα μεγαλύτερης ηλικίας, οι κύριοι λόγοι φαίνεται να είναι η ανεργία, το ανεπαρκές εισόδημα αλλά και η αξιοποίηση εμπειρίας και γνώσης από προγενέστερη επαγγελματική δραστηριότητα. Η τρέχουσα επαγγελματική κατάσταση του ατόμου αποτελεί σημαντικό παράγοντα, καθώς μπορεί να καθορίσει όχι μόνο την πρόθεση για επιχειρηματική δραστηριοποίηση, αλλά ακόμα και τον κλάδο στον οποίο προτίθεται να δραστηριοποιηθεί. Για παράδειγμα, οι άνεργοι και οι εργαζόμενοι με μερική απασχόληση κατά κανόνα έχουν μεγαλύτερο κίνητρο για την ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας από ότι οι εργαζόμενοι πλήρους απασχόλησης. Επιπρόσθετα, ένας εργαζόμενος σε ένα συγκεκριμένο κλάδο, στην περίπτωση που αποφασίσει για ένα νέο επιχειρηματικό εγχείρημα είναι πιο πιθανό – και αναμενόμενο- να κινηθεί στον κλάδο που ήδη απασχολείται λόγω εμπειρίας. Τα συγκεκριμένα συμπεράσματα προκύπτουν από την παγκόσμια έρευνα του GEM, με τα ποσοστά των ανέργων που οδηγούνται στην επιχειρηματικότητα να είναι αισθητά υψηλότερα σε όλες τις ηλικιακές ομάδες σε σχέση με τα άτομα που έχουν οποιαδήποτε απασχόληση. Ωστόσο, αυτό που ξεχωρίζει είναι ότι το ποσοστό των ανέργων μεγαλύτερης ηλικίας που οδηγείται στην επιχειρηματικότητα είναι πολύ χαμηλότερο από τις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες. Συγκεκριμένα, το 19% των ανέργων που βρίσκονται στη μεγαλύτερη ηλικία εκδηλώνουν επιχειρηματική πρόθεση έναντι 35% και 28% των νέων και μέσης ηλικίας ατόμων, αντίστοιχα (GEM, Special topic, Senior entrepreneurship, 2016-2017).

Η προδιάθεση για υλοποίηση ενός νέου εγχειρήματος, ενισχύεται και από τις γνώσεις και τις ικανότητες που πιστεύουν ότι διαθέτουν οι δυνητικοί επιχειρηματίες, με τα άτομα που

διαθέτουν υψηλή αυτοεκτίμηση να έχουν περισσότερες πιθανότητες να γίνουν επιχειρηματίες. Σε παγκόσμιο επίπεδο (GEM, Special topic, Senior entrepreneurship, 2016-2017) προκύπτει ένα παράδοξο: τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας έχουν χαμηλότερη εμπιστοσύνη στη δική τους ικανότητα να ξεκινήσουν και να τρέξουν μια επιχείρηση. Αυτό μπορεί να συνδέεται με έναν βαθμό μεγαλύτερης συνειδητοποίησης των κινδύνων και της δυσκολίας που ενέχει το εγχείρημα. Γενικά πάντως τα μεγαλύτερης ηλικίας άτομα παρουσιάζουν σημαντικά χαμηλότερα επίπεδα επιχειρηματικής πρόθεσης από ότι οι άλλες δύο ηλικιακές ομάδες. Τέλος, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι προοπτικές μεγέθυνσης των νέων επιχειρημάτων από άτομα μεγαλύτερης ηλικίας. Οι νέοι επιχειρηματίες είναι, κατά μέσο όρο, πιο πιθανό να μην απασχολούν άλλους στο εγχείρημά τους, ενώ οι μεγαλύτερης ηλικίας επιχειρηματίες φαίνεται να είναι πιο πιθανό να απασχολούν περισσότερα από 5 άτομα. Γενικά, η πλειοψηφία των επιχειρήσεων αρχικών σταδίων (άνω του 90%) σε όλες τις ηλικιακές κατηγορίες παρέχει απασχόληση σε λιγότερα από 5 άτομα (Διάγραμμα : Αριθμός θέσεων απασχόλησης ανά ηλικιακή ομάδα, 2009- 2016). Οι μεγαλύτερης ηλικίας επιχειρηματίες τείνουν επίσης να είναι πιο συντηρητικοί στις προσδοκίες τους για ανάπτυξη νέων θέσεων απασχόλησης.

Διάγραμμα 5.1. Αριθμός θέσεων απασχόλησης ανά ηλικιακή ομάδα, 2009 – 2016 (% επιχειρηματικών αρχικών σταδίων)



Πηγή: GEM, Senior entrepreneurship, 2016-2017 Επεξεργασία: IOBE

Στο πλαίσιο της ειδικής μελέτης του GEM (GEM, Special topic, Senior Entrepreneurship 2016-2017), παρατίθενται κάποια βασικά σημεία για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων σε άτομα μεγαλύτερης ηλικίας. Πρόκειται για 3 βασικούς άξονες βελτίωσης της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων σε άτομα μεγαλύτερης ηλικίας, και αφορούν:

- Οικοδόμηση της συνειδητοποίησης της δυνατότητας επιχειρηματικής επιλογής
- Τεχνική υποστήριξη
- Οικογενειακά και κοινωνικά πρότυπα

Είναι γεγονός ότι υπάρχει μια σημαντική ομάδα ατόμων σε αυτήν την ηλικιακή κατηγορία, η οποία δεν θεωρεί την επιχειρηματικότητα ως πιθανή επιλογή, παρόλο που δηλώνει ότι διαθέτει την απαραίτητη γνώση και εμπειρία. Στο πλαίσιο αυτό, φαίνεται ότι απαιτούνται συντονισμένες πολιτικές και στρατηγικές που μπορούν να αναδείξουν την επιχειρηματικότητα ως μια καλή επιλογή σταδιοδρομίας. Προγράμματα ευαισθητοποίησης από οργανισμούς και κοινωνικούς φορείς, καθώς και υπηρεσίες ανάπτυξης τοπικών επιχειρήσεων με σημαντική παρουσία στις περιοχές τους μπορούν να συνεισφέρουν στην προώθηση της επιλογής της επιχειρηματικότητας, ακόμα και σε αυτές τις ηλικίες. Επιπρόσθετα, τα μέσα ενημέρωσης μπορούν επίσης να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στην ενίσχυση της επιχειρηματικότητας αυτής της κατηγορίας, προβάλλοντας συχνότερα εγχειρήματα ατόμων της εν λόγω ηλικιακής ομάδας. Τέλος, τα εκπαιδευτικά ιδρύματα μέσω της υλοποίησης σχετικών προγραμμάτων, θα μπορούσαν να προσεγγίζουν αυτή τη δεξαμενή ανθρώπων που έχουν την πρόθεση για επιχειρηματικά εγχειρήματα, προσφέροντας πρόσθετη εκπαίδευση ή την ανάπτυξη νέων δεξιοτήτων.

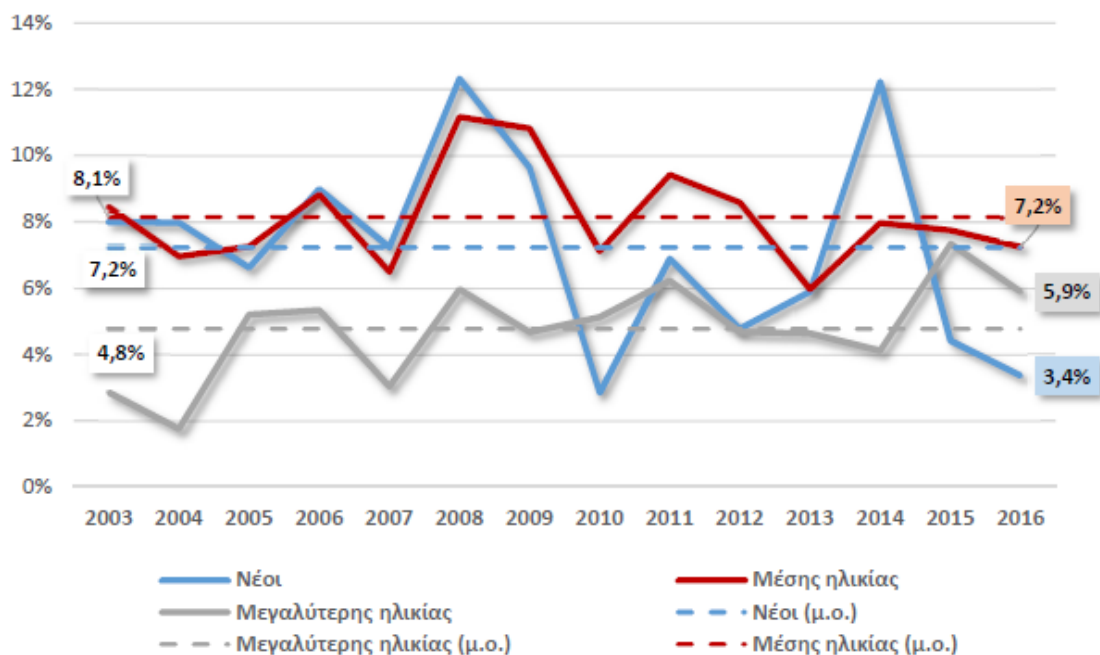
Άλλωστε, οι μεγαλύτερης ηλικίας επιχειρηματίες έχουν πιθανόν πρόσθετες ανάγκες σε σχέση με τους νεότερους, σε όρους τεχνικών δεξιοτήτων, μειωμένης ανοχής στον οικονομικό κίνδυνο αλλά και κατά κανόνα μικρότερου χρονικού ορίζοντα για τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες. Μια κοινή λύση στα προβλήματα που προκύπτουν από αυτές τις ανάγκες είναι η κατάλληλη συνεργασία με άλλους επιχειρηματίες. Βέβαια, η συνεργασία με άλλους απαιτεί δίκτυα, το οποίο αποτελεί ένα δύσκολο έργο καθώς η εύρεση νέων επιχειρηματιών που θα επωφεληθούν από τη συνεργασία με τους παλαιότερους, πιο έμπειρους εταίρους δεν είναι μια αυτόματη διαδικασία. Μια προσέγγιση για την αντιμετώπιση αυτής της δυσκολίας είναι η δικτύωση μέσω οργανισμών παροχής υπηρεσιών επιχειρηματικότητας, οι οποίοι μπορούν να εντοπίσουν πιθανούς εταίρους – ίσως και νεότερους - και να βοηθήσουν στη δημιουργία επιχειρηματικών ομάδων.

