



ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΗΣ ΑΥΤΟΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙ ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΑΝΔΡΩΝ ΚΑΙ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΓΕΝΙΚΗ
ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ
ΕΠΙΤΡΟΠΗ
ΕΤΠΑ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. ΕΠΙΤΕΛΙΚΗ ΣΥΝΟΨΗ	3
2. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ.....	4
2.1. ΔΟΜΗ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ	4
3. ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΚΥΡΙΩΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ ΑΥΤΟΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ ΣΕ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	6
3.1 ΠΡΟΤΕΡΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ	9
3.2 ΕΠΙΠΕΔΟ ΧΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΩΝ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΕΩΝ	10
3.3 ΗΛΙΚΙΑ	11
3.4 ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΑΡΞΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΝΕΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	11
3.5 ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ – ΤΑΣΗ ΓΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ	12
3.6 ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ – ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ.....	13
3.7 ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ – ΠΡΟΣΛΗΨΕΙΣ ΑΝΑ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ	14
3.8 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΩΝ – ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ	14
4. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ ΑΥΤΟΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ ΑΝΔΡΩΝ ΚΑΙ ΓΥΝΑΙΚΩΝ.....	20
4.1. ΠΡΟΤΕΡΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ	21
4.2. ΝΟΜΙΚΗ ΜΟΡΦΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	23
4.3. ΕΠΙΠΕΔΟ ΧΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΩΝ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΕΩΝ	24
4.4. ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΑΡΞΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΝΕΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	27
4.5. ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ – ΤΑΣΗ ΓΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ	28
4.6. ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ – ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ.....	30
4.7. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΩΝ – ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ	31
4.8. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΩΝ – ΠΕΛΑΤΕΣ	32
4.9. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΩΝ – ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ	33
4.10. ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ	34
4.11. ΠΡΩΘΗΣΗ – ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ - ΠΡΟΒΟΛΗ.....	35

4.12.	ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	36
5.	ΟΙ ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΑΝΔΡΩΝ ΚΑΙ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΥΤΟΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ.....	38
5.1.	ΕΜΠΟΔΙΑ ΕΙΣΟΔΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ.....	38
5.2.	ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΠΟΡΕΙΑΣ ΚΛΑΔΟΥ ΤΟ ΕΠΟΜΕΝΟ ΕΤΟΣ.....	39
5.3.	ΑΙΣΙΟΔΟΞΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΟΡΕΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΤΟ ΕΠΟΜΕΝΟ ΕΤΟΣ.....	40
5.4.	ΚΥΡΙΟ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΟ ΤΟΥ ΚΑΛΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ.....	41
5.5.	ΑΝΤΙΛΗΨΗ ΕΥΝΟΪΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ.....	42
5.6.	Η ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ ΑΝΔΡΩΝ ΚΑΙ ΓΥΝΑΙΚΩΝ.....	43
5.7.	ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑ ΑΥΤΟΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ.....	43
5.8.	ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΑΝΤΙΛΗΨΕΩΝ.....	46
6.	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	49
7.	ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ.....	51
8.	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	52

1. ΕΠΙΤΕΛΙΚΗ ΣΥΝΟΨΗ

Σκοπός της μελέτης αυτής είναι να προσδιορισθούν οι κύριοι παράγοντες που καθορίζουν το επίπεδο της αυτοαπασχόλησης και ακολούθως να αναλυθούν και μελετηθούν διεξοδικά οι διαφορετικοί τρόποι που το φύλο επηρεάζει την προτίμηση για αυτοαπασχόληση και ιδιαίτερα την ενεργό συμμετοχή των γυναικών. Κατά συνέπεια θα μετρηθεί η διαφοροποίηση που παρουσιάζεται μεταξύ ανδρών και γυναικών αναφορικά με την προτίμηση για επιχειρηματικότητα εστιάζοντας στην αυτοαπασχόληση.

Μέσα από περιγραφική, ποσοτική και συνδυασμένη στατιστική πληροφόρηση επιχειρείται τόσο η ανάδειξη των παραγόντων που επιδρούν στη στροφή των ατόμων στην αυτοαπασχόληση μέσα από την έρευνα του Παρατηρητηρίου για της ΜΜΕ όσο και οι διαφοροποιήσεις αυτών με βάση το φύλο.

Απώτερος στόχος είναι η ανάδειξη των δράσεων εκείνων που θα εμβαθύνουν περαιτέρω στη διερεύνηση της αυτοαπασχόλησης στη χώρα και θα βοηθήσουν στη συλλογή, τήρηση και διάχυση της απαραίτητης πληροφόρησης.

2. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ

Για την εκπόνηση της μελέτης ακολουθήθηκε η παρακάτω περιγραφόμενη μεθοδολογία:

- A. Προσδιορισμός των κύριων παραγόντων της αυτοαπασχόλησης.
- B. Ανάλυση των παραγόντων αυτοαπασχόλησης των ανδρών.
- Γ. Ανάλυση των παραγόντων αυτοαπασχόλησης των γυναικών.
- Δ. Μέτρηση της διαφοροποίησης των παραγόντων μεταξύ ανδρών και γυναικών.
- Ε. Παρουσίαση των αντιλήψεων για αυτοαπασχόληση μεταξύ ανδρών και γυναικών.

Τα στοιχεία που χρησιμοποιήθηκαν προκειμένου να εκπονηθεί η μελέτη ελήφθησαν από τα αποτελέσματα της ποσοτικής έρευνας που έχει ήδη πραγματοποιηθεί από το Εθνικό Παρατηρητήριο ΜΜΕ του ΕΟΜΜΕΧ.

2.1. ΔΟΜΗ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ

Η παρούσα μελέτη χωρίσθηκε σε τρεις φάσεις εργασίας, ως ακολούθως:

Φάση 1: Προσδιορισμός των κύριων παραγόντων

Είναι η πρώτη φάση του έργου που συνίσταται στην ανάλυση και προσδιορισμό των παραγόντων εκείνων που επηρεάζουν το επίπεδο της αυτοαπασχόλησης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα. Κατά τη διάρκεια της φάσης αυτής εντοπίζονται οι παράγοντες που κατά κύριο λόγο επιδρούν στη διαμόρφωση της αυτοαπασχόλησης. Στη φάση αυτή αναμένεται να αποτυπωθούν διάφοροι παράγοντες, όπως είναι το μορφωτικό επίπεδο, η πρότερη επαγγελματική εμπειρία, το επιχειρηματικό πνεύμα, το επίπεδο χρηματικών δυνατοτήτων και χρηματοδοτήσεων, αλλά και ποιοτικοί

παράγοντες όπως είναι οι δυσκολίες που παρουσιάζονται κατά την έναρξη λειτουργίας μίας επιχείρησης ακόμα και οι ευκαιρίες που δρομολογούνται.

Η φάση αυτή καταλήγει σε συμπεράσματα αναφορικά με τους παράγοντες που επιδρούν κατά κύριο λόγο στη διαμόρφωση του επιπέδου της αυτοαπασχόλησης στην Ελλάδα

Φάση 2: Ανάλυση των παραγόντων αυτοαπασχόλησης ανδρών και γυναικών

Κατά τη διάρκεια της φάσης αυτής μελετώνται και αναλύονται οι παράγοντες που επιδρούν στο επίπεδο αυτοαπασχόλησης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα για τους άνδρες και για τις γυναίκες. Ακολουθώντας την ανάλυση αυτή είναι δυνατό να μελετηθούν οι διαφορετικοί τρόποι που οι άνδρες και οι γυναίκες αντιμετωπίζουν την αυτοαπασχόληση. Με τον τρόπο αυτό αναδεικνύονται ενδεχόμενες οι διαφοροποιήσεις ως προς το φύλο και κατά συνέπεια καθίσταται δυνατή η μέτρηση της διαφοροποίησης αυτής.

Η φάση αυτή καταλήγει σε συμπεράσματα αναφορικά με τους παράγοντες που επιδρούν κατά κύριο λόγο στη διαμόρφωση του επιπέδου της αυτοαπασχόλησης στην Ελλάδα κατά φύλο (άνδρες – γυναίκες), καθώς και στη μέτρηση της διαφοροποίησης που παρουσιάζουν.

Φάση 3: Οι αντιλήψεις για αυτοαπασχόληση μεταξύ ανδρών και γυναικών

Κατά τη διάρκεια της φάσης αυτής επιχειρείται η αποτύπωση των αντιλήψεων που διαμορφώνονται για την αυτοαπασχόληση τόσο των ανδρών όσο και των γυναικών. Οι προτεινόμενες ενέργειες και δράσεις που προκύπτουν στην παρούσα φάση, περιλαμβάνουν την παρουσίαση των αποτελεσμάτων των προηγούμενων δύο φάσεων καθώς και τη διατύπωση συμπερασμάτων και προτάσεων για την επίτευξη των στόχων της μελέτης αυτής.

3. ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΚΥΡΙΩΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ ΑΥΤΟΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ ΣΕ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η ανισότητα μεταξύ ανδρών και γυναικών στους επιχειρηματικούς κύκλους και στην αγορά εργασίας αποτελεί σοβαρό πρόβλημα για ολόκληρη την ευρωπαϊκή κοινωνία, τόσο για τους άνδρες όσο και για τις γυναίκες, για τις επιχειρήσεις, τους εργαζόμενους και τις εργαζόμενες, τις κυβερνήσεις, τους κοινωνικούς εταίρους και την κοινωνία των πολιτών.

Όταν τα άτομα δημιουργούν τη δική τους επιχείρηση, κατά κανόνα, έχουν καλύτερο έλεγχο του χρόνου τους και για το λόγο αυτόν, όλο και περισσότερες γυναίκες και άνδρες αναπτύσσουν την αυτοαπασχόληση και το επιχειρηματικό πνεύμα.

Ωστόσο, στην πράξη, οι γυναίκες επιχειρηματίες αντιμετωπίζουν περισσότερα εμπόδια από τους άνδρες όσον αφορά το συνδυασμό της επαγγελματικής και της οικογενειακής ζωής.

Σύμφωνα με τη στρατηγική της Λισσαβώνας,

A. Θεσπίζεται ποσοτικός πίνακας για την επίτευξη της ισότητας ανδρών και γυναικών στον οικονομικό βίο με τελικό στόχο ο δείκτης απασχόλησης των γυναικών να ανέλθει στο 60 % έως το 2010.

B. Αποτελεί προτεραιότητα να αυξηθούν οι γυναίκες επιχειρηματίες και οι εργαζόμενες γυναίκες και να βελτιωθεί η ποιότητα της απασχόλησής τους. Για το λόγο αυτό χρειάζεται να υιοθετηθούν νέοι, ιδιαίτεροι στόχοι για την ισότητα των φύλων στις πολιτικές απασχόλησης, με ποιοτικούς και ποσοτικούς δείκτες.

Στην Ευρώπη, οι γυναίκες δεν διαθέτουν ακόμη τις ίδιες επιχειρηματικές ευκαιρίες με τους άνδρες, ούτε και τις ίδιες δυνατότητες στην αγορά εργασίας. Λόγω των κοινωνικών και πολιτισμικών στερεότυπων που έχουν κληρονομηθεί από το παρελθόν, το ποσοστό επαγγελματικής απασχόλησης των γυναικών είναι, γενικά, χαμηλότερο από των ανδρών, ενώ στην αγορά εργασίας εξακολουθεί να επικρατεί επαγγελματικός διαχωρισμός με βάση το φύλο.

Γενικά, οι γυναίκες ασκούν επαγγέλματα επισφαλέστερα και κατώτερης ποιότητας, με χαμηλότερους μισθούς, αντιμετωπίζουν μεγαλύτερες δυσκολίες για την ανάπτυξη των επαγγελματικών τους προσόντων και οι γυναίκες επιχειρηματίες καλούνται να υπερνικήσουν περισσότερα εμπόδια προκειμένου να έχουν πρόσβαση στην πίστωση.

Σύμφωνα με το *Ψήφισμα του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου της 13ης Μαρτίου 2007 σχετικά με τον χάρτη πορείας για την ισότητα μεταξύ γυναικών και ανδρών 2006-2010*, "ζητείται από τα κράτη μέλη να ενσωματώσουν ή να ενισχύσουν στα εθνικά τους σχέδια δράσης για την απασχόληση και την κοινωνική ένταξη, μέτρα που αποσκοπούν στην ενθάρρυνση της πρόσβασης των γυναικών στην αγορά εργασίας επί ίσοις όροις και στην προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας".

Από την έναρξη της εφαρμογής της στρατηγικής της Λισσαβώνας, τα έξι από τα οκτώ εκατομμύρια θέσεων εργασίας που δημιουργήθηκαν στην ΕΕ καλύφθηκαν από γυναίκες. Το 2005, το ποσοστό απασχόλησης των γυναικών έφθασε το 56,3% (+1,1%) έναντι ποσοστού απασχόλησης των ανδρών 71 % (+0,6%). Το ποσοστό απασχόλησης των γυναικών άνω των 55 ετών αυξήθηκε επίσης ταχύτερα απ' ό,τι των ανδρών και έφθασε το 33,7%.

Οι γυναίκες επιχειρηματίες αντιπροσωπεύουν ακόμη χαμηλό ποσοστό: συγκροτούν το 30 % περίπου των επιχειρηματικών κύκλων της ΕΕ και το 37% των ελευθέρων επαγγελματιών. Οι γυναίκες αντιμετωπίζουν, επίσης, περισσότερα εμπόδια απ' ό,τι οι άνδρες για τη δημιουργία επιχειρήσεων, εξαιτίας των πολιτισμικών και κοινωνικών στερεότυπων και φραγμών, του προσανατολισμού της εκπαίδευσης και της κατάρτισης και των πρόσθετων δυσκολιών για την πρόσβαση στη χρηματοδότηση που απαιτούν τα επιχειρηματικά σχέδια. Ωστόσο, από τη στιγμή που οι επιχειρήσεις έχουν πλέον συσταθεί, δεν υπάρχουν στοιχεία που να δείχνουν ότι οι γυναίκες έχουν λιγότερη επιτυχία από τους άνδρες για την εδραίωση των επιχειρήσεών τους.

Έτσι η ίδρυση του ευρωπαϊκού δικτύου για την προώθηση του γυναικείου επιχειρηματικού πνεύματος (WES) απετέλεσε τον καταλύτη για την άμβλυση

των ανισοτήτων των δύο φύλων προς όφελος των γυναικών. Κύριος στόχος του είναι η αύξηση της προβολής των γυναικών επιχειρηματιών, με τη δημιουργία ευνοϊκού περιβάλλοντος χάρη σε στοιχεία όπως η ανταλλαγή πληροφοριών σχετικά με τη χρηματοδότηση, την κατάρτιση, τα δίκτυα, την παροχή συμβουλών, την έρευνα και τις στατιστικές.

Οι κύριοι προσδιοριστικοί παράγοντες που οδηγούν στην αυτοαπασχόληση γενικά μπορούν να συνοψισθούν στους παρακάτω:

- Μορφωτικό επίπεδο
- Πρότερη επαγγελματική εμπειρία (γνώση του αντικειμένου)
- Επίπεδο χρηματικών δυνατοτήτων και χρηματοδοτήσεων
- Ποιοτικοί παράγοντες (ανάλυση δυσκολιών για την έναρξη λειτουργίας, ευκαιρίες που παρουσιάζονται, προτάσεις συνεργασιών, κλπ)
- Ευελιξία ωραρίου
- Εισόδημα
- Οικογενειακοί λόγοι
- Ανάπτυξη πρωτοβουλίας
- Ελευθερία λήψης αποφάσεων

Προκειμένου να εντοπίσουμε και να εξειδικεύσουμε τους παράγοντες αυτούς που επιδρούν στην αυτοαπασχόληση στην Ελλάδα, χρησιμοποιήσαμε τα παρακάτω στοιχεία και πηγές:

1. Επισκόπηση της υπάρχουσας Ελληνικής και διεθνούς βιβλιογραφίας
2. Επίσημα δημοσιευμένα στοιχεία της Eurostat

3. Αποτελέσματα της ποσοτικής έρευνας που έχει ήδη πραγματοποιηθεί από το Παρατηρητήριο ΜΜΕ του ΕΟΜΜΕΧ

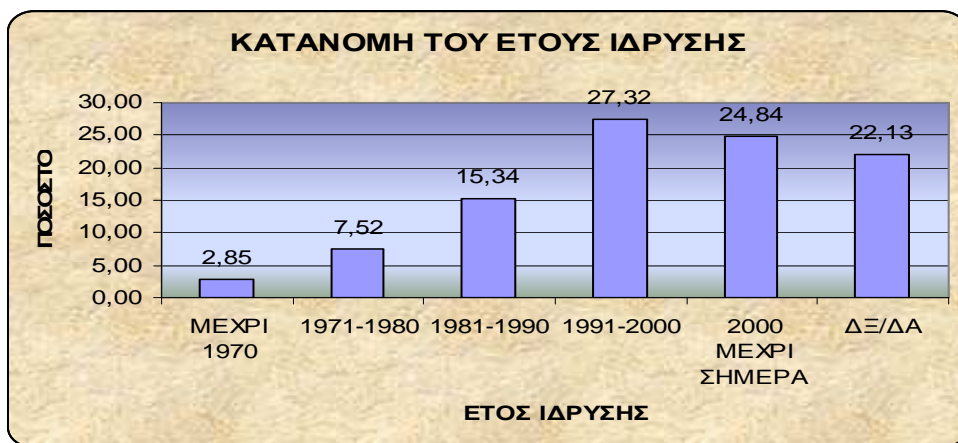
Οι μέθοδοι αναλύσεων που χρησιμοποιήθηκαν είναι:

- α) Περιγραφική,
- β) Ποσοτική,
- γ) Συνδυασμένη στατιστική πληροφόρηση.

3.1 ΠΡΟΤΕΡΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

Από την ανάλυση των στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το 2007 για λογαριασμό του Εθνικού Παρατηρητηρίου για τις ΜΜΕ του ΕΟΜΜΕΧ, προέκυψε ότι (Διάγραμμα 1) το μεγαλύτερο ποσοστό των αυτοαπασχολούμενων στην Ελλάδα, και συγκεκριμένα πάνω από 52% έχουν ξεκινήσει τη δραστηριότητά τους από το έτος 1990 έως σήμερα. Ιδιαίτερα εντυπωσιακό είναι το στοιχείο ότι μόλις 2,85% των επιχειρήσεων αυτών έχουν ηλικία πάνω από 38 έτη.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1

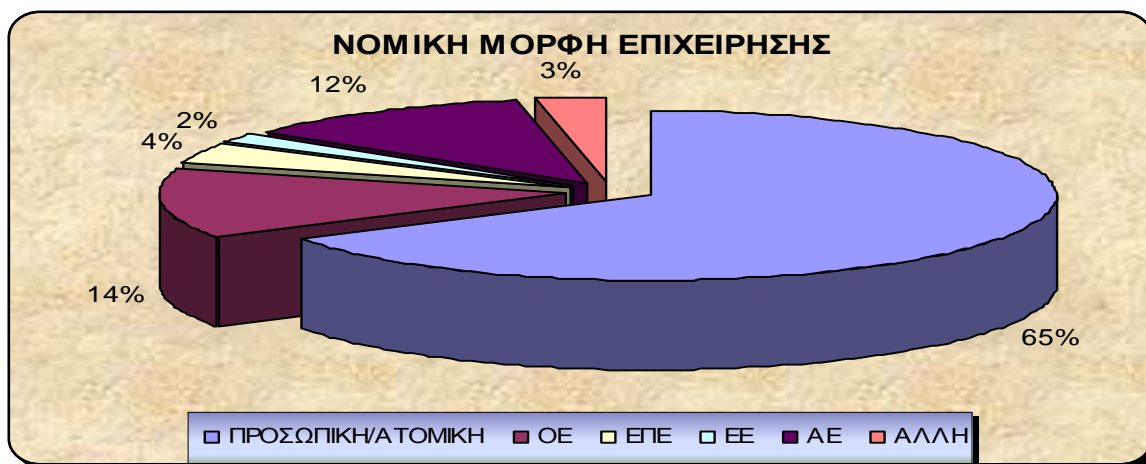


ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

Η νομική μορφή των επιχειρήσεων αυτών (Διάγραμμα 2) είναι ως επί το πλείστον (65%) προσωπική/ατομική, ενώ ένα ποσοστό 14% είναι ΟΕ. Από την

ανάλυση των στοιχείων προέκυψε ένα ποσοστό 12% των αυτοαπασχολούμενων που καταγράφηκε σαν ΑΕ.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2



ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

3.2 ΕΠΙΠΕΔΟ ΧΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΩΝ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΕΩΝ

Για την έναρξη λειτουργίας των αυτοαπασχολούμενων (Διάγραμμα 3), μετρήθηκε ένα ποσοστό άνω του 86% που χρησιμοποίησε ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ, ενώ ένα πολύ μικρό ποσοστό χρησιμοποίησε τραπεζικό δανεισμό.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3



ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

Αναφορικά με την χρηματοδότηση κατά τη λειτουργία των επιχειρήσεων (Διάγραμμα 4), μετρήθηκε ένα ποσοστό άνω του 96% που χρησιμοποίησε ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4



ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

3.3 ΗΛΙΚΙΑ

Αναφορικά με την ηλικία, σύμφωνα με την μελέτη του ΙΟΒΕ για την ελληνική επιχείρηση του έτους 2003, το 6,8% του πληθυσμού μεταξύ 18-64 ετών βρίσκονται στη φάση εκκίνησης ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος, είτε είναι ιδιοκτήτες/χρηματοδότες μιας νέας επιχείρησης που δεν έχει κλείσει 42 μήνες ζωής.

3.4 ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΑΡΞΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΝΕΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Αναφορικά με το βαθμό δυσκολίας άντλησης κεφαλαίων για την έναρξη λειτουργίας νέων επιχειρήσεων, μετρήθηκε ότι το 48% των αυτοαπασχολούμενων (Διάγραμμα 5) εύκολα ή σχετικά εύκολα μπορούν να βρουν τα απαιτούμενα κεφάλαια, ενώ ένα ποσοστό 35% διαπιστώθηκε ότι δύσκολα μπορούν να βρουν τα απαιτούμενα κεφάλαια.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5



ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

3.5 ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ – ΤΑΣΗ ΓΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Αναφορικά με τις προσλήψεις προσωπικού (Διάγραμμα 6), μόλις ένα ποσοστό 4% των επιχειρήσεων προβαίνει σε προσλήψεις.

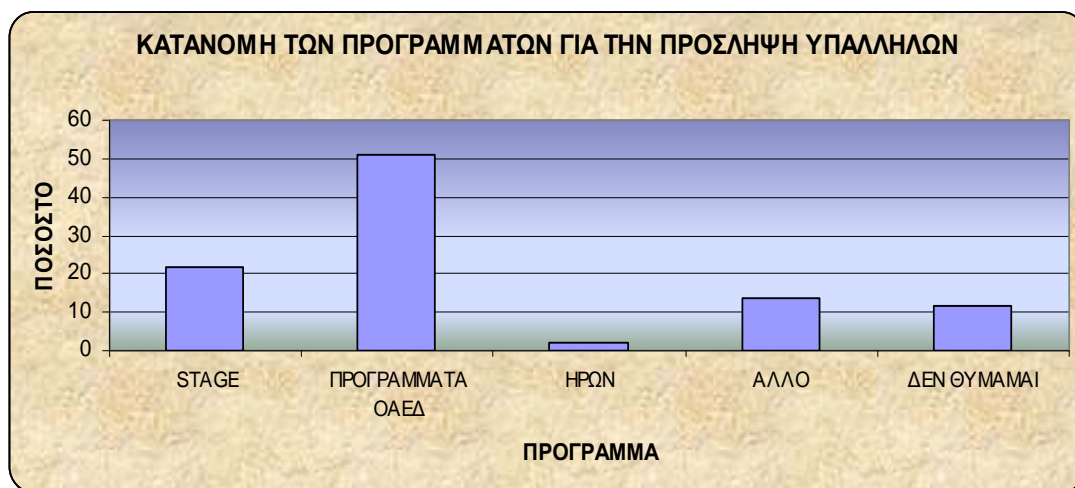
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6



ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

Πάνω από τις μισές επιχειρήσεις που πραγματοποιούν προσλήψεις υπαλλήλων, χρησιμοποιούν τα προγράμματα ΟΑΕΔ για τον σκοπό αυτό, ενώ ένα ποσοστό 22% το πρόγραμμα STAGE (Διάγραμμα 7).

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 7

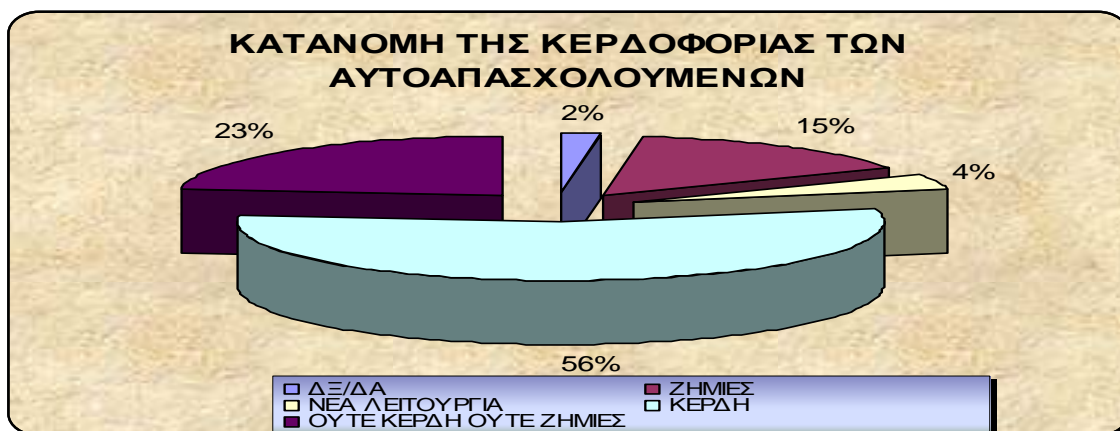


ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

3.6 ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ – ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ

Ένα ποσοστό άνω του 55% των αυτοαπασχολούμενων (Διάγραμμα 8) δήλωσε ότι πραγματοποίησε κέρδη, ενώ μόλις ένα ποσοστό 15% ότι πραγματοποίησε ζημίες.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 8



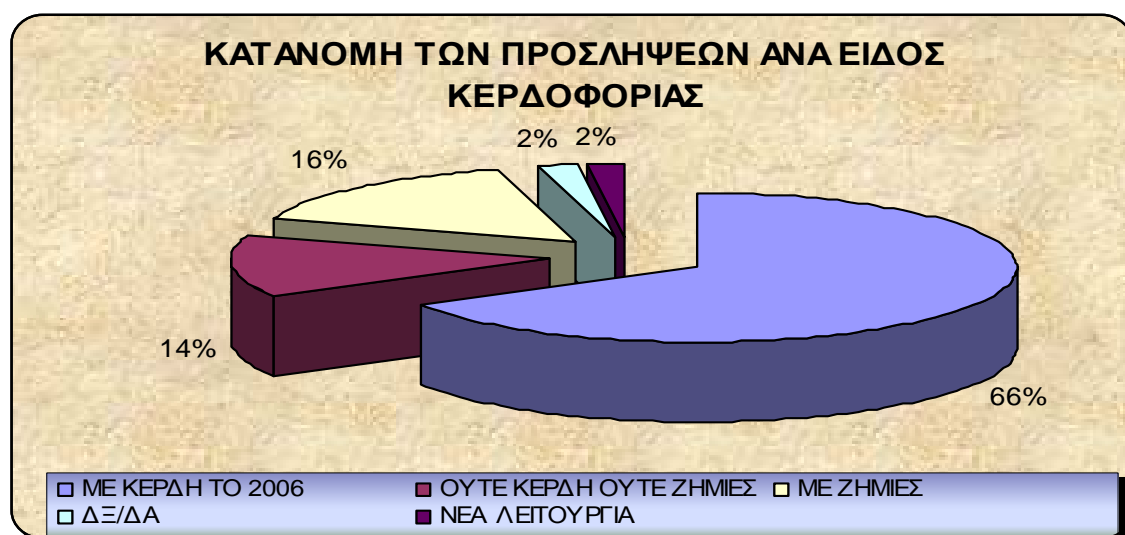
ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

3.7 ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ – ΠΡΟΣΛΗΨΕΙΣ ΑΝΑ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ

Σημαντικά εντυπωσιακό γεγονός καταγράφηκε όταν πραγματοποιήθηκε ανάλυση των επιχειρήσεων εκείνων που πραγματοποιούν κέρδη σε συνδυασμό με τις προσλήψεις υπαλλήλων που κάνουν.

Έτσι διαπιστώθηκε (Διάγραμμα 9) ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των προσλήψεων και συγκεκριμένα το 66% το πραγματοποίησαν οι επιχειρήσεις εκείνες που δήλωσαν ότι είχαν κέρδη το έτος 2006, ενώ ένα ποσοστό 16% των προσλήψεων το πραγματοποίησαν οι επιχειρήσεις εκείνες που δήλωσαν ότι είχαν ζημίες το έτος 2006.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 9

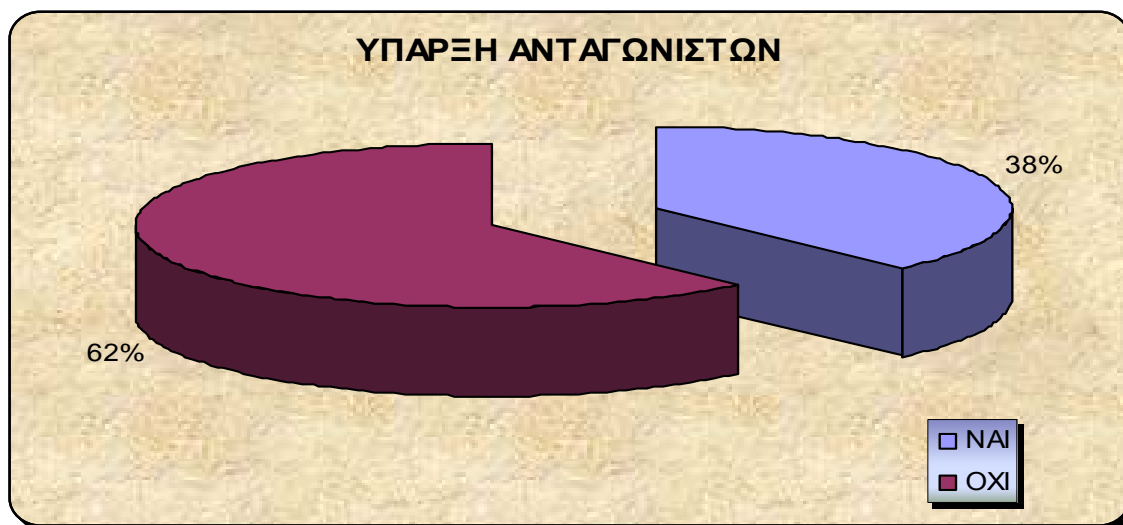


ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

3.8 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΩΝ – ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

Αναφορικά με τον παράγοντα «Προτάσεις συνεργασιών – ανταγωνιστές» μετρήθηκε ότι (Διάγραμμα 10) ένα ποσοστό 38% αναγνωρίζει ότι έχει ανταγωνιστές, ενώ το υπόλοιπο 62% ότι δεν δέχεται ανταγωνισμό.

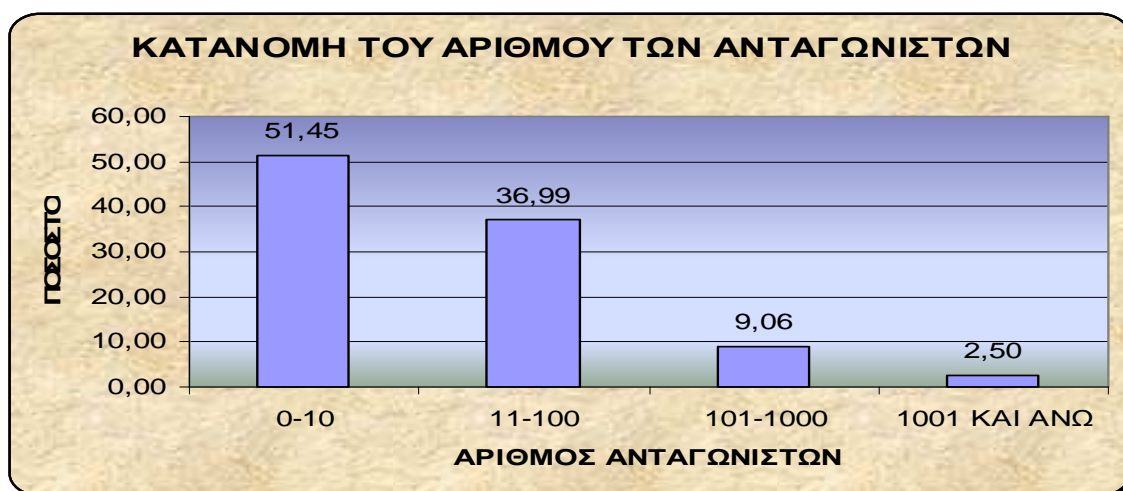
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 10



ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

Ο αριθμός των ανταγωνιστών αυτών αποδείχθηκε (Διάγραμμα 11) ότι είναι, κατά κύριο λόγο, από 0 έως 100 (ποσοστό 88%), ενώ ένα πολύ μικρό ποσοστό (2,5%) έχει ανταγωνιστές που ο αριθμός τους ξεπερνά τους 1.000.

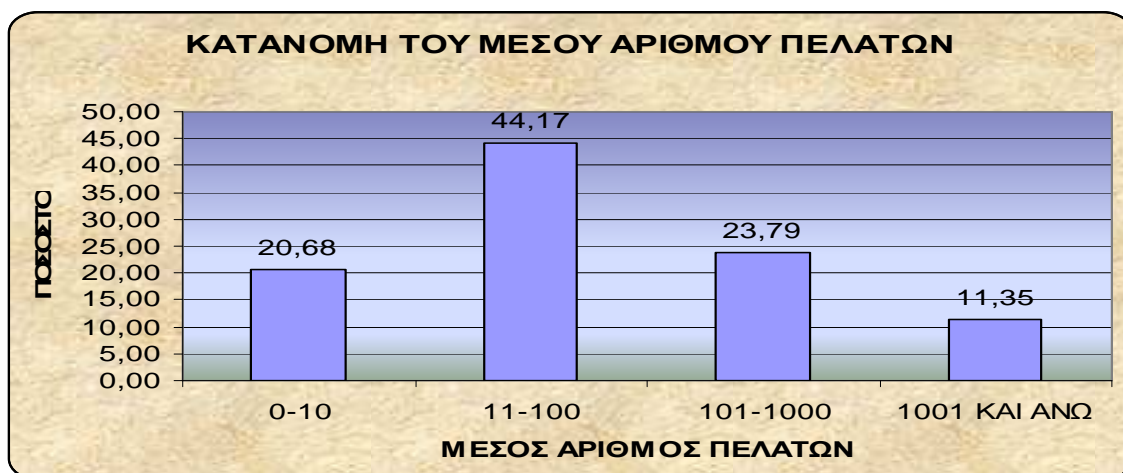
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 11



ΠΗΓΗ: Επεξεργασία των αποτελεσμάτων της ποσοτικής έρευνας του Εθνικού Παρατηρητηρίου ΜΜΕ του ΕΟΜΜΕΧ.

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχουν πελάτες (Διάγραμμα 12) που ο αριθμός τους δεν ξεπερνά τους 100 (κατά 65%) ενώ πάνω από 1.000 πελάτες έχει μόνο το 11,35% των επιχειρήσεων αυτών.

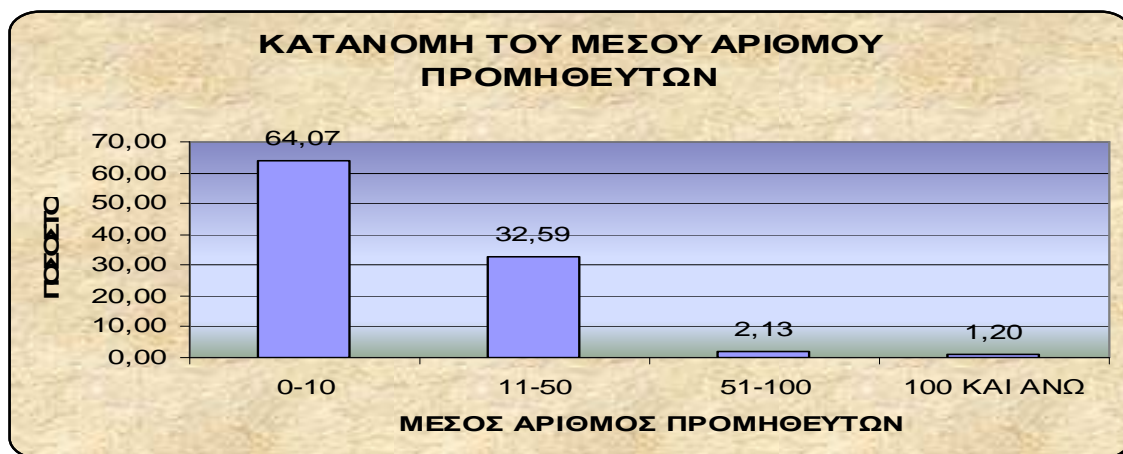
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 12



ΠΗΓΗ: Επεξεργασία των αποτελεσμάτων της ποσοτικής έρευνας του Εθνικού Παρατηρητηρίου ΜΜΕ του ΕΟΜΜΕΧ.

