

ΑΤΕΙ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

## ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ



Η ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ

ΠΑΝΤΑΖΗ ΧΡΙΣΤΙΝΑ

ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ

ΝΙΚΟΛΑ ΓΚΙΑΤΑ Μ.

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ 2009

## ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>ΠΡΟΛΟΓΟΣ .....</b>	<b>6</b>
<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....</b>	<b>7</b>
<b>ΜΕΡΟΣ Α .....</b>	<b>9</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1:Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ .....</b>	<b>10</b>
1.1 Η έννοια της επιχειρηματικότητας.....	10
1.2 Επιχειρηματικές λειτουργίες .....	11
1.3 Επιχειρηματικά κίνητρα .....	14
1.4 Επιχειρηματικά χαρακτηριστικά.....	15
1.5 Ο ρόλος του κέρδους .....	17
1.6 Επιχειρηματικό περιβάλλον.....	18
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΧΑΡΤΗ..</b>	<b>20</b>
2.1 Ο ρόλος των τραπεζών .....	20
2.2 Προβλήματα – προοπτικές.....	23
2.3 Προγράμματα ενίσχυσης των επιχειρήσεων .....	26
2.4 Εξασφάλιση μέλλοντος και προόδου.....	28
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3:ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΑΣ- ΓΥΝΑΙΚΕΙΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.</b>	<b>29</b>
3.1 Η κατάσταση των γυναικών από το 19 <sup>ο</sup> αιώνα έως το 1984 .....	29
3.2 Η συμμετοχή των γυναικών κατά την δεκαετία του 1984-1994. ....	30

3.2.1 Συμμετοχή των γυναικών στα κέντρα λήψης αποφάσεων.....	30
3.2.2 Σχέση αμοιβών γυναικών και ανδρών .....	32
3.2.3 Γενικά στατιστικά στοιχεία απασχόλησης.....	32
3.2.4 Απασχολούμενοι στο επάγγελμα κατά θέση και φύλο .....	33

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΡΟΦΙΛ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ .... 35**

4.1 Απασχόληση γυναικών Ευρώπη – Ελλάδα.....	35
4.2 Υποαπασχόληση γυναικών .....	36
4.3 Η γυναικεία επιχειρηματικότητα στο νόμο Θεσσαλονίκης .....	37
4.4 Κατανομή σε τομείς παράγωγης.....	37
4.5 Το προφίλ των επιχειρήσεων .....	38
4.5.1 Προσωπικά χαρακτηριστικά επιχειρηματιών .....	38
4.5.2 Πηγές χρηματοδότησης.....	39
4.5.3 Οικονομική πορεία των επιχειρήσεων .....	39
4.6 Η απασχόληση των γυναικών πριν την ίδρυση δική τους επιχείρησης.....	40
4.7 Η κινητήρια δύναμη για την γυναίκα επιχειρηματία.....	41
4.8 Ικανότητες για την επιτυχία και την ανταγωνιστικότητα.....	42
4.9 Σχέση των γυναικών επιχειρηματιών με την τεχνολογία της πληροφορικής .....	43
4.9.1 Ανησυχίες για το μέλλον της επιχείρησης. ....	43
4.9.2 Σχεδία των γυναικων επιχειρηματιων για το μέλλον .....	44

ΜΕΡΟΣ Β.....	46
--------------	----

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5:ΒΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΤΥΧΙΑ ΜΙΑΣ ΓΥΝΑΙΚΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ- MANAGER..... 47**

5.1 Τα κύρια χαρακτηριστικά ενός manager.....	47
5.2 Οι νέες αξίες .....	48
5.3 Η γυναίκα ως ηγέτης .....	48

5.3.1 Τρεις κατηγορίες ικανοτήτων .....	49
5.4 Τρόποι βελτίωσης επικοινωνίας .....	50
5.5 Στόχοι προς επίτευξη. ....	50
5.6 Στοχεύοντας στη επιτυχία.....	51
5.7 Τρόποι για να ενισχύσει μια γυναίκα την εικόνα της. ....	52
5.8 Πλήρης και αποτελεσματική επικοινωνία.....	52