Τέλος, ακόμα και σε παγκόσμιο επίπεδο φαίνεται ότι ο δεσμός της οικογένειας και της επιχείρησης είναι ισχυρός, καθώς πολλές επιχειρήσεις ξεκίνησαν με οικογενειακή υποστήριξη είτε με τη μορφή χρηματοδότησης, είτε με εργασιακή βοήθεια. Όμως, οι επιχειρηματίες μεγαλύτερης ηλικίας, επειδή ο χρόνος που απομένει για την επιχειρηματική σταδιοδρομία είναι μικρότερος από ότι για τους νεότερους επιχειρηματίες, πρέπει να είναι πιο ενημερωμένοι για θέματα διαδοχής. Έτσι η ανάγκη προγραμματισμού φαίνεται επιτακτική για τη μεταβίβαση της επιχείρησής τους σε μέλη της οικογένειας, ενώ πολλοί φαίνεται να εμπλέκουν επίσης τα μέλη της οικογένειας στην προσπάθειά τους από την αρχή, κυρίως ως επαγγελματική αποκατάσταση των νεότερων μελών της οικογένειας.

5.8.2 Βασικοί Δείκτες της επιχειρηματικότητας στις μεγαλύτερες ηλικίες

Στο παρακάτω διάγραμμα που ακολουθεί (Διάγραμμα) αποτυπώνει τον δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων της χώρας που έλαβε μέρος στην έρευνα του GEM για το 2016, ανά ηλικιακή ομάδα. Όπως σημειώθηκε και νωρίτερα, το 2016, οι τάσεις εξασθένησης των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων εντοπίζονται σε όλες τις ηλικιακές ομάδες, με το φαινόμενο να γίνεται πιο έντονο στους επιχειρηματίες μεγαλύτερης ηλικίας όπου ο σχετικός δείκτης υποχωρεί στο 5,9% από 7,2% το 2015. Διαχρονικά, η εξέλιξη του δείκτη για τους νέους επιχειρηματίες μεγαλύτερης ηλικίας φαίνεται να εμφανίζει αρκετές διακυμάνσεις, με το μακροχρόνιο μέσο όρο να διαμορφώνεται στην περιοχή του 4,8% για το διάστημα 2003-2016. Σε υψηλότερα επίπεδα κατά μέσο όρο, καταγράφεται ο σχετικός δείκτης στις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες, και συγκεκριμένα, στην περιοχή του 7,2% και 8,1% για τους επιχειρηματίες νεότερης και μέσης ηλικίας, αντίστοιχα.

Διάγραμμα 5.2. Διαχρονική εξέλιξη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ως % του πληθυσμού στην Ελλάδα (2003 – 2016)



Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

Αναφορικά με το φύλο των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, το 5,8% των αντρών μεγαλύτερης ηλικίας εμπλέκεται σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, έναντι ποσοστού 8,8% στα άτομα μέσης ηλικίας, ενώ σε ακόμα χαμηλότερα επίπεδα εμφανίζεται το ποσοστό των νέων (3,8%). Δηλαδή, από τα στοιχεία της έρευνας φαίνεται ότι οι άντρες μεγαλύτερης ηλικίας είναι πιο τολμηροί σε σχέση με τους νέους όσον αφορά την έναρξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.

Πίνακας 5.4. Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά φύλο και ηλικιακή ομάδα ως % του πληθυσμού στην Ελλάδα (2016)

	Νέοι	Μέσης ηλικίας	Μεγαλύτερης ηλικίας
Επιχειρηματίες αρχικών σταδίων – Άντρες	3,8%	8,9%	5,8%
Επιχειρηματίες αρχικών σταδίων – Γυναίκες	3,0%	5,4%	6,0%

Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

Η ίδια εικόνα εντοπίζεται και στον γυναικείο πληθυσμό, με το ποσοστό των γυναικών μεγαλύτερης ηλικίας που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά σε αρχικό στάδιο να είναι διπλάσιο από το αντίστοιχο ποσοστό των νέων γυναικών (Πίνακας 2.5). Από τα στοιχεία της έρευνας προκύπτει συνεπώς ότι ως ποσοστό του αντίστοιχου πληθυσμού τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας ανεξαρτήτου φύλου τολμούν να ξεκινήσουν επιχειρηματικές

δραστηριότητες σε μεγαλύτερο βαθμό από ότι τα άτομα νεότερης ηλικίας, εύρημα που είναι συστηματικό διαχρονικά. Διαρθρωτικά, ωστόσο, το υψηλότερο ποσοστό επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων εντοπίζεται σε άτομα μέσης ηλικίας (57,8%), ενώ το ποσοστό των νέων ηλικιακά επιχειρηματιών είναι μόλις στο 16,4%.

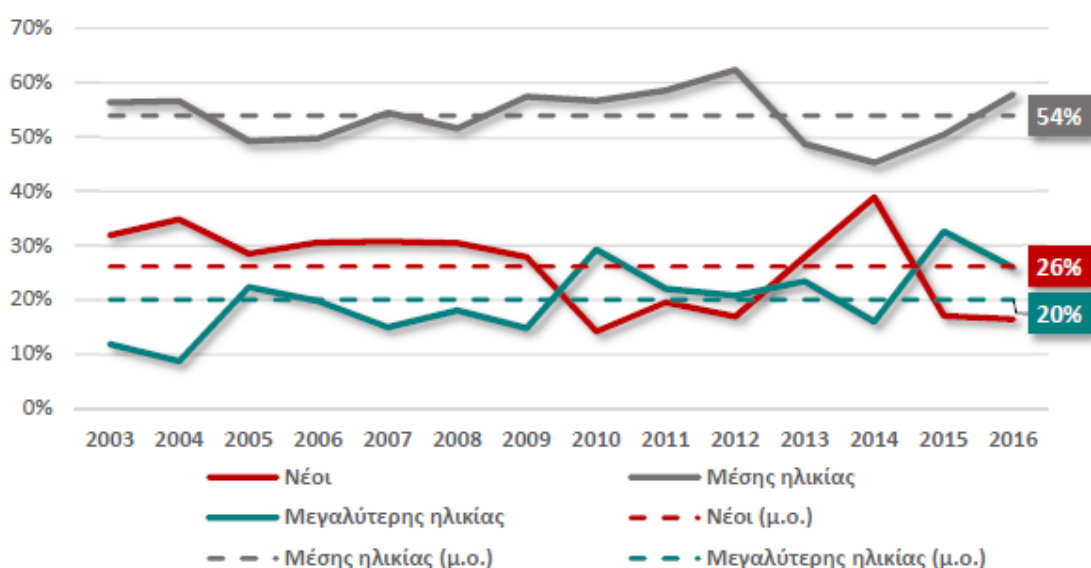
Πίνακας 5.5. Ποσοστιαία κατανομή της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ανά ηλικιακή ομάδα (2016)

Σύνολο TEA	Νέοι	Μέσης Ηλικίας	Μεγαλύτερης Ηλικίας
100%	16,4%	57,8%	25,9%

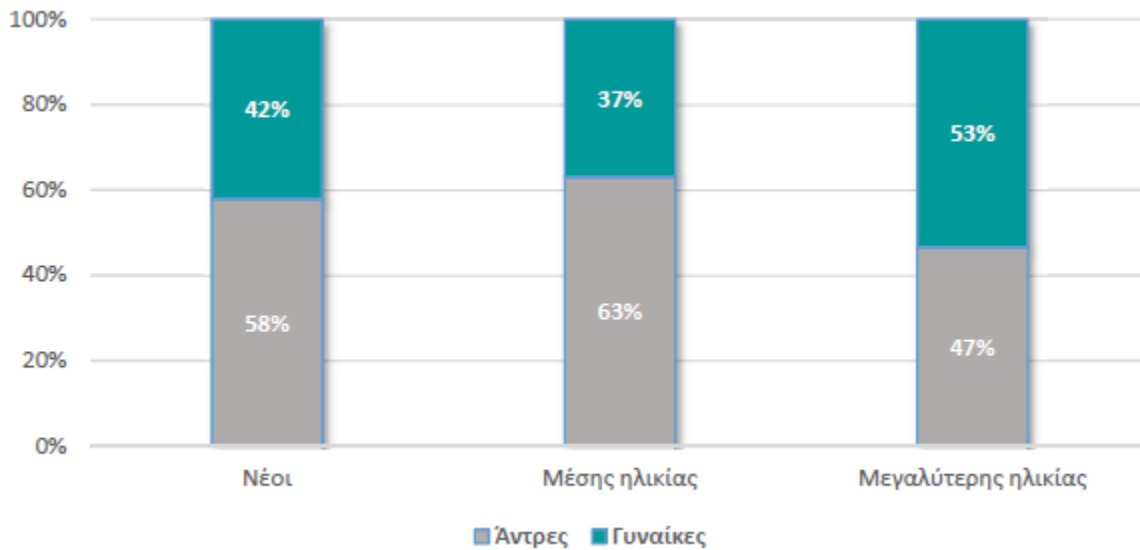
Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

Εξετάζοντας διαχρονικά την εξέλιξη της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ανά ηλικιακή ομάδα, παρατηρείται την διετία 2014-2015 μια σημαντική άνοδος των νέων εγχειρημάτων στην μεγαλύτερη ηλικιακή ομάδα, και συγκεκριμένα από 15,9% το 2014 σε 32,6% το 2015, τάση ωστόσο που δεν φαίνεται να διατηρείται το 2016. Στον αντίποδα, και όσον αφορά τους νέους, ο δείκτης μετά από μια υψηλή άνοδο το 2014, ακολούθησε πτωτική πορεία (20% το 2015 από 39% το 2014), ενώ φαίνεται να σταθεροποιείται το 2016 στην περιοχή του 16,5%. Πιο αισιόδοξα φαίνεται να είναι τα αποτελέσματα της έρευνας για τα νέα εγχειρήματα ατόμων μέσης ηλικίας, καθώς ο σχετικός δείκτης σημειώνει άνοδο την τελευταία διετία (από 45% το 2014 σε 50,4% το 2015) για να προσεγγίζει το 2016 το 58%. Όσον αφορά στον μακροχρόνιο μέσο όρο, οι μεγαλύτερης ηλικίας επιχειρηματίες αρχικών σταδίων αποτελούν κατά μέσο όρο το 20% του συνόλου αυτών έναντι 26% και 54% των νέων και μέσης ηλικίας, αντίστοιχα. Συνεπώς, διαχρονικά σχεδόν ένας στους τρεις επιχειρηματίες αρχικών σταδίων ανήκει στη μέση ηλικία, ενώ μόλις το 1/5 βρίσκεται σε νεαρή ηλικία (Διάγραμμα 5.3). Το μεγαλύτερο μερίδιο στους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων μεγαλύτερης ηλικίας εντοπίζεται στο γυναικείο πληθυσμό (53%), γεγονός που δείχνει ότι οι γυναίκες σε αυτή την ηλικιακή ομάδα είναι πιο δραστήριες από τους άντρες, σε αντίθεση με τις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες, που υπερισχύει ο αντρικός πληθυσμός.