Το 64% των επιχειρήσεων αυτών έχει μέχρι 10 προμηθευτές (Διάγραμμα 13), ενώ πάνω από 100 προμηθευτές μετρήθηκε ότι είχαν μόλις το 1,2% των επιχειρήσεων.

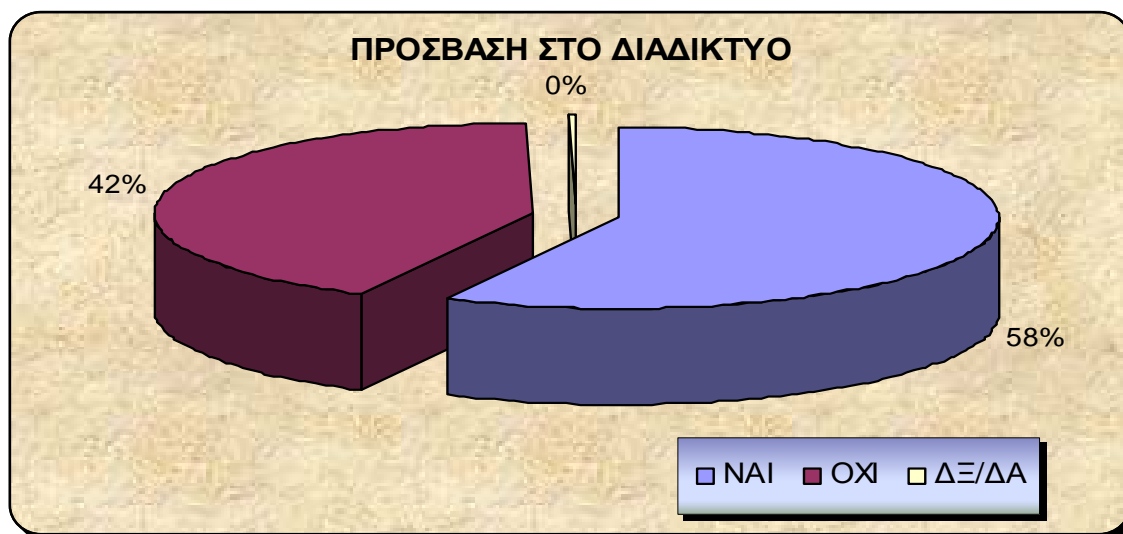
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 13



ΠΗΓΗ: Επεξεργασία των αποτελεσμάτων της ποσοτικής έρευνας του Εθνικού Παρατηρητηρίου ΜΜΕ του ΕΟΜΜΕΧ.

Πρόσβαση στο διαδίκτυο (Διάγραμμα 14) και κατά συνέπεια σε τεχνολογίες ΤΠΕ έχει το 58% των επιχειρήσεων, ενώ ιστοσελίδα (Διάγραμμα 15) δηλώθηκε ότι έχει το 51% των επιχειρήσεων.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 14



ΠΗΓΗ: Επεξεργασία των αποτελεσμάτων της ποσοτικής έρευνας του Εθνικού Παρατηρητηρίου ΜΜΕ του ΕΟΜΜΕΧ.

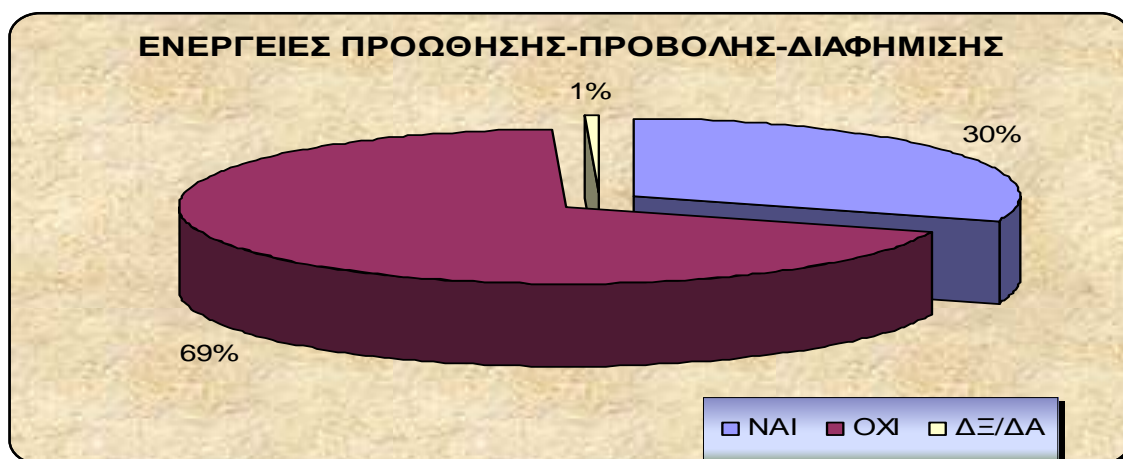
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 15



ΠΗΓΗ: Επεξεργασία των αποτελεσμάτων της ποσοτικής έρευνας του Εθνικού Παρατηρητηρίου ΜΜΕ του ΕΟΜΜΕΧ.

Αναφορικά με ενέργειες προώθησης, προβολής και διαφήμισης, μετρήθηκε ότι (Διάγραμμα 16) πραγματοποιεί το 30% των επιχειρήσεων.

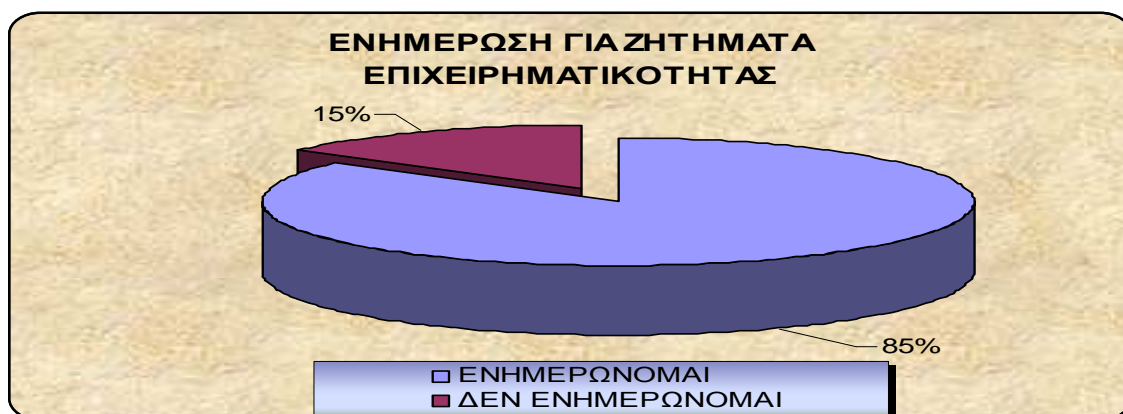
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 16



ΠΗΓΗ: Επεξεργασία των αποτελεσμάτων της ποσοτικής έρευνας του Εθνικού Παρατηρητηρίου ΜΜΕ του ΕΟΜΜΕΧ.

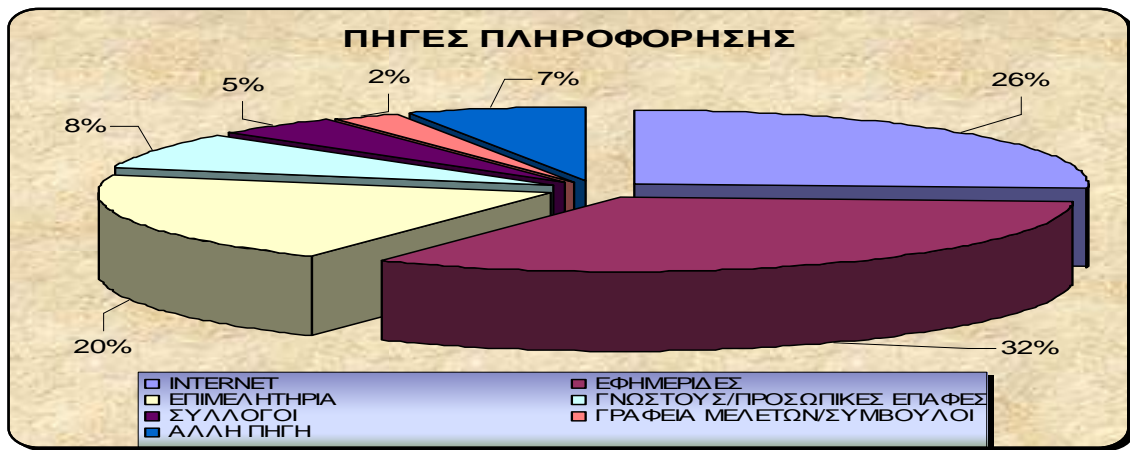
Το 85% των επιχειρήσεων ενημερώνεται για ζητήματα επιχειρηματικότητας (Διάγραμμα 17), με κύρια πηγή τις εφημερίδες (32%) και το Internet κατά 26% (Διάγραμμα 18).

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 17



ΠΗΓΗ: Επεξεργασία των αποτελεσμάτων της ποσοτικής έρευνας του Εθνικού Παρατηρητηρίου ΜΜΕ του ΕΟΜΜΕΧ.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 18



ΠΗΓΗ: Επεξεργασία των αποτελεσμάτων της ποσοτικής έρευνας του Εθνικού Παρατηρητηρίου ΜΜΕ του ΕΟΜΜΕΧ.

4. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ ΑΥΤΟΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ ΑΝΔΡΩΝ ΚΑΙ ΓΥΝΑΙΚΩΝ

Από την ανάλυση των στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε για λογαριασμό του Εθνικού Παρατηρητηρίου ΜΜΕ του ΕΟΜΜΕΧ το έτος 2007, προέκυψε ότι (Πίνακας 1) το σύνολο των επιχειρήσεων ήταν 1361 εκ των οποίων 982 ή ποσοστό 72,15% επιχειρήσεις που ανήκαν σε άνδρες και το υπόλοιπο 27,85% επιχειρήσεις που ανήκαν σε γυναίκες.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1: ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΩΝ ΑΥΤΟΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΩΝ ΚΑΤΑ ΚΛΑΔΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

ΚΛΑΔΟΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΩΝ ΚΛΑΔΩΝ			ΠΟΣΟΣΤΟ ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΩΝ ΚΛΑΔΩΝ	
	ΑΝΔΡΕΣ	ΣΥΝΟΛΟ	ΓΥΝΑΙΚΕΣ	ΣΥΝΟΛΟ	ΣΥΝΟΛΟ
ΜΕΤΑΠΟΙΗΤΙΚΕΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ	104	10,59	38	10,03	142
ΠΑΡΟΧΗ ΗΛΕΚΤΡΙΚΟΥ ΡΕΥΜΑΤΟΣ, ΦΥΣΙΚΟΥ ΑΕΡΙΟΥ ΚΑΙ ΝΕΡΟΥ	0	0,00	2	0,53	2
ΧΟΝΔΡΙΚΟ& ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ	357	36,35	152	40,11	509
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ & ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ	122	12,42	48	12,66	170
ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ, ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗ & ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ	57	5,80	26	6,86	83
ΕΝΔΙΑΜΕΣΟΙ ΧΡΗΜΑΤΟΠΙΣΤΩΤΙΚΟΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ	7	0,71	3	0,79	10
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΚΙΝΗΤΗΣ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΣ, ΕΚΜΙΣΘΩΣΕΙΣ&	136	13,85	44	11,61	180

ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ					
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	6	0,61	5	1,32	11
ΥΓΕΙΑ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΜΕΡΙΜΝΑ	3	0,31	2	0,53	5
ΑΛΛΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	50	5,09	27	7,12	77
ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ	140	14,26	32	8,44	172
ΣΥΝΟΛΟ ΚΛΑΔΩΝ	982		379		1361

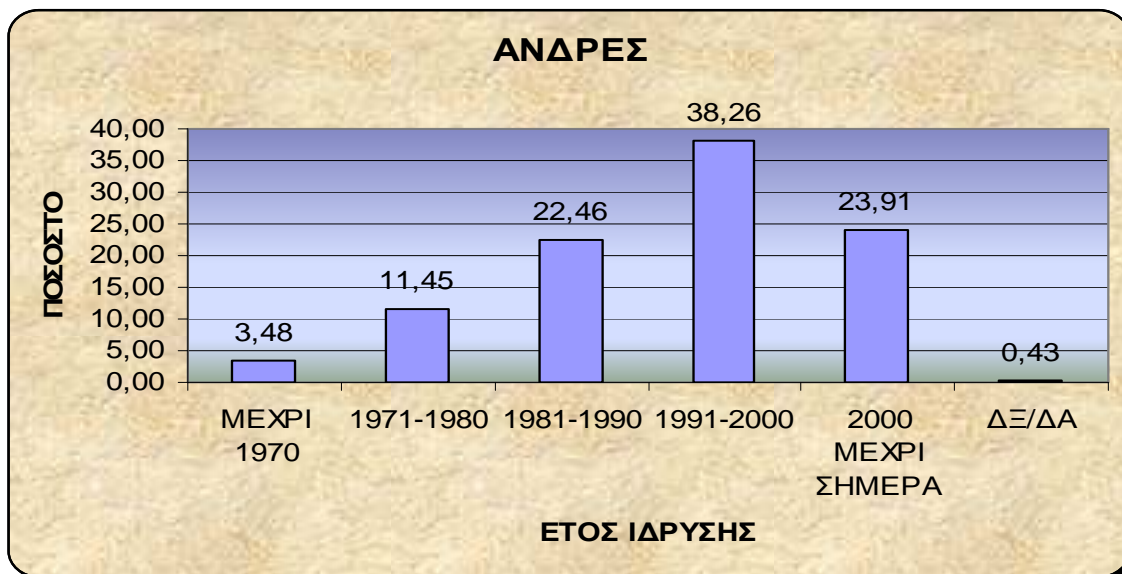
ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

Στη συνέχεια επιχειρήθηκε η ανάλυση των παραγόντων που επιδρούν στο επίπεδο αυτοαπασχόλησης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα για τους άνδρες και για τις γυναίκες. Με την προσέγγιση αυτήν αναδεικνύονται οι διαφοροποιήσεις ως προς τους παράγοντες αυτούς με βάση το φύλο και κατά συνέπεια είναι δυνατή η μέτρηση της διαφοροποίησης αυτής.

4.1. ΠΡΟΤΕΡΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

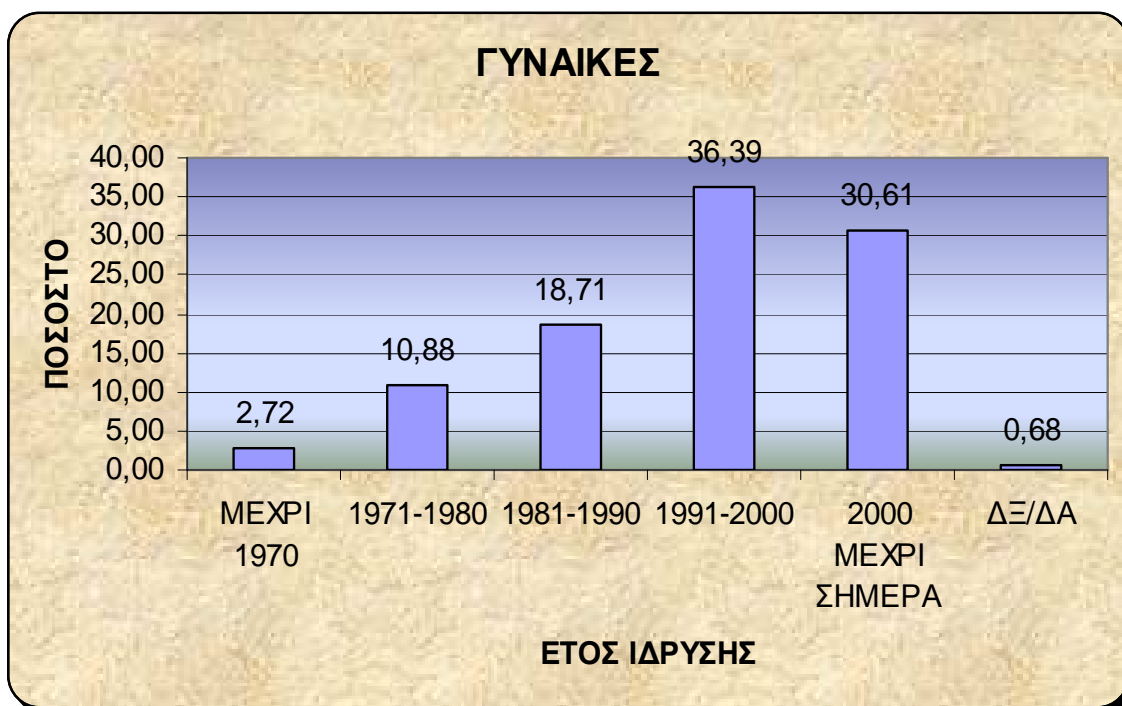
Μελετώντας το έτος ίδρυσης των επιχειρήσεων (Διαγράμματα 19 και 20) προέκυψε ότι οι επιχειρήσεις των γυναικών είναι νεότερες από αυτές των ανδρών (το ποσοστό των επιχειρήσεων κάτω των 17 ετών ήταν 62% για τους άνδρες και 67% για τις γυναίκες, ενώ οι επιχειρήσεις άνω των 17 ετών ήταν για τους άνδρες 37% και 32% για τις γυναίκες).