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 : ΣΥΛΛΟΓΟΙ, ΦΟΡΕΙΣ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑ- ΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ..... 53**

6.1 Φορείς ενημέρωσης γυναικών.....	53
6.2 Επιχειρησιακό πρόγραμμα «ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ» .....	58

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ ΜΙΚΡΟ ΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (ΕΟΜΜΕΧ)..... 60**

7.1 Γενικά χαρακτηριστικά του ΕΟΜΜΕΧ.....	60
7.2 Οργανωτική δομή ΕΟΜΜΕΧ .....	64
7.3 Στόχοι ΕΟΜΜΕΧ.....	67
7.4 Ανάπτυξη γυναικείας απασχόλησης και επιχειρηματικότητα .....	68
7.4.1 Γενικό πλαίσιο υλοποίησης της δράσης .....	68
7.4.2 Νομοθετικό πλαίσιο και τρόποι ενίσχυσης .....	69
7.4.3 Προϋποθέσεις συμμετοχής- διαδικασία.....	70

## **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ..... 82**

## **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ..... 84**

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ..... 92**

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η ερευνά μου αφορά τη γυναίικεια επιχειρηματικότητα. Είναι ενδιαφέρον να δούμε την εξέλιξη και την επέκταση της δραστηριότητας της σύγχρονης γυναίκας στον κόσμο των επιχειρήσεων.

Επιπρόσθετα, αποσκοπώ στο να δώσω μια γενική εικόνα της δραστηριότητας της γυναίκας επιχειρηματίας. Επίσης θέλω να εκθέσω προβληματισμούς και να διαπιστώσω εάν τελικά υπάρχει περιθώριο και δυνατότητα βελτίωσης της παρούσα κατάσταση όσον αφορά την δραστηριότητα, το προφίλ και τις δυνατότητες της γυναίικειας επιχειρηματικότητας.

Δεν πρέπει να παραλείψω να ευχαριστήσω για την άψογη συνεργασία καθώς και για τις χρήσιμες πληροφορίες του κέντρου Κ.Ε.Θ.Ι της Θεσσαλονίκης όσον αφορά την δράση των γυναικών σημ. και το ρολό που παίζουν οι διάφοροι φορείς στην υποστήριξη της γυναίκας επιχειρηματία. Επίσης θα πρέπει να ευχαριστήσω το πρόγραμμα ελληνικού οργανισμού μικρομεσαίων επιχειρήσεων και μικροτεχνίας. (Ε.Ο.Μ.Ε.Χ ) για το πολύ πληροφοριακό έντυπο υλικό και κυρίως για τα σημαντικά στοιχεία που μου πρόσφερε ώστε να είμαι σε θέση να δάσος μια γενική εικόνα για το προφίλ και την δραστηριότητας της γυναίκας επιχειρηματία.

Ελπίζω πως η παρούσα μελέτη θα είναι κατατοπιστική και πληροφοριακή όσον αφορά την γυναίικεια επιχειρηματικότητα..

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Αντικείμενο της εργασίας μου αποτελεί η διερεύνηση της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, καθώς και η εξέταση διαφόρων παραγόντων που ασκούν θετική ή αρνητική επίδραση στην επιχειρηματική δραστηριότητα των γυναικών επιχειρηματιών.

Για την καλύτερη κατανόηση του θέματος μας χρησιμοποίησα διαφορές μεθόδους για την καλύτερη απεικόνιση των στοιχείων, όπως ραβδομύματα, πίτες .

Πιο συγκεκριμένα, στο αρχικό κεφάλαιο αναφέρομαι στη γενικότερη εικόνα της επιχειρηματικότητας , στις λειτουργίες που επιτελεί και κατά πόσο είναι ευνοϊκό ή μη ευνοϊκό το επιχειρηματικό περιβάλλον στην Ελλάδα ,οι πρωτοβουλίες που παίρνει για την στήριξη των επιχειρήσεων το ελληνικό κράτος.