Διάγραμμα 5.2. Διαχρονική εξέλιξη ποσοστού ατόμων που εμπλέκονται σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά ηλικιακή ομάδα (2003-2016) (% επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων)



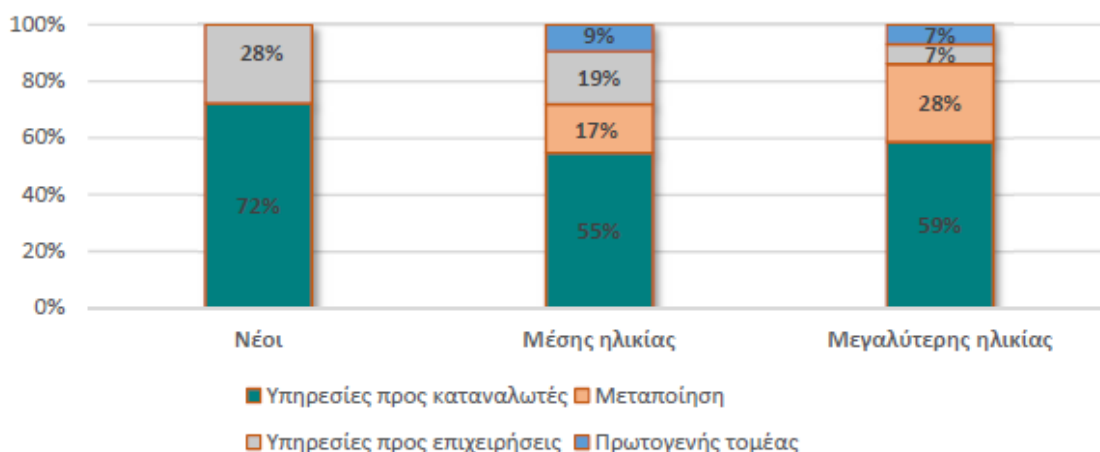
Διάγραμμα 5.3. Ποσοστό ατόμων που εμπλέκονται σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά ηλικιακή ομάδα και φύλο (2016) (% επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων)



Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η κλαδική διάρθρωση των νέων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών, με βάση τις γνωστές τέσσερις κατηγορίες που έχουν εξηγηθεί και στο προηγούμενο κεφάλαιο. Η έμφαση σε εγχειρήματα που εστιάζουν στις Υπηρεσίες προς τους καταναλωτές είναι διαστρωματική ανεξαρτήτως ηλικίας, αν και η τάση είναι πιο έντονη στην περίπτωση των νέων. Ωστόσο, σημαντική διαφοροποίηση παρουσιάζεται στον κλάδο της μεταποίησης, όπου ιδιαίτερα υψηλό, σε σχέση με τις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες, εμφανίζεται το ποσοστό στους επιχειρηματίες μεγαλύτερης ηλικίας (28%), όταν στη μέση ηλικία αγγίζει το 17%.

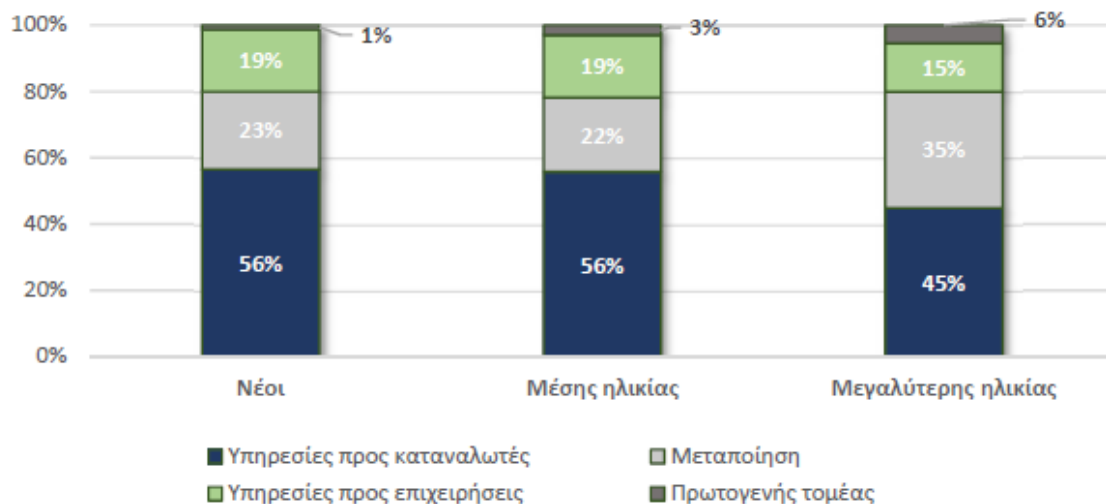
Διάγραμμα 5.4. Επιχειρηματική δραστηριότητα κατά τομέα οικονομικής δραστηριότητας ανά ηλικιακή ομάδα (2016) (% επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων)



Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

Η ίδια εικόνα εντοπίζεται κατά μέσο όρο και στο διάστημα 2003-2016, με τον κλάδο υπηρεσιών προς καταναλωτές να υπερτερεί σε όλες τις ηλικιακές ομάδες. Ωστόσο, σημαντικό γεγονός, στην περίπτωση των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων μεγαλύτερης ηλικίας αποτελεί η ενίσχυση του κλάδου των προϊόντων/υπηρεσιών προς καταναλωτές το 2016, και η εξασθένιση του κλάδου της μεταποίησης την ίδια χρονιά.

Διάγραμμα 5.5. Επιχειρηματική δραστηριότητα κατά τομέα οικονομικής δραστηριότητας ανά ηλικιακή ομάδα (μ.ο. 2003-2016) (% επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων)

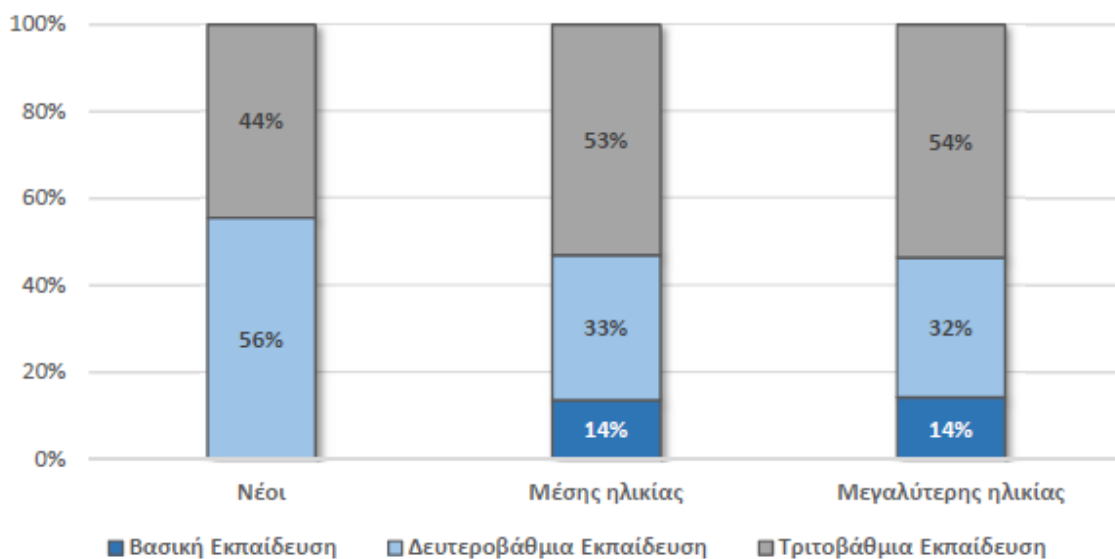


Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

5.8.3 Δημογραφικά Χαρακτηριστικά

Στο διάγραμμα που ακολουθεί παρουσιάζεται η ποσοστιαία κατανομή των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων διακρίνοντας τρία επίπεδα εκπαίδευσης α) Βασική εκπαίδευση β) Δευτεροβάθμια εκπαίδευση και γ) Τριτοβάθμια εκπαίδευση. Αναφορικά, λοιπόν, με το επίπεδο μόρφωσης των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, σε όλες τις ηλικιακές ομάδες επικρατεί η τριτοβάθμια εκπαίδευση ως επίπεδο μόρφωσης, με τα ποσοστά να κυμαίνονται στην περιοχή του 53-54% για τα άτομα μέσης και μεγαλύτερης ηλικίας, ενώ σε χαμηλότερα επίπεδα εμφανίζεται στους νέους. Αξίζει να σημειωθεί ότι υπάρχει ένα ποσοστό της τάξης του 14% στους επιχειρηματίες μεγαλύτερης ηλικίας που κατέχουν απλώς τη βασική εκπαίδευση (Διάγραμμα 5.6)

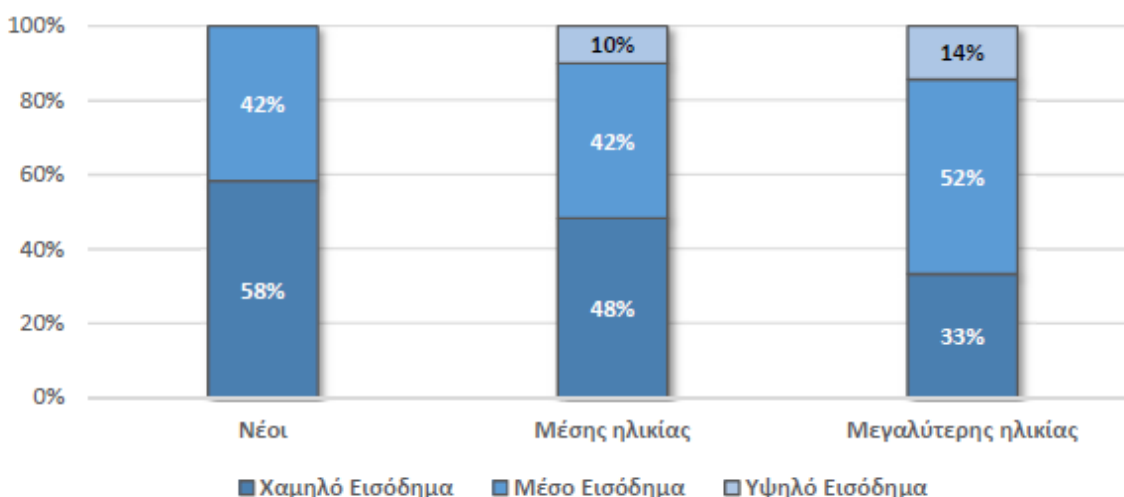
Διάγραμμα 5.6: Επίπεδο μόρφωσης ανά ηλικιακή ομάδα (2016) (% επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων)



Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

Ένα άλλο χαρακτηριστικό των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων μεγαλύτερης ηλικίας είναι ότι προέρχονται κυρίως από τη μεσαία (οι μισοί), αλλά και από την υψηλότερη εισοδηματική κατηγορία, σε αντίθεση με τις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες. Είναι λογικό αυτό να συμβαίνει καθώς στις μικρότερες ηλικίες η επαγγελματική διαδρομή είναι ακόμα πιο περιορισμένη και άρα η σταδιακή δημιουργία πλούτου απαιτεί ακόμα χρόνο. Αντίθετα, είναι πιο πιθανό στην μεγαλύτερη ηλικιακή ομάδα, να καταγράφεται ένα μεγαλύτερο ποσοστό ατόμων υψηλού εισοδήματος (14% το 2016), το οποίο αντανακλά την μακροχρόνια επαγγελματική και κοινωνική διαδρομή των αντίστοιχων ατόμων (Διάγραμμα 5.7).