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 19



ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 20

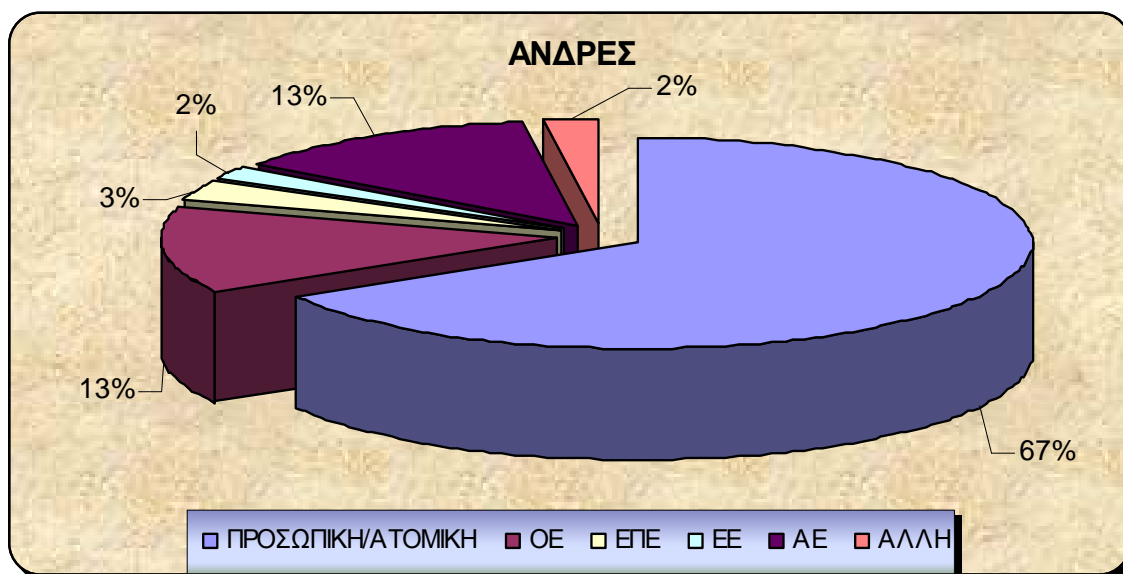


ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

4.2. ΝΟΜΙΚΗ ΜΟΡΦΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

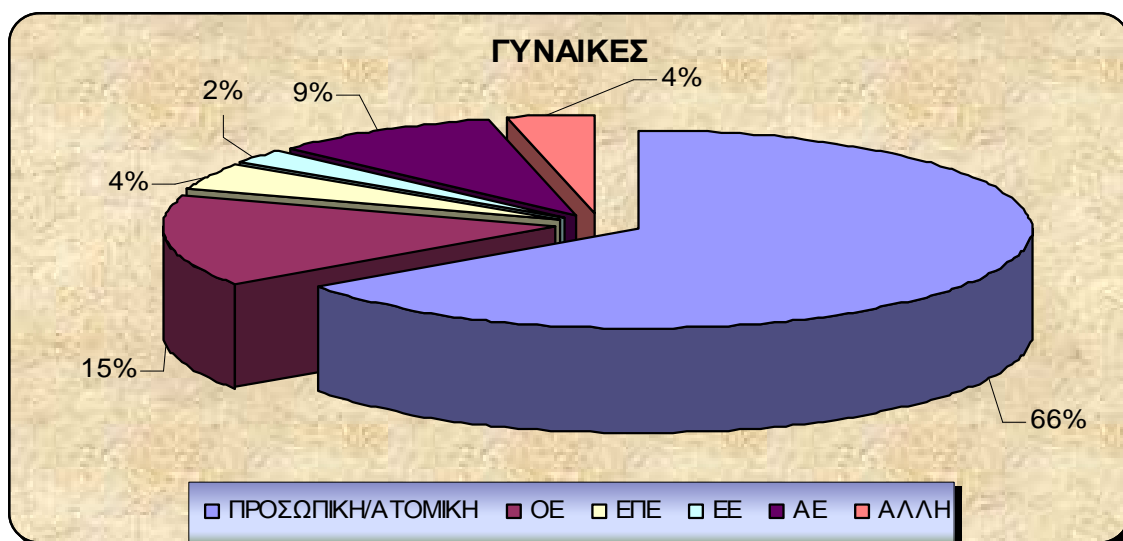
Αναφορικά με τη νομική μορφή των επιχειρήσεων (Διαγράμματα 21 και 22), δεν παρατηρήθηκε σημαντική διαφοροποίηση μεταξύ ανδρών και γυναικών.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 21



ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 22



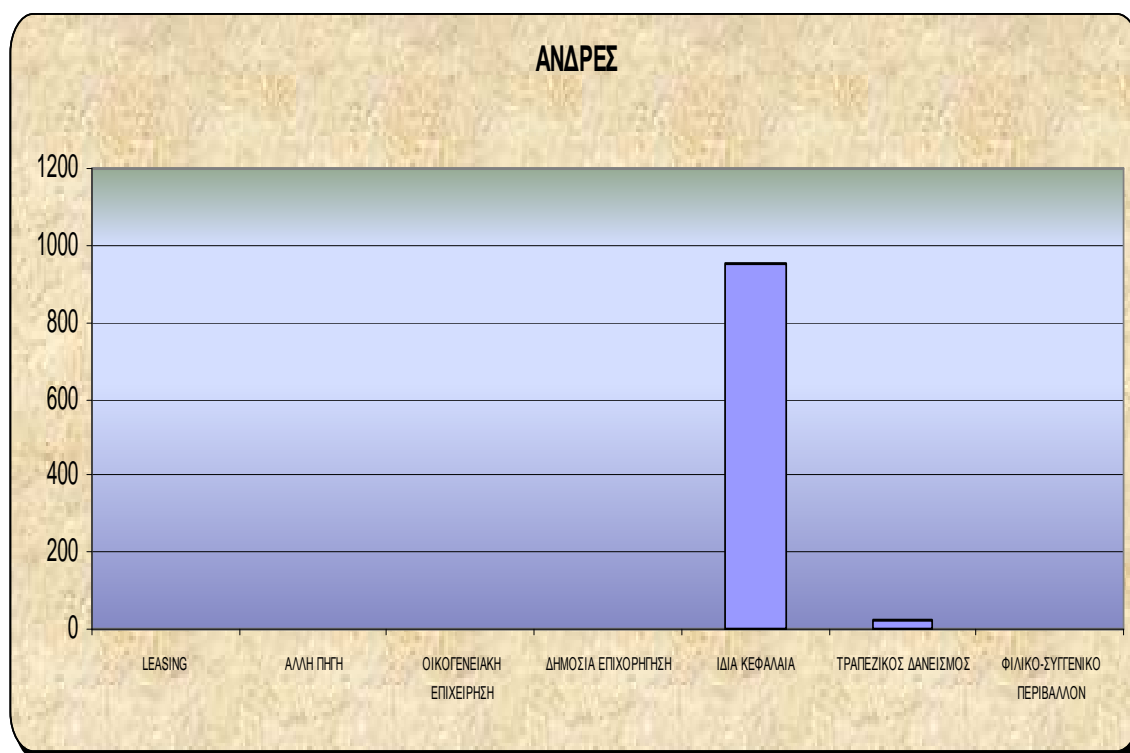
ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

Κυριαρχούσα μορφή επιχείρησης, τόσο για τους άνδρες όσο και για τις γυναίκες μετρήθηκε ότι ήταν η προσωπική/ατομική με ποσοστά 67% για τους άνδρες και 66% για τις γυναίκες.

4.3. ΕΠΙΠΕΔΟ ΧΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΩΝ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΕΩΝ

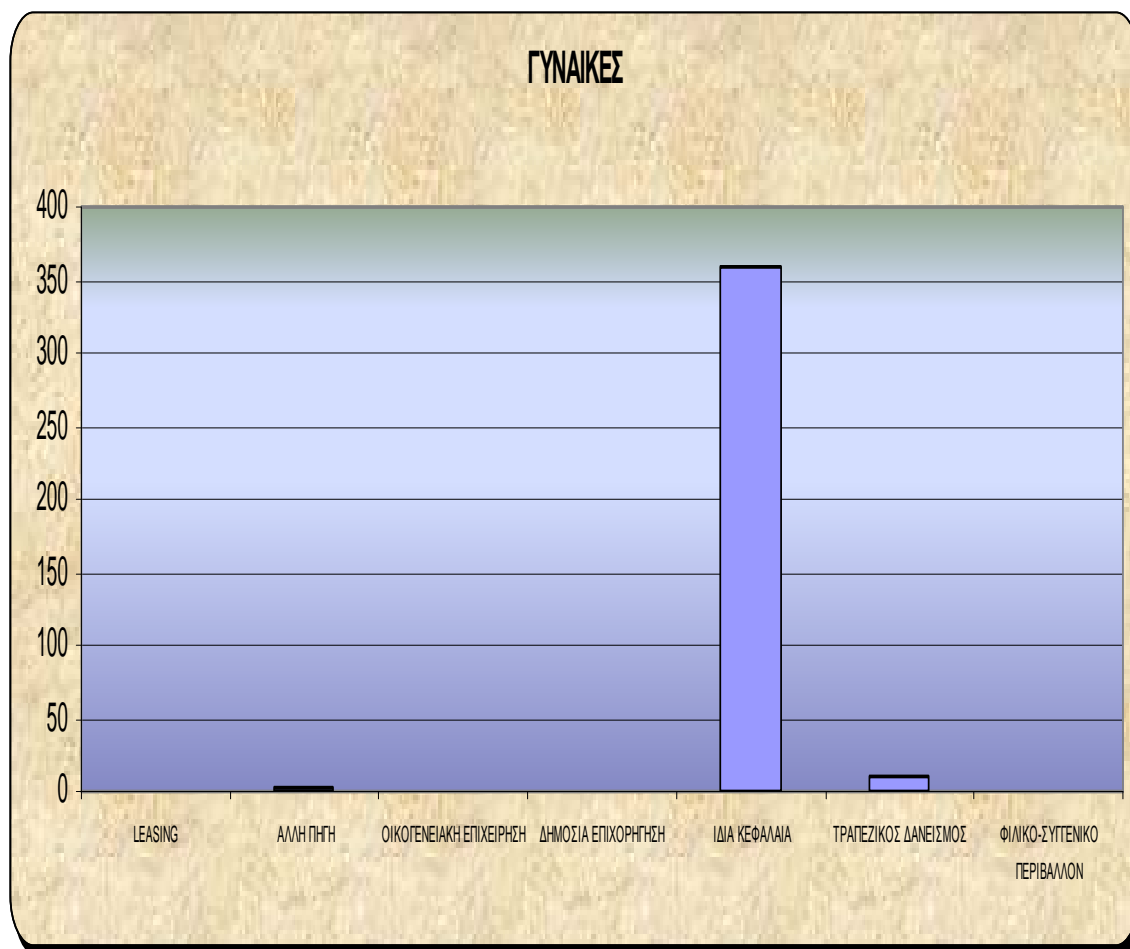
Τόσο οι άνδρες όσο και οι γυναίκες αυτοαπασχολούμενοι επιχειρηματίες χρησιμοποιούν σχεδόν αποκλειστικά ίδια κεφάλαια για την έναρξη λειτουργίας των επιχειρήσεών τους (Διαγράμματα 23 και 24). Το ποσοστό για τους άνδρες μετρήθηκε σε 97%, ενώ για τις γυναίκες σε 96%.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 23



ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

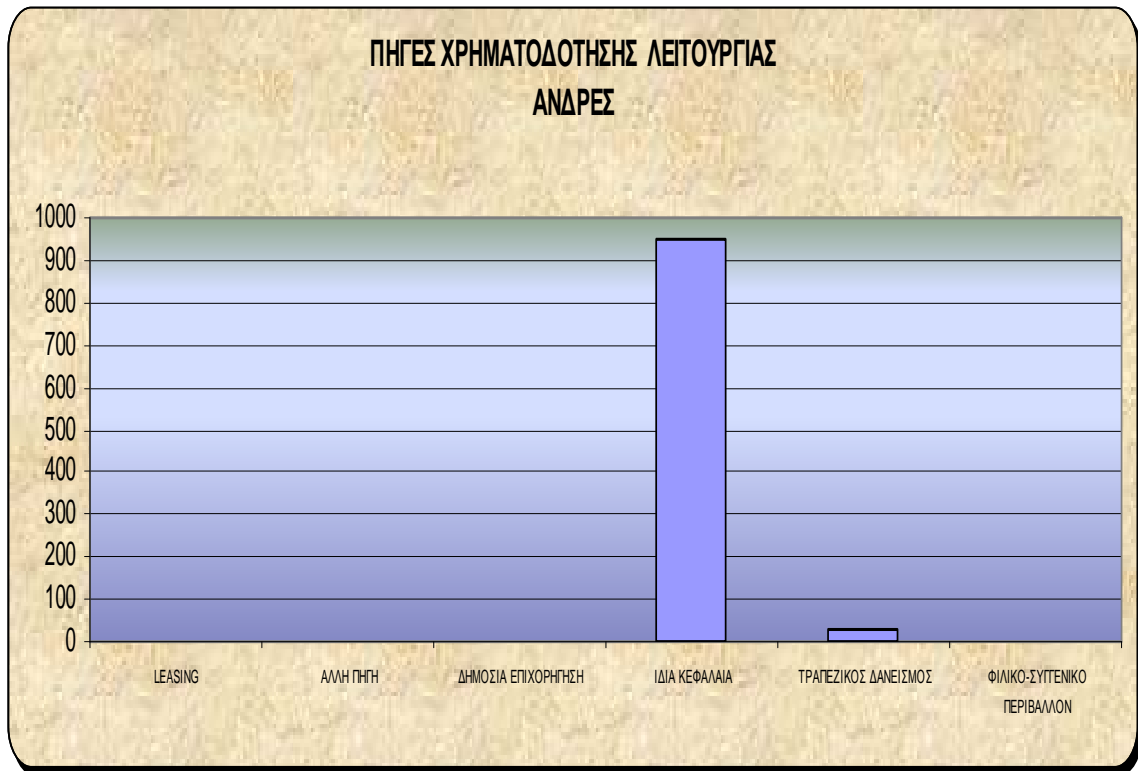
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 24



ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

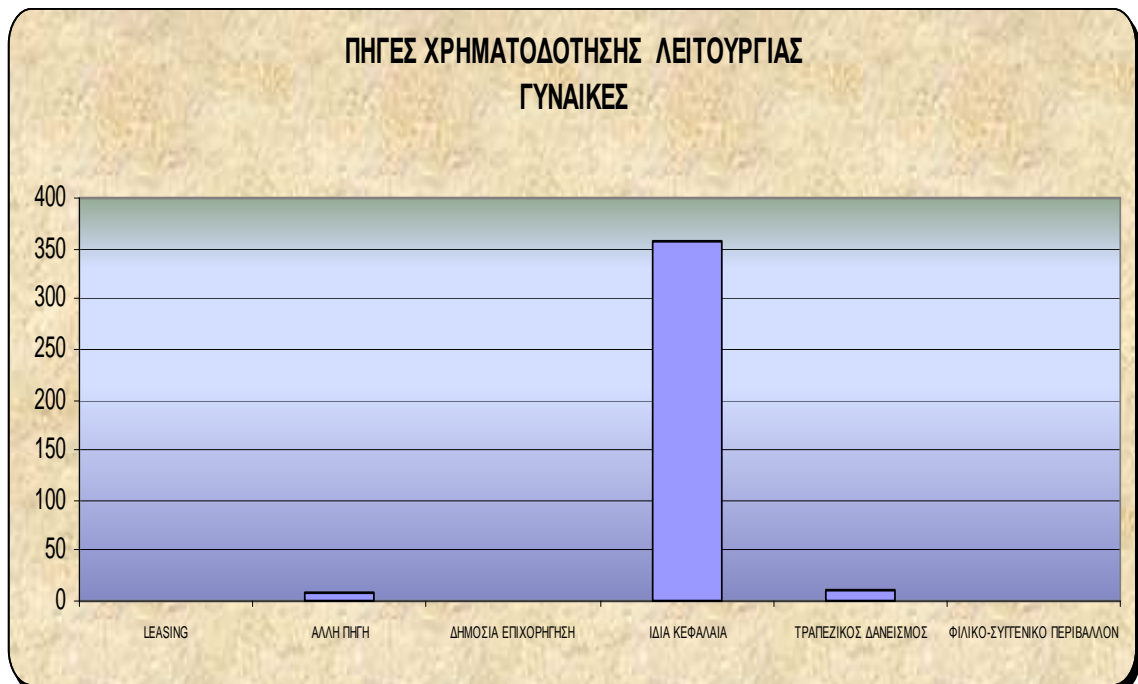
Για τη χρηματοδότηση των επιχειρήσεών τους κατά τη διάρκεια λειτουργίας και οι άνδρες και οι γυναίκες χρησιμοποιούν σχεδόν κατά αποκλειστικότητα ίδια κεφάλαια (Διαγράμματα 25 και 26), με τις γυναίκες να εμπιστεύονται κατά πολύ μικρό όμως ποσοστό τον τραπεζικό δανεισμό. Τα ποσοστά των ιδίων κεφαλαίων μετρήθηκαν ως 96,8% για τους άνδρες και 94,5% για τις γυναίκες.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 25



ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 26



ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

4.4. ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΑΡΞΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΝΕΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Αναφορικά με τις δυσκολίες που παρουσιάζονται για την εξεύρεση κεφαλαίων για την έναρξη λειτουργίας των επιχειρήσεών τους (Διαγράμματα 27 και 28), οι γυναίκες παρουσιάζουν ελαφρά μεγαλύτερο βαθμό δυσκολίας από ότι οι άνδρες, έχοντας ένα ποσοστό 56% (δύσκολα και σχετικά δύσκολα) ενώ για τους άνδρες το ποσοστό αυτό ανέρχεται σε 51%.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 27



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 28



4.5. ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ – ΤΑΣΗ ΓΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Όσον αφορά τις ευκαιρίες και ιδιαίτερα την τάση για ανάπτυξη των επιχειρήσεών τους (Διαγράμματα 29 και 30), οι αναλύσεις έδειξαν ότι τόσο οι άνδρες όσο και οι γυναίκες παρουσίασαν τα ίδια ακριβώς ποσοστά. Προσλήψεις πραγματοποίησαν το 4% των επιχειρήσεων τόσο των ανδρών όσο και των γυναικών.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 29



ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

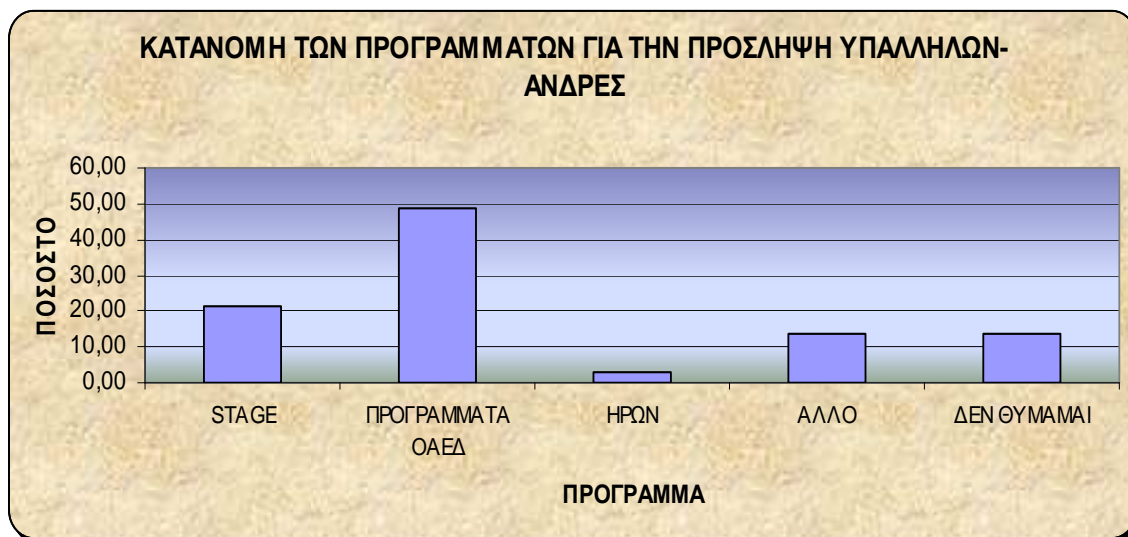
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 30



ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

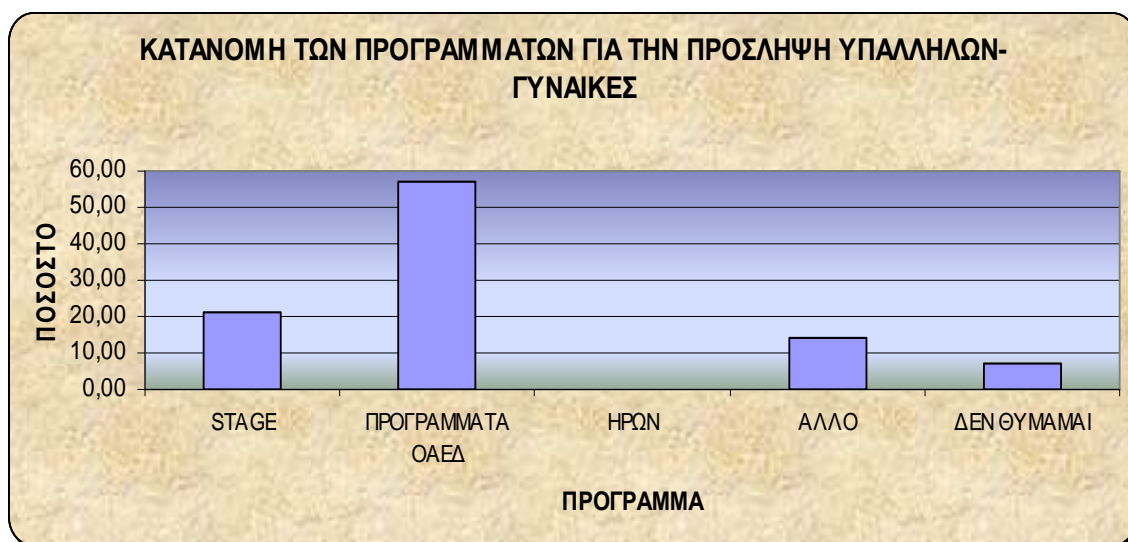
Τα προγράμματα που χρησιμοποίησαν προκειμένου να πραγματοποιήσουν τις προσλήψεις αυτές (Διαγράμματα 31 και 32) ήταν κατά κύριο λόγο του ΟΑΕΔ (49% για τους άνδρες και 58% για τις γυναίκες) και κατά δεύτερο λόγο τα προγράμματα STAGE με 22% τόσο για τους άνδρες, όσο και για τις γυναίκες.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 31



ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 32

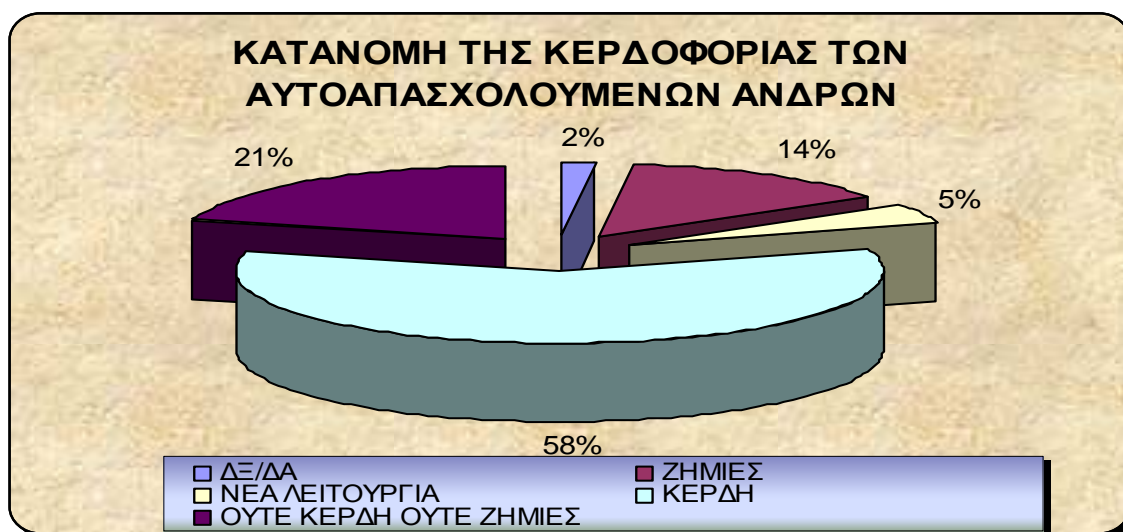


ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

4.6. ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ – ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ

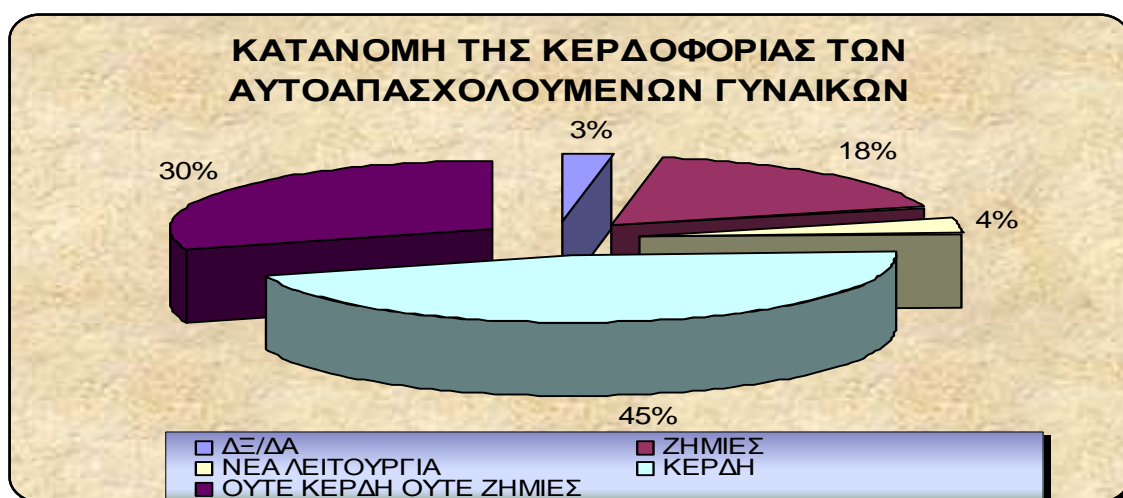
Από την ανάλυση των στοιχείων προέκυψε ότι μεγαλύτερη κερδοφορία παρουσίασαν οι ανδρικές επιχειρήσεις από αυτές των γυναικών (Διαγράμματα 33 και 34). Τα ποσοστά μετρήθηκαν σε 58% για τους άνδρες και 45% για τις γυναίκες

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 33



ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 34

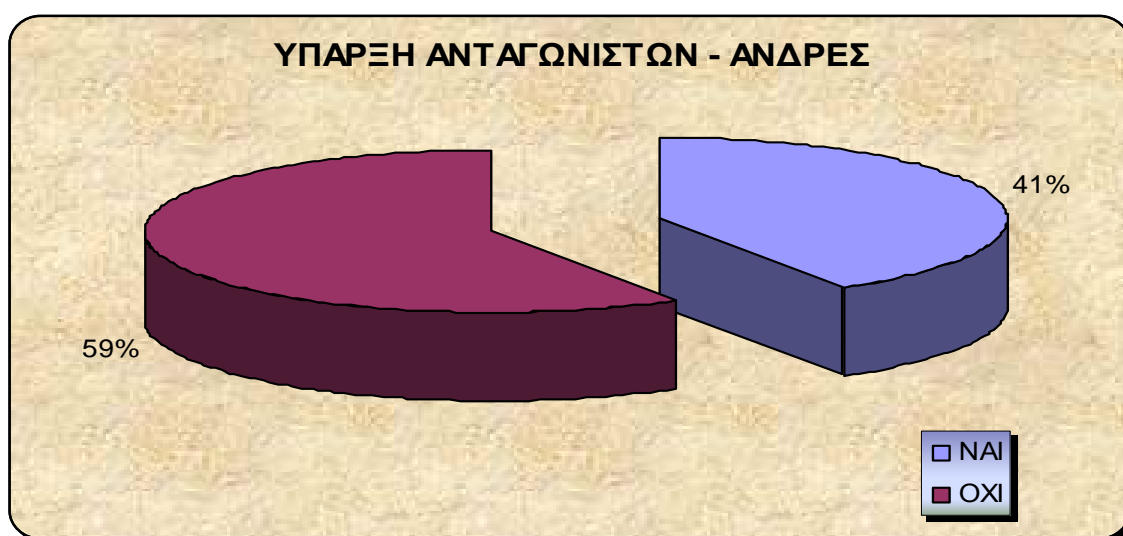


ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

4.7. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΩΝ – ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ

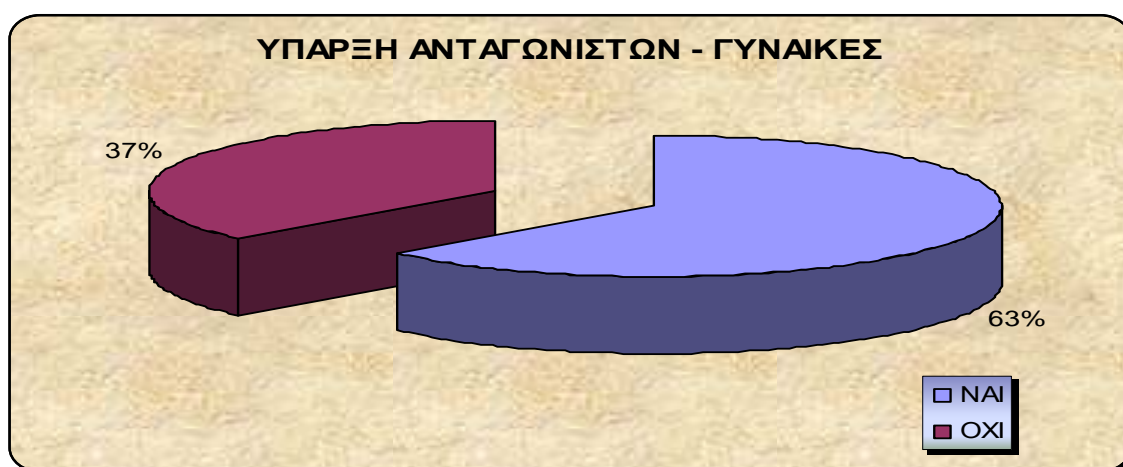
Σημαντική διαφοροποίηση παρουσιάσθηκε στην αναγνώριση εκ μέρους των αυτοαπασχολούμενων ανδρών και γυναικών για την ύπαρξη ή μη ανταγωνιστών (Διαγράμματα 35 και 36). Το 41% των ανδρών δήλωσε ότι υπάρχουν ανταγωνιστές, ενώ στις γυναίκες το ποσοστό ανήλθε σε 63%.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 35



ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 36



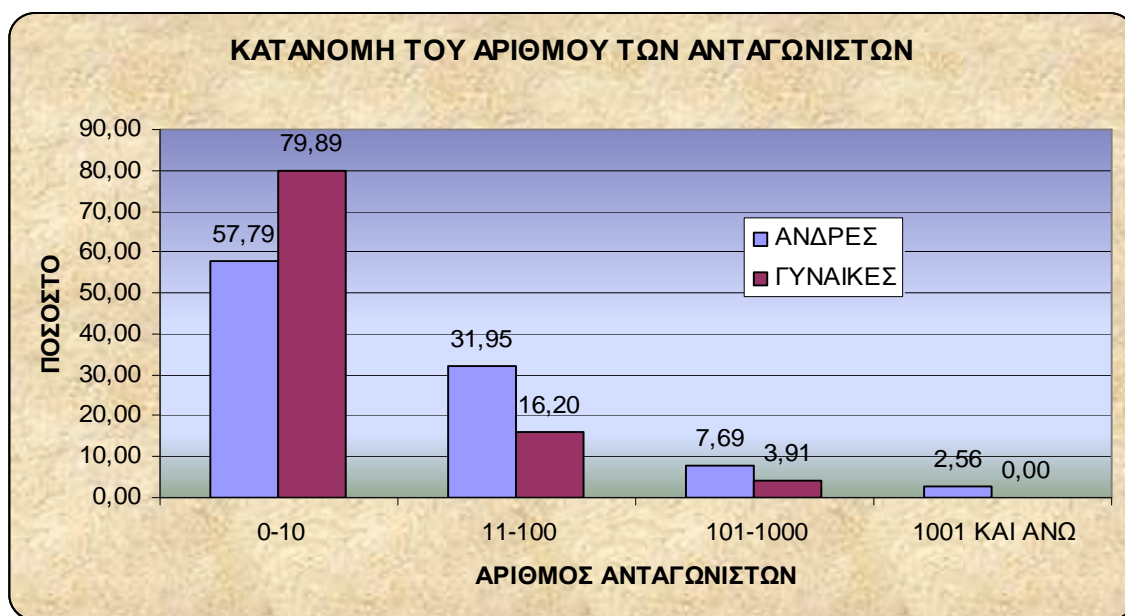
ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

Αναφορικά με τον αριθμό των ανταγωνιστών (Διάγραμμα 37), ενώ και οι άνδρες και οι γυναίκες αναγνωρίζουν σε μεγαλύτερο ποσοστό ότι οι ανταγωνιστές τους είναι κατά κύριο λόγο έως 10, εν τούτοις τα ποσοστά διαφοροποιούνται σημαντικά.

Μέχρι 10 ανταγωνιστές δήλωσε ότι έχει το 58% των ανδρών και το 80% των γυναικών, ενώ από 11 έως 100 ανταγωνιστές δήλωσε ότι έχει το 32% των ανδρών και το 16% των γυναικών.

Δηλαδή παρατηρήθηκε το φαινόμενο της μεγαλύτερης συγκέντρωσης του αριθμού των ανταγωνιστών στις γυναίκες.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 37



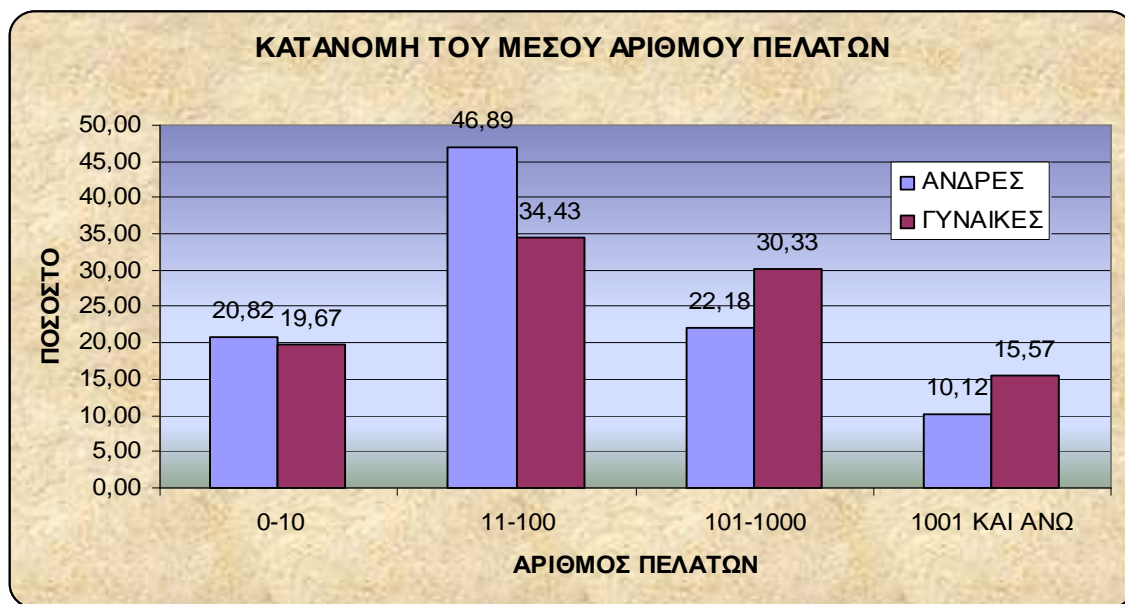
ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

4.8. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΩΝ – ΠΕΛΑΤΕΣ

Ο αριθμός των πελατών των αυτοαπασχολούμενων παρουσιάζει ελαφρά διαφοροποίηση μεταξύ ανδρών και γυναικών (Διάγραμμα 38). Ενώ για την κατηγορία 0-10 πελάτες τα ποσοστά είναι παρόμοια, στην κατηγορία 11-100

υπάρχει σημαντική διαφοροποίηση με τους άνδρες να παρουσιάζουν ένα ποσοστό 50%, ενώ οι γυναίκες στην ίδια κατηγορία 34%