Στο δεύτερο κεφάλαιο αναφέρομαι στο ρολό των τραπεζών προς την στήριξη των επιχειρήσεων στο ελληνικό κράτος και για τις προοπτικές των ελληνικών επιχειρήσεων στην χώρα μας.

Στο τρίτο κεφάλαιο κάνω μια σύντομη ιστορική ανάδρομη της γυναίκας και του γυναικείου κινήματος στην Ελλάδα αρχίζοντας από τον 19<sup>ο</sup> αιώνα στην περίοδο του μεσοπόλεμου μέχρι και την δεκαετία του 1984-1994 .

Στο τέταρτο κεφάλαιο παρατίθενται αναλυτικά στατιστικά στοιχεία για την απασχόληση των γυναικών στην Ελλάδα. Χαρακτηριστικά , γίνεται αναλυτική αναφορά στους τομείς που δραστηριοποιούνται οι γυναίκες επιχειρηματίες και σε ποιους τομείς παράγωγης έχει «εισβάλει» πιο πολύ. Αναφορά γίνεται επίσης και στο γενικό προφίλ των επιχειρήσεων που ιδρύουν οι γυναίκες .

Ενδιαφεροσα αποδεικνύεται η αναφορά μου σε διάφορους συλλόγους και γενικότερα σε φορείς στους οποίους μπορεί να απευθυνθεί μια γυναίκα, είτε στα πρώτα της βήματα κατά το άνοιγμα μιας δικής της επιχείρησης, είτε για την υποστήριξη της όταν αντιμετωπίζει κάποια προβλήματα, όπως ένα η εξεύρεση χρηματοδότησης. Εντυπωσιακό είναι ότι ο φορείς υποστήριξης γυναικείας επιχειρηματικότητας είναι πολλοί, αλλά πολλές φορές παρατηρείται ότι οι γυναίκες έχουν έλλειψη ενημέρωσης όσον αφορά αυτές τις πηγές υποστήριξης τους .

Στην συνέχεια εξετάζω κάποια αλλά, ωστόσο σημαντικά βήματα καθώς και συμβουλές που σίγουρα θα βοηθούσαν μια γυναίκα να βελτιώσει το προφιλ της , τίνα επικοινωνία της στον επαγγελματικό χώρο καθώς θέλει να φτάσει στην επιτυχία και στην εκπλήρωση των στόχων της.

Ενδεικτικά παρατίθενται το πρόγραμμα των μικρό μεσαίων επιχειρήσαν και οι τρόποι χρηματοδότησης προς της γυναικείες επιχείρησης. Καθώς επίσης και στόχοι και τρόποι ανάπτυξης των επιχειρησεων.



## **ΜΕΡΟΣ Α**

**Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΔΑΣ  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ.**

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ

## 1.1 Η έννοια της επιχειρηματικότητας

Όταν σήμερα χρησιμοποιούμε την λέξη επιχειρηματίας συχνά αναφερόμαστε σε ένα πολύ ευρύ φάσμα διαφορετικών ανθρώπων εφόσον χρησιμοποιούμε τον όρο αυτό για πολύ μικρούς επιχειρηματίες που έχουν ένα μικρό κατάστημα η επίσης για πολύ μεγάλες επιχειρήσεις.

Οι πραγματικοί επιχειρηματίες είναι τα άτομα εκείνα που αρχίζουν από το τίποτε και αναπτύσσουν τις επιχειρήσεις τους και επιτυγχάνουν με πολύ σκληρή δουλειά και δημιουργική φαντασία, αντιλαμβάνονται τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται η δημιουργούν άλλες και έχουν και σωστή αίσθηση του κατάλληλου χρόνου δράσης.

Είναι ο άνθρωπος εκείνος που συλλαμβάνει μια ιδέα, τη σχεδιάζει, ενδεχομένως την παρουσιάζει σε έλους ανθρώπους, πλησιάζει τους κυβερνητικούς φορείς για βοήθεια, κατασκευάζει το προϊόν και το πουλάει.