Διάγραμμα 5.7. Ετήσιο εισόδημα ανά ηλικιακή ομάδα (2016) (% επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων)

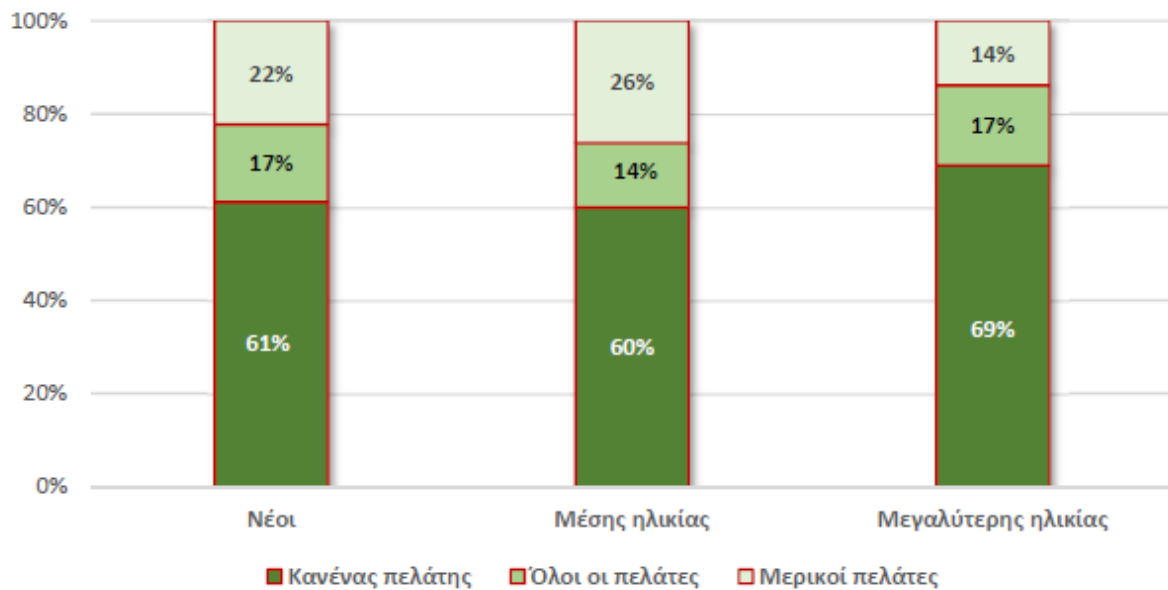


Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

5.8.4 Ποιοτικά Χαρακτηριστικά

Σε ότι αφορά το βαθμό καινοτομίας που εμφανίζει το νέο εγχείρημα – μετρούμενο από τους πόσους από τους πελάτες τους θεωρούν το προϊόν ή την υπηρεσία νέο και πρωτοποριακό - διαπιστώνεται μια υστέρηση στα εγχειρήματα των ατόμων μεγαλύτερης ηλικίας. Έτσι, λοιπόν, 7 στους 10 επιχειρηματίες αρχικών σταδίων μεγαλύτερης ηλικίας είναι μάλλον πιο συγκρατημένοι ως προς το βαθμό καινοτομίας που παρουσιάζουν τα εγχειρήματά τους, με αποτέλεσμα να δηλώνουν ότι κανένας (δυνητικός) πελάτης δε θα θεωρήσει τα προϊόντα / υπηρεσίες τους νέα και πρωτοποριακά. Από την άλλη πλευρά καταγράφεται και ένα σχετικά υψηλό 17% που εκτιμά ότι όλοι οι πελάτες θα θεωρήσουν τα προϊόντα τους καινοτόμα (Διάγραμμα 5.8).

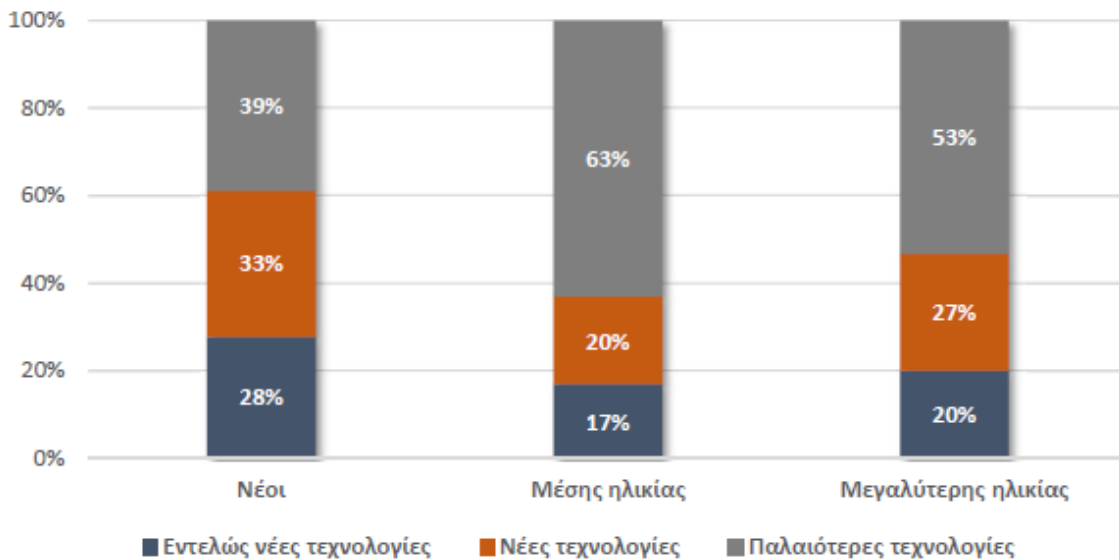
Διάγραμμα 5.8. Βαθμός καινοτομίας των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων ανά ηλικιακή ομάδα (2016) (% επί των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων)



Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

Σε ότι αφορά την υιοθέτηση νέων τεχνολογιών / διεργασιών στα εγχειρήματα που δημιουργούν, οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων μέσης και μεγαλύτερης ηλικίας χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό παλαιότερες τεχνολογίες σε σχέση με τους νεότερους, ενώ μόλις 1 στους 5 μεγαλύτερης ηλικίας κάνει χρήση εντελώς νέων τεχνολογιών όταν το αντίστοιχο ποσοστό των νέων είναι 28% (Διάγραμμα 5.9). Συνεπώς φαίνεται να επιλέγουν γνωστές τεχνολογίες και να δυσκολεύονται στη χρήση εντελώς καινούριων μεθόδων παραγωγής.

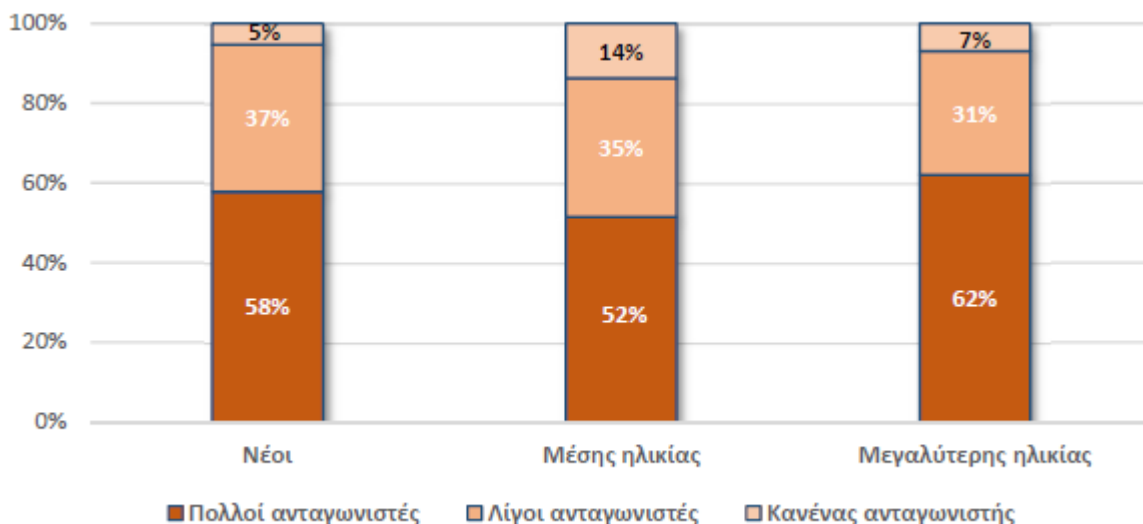
Διάγραμμα 5.9. Τεχνολογικό επίπεδο των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων ανά ηλικιακή ομάδα (2016) (% επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων)



Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

Αντίστοιχα μετριοπαθείς είναι και οι εκτιμήσεις των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων μεγαλύτερης ηλικίας για το επίπεδο του ανταγωνισμού που αντιμετωπίζουν. Ένα 62%, το υψηλότερο από τις εξεταζόμενες τρεις ηλικιακές ομάδες δηλώνει πως πολλές επιχειρήσεις προσφέρουν παρόμοιο προϊόν ή υπηρεσία και μόλις 7% δηλώνει ότι εισέρχεται σε μια εντελώς νέα νησίδα αγοράς. Το γεγονός αυτό υποδηλώνει σε ένα βαθμό την έλλειψη δυναμικής στη συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα για είσοδο σε νέες αγορές.