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 38

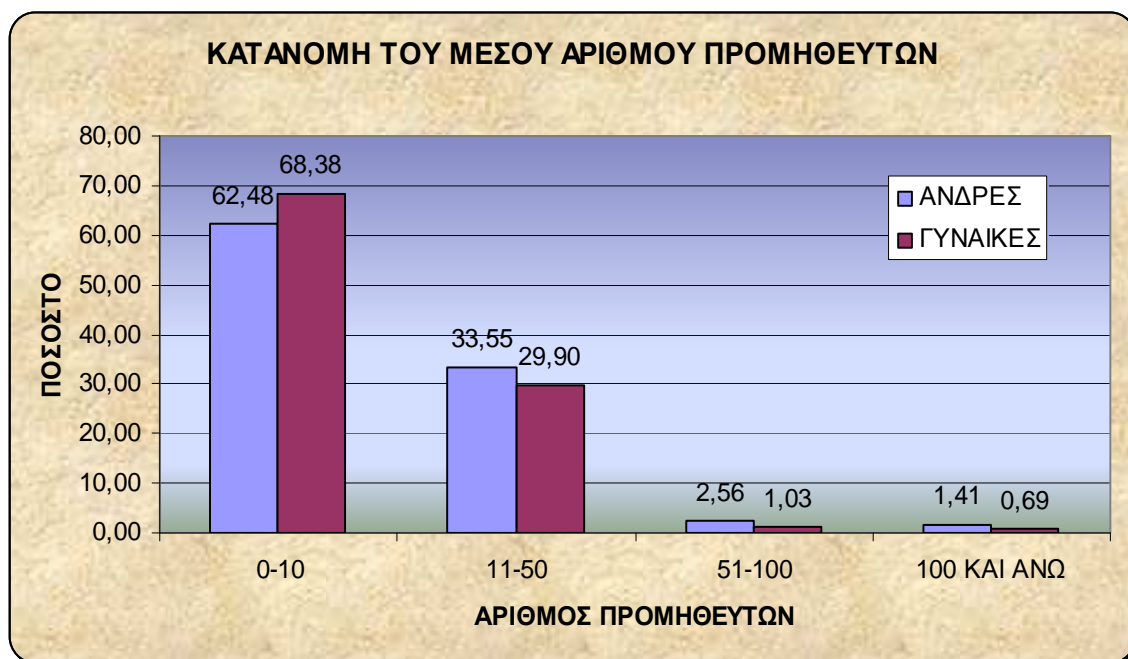


ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

4.9. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΩΝ – ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ

Ο αριθμός των προμηθευτών των επιχειρήσεων παρουσιάζει μικρές διαφοροποιήσεις μεταξύ ανδρών και γυναικών (Διάγραμμα 39). Μέχρι 10 προμηθευτές παρουσιάζει το 62,5% των ανδρών και το 68% των γυναικών, ενώ στην επόμενη κατηγορία (11 έως 50 προμηθευτές) οι άνδρες παρουσιάζουν ποσοστό 33,5% και οι γυναίκες 30%.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 39



ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

4.10. ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ

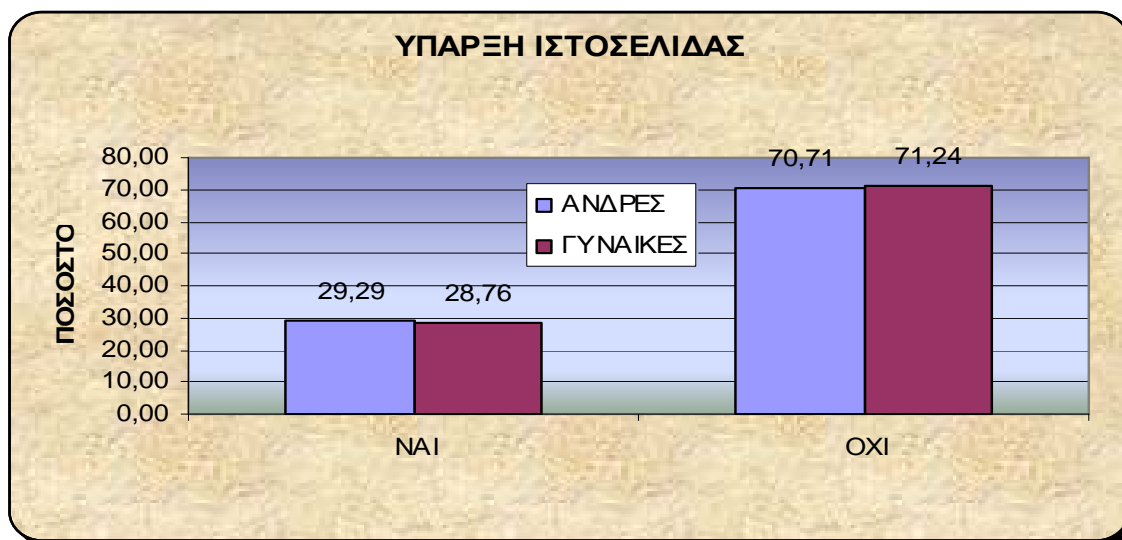
Πρόσβαση στο διαδίκτυο παρουσιάζει το 57,7% των ανδρών και το 56,7% των γυναικών (Διάγραμμα 40), ενώ ιστοσελίδα έχει το 29,3% των ανδρικών και το 28,7% των γυναικείων επιχειρήσεων (Διάγραμμα 41), καθιστώντας έτσι τον παράγοντα «νέες τεχνολογίες» μη διαφοροποιημένο μεταξύ ανδρών και γυναικών.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 40



ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 41

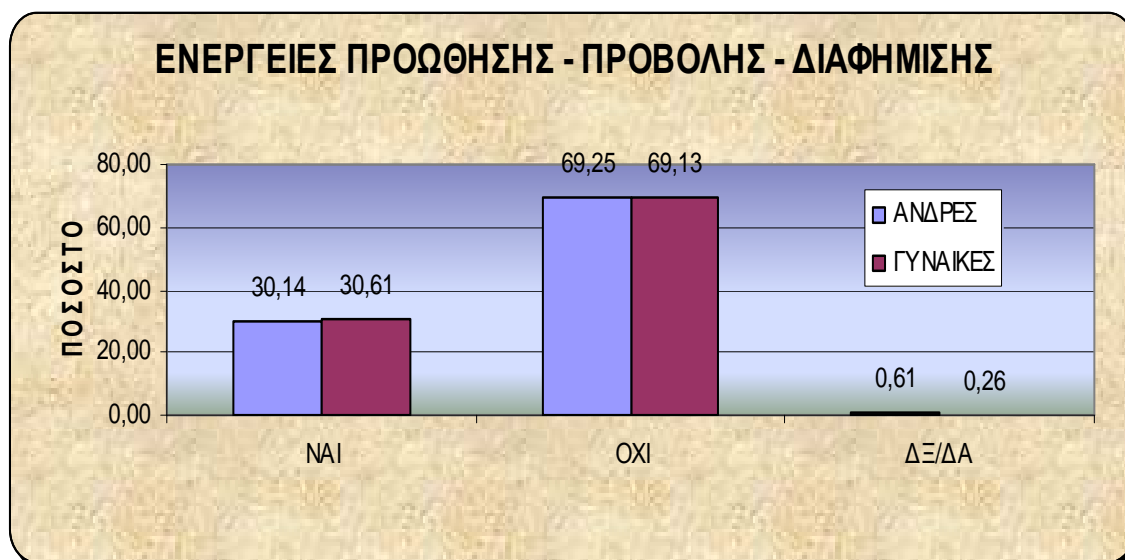


ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

4.11. ΠΡΩΘΗΣΗ – ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ - ΠΡΟΒΟΛΗ

Ενέργειες που αποσκοπούν στην προώθηση, στη διαφήμιση και στην προβολή (Διάγραμμα 42) πραγματοποιεί το 30% των αυτοαπασχολούμενων τόσο ανδρών όσο και γυναικών με αποτέλεσμα να μην υπάρχει και για τον παράγοντα αυτόν καμία διαφοροποίηση.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 42

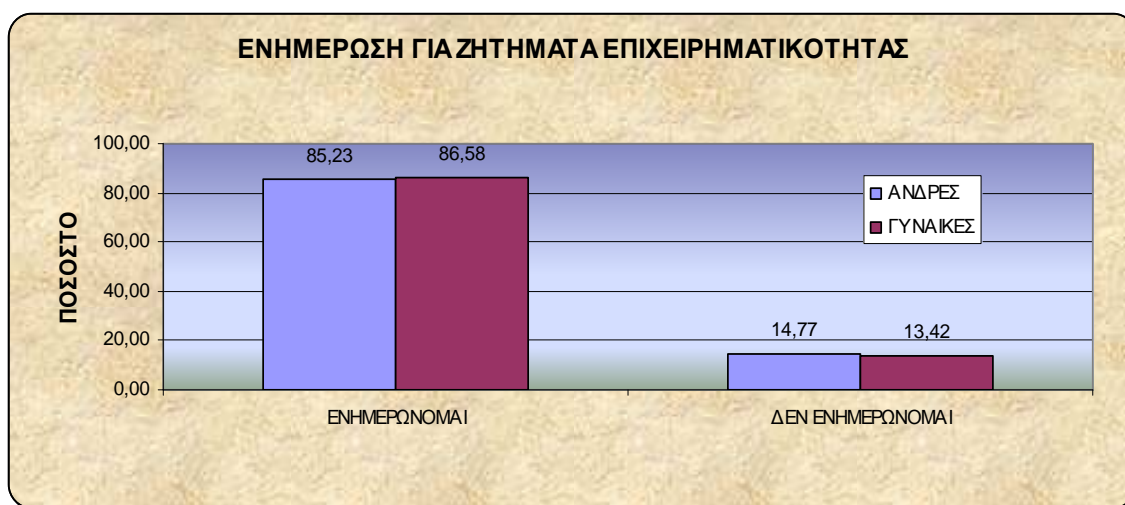


ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

4.12. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

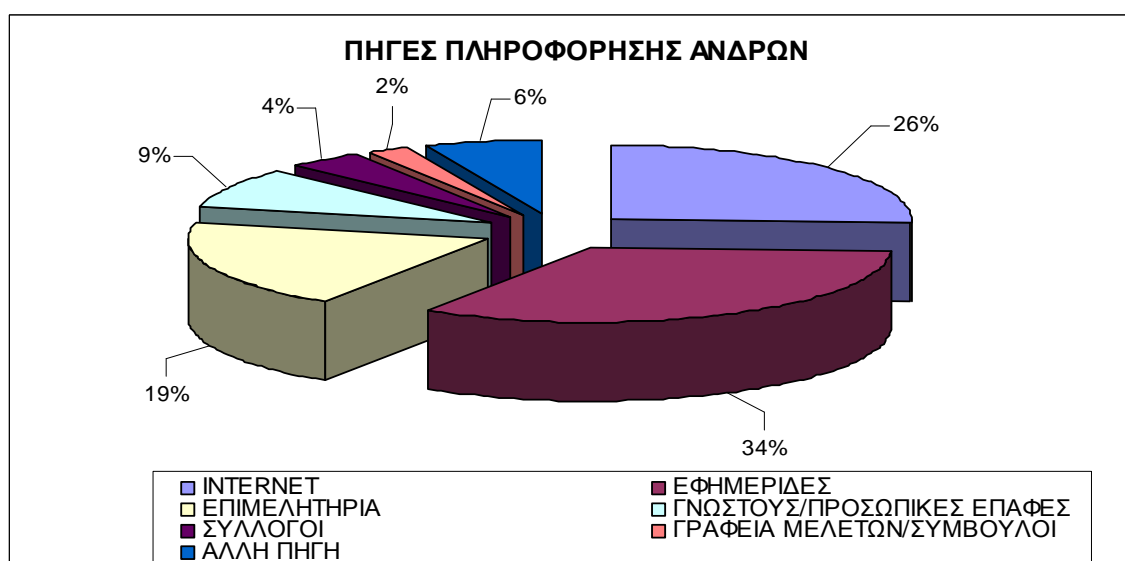
Αναφορικά με την επιχειρηματικότητα (Διάγραμμα 43), μετρήθηκε ότι τόσο οι άνδρες όσο και οι γυναίκες επιζητούν την ενημέρωση και μάλιστα με αρκετά μεγάλα ποσοστά (85,2% οι άνδρες και 86,6% οι γυναίκες) έχοντας σαν κύριες πηγές πληροφόρησης τις εφημερίδες και το Internet με τα ίδια ακριβώς ποσοστά 34% και 26% αντίστοιχα (Διαγράμματα 44 και 45).

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 43



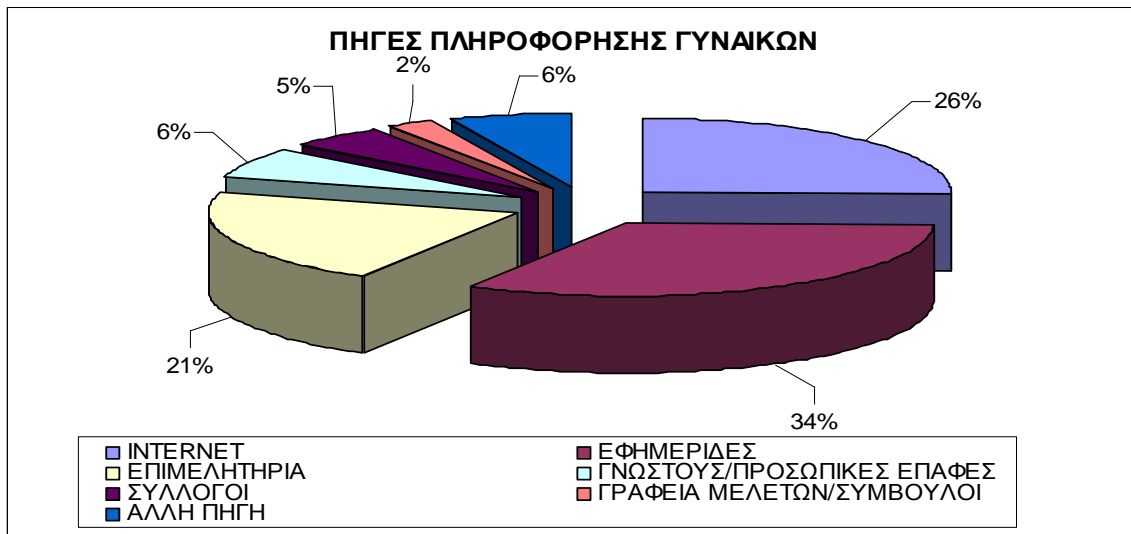
ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 44



ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 45



ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

5. ΟΙ ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΑΝΔΡΩΝ ΚΑΙ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΥΤΟΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

Προκειμένου να καταγραφούν και να αναλυθούν οι αντιλήψεις των ανδρών και γυναικών για το φαινόμενο της αυτοαπασχόλησης, καθώς και να μετρηθεί η διαφοροποίηση που υπάρχει μεταξύ των φύλων, χρησιμοποιήθηκαν τα στοιχεία της ποσοτικής έρευνας που διεξήχθη για λογαριασμό του Εθνικού Παρατηρητηρίου για τις ΜΜΕ του ΕΟΜΜΕΧ. Από τα στοιχεία αυτά επελέγησαν εκείνα από τα οποία προκύπτουν οι αντιλήψεις των ανδρών και γυναικών.

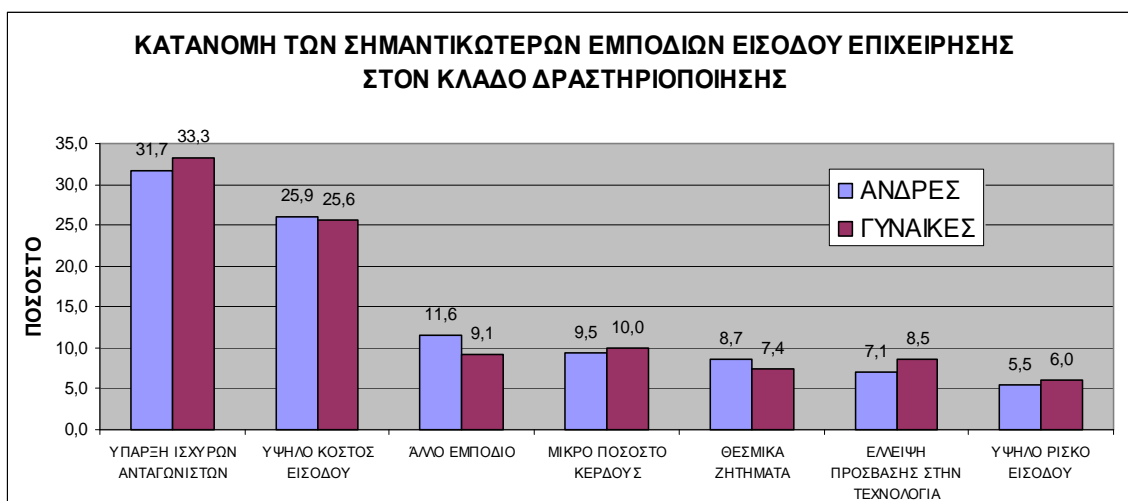
Συνεπώς όλες οι αναλύσεις που ακολουθούν, βασίζονται στην ανάλυση των στοιχείων της ήδη διεξαχθείσας έρευνας.

5.1. ΕΜΠΟΔΙΑ ΕΙΣΟΔΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ

Αναλύοντας τα σημαντικότερα εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι επιχειρηματίες όταν πρόκειται να δημιουργήσουν μία νέα επιχείρηση στον κλάδο που δραστηριοποιούνται, προέκυψε το συμπέρασμα ότι δεν υπάρχει σημαντική διαφοροποίηση μεταξύ ανδρών και γυναικών (Διάγραμμα 46). Τόσο οι άνδρες όσο και οι γυναίκες θεωρούν ότι τα εμπόδια αυτά είναι κατά κύριο λόγο η ύπαρξη ισχυρών ανταγωνιστών, το υψηλό κόστος εισόδου, άλλο εμπόδιο και το μικρό ποσοστό κέρδους. Τα τέσσερα αυτά εμπόδια παρουσιάζουν ένα ποσοστό 78,6% για τους άνδρες και 78% για τις γυναίκες. Άλλα εμπόδια που καταγράφηκαν ήταν τα θεσμικά ζητήματα, η έλλειψη πρόσβασης στην τεχνολογία και το υψηλό ρίσκο εισόδου που παρουσίασαν (21,3% για τους άνδρες και 21,9% για τις γυναίκες).