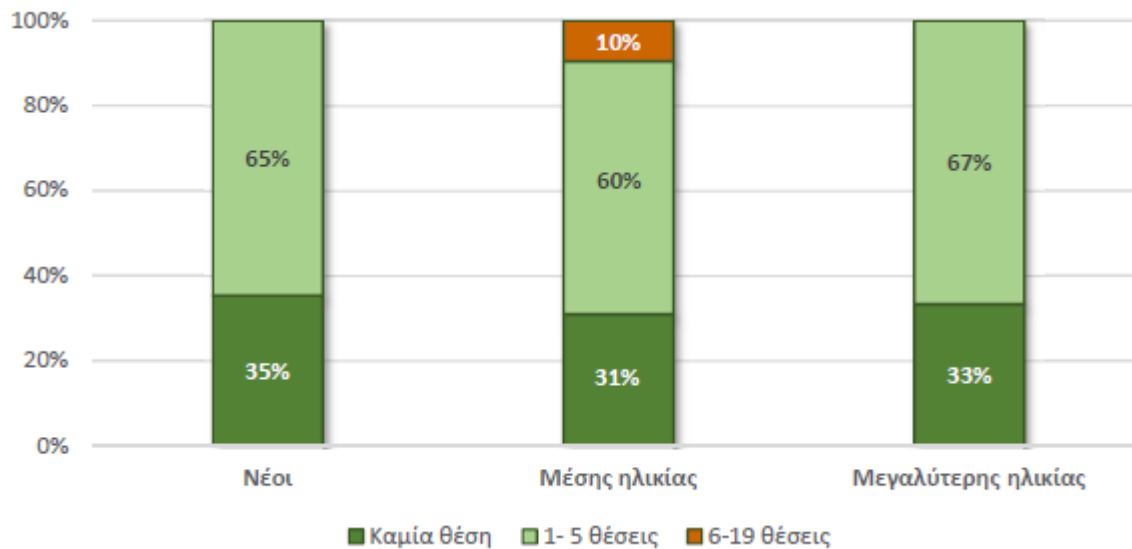
Διάγραμμα 5.10. Ποσοστιαία διάρθρωση νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων με βάση τον ανταγωνισμό που αντιμετωπίζουν ανά ηλικιακή ομάδα (2016) (% επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων)



Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

Σε ότι αφορά την προοπτική σε όρους απασχόλησης των νέων εγχειρημάτων των μεγαλύτερων ηλικιακά επιχειρηματιών αρχικών σταδίων διαπιστώνεται ότι στη συντριπτική πλειονότητά τους (άνω του 90%) παρέχει απασχόληση σε λιγότερα από 5 άτομα, τουλάχιστον κατά την έναρξη της επιχείρησης. Μόνο στη πιο δυναμική κατηγορία των ατόμων μέσης ηλικίας φαίνεται να εντοπίζονται κάποια εγχειρήματα που ξεκινούν με αρκετές θέσεις εργασίας (πάνω από 5 άτομα). Πάντως δύο στους τρεις επιχειρηματίες μεγαλύτερης ηλικίας φαίνεται να απασχολούν τουλάχιστον ένα άτομο στο νέο τους επιχειρηματικό εγχείρημα, υψηλότερο ποσοστό σε σχέση με τις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες.

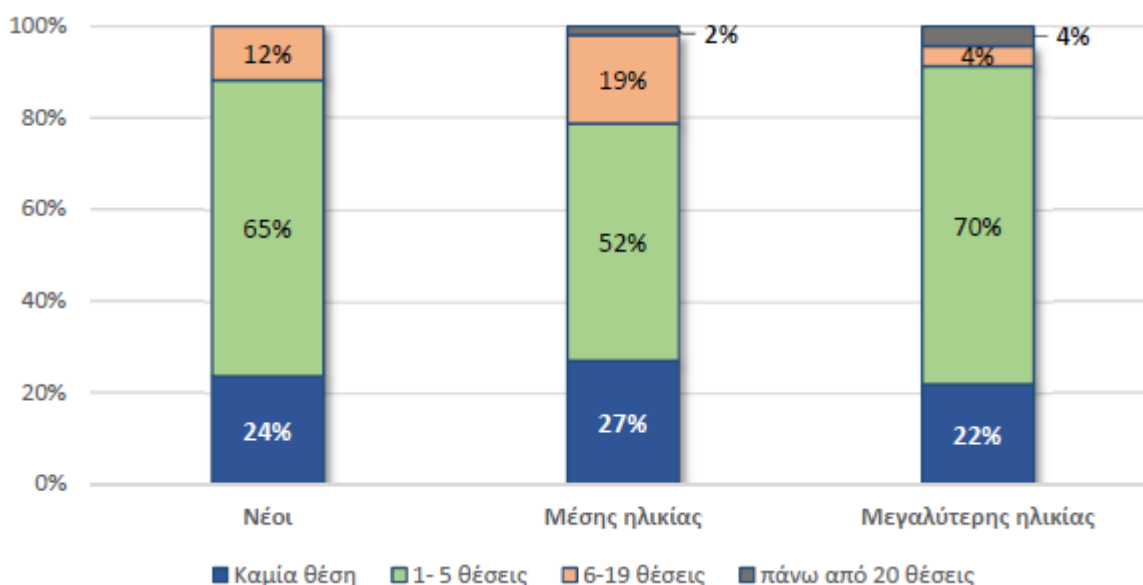
Διάγραμμα 5.11. Αριθμός θέσεων απασχόλησης ανά ηλικιακή ομάδα (2016) (% επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων)



Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

Σε ότι αφορά στις προσδοκίες που έχουν οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων για την προοπτική απασχόλησης που μπορεί να δημιουργήσει το νέο τους επιχειρηματικό εγχείρημα εντός της επόμενης πενταετίας, διαπιστώνεται μια μεγαλύτερη αισιοδοξία στα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας. Οι 7 στους 10 εκτιμούν ότι στην επόμενη πενταετία θα δημιουργήσουν έως 5 θέσεις εργασίας, ποσοστό ιδιαίτερα ψηλό σε σχέση με αυτό της μέσης, αλλά και της νεότερης ηλικίας. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι επιχειρηματίες μεγαλύτερης ηλικίας είναι σχεδόν οι μόνοι με ποσοστό 4% όπου προβλέπουν τη δημιουργία πάνω από 20 θέσεων απασχόλησης στην επόμενη πενταετία (Διάγραμμα 5.12).

Διάγραμμα 5.12. Προοπτικές δημιουργίας θέσεων απασχόλησης εντός της επόμενης πενταετίας ανά ηλικιακή ομάδα (2016) (% επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων)



Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

Μάλιστα αυτό είναι κάτι που επιβεβαιώνεται και διαχρονικά, καθώς φαίνεται ότι 1 στους 10 επιχειρηματίες αρχικών σταδίων μεγαλύτερης ηλικίας προσδοκά να δημιουργήσει πάνω από 20 θέσεις απασχόλησης, όταν στις άλλες ηλικιακές ομάδες, το αντίστοιχο ποσοστό κατά μέσο όρο κινείται στην περιοχή του 3,5%

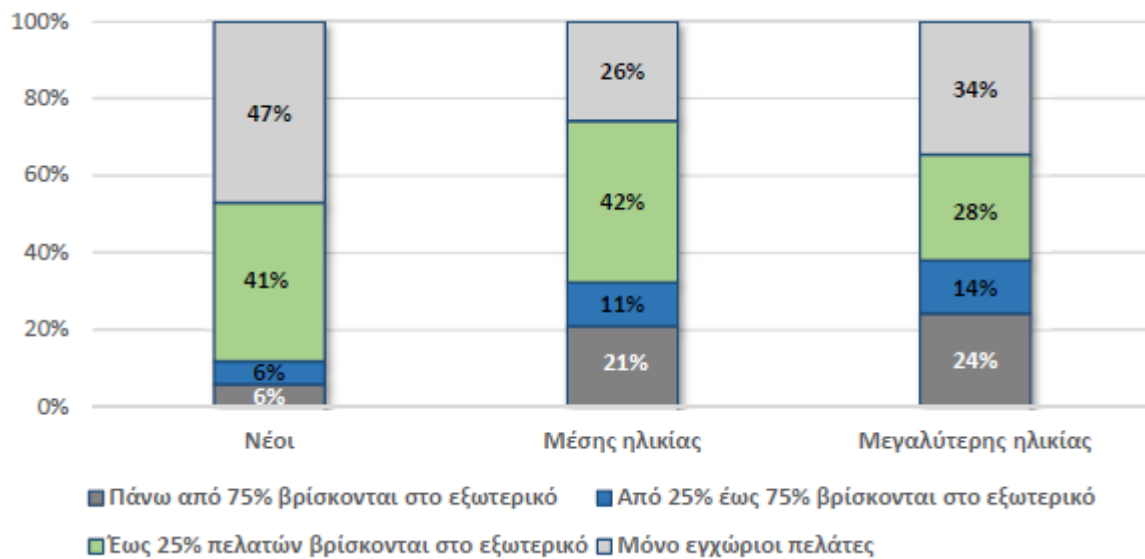
Πίνακας 5.5. Προοπτικές δημιουργίας θέσεων απασχόλησης εντός της επόμενης πενταετίας ανά ηλικιακή ομάδα (2003-2016)

	Νέοι	Μέσης Ηλικίας	Μεγαλύτερης ηλικίας
Καμία θέση εργασίας	17,7%	19,5%	24,8%
1 – 5 θέσεις εργασίας	65%	64,7%	41,2%
6-19 θέσεις εργασίας	13%	13,1%	22,3%
Πάνω από 20 θέσεις εργασίας	4,2%	2,7%	11,8%

Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

Τέλος, σε ένα ακόμα κρίσιμο χαρακτηριστικό των νέων επιχειρημάτων είναι ο εξαγωγικός χαρακτήρας των επιχειρημάτων ανά ηλικιακή ομάδα. Και εδώ βάσει της έρευνας του GEM προκύπτει ότι οι επιχειρηματίες μεγαλύτερης ηλικίας φαίνεται να είναι πιο εξωστρεφείς σε σχέση με τις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες, με το 38% αυτών να έχει τουλάχιστον το ¼ των πελατών του στο εξωτερικό, έναντι 32% και 12% των επιχειρηματιών μέσης ηλικίας και των νέων, αντίστοιχα (Διάγραμμα 5.13).

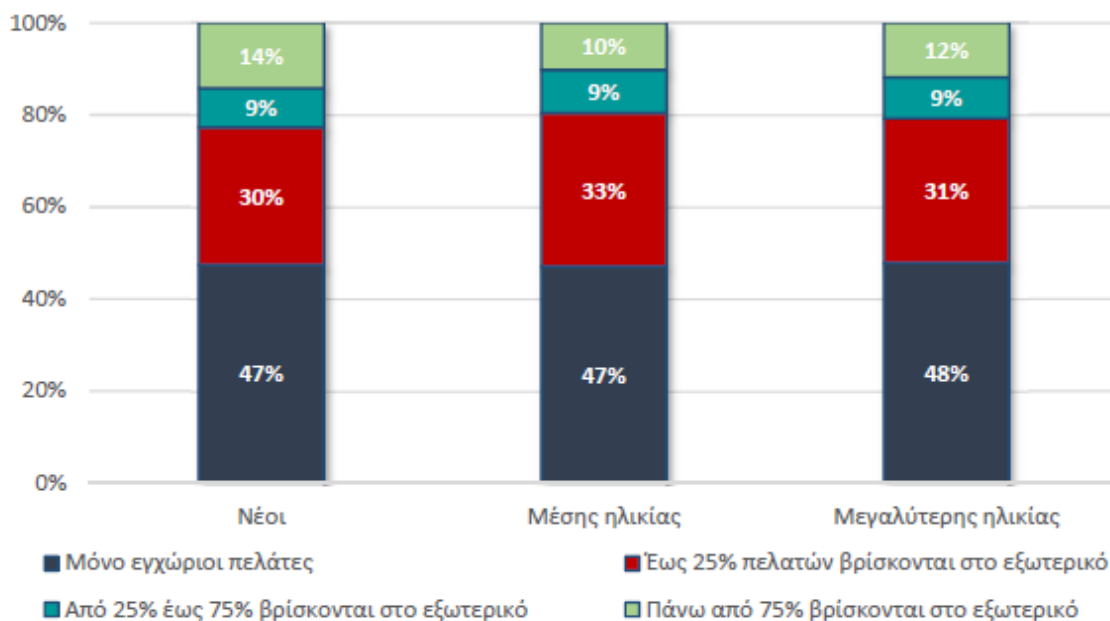
Διάγραμμα 5.13. Εξωστρέφεια νέων εγχειρημάτων ανά ηλικιακή ομάδα (2016) (% επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων)



Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

Πάντως διαχρονικά, δεν φαίνεται κάποια ιδιαίτερη διαφοροποίηση ανά ηλικιακή ομάδα, συνεπώς η καλή επίδοση του 2016, θα μπορούσε να θεωρηθεί και συγκυριακή (Διάγραμμα 5.14).

Διάγραμμα 5.14. Εξωστρέφεια νέων εγχειρημάτων ανά ηλικιακή ομάδα (2003-2016) (% επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων)



Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor - IOBE 2016

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Η παρούσα εργασία είχε ως στόχο να διερευνήσει τη σχέση μεταξύ της επιχειρηματικότητας και της αυτό-απασχόλησης τόσο στην Ευρώπη όσο και στην Ελλάδα.

Μέσα από την εργασία αυτή εξάγονται ορισμένα ενδιαφέροντα συμπεράσματα. Το πρώτο αφορά την υπάρχουσα κατάσταση στο πεδίο της επιχειρηματικότητας. Η εργασία μας έδειξε πως ένα μεγάλο μέρος του πληθυσμού δραστηριοποιείται στο πλαίσιο της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας, αλλά ένα μεγαλύτερο στο πλαίσιο της επιχειρηματικότητας ανάγκης. Έτσι, ενώ υπάρχουν επιχειρηματικές ευκαιρίες που έχουν γίνει αντιληπτές, λόγοι βιοπορισμού είναι ίσως ο κυριότερος προσδιοριστικός παράγοντας της ενασχόλησης με την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα σήμερα. Επίσης, όπως καταγράφηκε και από τις έρευνες του IOBE (2016 και 2019) στην Ελλάδα υπάρχει υψηλό επίπεδο επιχειρηματικής δραστηριοποίησης λόγω ανάγκης, σε αντίθεση με την επιχειρηματικότητα που κινητοποιείται από την εύρεση ευκαιριών.

Ένα δεύτερο συμπέρασμα αφορά την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα και τα χαρακτηριστικά της. Προκύπτει μέσα από τις αντίστοιχες έρευνες του IOBE (2016 και 2019) αύξηση του βαθμού χρήσης της τεχνολογίας καθώς επίσης και υψηλά ποσοστά στους τομείς της καινοτόμας επιχειρηματικότητας και εξωστρέφειας γεγονός που συνδυάζεται με την ταυτόχρονη αύξηση, αν και σε χαμηλότερα επίπεδα, των επίδοξων και νέων επιχειρηματιών.

Ένα τρίτο συμπέρασμα της παρούσας εργασίας είναι ότι η ανεργία μπορεί να οδηγήσει τους άνεργους στην επιχειρηματικότητα, καθώς υπάρχει θετική σύνδεση αυτών των δύο μεταβλητών. Για παράδειγμα, παρατηρήθηκε ότι το ωράριο εργασίας και η σχέση ωραρίου σχετίζονται με τους επίδοξους επιχειρηματίες, ενώ το καθεστώς εργασιακής απασχόλησης, η επιθυμία αλλαγής εργασίας, η εύρεση επιχειρηματικής ευκαιρίας καθώς και οι προοπτικές οικονομικής ανάπτυξης σχετίζονται με την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων. Επίσης διαπιστώσαμε πως η επιχειρηματικότητα μπορεί να συμβάλλει στην μείωση της ανεργίας τόσο στην Ελλάδα όσο και στην Ευρώπη γενικότερα, και να συμβάλλει θετικά στις προοπτικές δημιουργίας απασχόλησης.

Επιπλέον, ένα ακόμα συμπέρασμα που προκύπτει από την παρούσα εργασία, είναι ότι οι περισσότεροι άνεργοι οδηγούνται στην αυτό-απασχόληση καθώς τους δίνει περισσότερη ατομική ανεξαρτησία, καταξίωση καθώς κι ευέλικτες συνθήκες εργασίας. Επιπλέον, αξίζει να σημειωθεί ότι τα άτομα τα οποία επιλέγουν την αυτό-απασχόληση, νιώθουν έντονα το αίσθημα της αβεβαιότητας ως προς την αίσθηση του να μην έχουν ένα τακτικό εισόδημα. Αυτό είναι μερικώς αποδεκτό, καθώς τα άτομα που επιλέγουν να ξεκινήσουν ή να συνεχίσουν την επαγγελματική τους σταδιοδρομία ως αυτό-απασχολούμενοι, νιώθουν αβεβαιότητα σε αρκετούς παράγοντες όπως είναι, η σταθερή πελατεία, το εισόδημα, η δικτύωση στον επαγγελματικό τομέα κ.ά. Ωστόσο, οι αυτοαπασχολούμενοι αν και εργάζονται περισσότερες ώρες, απολαμβάνουν μεγαλύτερη ευελιξία στο ωράριο τους και αυτονομία στο αντικείμενο ενασχόλησής τους καθώς επίσης και θετικές οφειλές οι οποίες προσφέρουν θεωρητικά μια ελκυστική σταδιοδρομία. Βέβαια η ευελιξία αρκετές φορές μπορεί να θεωρηθεί καθαρά υποκειμενική ως προς την διαθεσιμότητα του κάθε αυτό-απασχολούμενου.

Σύμφωνα λοιπόν με τα παραπάνω, διαπιστώνονται τα εξής:

1. Η ανεργία αποτελεί σημαντικό προσδιοριστικό παράγοντα της επιχειρηματικότητας
2. Η επιχειρηματικότητα μπορεί να συμβάλει στην μείωση της ανεργίας και στην δημιουργία προοπτικών απασχόλησης.

3. Πολλοί άνεργοι οδηγούνται κυρίως στην αυτό-απασχόληση καθώς προσφέρεται μέσα από αυτή ευελιξία και αυτονομία στο αντικείμενο της ενασχόλησής τους.
4. Υπάρχει ανάγκη στήριξης των ανέργων να επενδύσουν στην επιχειρηματικότητα
5. Υπάρχει ανάγκη ενθάρρυνσης και υποστήριξης κάθε μορφής επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα μέσα από ένα κατάλληλο θεσμικό πλαίσιο.
6. Υπάρχει ανάγκη δημιουργίας χρηματοοικονομικών προγραμμάτων που θα στηρίζουν και θα βοηθούν τους αυτό-απασχολούμενους στο ξεκίνημα της νέας τους επαγγελματικής απασχόλησης.

Επομένως, κρίνεται αναγκαία η δημιουργία ενός νέου θεσμικού και νομοθετικού πλαισίου, το οποίο θα ενθαρρύνει και θα υποστηρίζει την επιχειρηματικότητα και πιο συγκεκριμένα την αυτό-απασχόληση μέσα από προγράμματα, χρηματοδοτικές διευκολύνσεις, και φυσικά ενός ολοκληρωμένου συνόλου παροχής υποστηρικτικών ενεργειών και υπηρεσιών για την επιχειρηματική δραστηριότητα. Ακόμα, είναι σημαντική η δημιουργία κέντρων καινοτομίας και επιχειρηματικότητας που θα παρέχουν συμβουλευτικές υπηρεσίες στους νέους αυτό-απασχολούμενους στην έναρξη της νέας τους επαγγελματικής απασχόλησης. Επίσης, κρίνεται απαραίτητη και η δημιουργία δικτύων συνεργασίας σε διακρατικό επίπεδο, ούτως ώστε να είναι δυνατή η ανταλλαγή ιδεών, εμπειριών και καλών πρακτικών (Smallbone και Welter, 2012). Πάνω, απ' όλα όμως, χρειάζεται η δημιουργία ενός σταθερού επενδυτικού και φορολογικού πλαισίου, καθώς και ενός πλαισίου διακυβέρνησης που θα καταπολεμά τη διαφθορά, θα επιταχύνει τις γραφειοκρατικές διαδικασίες και θα αίρει τα εμπόδια που υπάρχουν στην επιχειρηματική δραστηριοποίηση των ατόμων, ιδίως για νεοφυείς επιχειρήσεις και νέους επιχειρηματίες (Méndez-Picazoetal., 2012).