Η σειρά κατάταξης των εμποδίων αυτών ήταν η ίδια και η μόνη διαφοροποίηση που παρατηρήθηκε ήταν οι μικρές αποκλίσεις που παρουσίασαν τα ποσοστά κάθε εμποδίου που καταγράφηκε μεταξύ ανδρών και γυναικών.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 46

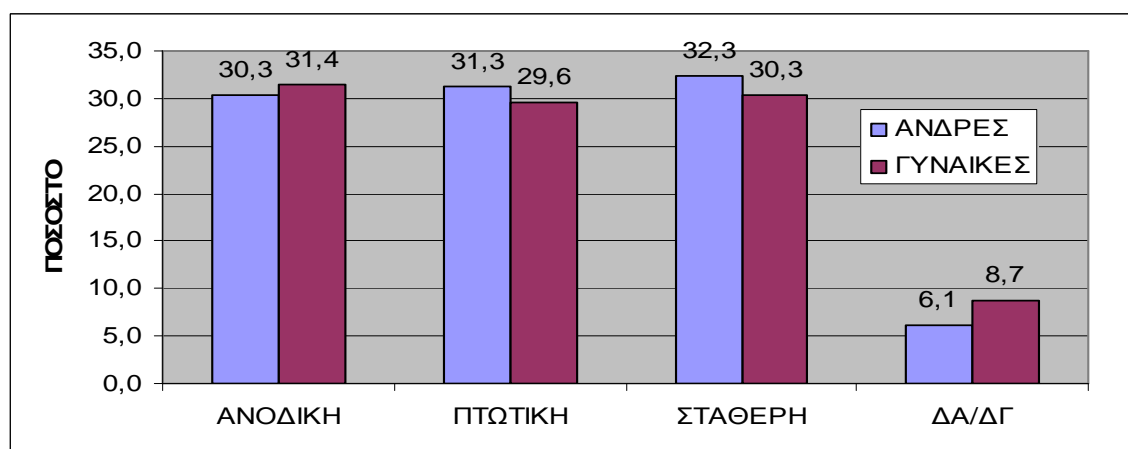


ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

5.2. ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΠΟΡΕΙΑΣ ΚΛΑΔΟΥ ΤΟ ΕΠΟΜΕΝΟ ΕΤΟΣ

Αναλύοντας την αισιοδοξία που εκφράζουν οι άνδρες και οι γυναίκες αυτοαπασχολούμενοι, προέκυψε ότι υπάρχει μία συγκεχυμένη εικόνα που όμως παραμένει ακριβώς η ίδια τόσο για τους άνδρες όσο και για τις γυναίκες (Διάγραμμα 47). Τα ποσοστά είναι ακριβώς μοιρασμένα με αποτέλεσμα ανοδική πορεία να πιστεύουν ότι θα έχουν το 30,3% των ανδρών και το 31,4% των γυναικών, πτωτική πορεία το 31,3% των ανδρών και το 29,6% των γυναικών και σταθερή πορεία το 32,3% των ανδρών και το 30,3% των γυναικών.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 47



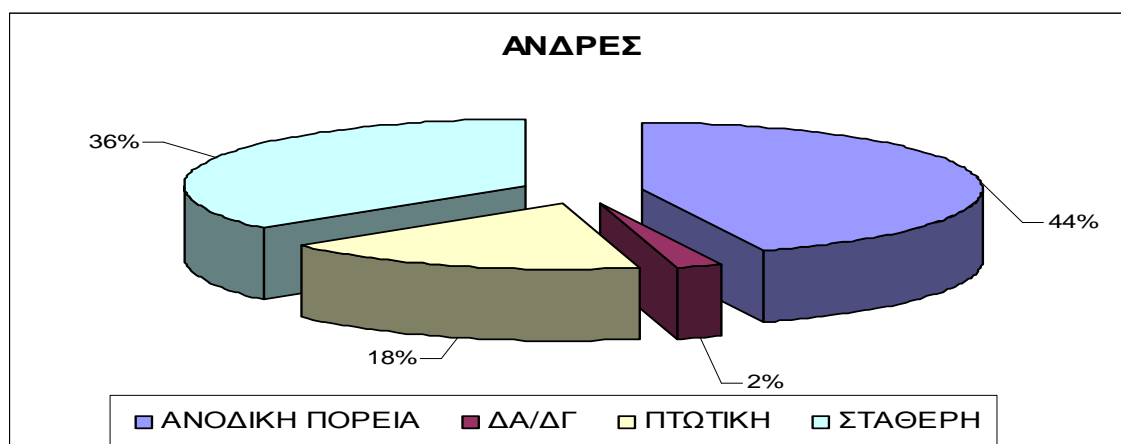
ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

5.3. ΑΙΣΙΟΔΟΞΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΟΡΕΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΤΟ ΕΠΟΜΕΝΟ ΕΤΟΣ

Διαφοροποίηση παρατηρήθηκε αναφορικά με την αντίληψη της αισιοδοξίας που εκφράζουν για την πορεία της επιχείρησής τους οι αυτοαπασχολούμενοι άνδρες και γυναίκες (Διαγράμματα 48 και 49).

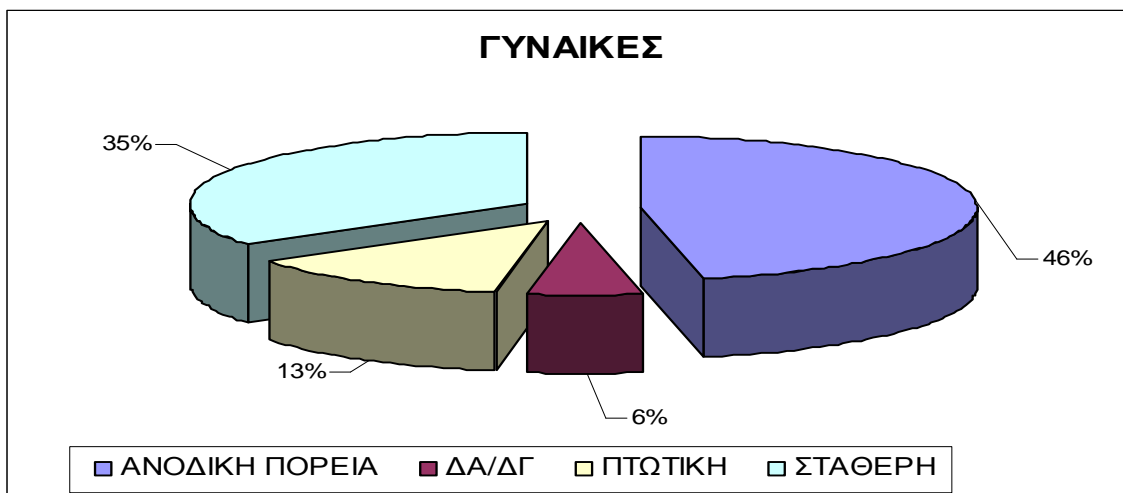
Ενώ για τον κλάδο τους η αισιοδοξία είναι μοιρασμένη με την απαισιοδοξία, εντούτοις τόσο οι άνδρες όσο και οι γυναίκες είναι αισιόδοξοι για τη μελλοντική πορεία της επιχείρησής τους. Η αισιοδοξία των ανδρών μετρήθηκε στο 44%, ενώ των γυναικών λίγο υψηλότερα στο 46%. Η απαισιοδοξία των ανδρών ήταν 18% ενώ των γυναικών 13%. Έτσι συνολικά γίνεται φανερό ότι οι γυναίκες είναι περισσότερο αισιόδοξες για τη μελλοντική πορεία της επιχείρησής τους από ότι οι άνδρες. Η καταγραφείσα αυτή αισιοδοξία μετριάζεται από το γεγονός ότι ένας στους τρεις αυτοαπασχολούμενους επιχειρηματίες (είτε άνδρας είτε γυναίκα) πιστεύει ότι η πορεία της επιχείρησής του θα είναι σταθερή το επόμενο έτος.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 48



ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 49



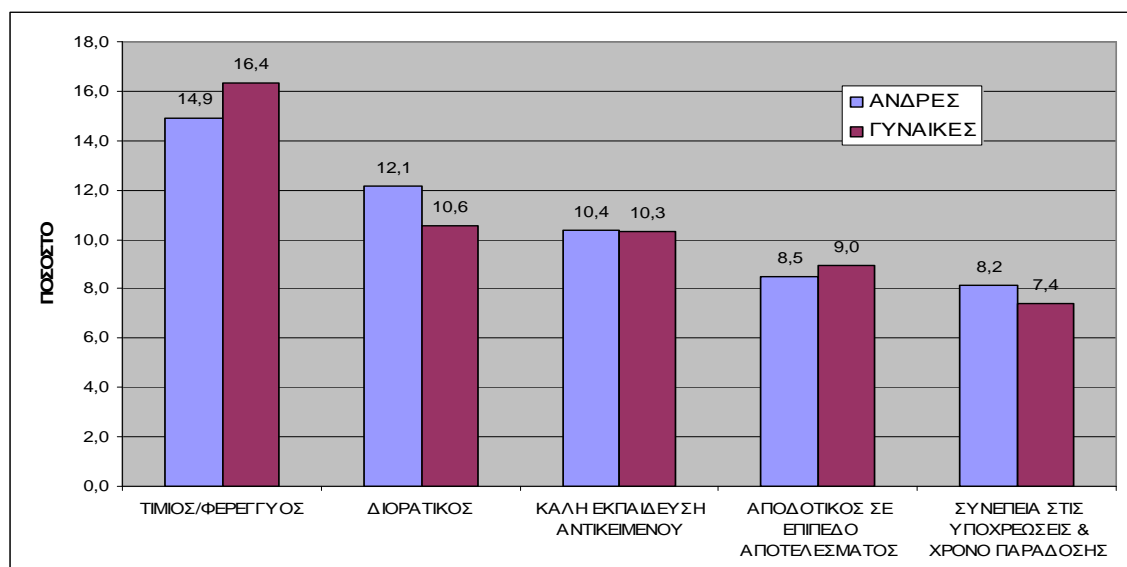
ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

5.4. ΚΥΡΙΟ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΟ ΤΟΥ ΚΑΛΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ

Με σκοπό να καταγραφούν οι αντιλήψεις των ανδρών και γυναικών αναφορικά με το ποια είναι τα κύρια χαρακτηριστικά του καλού επιχειρηματία συγκεντρώθηκαν όλες οι απαντήσεις που έδωσαν οι άνδρες και οι γυναίκες ξεχωριστά. Λόγω του ότι ο αριθμός των απαντήσεων που δόθηκαν ήταν αρκετά μεγάλος, αναλύθηκαν τα πρώτα πέντε χαρακτηριστικά που παρουσίασαν τα μεγαλύτερα ποσοστά.

Από την ανάλυση που πραγματοποιήθηκε, διαπιστώθηκε ότι (Διάγραμμα 50) η σειρά κατάταξης ήταν η ίδια και για τους άνδρες και για τις γυναίκες, με μικρές διαφοροποιήσεις όσον αφορά τα ποσοστά. Έτσι σαν πρώτο χαρακτηριστικό μετρήθηκε το «τίμιος-φερέγγυος» που έλαβε το 14,9% των ανδρών και το 16,4% των γυναικών, ακολουθούμενο από το «διορατικός» με ποσοστά 12,1% και 10,6% αντίστοιχα και το «καλή εκπαίδευση αντικειμένου» με ποσοστά 10,4% και 10,3%.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 50

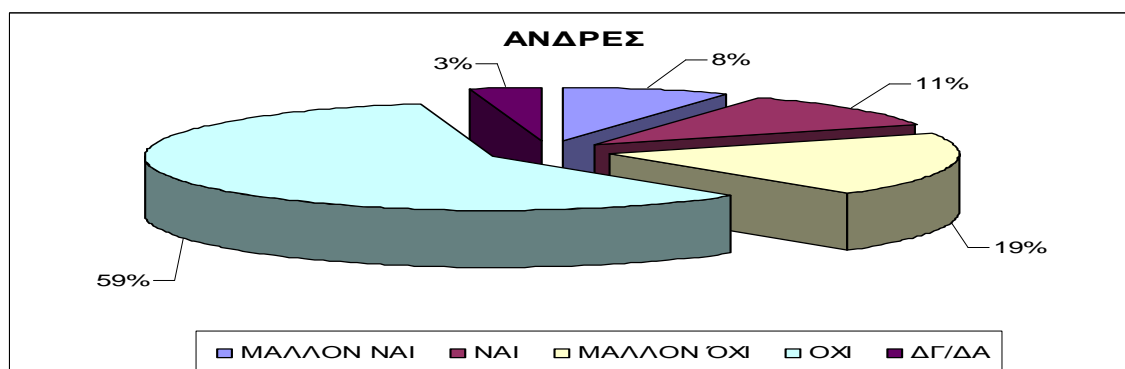


ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

5.5. ΑΝΤΙΛΗΨΗ ΕΥΝΟΪΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

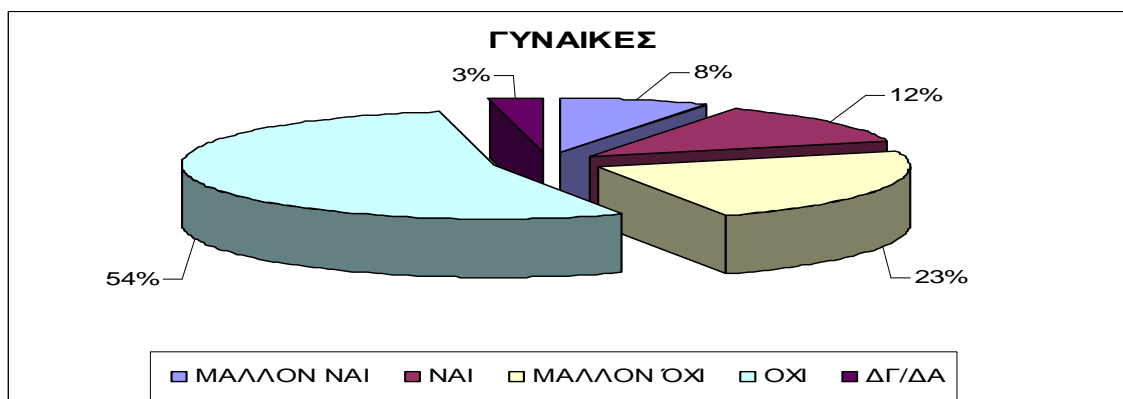
Αρνητικές καταγράφηκαν οι αντιλήψεις τόσο των ανδρών όσο και των γυναικών αναφορικά με το επιχειρηματικό περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούνται (Διαγράμματα 51 και 52), με απόλυτη ταύτιση απόψεων μεταξύ ανδρών και γυναικών. Ευνοϊκό περιβάλλον (απαντήσεις ναι και μάλλον ναι) θεωρεί ότι υπάρχει μόλις το 19% των ανδρών και το 20% των γυναικών, ενώ αρνητικό περιβάλλον (απαντήσεις όχι και μάλλον όχι) το 78% των ανδρών και το 77% των γυναικών.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 51



ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 52



ΠΗΓΗ: Επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

5.6. Η ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ ΑΝΔΡΩΝ ΚΑΙ ΓΥΝΑΙΚΩΝ

Στη συνέχεια επιχειρήθηκε η μέτρηση (συνολικά) της διαφοροποίησης που υπάρχει μεταξύ ανδρών και γυναικών σε δύο επίπεδα:

- A. Σε επίπεδο παράγοντα αυτοαπασχόλησης
- B. Σε επίπεδο αντιλήψεων

5.7. ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑ ΑΥΤΟΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ

Από την ανάλυση σε επίπεδο παράγοντα αυτοαπασχόλησης προέκυψε ο παρακάτω Πίνακας που παρουσιάζει (ποσοτικά) τη διαφοροποίηση των γυναικών σε σχέση με τους άνδρες για το επίπεδο A.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2: ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑ ΑΥΤΟΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ

ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ ΑΥΤΟΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ	ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ ΓΥΝΑΙΚΩΝ
ΕΤΟΣ ΙΔΡΥΣΗΣ	
(έως 1990)	-13,85%
(1991 – σήμερα)	+7,21%

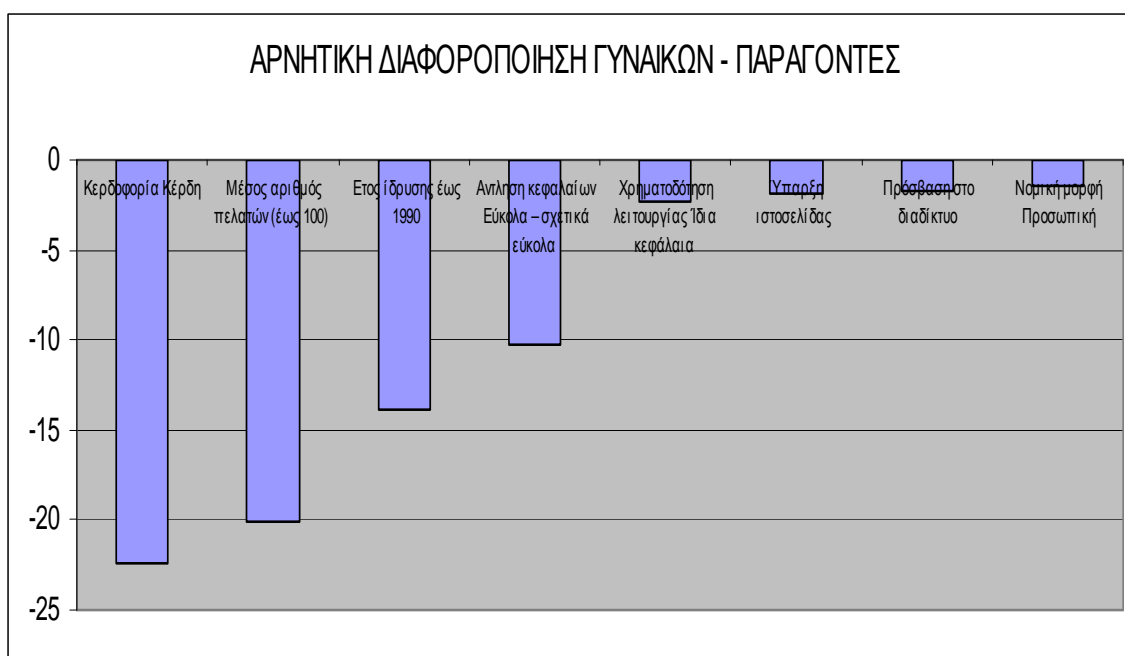
ΝΟΜΙΚΗ ΜΟΡΦΗ	
Προσωπική	-1,49%
Ο.Ε.	+15,38%
ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΕΝΑΡΞΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ	
Ίδια κεφάλαια	-1,03%
ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ	
Ίδια κεφάλαια	-2,38%
ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΑΝΤΛΗΣΗΣ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	
Εύκολα – σχετικά εύκολα	-10,20%
Δύσκολα – σχετικά δύσκολα	+9,80%
ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	
Προσλήψεις προσωπικού	-
Προγράμματα πρόσληψης - ΟΑΕΔ	+17,45%
ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ	
Κέρδη	-22,41%
Ζημίες	+28,57%
ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ – ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ	
Ύπαρξη ανταγωνιστών	+53,66%
Αριθμός ανταγωνιστών (0 – 10)	+38,24%
Μέσος αριθμός πελατών (έως 100)	-20,10%
Μέσος αριθμός προμηθευτών (0 – 10)	+9,44%
ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ	
Πρόσβαση στο διαδίκτυο	-1,75%
Ύπαρξη ιστοσελίδας	-1,81%
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ – ΠΡΟΒΟΛΗ	
Ύπαρξη ενεργειών	+1,56%
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	
Ενημέρωση	+1,58%

ΠΗΓΗ: Συνδυασμένη στατιστική πληροφόρηση από την επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

Όπως εύκολα μπορεί να διαπιστωθεί, η διαφοροποίηση που παρουσιάζουν οι γυναίκες σε σχέση με τους άνδρες σε επίπεδο παράγοντα αυτοαπασχόλησης είναι από έντονα θετική (+53,66% για την ύπαρξη ανταγωνιστών), έως έντονα αρνητική (-22,41% για τα κέρδη).