Συνολικά, επομένως, η επιχειρηματικότητα αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο αύξησης της απασχόλησης και κατ' επέκταση της αυτό-απασχόλησης που μπορεί να οδηγήσει σε οικονομική ανάπτυξη. Τέλος, θα πρέπει να δοθεί προτεραιότητα στην επιχειρηματική δραστηριότητα, δημιουργώντας ένα ευνοϊκό πλαίσιο για την ανάπτυξή της.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ξενόγλωσση

1. Aldrich, H., & Auster, E. (1986). Even dwarfs started small: liabilities of age and size and their strategic implications. *Research in Organizational Behavior*, 8, 165–198.
2. Audretsch, D. B. και Thurik, A. R (2000), “Capitalism and Democracy in the 21st Century: From the Managed to the Entrepreneurial Economy”, *Journal of Evolutionary Economics*, 10(1-2), 17-34.
3. Baptista, R. & Thurik, A.R. (2007) The relationship between entrepreneurship and unemployment: Is Portugal an outlier?, *Technological Forecasting & Social Change*. 74, 75-89.
4. Baumol, W. (1990). Entrepreneurship: productive, unproductive, and destructive. *Journal of Political Economy*, 98(5), 893-921.
5. Begg, D., Fischer S. & Dornbusch R. (1998) Εισαγωγή στην οικονομική. Αθήνα, Κριτική
6. Berglann, H., Moen, E.R., Roed, K. & Skogstrom, J.F. (2011) Entrepreneurship: Origins and returns. *Labour Economics*. 18, 180-193.
7. Birch, David G.W., *The Job Generation Process* (1979). MIT Program on Neighborhood and Regional Change, Vol. , 302 pp 1979. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1510007>
8. Blanchflower, D.; Oswald, A. (1998) What makes an entrepreneur? *Journal of Labor Economics*, Volume 16, pp 26–60
9. Blank S. (2013), “Why the Lean Start-Up changes Everything”, *Harvard Business Review*
10. Blank S. (2010), “Perfection By Subtraction – The Minimum Feature Set”. <https://steveblank.com/2010/03/04/perfection-bysubtraction-the-minimum-feature-set/>.
11. Bolton, J. Keeble, D. E. και Wood, P. (1997), “The Creation and Growth of Small Business Service Firms in Post-industrial Britain”, *Small Business Economics*, 9(4), 345-60.
12. Bosse, D. A., & Taylor III, P. L. (2012). The second glass ceiling impedes women entrepreneurs. *The Journal of Applied Management and Entrepreneurship*, 17(1), 52.
13. Brindley, C. (2005). Barriers to women achieving their entrepreneurial potential: Women and risk. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11(2), 144-161
14. Brush, C.G. (1992). Research on women business owners: Past trends, a new perspective and future directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(4), 5-30.
15. Brush, C.G. , Carter, N.M. , Gatewood, E.J. , Greene, P.G. , & Hart, M. (2003). Venture capital access: Is gender an issue? In Hart, D. (Ed.), *The emergence of entrepreneurship policy: Governance, start-ups, and growth in the U.S. knowledge economy*. London: Cambridge Press.
16. Brush, C.G. , Carter, N.M. , Gatewood, E.J. , Greene, P.G. & Hart, M. (Eds.). (2006). *Growth-oriented women entrepreneurs and their businesses: A global perspective*. Cheltenham, U.K.: Edward Elgar
17. Buttner, E. H. (1993). Female entrepreneurs: how far have they come?. *Business Horizons - Bloomington*, 36, 59-59.
18. Chesbrough, H. W. (2010). Business model innovation: opportunities and barriers. *Long Range Planning*, 43(2/3), 354–363.
19. Curran, J. και Blackburn, R. A. (2001), *Researching the Small Enterprise*, London: Sage.

20. David Deakins & Mark Freel. (2012). Επιχειρηματικότητα και Μικρές Επιχειρήσεις. Νεοφυείς Επιχειρήσεις. Μια δυναμική Απάντηση των Νέων στην Ανεργία. Επιστημονική επιμέλεια: Βικτώρια Πέκκα-Οικονόμου & Ιωάννης Χατζηδημητρίου, 2η έκδοση, Εκδόσεις Rosili 2017.
21. Davidsson, P. (2003). The domain of entrepreneurship research: some suggestions. In J. Katz & D. Shepherd (Eds.), Vol. 6 of *Advances in entrepreneurship, firm emergence, and growth* (pp. 315–372). Oxford: Elsevier/JAI Press.
22. Davidsson, P., Gartner, W.B., Mason, C.M. and McDougall, P.P. (1997): *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College, Wellesley, MA, pp.471–485
23. Dewey, (2014), <https://plato.stanford.edu/entries/dewey-moral/e:1>, pp.9-23
24. Dobrev, S. D., & Barnett, W. P. (2005). Organizational roles and transition to entrepreneurship. *Academy of Management Journal*, 48, 433–449.
25. Dodgson, M., Gann, D.M., Salter, A. (2008): *The management of technological innovation strategy and practice*, Revised edn. Oxford University Press, Oxford
26. Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. New York: Harper & Row.
27. Dunn, Thomas & Holtz-Eakin, Douglas, 2000. "Financial Capital, Human Capital, and the Transition to Self-Employment: Evidence from Intergenerational Links," *Journal of Labor Economics*, University of Chicago Press, vol. 18(2).
28. *Encyclopedia Americana* (1989). Chicago. Heinemann Books
29. Evans, D.S.; Jovanovic, B. (1989) An estimated model of entrepreneurial choice under liquidity constraints, *Journal of Political Economy*, Volume 97 (4), pp 808–827
30. Fairlie, R. W. (2002). Drug-dealing and Legitimate Self-employment, *Journal of Labor Economics*, 20(3), 538-67.
31. Faria, J.R., Cuestas, J.C. & Gil-Alana, L.A. (2009) Unemployment and entrepreneurship: A cyclical relation?. *Economics Letters*. 105, 318-320.
32. Forth, J., Bewley, H. και Bryson, A. (2006), *Small and Medium-sized Enterprises: Findings from the 2004 workplace Employment Relations Survey*, London: Department of Trade and Industry.
33. Freeman, Richard, B. 2006. "People Flows in Globalization." *Journal of Economic Perspectives*, 20 (2): 145-170. DOI: 10.1257/jep.20.2.145
34. Gaddam, S. (2007). A Conceptual Analysis of factors influencing Entrepreneurship Behavior and Actions. *ICFAI Journal of Management Research*, 6 (11).
35. Ghavidel, S., Farjadi, G. & Mohammadpour, A. (2011) The relationship between entrepreneurship and unemployment in developed and developing countries. *International Conference On Applied Economics*. 187-192.
36. Goktan, A. B., & Miles, G. (2011). Innovation speed and radicalness: are they inversely related? *Management Decision*, 49(4), 533–547.
37. Graham Beaver, Peter Jennings, (2005) "Competitive advantage and entrepreneurial power: The dark side of entrepreneurship", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 12
38. Greene, F. J., Mole, K. M. και Storey, D. J. (2008), *Three Decades of Enterprise Culture: Entrepreneurship, Economic Regeneration and Public Policy*, Basingstoke: Palgrave Macmillan.
39. Hundley, G. (2006), Family Background and the Propensity for Self-Employment. *Industrial Relations: A Journal of Economy and Society*, 45: 377-392. doi:10.1111/j.1468-232X.2006.00429.x
40. Hurst, E. και Lusardi, A (2004), Liquidity Constraints, Households Wealth and Entrepreneurship, *Journal of Political Economy*, 112(2), 1- 21.

41. Hyytinen, A. και Maliranta, M. (2008), When Do Employees Leave Their Job for Entrepreneurship?, *Scandinavian Journal of Economics*, 1001(1), 1-21.
42. Ingham, G. K. (1970), *Size of Industrial Organization and Worker Behavior*, Cambridge: Cambridge University Press.
43. International Labour Organisation (2015) Παραγωγικές θέσεις εργασίας για την Ελλάδα. Διαθέσιμο από: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_322462.pdf
44. Ireland, R. D., & Webb, J. (2007). A cross-disciplinary exploration of entrepreneurship research. *Journal of Management*, 33, 891–927.
45. Iversen, T., & Luras, H. (2000). Economic motives and professional norms: the case of general medical practice. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 43(4), 447–470.
46. Kathryn Kloepfer 1 & Gary J. Castrogiovanni, (2018), *Entrepreneurship: venture creation sub proce*
47. Kim, G. (2007) The analysis of self-employment levels over the life-cycle, *The Quarterly Review of Economics and Finance*, Volume 47, pp 397–410
48. Kirchhoff, B.A. και Greene, P.G. (1998), “Understanding the Theoretical and Empirical Content of Critiques of US Job Creation Research”, *Small Business Economics*, 10(2), 153-69.
49. Koellinger, P.D. & Thurik, A.R. (2011) *Entrepreneurship and the Business Cycle*. Διαθέσιμο από: <https://papers.tinbergen.nl/09032.pdf>
50. Langowitz, N. και Minniti, M. (2007), *The Entrepreneurial Propensity of Women*, *Entrepreneurship Theory and Practise*, 31(3), 341-64.
51. Lazear, Edward, (2005), *Entrepreneurship*, *Journal of Labor Economics*, 23, issue 4, p. 649-680, <https://EconPapers.repec.org/RePEc:ucp:jlabe:v:23:y:2005:i:4:p:649-680.o>
52. Le, A. T. (1999), *Empirical Studies of Self-employment*, *Journal of Economic Surveys*, 13, 381-416.
53. Lin, E., Lin, T. M. Y., & Lin, B. W. (2010). New high-tech venturing as process of resource accumulation. *Management Decision*, 48(8), 1230–1246.
54. Low, M., & MacMillan, I. (1988). *Entrepreneurship: past research and future challenges*. *Journal of Management*, 14, 139–161.
55. Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21, 135–172
56. Madill, J., & Ziegler, R. (2012). *Marketing social missions-adopting social marketing for social entrepreneurship? A conceptual analysis and case study: marketing social missions*. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 17(4), 341–351.
57. Marlow, S. και Patton, D. (2005), *All Credits to Men: Entrepreneurship, Finance and Gender*, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 29(6), 717-35.
58. Marmer, M., Hermann B.L., & Berman R. 2011. *Startup Genome Report 01, A new framework for understanding why startups succeed*.
59. Méntez-Picazo, M.T., Galingo-Matrn, M. & Ribeiro-Sobriano, D. (2012) *Governance, entrepreneurship and economic growth*. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*. 24 (9-10), 865-877.
60. Mulders, M. A. W., & van den Broek, C. P. J. A. (2012). *Entrepreneurial decision making and the effect on business models*. Breda, The Netherlands: Avans University of Applied Sciences.

61. Musa, B.M. & Samasinghe, D.M. (2013) Entrepreneurship and unemployment: a literature review, International Conference on Business & Information 2013, ISBN 978-955-4563-17-9.
62. Muller, Patrice & Ramada, Paula & Julius, Jenna & Herr, Daniel & Gagliardi, Dimitri & Marzocchi, Chiara & Lonkeu, Olivia-Kelly & Wenger, Jill. (2017). Annual Report on European SMEs 2016/2017 Focus on self-employment SME Performance Review Technical Working Paper. Ανακτήθηκε από: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/26563/attachments/1/translations/en/renditions/native>
63. Nel, P., Maritz, A., & Thongprovati, O. (2010). Motherhood and Entrepreneurship: The Mumpreneur Phenomenon. International Journal of Organizational Innovation, 3(1).
64. Oi, W.Y., Idson, T.L. (1999), “Firm size and Wages”, στο Aschenfelter, O. και Card, D. (επιμέλεια), Handbook of Labor Economics, 33, London: Elsevier, 2165-214.
65. Orhan, M., & Scott, D. (2001). Why women enter into entrepreneurship: an explanatory model. Women in management review, 16(5), 232-247.
66. Osterwalder, A, Y Pigneur ,(2010) You’re holding a handbook for visionaries, game changers, and challengers striving to defy outmoded business models and design tomorrow’s enterprises. It’s a book for the business model generation.
67. Oviatt, B. M., & McDougall, P. P. (2005). Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization. Entrepreneurship Theory and Practice, 29(5), 537–554.
68. Parker, S. (2004). The Economics of Self-Employment and Entrepreneurship. Cambridge: Cambridge University Press. doi:10.1017/CBO9780511493430
69. Perulli, A., (2003): Economically Dependent/Quasi-subordinate (Parasubordinate) Employment. Legal, Social and Economic Aspects. Study for the European Commission. http://europa.eu.int/comm/employment_social/labour_law/docs/parasubordination_report_en.pdf.
70. Picot, G. και Dupuy, R. (1998), “ Job Creation by Company size class: The Magnitude, Concentration and Persistence of Job Gains and Losses in Canada”, Small Business Economics, 10(2), 117-39.
71. Plehn-Dujowich, J.M. (2012) The Dynamic Relationship between Entrepreneurship, Unemployment, and Growth: Evidence from U.S. Industries. Διαθέσιμο από: <https://www.sba.gov/content/dynamic-relationship-between-entrepreneurship-unemployment-and-growth-evidence-us-industries>
72. Porter, M. E., (1995), “The Competitive Advantage of the Inner City”, Harvard Business Review, 73(3), 55-71.
73. Praag, Mirjam & Praag, C. & Versloot, Peter. (2007). What Is the Value of Entrepreneurship? A Review of Recent Research. Small Business Economics. 29. 351-382. 10.1007/s11187-007-9074-x.
74. Ram, M., και Edwards, P. (2003), “Praising Caesar Not Burying Him: Wht we know about employment relations in Small Firms”, Work Employment and Society, 17(4), 719-30.
75. Ram, M., Edwards, P., Gilman, M. και Arrowsmith, J. (2001), “The Dynamics of informality: Employment Relations in Small Firms and the Effects of Regulatory Change”, Work Employment and Society, 15(4), 845-61.
76. Rees, H. & Shah, A. (1986), An Empirical Analysis of Self-Employment in the UK, Journal of Applied Econometrics, 1, 95-108.

77. Rees, H. & Shah, A. (1994), “The Characteristics of the Self-Employment: The supply of Labour”, στο Atkinson, J. και Storey, D. J., (επιμέλεια), *Employment, The small firm and the Labour Market*, 317-27, London: Routledge.
78. Rindova, V., Barry, D., & Ketchen, D. J. (2009). *Entrepreneurship is emancipation*. *Academy of Management*, 34, 477–491.
79. Saridakis, G., Sen-Gupta, S., Edwards, P. K., και Storey, D. J. (2008), “Employment Tribunal Cases: The impact of Enterprise size on Incidence and Outcomes”, *British Journal of Industrial Relations*, 46(3), 469-99.
80. Schumpeter, J. (1939), *Business Cycles*. New York, USA: McGraw-Hill
81. Schumpeter, J. (1961), *The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest and the business cycle*. New York: Oxford University Press.
82. Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25, 217–226.
83. Sharma, P., & Chrisman, J. J. (1999). Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3), 11–27.
84. Smallbone, D. & Welter, F. (2012). Cross-border entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*. 24 (3-4), 95-104.
85. Storey, D.J. (1994) *Understanding the Small Business Sector*, London/New York: Routledge
86. Teece, D. J. (2010). *Businessmodels, business strategy and innovation*. Long Range Planning.
87. Thornton, P. H. (1999). The sociology of entrepreneurship. *Annual Review of Sociology*, 25, 19–46.
88. Timmons, J. A. (1977). *New Venture Creation*. Boston, MA: Irwin
89. Van Praag, M. και Versloot, P. H., (2007), “What is the value of Entrepreneurship? A review of recent research”, *Small Business Economics*, 29(4), 351-82.
90. Voulgaris, F., Papadogonas, T. και Agiomirgianakis, G. (2005), “ Job Creation and Job Destruction in Greek Manufacturing”, *Review of Development Economics*, 9(2), 289-301.
91. Wellington, Alison J., (2006), Self-employment: the new solution for balancing family and career?, *Labour Economics*, 13, issue 3, p. 357-386, <https://EconPapers.repec.org/RePEc:eee:labeco:v:13:y:2006:i:3:p:357-386>.
92. Welsch, H. P. and E. C. Young, 1982, ‘The Information Source Selection Decision: The Role of Entrepreneurial Personality Characteristics’, *Journal of Small Business Management*
93. Westhead P., Ucbasaran, D., Wright, M. & Brinks, M. (2005), Novice, Serial and Portfolio Entrepreneur Behavior and Contributions, *Small Business Economics*, 25(2), 109-32.
94. Wilkinson, A. (1999), “Employment Relations in SMEs”, *Employee Relations*, 21(3), 206-17.
95. Winter-Ebmer, R. και Zweimuller, J. (1999), “ Firm-size Wage Differentials in Switzerland: Evidence from Job-Changers”, *American Economic Review*, 89(2), 89-93.
96. Zachary, R. K., & Mishra, C. S. (2010). Entrepreneurship research today and beyond: hidden in plain sight! *Journal of Small Business Management*, 48(4), 471–474.
97. Zott, Amit, R., & Massa, L. (2010). The business model: Theoretical roots, recent developments, and future research. *IESE Business School-University of Navarra*, 1-43.

98. Zott, C., Amit, R., & Massa, L. (2011). The business model: recent developments and future research. *Journal of Management*, 37(4), 1019–1042.

Ελληνική

1. Βατός Γ. (2017), Χρηματοδότηση Επιχειρήσεων εν μέσω Οικονομικής Κρίσης. Τραπεζικός Δανεισμός & Εναλλακτικές Μορφές Χρηματοδότησης: Συμπληρωματικές ή Υποκατάστατες. Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Τμήμα Οικονομικής Επιστήμης. Πειραιάς: Πανεπιστήμιο Πειραιώς.
2. Γκαγκάτσιος, Ι. (2011) Καινοτομία-Επιχειρηματικότητα-Επιχειρήσεις. Διαθέσιμο από: <http://repository.edulll.gr/edulll/retrieve/3094/900.pdf>
3. Θάνος, Γ., Κίοχος, Π., & Παπανικολάου, Γ. (2002). Χρηματοδότηση των Επιχειρήσεων. Αθήνα: Σύγχρονη Εκδοτική ΕΠΕ.
4. Ιωαννίδης, Σ. & Γιωτόπουλος, Ι. (2014) Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2012-13: Ενδείξεις ανάκαμψης της μικρής επιχειρηματικότητας. Αθήνα, Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών.
5. Καππάτου, Χ. Γ. (2017). Χρηματοδότηση της Επιχειρηματικότητας σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και οι παράγοντες που την επηρεάζουν. Οικονομική Ανάλυση για τα έτη 1972 – 2011. Πειραιάς: Πανεπιστήμιο Πειραιά.
6. Πάνας, Σ. (2009). Οι τρόποι χρηματοδότησης της Εταιρίας: Μελέτες Περίπτωσης σύμφωνα με την νομική μορφή και την σύσταση αυτής. Θεσσαλονίκη: Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης.
7. Τσακανίκας Α., Σταυράκη Σ., Βαλαβανιώτη Ε. (Νοέμβριος, 2018), 'Ετήσια έκθεση επιχειρηματικότητας 2017-2018: Λιγότερα νέα εγχειρήματα, βελτίωση στις προοπτικές απασχόλησης. Ανακτήθηκε από: http://iobe.gr/docs/research/RES_02_21112018_REP_GR.pdf
8. Τσακανίκας Α., Σταυράκη Σ., Βαλαβανιώτη Ε. (Δεκέμβριος, 2019), 'Ετήσια έκθεση επιχειρηματικότητας 2018-2019: Η νέα επιχειρηματικότητα ενισχύεται. Ανακτήθηκε από: http://iobe.gr/docs/research/RES_02_11122019_REP_GR.pdf
9. Χασσίδ Ιωσήφ & Φαφαλίου Ειρήνη (2011), «Επιχειρηματικότητα για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις», Αθήνα, Εκδόσεις Κριτική

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ - ONLINE

1. Eurostat (2012) Στατιστικές Απασχόλησης, Βασικοί Πίνακες και Βάση Δεδομένων http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Employment_statistics/el
2. EUROSTAT (2013) Ελληνική πρωτιά στον αριθμό των αυτοαπασχολούμενων, <http://voria.gr/index.php?module=news&func=display&sid=138530>
3. Eurostat (2015) Euro area unemployment rate at 10.8%. Διαθέσιμο από: <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/7054219/3-30102015-AP-EN.pdf/>
4. OECD (2012) Policy Brief on Youth Entrepreneurship. Entrepreneurial Activities in Europe. Διαθέσιμο από: https://www.oecd.org/cfe/leed/Youth%20entrepreneurship%20policy%20brief%20EN_FINAL.pdf
5. OECD (2018) Short-Term Labour Market Statistics. Διαθέσιμο από: <https://stats.oecd.org/Index.aspx?DatasetCode=STLABOUR>
6. SBA (2014) Ενημερωτικό Δελτίο SBA 2014, Επιχειρήσεις και Βιομηχανία Ελλάδας. Διαθέσιμο από: <http://docplayer.gr/1474116-Enimerotiko-deltio-sba-2014-ellada.html>
7. Welz C. (2009) Αυτοαπασχολούμενοι εργαζόμενοι: εργασιακές σχέσεις και εργασιακές συνθήκες, EF/09/13/EL1, www.eurofound.europa.eu/pubdocs/2009/131/el/1/EF09131EL.pdf

8. Wikipedia (2014) Franchising, <http://el.wikipedia.org/wiki/Franchising>
9. Wikipedia (2014) Πρακτόρευση Απαιτήσεων, https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CF%81%CE%B1%CE%BA%CF%84%CF%8C%CF%81%CE%B5%CF%85%CF%83%CE%B7_%CE%91%CF%80%CE%B1%CE%B9%CF%84%CE%AE%CF%83%CE%B5%CF%89%CE%BD
10. Wikipedia (2014) Χρηματοδοτική μίσθωση, <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A7%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%BF%CE%B4%CE%BF%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CE%BC%CE%AF%CF%83%CE%B8%CF%89%CF%83%CE%B7>
11. Γενική Γραμματεία Ισότητας Φύλων www.isotita.gr
12. Ενημέρωση προγραμμάτων ΕΣΠΑ www.espa.io
13. Εθνικό Επιμελητηριακό Δίκτυο Ελληνίδων Γυναικών Επιχειρηματιών www.eedege.gr
14. Εθνικό Επιμελητηριακό Δίκτυο Ελληνίδων Γυναικών Επιχειρηματιών www.eedege.gr
15. Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας www.kethi.gr