Η αρνητική διαφοροποίηση των γυναικών σε σχέση με τους άνδρες παρουσιάζεται στο Διάγραμμα 53. Η πλέον αρνητική διαφοροποίηση των γυναικών (σε σχέση με τους άνδρες) μετρήθηκε για τον παράγοντα «κερδοφορία – κέρδη» με -22,41%, ακολουθούμενο από τον παράγοντα «μέσος αριθμός πελατών έως 100» με -20,10%, τον παράγοντα «έτος ίδρυσης έως 1990» με -13,85% και τον «άντληση κεφαλαίων εύκολα – σχετικά εύκολα» με -10,20%. Οι υπόλοιποι αρνητικοί παράγοντες μετρήθηκαν με ποσοστά μικρότερα του -3%.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 53



ΠΗΓΗ: Συνδυασμένη στατιστική πληροφόρηση από την επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

Η θετική διαφοροποίηση των γυναικών σε σχέση με τους άνδρες παρουσιάζεται στο Διάγραμμα 54. Η πλέον θετική διαφοροποίηση μετρήθηκε για τον παράγοντα «ύπαρξη ανταγωνιστών» με +53,66%, ακολουθούμενη από τον παράγοντα «αριθμός ανταγωνιστών 0-10» με +38,24%, τον παράγοντα «κερδοφορία – ζημιές» με +28,57%, τον παράγοντα «προγράμματα πρόσληψης – ΟΑΕΔ» με +17,45% και τον παράγοντα «νομική

μορφή – ΟΕ» με +15,38%. Οι υπόλοιποι παράγοντες παρουσίασαν θετική διαφοροποίηση που μετρήθηκε με ποσοστά μικρότερα του +10%.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 54



ΠΗΓΗ: Συνδυασμένη στατιστική πληροφόρηση από την επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

5.8. ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΑΝΤΙΛΗΨΕΩΝ

Από την ανάλυση που πραγματοποιήθηκε για τη διαφοροποίηση των αντιλήψεων μεταξύ ανδρών και γυναικών, προέκυψε ο πίνακας 3 όπου παρουσιάζεται (ποσοτικά) η διαφοροποίηση των γυναικών σε σχέση με τους άνδρες για το επίπεδο Β.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3: ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΑΝΤΙΛΗΨΕΩΝ

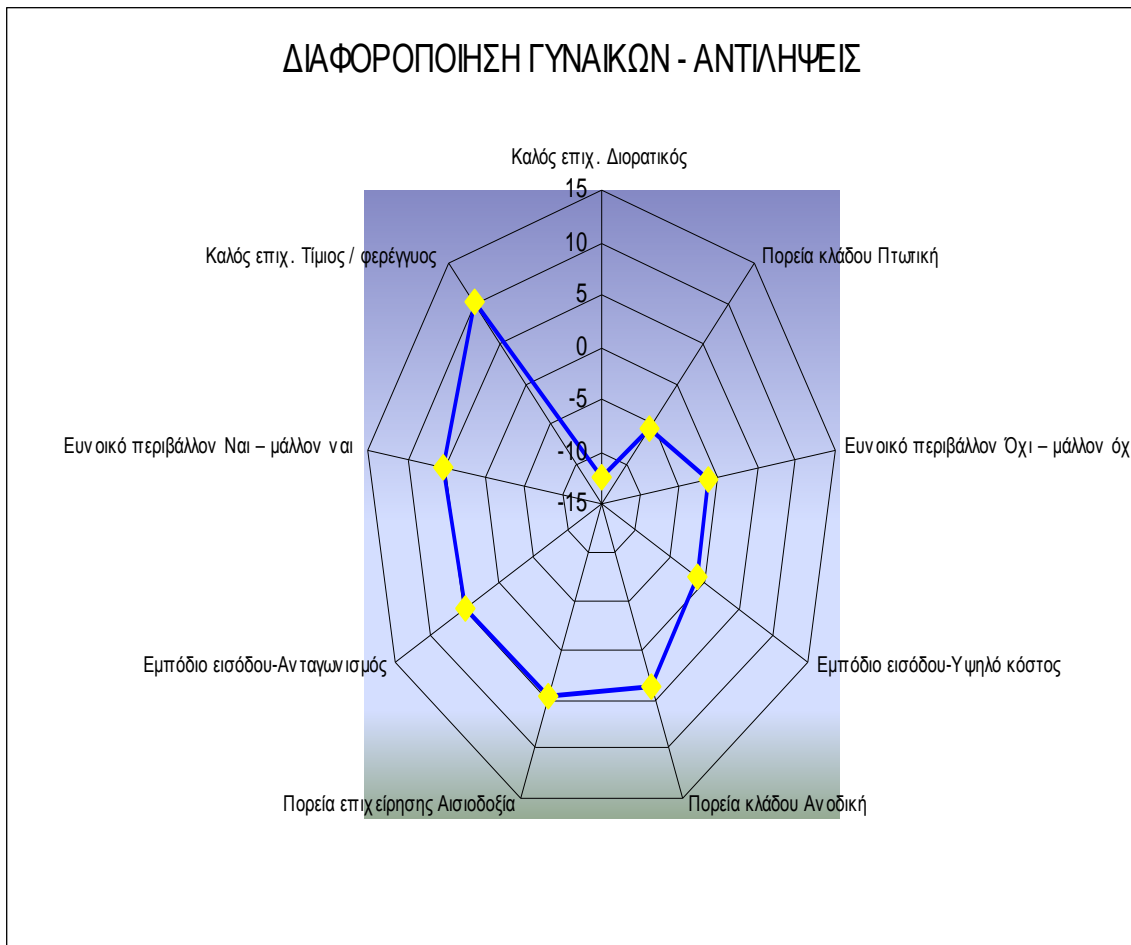
ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ	ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ ΓΥΝΑΙΚΩΝ
ΕΜΠΟΔΙΑ ΕΙΣΟΔΟΥ	
Ανταγωνισμός	+5,05%
Υψηλό κόστος	-1,16%
ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΠΟΡΕΙΑΣ ΚΛΑΔΟΥ	
Ανοδική	+3,63%
Πτωτική	-5,43%
ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΠΟΡΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	
Αισιοδοξία	+4,55%
ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΛΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ	
Τίμιος / φερέγγυος	+10,07%
Διορατικός	-12,40%
ΕΥΝΟΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	
Ναι – μάλλον ναι	+5,26%
Όχι – μάλλον όχι	-1,28%

ΠΗΓΗ: Συνδυασμένη στατιστική πληροφόρηση από την επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

Όπως παρατηρείται από τα στοιχεία του Πίνακα 3 αν και καταγράφηκαν τόσο θετικές όσο και αρνητικές διαφοροποιήσεις, εντούτοις τα ποσοστά διαφοροποίησης ήταν σχετικά μικρά (κάτω του 12,5%).

Για την αποτύπωση μίας καλύτερης εικόνας αναφορικά με τη διαφοροποίηση αυτή δημιουργήθηκε το Διάγραμμα 55.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 55



ΠΗΓΗ: Συνδυασμένη στατιστική πληροφόρηση από την επεξεργασία στοιχείων της ποσοτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007.

Στο διάγραμμα αυτό εμφανίζονται κυκλικά όλες οι διαφοροποιήσεις που παρουσιάζονται σε επίπεδο αντιλήψεων μεταξύ ανδρών και γυναικών. Η λειτουργία του διαγράμματος αυτού έχει ως εξής: Ξεκινά από την αντίληψη που παρουσιάζει την αρνητικότερη διαφοροποίηση παρουσιάζοντάς την στην ώρα 12 του διαγράμματος (αντίληψη καλός επιχειρηματίας – διορατικός) που έχει ποσοστό -12,40%, και συνεχίζει σύμφωνα με τη φορά των δεικτών του ωρολογίου. Έτσι η αμέσως επόμενη αντίληψη καταγράφηκε ως η «πορεία κλάδου – πτωτική» με -5,43%, καταλήγοντας στην πλέον θετική αντίληψη «καλός επιχειρηματίας – τίμιος/φερέγγυος» με +10,07%.

6. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η μεγάλη πλειοψηφία των επιχειρήσεων (52%) είναι επιχειρήσεις νεότερες των 20 ετών, χωρίς αυτό να παρουσιάζει ιδιαίτερη διαφοροποίηση ανάλογα με το φύλο.

Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων (66%) αφορούν ατομικές / προσωπικές επιχειρήσεις χωρίς ιδιαίτερη διαφοροποίηση μεταξύ ανδρών και γυναικών.

Η έναρξη και η λειτουργία, σε συντριπτικό ποσοστό χρηματοδοτούνται από ίδια κεφάλαια χωρίς ιδιαίτερη διαφοροποίηση μεταξύ ανδρών και γυναικών.

Ο βαθμός δυσκολίας άντλησης κεφαλαίων εμφανίζεται σχετικά μεγάλος για το 60% των επιχειρήσεων. Σε επίπεδο φύλου η διαφοροποίηση είναι σχετικά μικρή υπέρ των ανδρών.

Η απασχόληση προσωπικού στις επιχειρήσεις καθορίζεται σε μεγάλο βαθμό από την ενίσχυση του ΟΑΕΔ. Οι γυναίκες αξιοποιούν την ευκαιρία αυτή περισσότερο.

Οι επιχειρήσεις είναι στην πλειοψηφία τους κερδοφόρες και λειτουργούν σε σχετικά χαμηλά επίπεδα ανταγωνισμού. Η κατά φύλο ανάλυση διαφοροποιεί τις γυναίκες τόσο σε επίπεδο κερδοφορίας, αφού λιγότερες επιχειρήσεις είναι κερδοφόρες και περισσότερες λειτουργούν στο επίπεδο «ούτε κέρδη ούτε ζημιές», όσο και σε επίπεδο ανταγωνισμού, αφού οι γυναίκες αντιμετωπίζουν εντονότερο ανταγωνισμό και περισσότερους ανταγωνιστές.

Ενώ το διαδίκτυο χρησιμοποιείται από την πλειοψηφία των επιχειρήσεων, μόλις το 30% αυτών διαθέτει ίδια ιστοσελίδα. Οι γυναίκες αυτοαπασχολούμενες, παρουσιάζουν μικρή αρνητική διαφοροποίηση ως προς τους παράγοντες αυτούς.

Οι ενέργειες προώθησης και προβολής είναι σχετικά περιορισμένες (30%) τόσο για τους άνδρες όσο και για τις γυναίκες.

Η αξία της ενημέρωσης για την επιχειρηματικότητα είναι αναγνωρισμένη από το 85% των αυτοαπασχολούμενων. Το 60% λαμβάνει ενημέρωση περί επιχειρηματικότητας από τις εφημερίδες, το διαδίκτυο και από Συλλόγους. Ο παράγων αυτός δε διαφοροποιείται μεταξύ ανδρών και γυναικών.

Αξίζει να σημειωθεί ότι μόλις το 27% των αυτοαπασχολούμενων είναι γυναίκες.

Οι γυναίκες εμφανίζονται πιο αισιόδοξες για την πορεία της δουλειάς τους στο μέλλον.

Σε σχέση με το τι προσδιορίζει έναν καλό επιχειρηματία, η εντιμότητα και η φερεγγυότητα υπερισχύει για τις γυναίκες, ενώ για τους άνδρες η διορατικότητα.

Το επιχειρηματικό περιβάλλον θεωρείται ευνοϊκότερο από τους άνδρες παρά από τις γυναίκες αυτοαπασχολούμενες.

Ο προσανατολισμός των νέων στην καινοτομία και την επιχειρηματικότητα δια μέσου της αυτοαπασχόλησης αποτελεί λύση καλύτερη από την οποιαδήποτε εξαρτημένη εργασία σε μια επιχείρηση.

Όλοι οι άνθρωποι έχουν κάποιο ταλέντο, το οποίο μπορεί να μην έχουν ακόμη ανακαλύψει και με το οποίο θα μπορούσαν είτε να προσφέρουν κάτι θετικό στο κοινωνικό σύνολο, είτε να το χρησιμοποιήσουν για να πετύχουν μια επαγγελματική ή ατομική αυτονομία.

Η έλλειψη ελεύθερου χρόνου είναι ένας από τους παράγοντες που δεν επιτρέπει στα άτομα να βρουν ποιοι πραγματικά είναι, τι θέλουν να κάνουν, ποια είναι τα ταλέντα και οι τάσεις τους.

7. ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ

Από τα αποτελέσματα της έρευνας προκύπτει η ανάγκη για περαιτέρω διερεύνηση της αυτοαπασχόλησης σε άλλες χώρες, καθώς και των δράσεων για την ενίσχυσή της.

Εμφανής είναι επίσης η ανάγκη για ενίσχυση της προβολής των επιχειρήσεων. Η χρήση των τεχνολογιών πληροφορικής εμφανίζεται περιορισμένη. Η προβολή των ευκαιριών αξιοποίησης της τεχνολογίας από τις επιχειρήσεις καθώς και η ενίσχυση των κινήτρων για εισαγωγή τους στην επιχείρηση είναι κρίσιμοι παράγοντες βελτίωσης της εικόνας των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων της χώρας.

Σημαντικό ρόλο μπορεί να διαδραματίσει το Παρατηρητήριο μέσα από επιμέρους δράσεις:

- Διάχυση αποτελεσμάτων
- Χρηματοδότηση περαιτέρω έρευνας
- Ενέργειες ενημέρωσης και πληροφόρησης
 - Πληροφοριακό υλικό
 - Εκδηλώσεις ενημέρωσης ενδιαφερομένων
- Πρωτοβουλίες δικτύωσης
 - Δημιουργία δικτύου γυναικών επιχειρηματιών

Για την αποτελεσματική προώθηση των παραπάνω δράσεων είναι απαραίτητο να προωθηθούν ριζικές αλλαγές στο σύστημα εκπαίδευσης (δευτεροβάθμια, τριτοβάθμια), ύπαρξη εκπαίδευσης που θα προάγει την κριτική σκέψη και την αμφισβήτηση και, βέβαια, πολιτικές διαμόρφωσης αντιλήψεων που να παρέχουν κίνητρα για δημιουργικές πρωτοβουλίες ενισχύοντας και υποβοηθώντας την αυτενέργεια και την αυτονομία των πολιτών.

Απαιτείται η δημιουργία κέντρων ανάδειξης προσωπικών ταλέντων, γραφείων συμβουλών επαγγελματικού προσανατολισμού, τμημάτων υποστήριξης αυτοαπασχολούμενων σε περιφερειακό, νομαρχιακό και τοπικό επίπεδο.

8. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Felfe, J. / Schmook, R. / Schyns, B. / Six, B, (2008), "Does the form of employment make a difference?-Commitment of traditional, temporary, and self-employed workers", *Journal of Vocational Behavior*, 72 (1), p.81-94.

Hartman, Esther / Oude Vrielink, Huub H E / Huirne, Ruud B M / Metz, Jos H M, (2006), "Risk factors for sick leave due to musculoskeletal disorders among self-employed Dutch farmers: a case-control study", *American journal of industrial medicine*, 49 (3), p.204-214.

Ranson, M Kent / Sinha, Tara / Chatterjee, Mirai / Acharya, Akash / Bhavsar, Ami / Morris, Saul S / Mills, Anne J (2006), "Making health insurance work for the poor: learning from the Self-Employed Women's Association's (SEWA) community-based health insurance scheme in India", *Social science & medicine*, 62 (3), p.707-720.

Garcia-Mainar, I. / Montuenga-Gomez, V.M. (2005), "Education returns of wage earners and self-employed workers: Portugal vs. Spain", *Economics of Education Review*, 24 (2), p.161-170.

Dirubbo, Nancy (2005), "What does "self-employed" mean?", *The Nurse practitioner*, 30 (2), p.6.

Tait, John (2005), "Associate compensation: self-employed or salaried?", *The Canadian veterinary journal*, 46 (1), p.79-80.

Driscoll, T.R. / Healey, S. / Mitchell, R.J. / Mandryk, J.A. / Hendrie, A.L. / Hull, B.P. (2003), "Are the self-employed at higher risk of fatal work-related injury?", *Safety Science*, 41 (6), p.503-515.

Kawaguchi, D. (2003), "Human capital accumulation of salaried and self-employed workers", *Labour Economics*, 10 (1), p.55-71.

Kim, G. (2007), "The analysis of self-employment levels over the life-cycle", *Quarterly Review of Economics and Finance*, 47 (3), p.397-410.

Leung, D. (2006), "The male/female earnings gap and female self-employment", *Journal of Socio-Economics*, 35 (5), p.759-779.

Wellington, A.J. (2006), "Self-employment: the new solution for balancing family and career?", *Labour Economics*, 13 (3), p.357-386.

Torrini, R. (2005), "Cross-country differences in self-employment rates: the role of institutions", *Labour Economics*, 12 (5), p.661-683.

Bruce, D. / Schuetze, H.J. (2004), "The labor market consequences of experience in self-employment", *Labour Economics*, 11 (5), p.575-598.

Loscocco, K.A. (1997), "Work-Family Linkages among Self-Employed Women and Men", *Journal of Vocational Behavior*, 50 (2), p.204-226.

Ekelund, J. / Johansson, E. / Jarvelin, M.R. / Lichtermann, D. (2005), "Self-employment and risk aversion-evidence from psychological test data", *Labour Economics*, 12 (5), p.649-659.

COM(2005) 24 τελικό, "Συνεργασία για την οικονομική μεγέθυνση και την απασχόληση — Νέο ξεκίνημα για τη στρατηγική της Λισαβόνας".

COM(2005) 141 τελικό, "Ολοκληρωμένες κατευθυντήριες γραμμές για την ανάπτυξη και την απασχόληση" (2005-2008).

Συμπεράσματα της Προεδρίας, 7775/1/06 REV 1, παράρτημα ΙΙ.

COM(2006) 92 τελικό

COM(2004) 70 τελικό, "Πρόγραμμα δράσης: Η ευρωπαϊκή ατζέντα για την επιχειρηματικότητα"

Ευρωπαϊκός χάρτης για τις μικρές επιχειρήσεις

Εφαρμογή του κοινοτικού προγράμματος της Λισσαβώνας: Προώθηση της επιχειρηματικής νοοτροπίας μέσω της εκπαίδευσης και της μάθησης", εισηγήτρια η κ. Jerneck (ΕΕ C 309 της 16.12.2006, σ. 110)