Τα άτομα αυτά βοηθούν αποτελεσματικά στην ανάπτυξη της οικονομίας μέσα από την δημιουργία καινούργιων θέσεων εργασίας, καινούργιου εισοδήματος, καινούργιων κερδών και καινούργιων πηγών πλούτου, τρόπων και μέσων ικανοποίησης των αναγκών της κοινωνίας. βοηθούν στην αύξηση της αγοραστικής αξίας των εισοδημάτων, ανάπτυξη εξαγωγών και βελτίωση της εθνικής οικονομίας. (Κανελλόπουλος, 1987 )

Θα πρέπει να επισημάνουμε ότι υπάρχει διαφορά στο περιεχόμενο των ορών επιχειρηματίας και επιχειρηματικότητα. Η έννοια επιχειρηματικότητα είναι πιο πλατιά από εκείνη του επιχειρηματία, διότι περιλαμβάνει και πολλά αλλά άτομα τα οποία παρότι δεν αρχίζουν η δεν συνεχίζουν μια επιχείρηση δική τους, εντούτοις παρουσιάζουν πολλά από τα πιο πάνω χαρακτηριστικά.

Κατά μια άποψη η επιχειρηματικότητα είναι η έμπρακτη ικανότητα για καινοτομήσει, επένδυση και επέκταση σε νέες αγορές νέα προϊόντα και νέες μεθόδους, με την έννοια αυτή πίσω από κάθε ανάληψη κινδύνων και επένδυση πόρων για ακτή το καινούργιο η για ανάπτυξη νέων η τροποποιημένων προϊόντων η νέων αγορών υπάρχει ένα άτομο με επιχειρηματικό πνεύμα

## 1.2 Επιχειρηματικές λειτουργίες

Υπάρχουν πολύ σημαντικές και σχεδόν αναντικατάστατες δραστηριότητες του επιχειρηματία μέσω των όποιον συμβάλλει στην ανύψωση της οικονομικής ευημερίας και στην οικονομική ανάπτυξη και για χάρη των όποιων εισπράττει την αμοιβή του το κέρδος. Οι δραστηριότητες του επιχειρηματία είναι οι εξής :

- καινοτομική δράση και δημιουργική μίμηση.

Όταν μια επιχείρηση παράγει και προφέρει στους καταναλωτές η σε άλλες επιχειρήσεις κάτι καινούργιο, δηλαδή, νέο προϊόν η μια νέα υπηρεσία, τότε ο επιχειρηματίας αυτής της επιχείρησης καινοτομεί πρωτοποριακά

Όταν μια επιχείρηση παράγει και προσφέρει κάτι παρόμοιο με αυτό που ήδη έχει παράγει η προσφέρει μια άλλη επιχείρηση, τότε ο επιχειρηματίας της πρώτης επιχείρησης μιμείται δημιουργικά.

Πολλοί άνθρωποι παρατηρώντας την αγορά βάζουν την φαντασία τους να δουλέψει για αν δουν τι είναι αυτό που λείπει από την αγορά και αφού έπλασαν στο μυαλό τους αυτό που λείπει από την αγορά και προσπάθησαν να το κάνουν πραγματικότητα. Αυτό είναι η λεγομένη η δημιουργική φαντασία.

Ο επιχειρηματίας καινοτομεί με τους εξής τρόπους :

1. δημιουργεί ένα νέο η καλύτερο προϊόν η υπηρεσία

2. χρησιμοποιεί νέες μεθόδους παράγωγης και οργάνωσης της επιχείρησης
3. δημιουργεί μια νέα αγορά.

Οι καινοτομίες μπορεί να είναι πολύ απλές , όπως στο σχήμα του προϊόντος η στο χρώμα η στον τρόπο πώλησης, μπορεί όμως να είναι πολύ σημαντικές όπως η εισαγωγή ενός μοντέλου αυτοκίνητου η ενός νέου προϊόντος.

Κάθε καινοτομία συνοδεύεται και από ένα διαφορετικό ύψος κίνδυνων και κερδών, αν και κάποιος δεν αμφισβάζει σήμερα ότι οι καινοτομικές επιχειρήσεις πραγματοποιούν μεγαλύτερα κέρδη από τις μη καινοτομικές επιχειρήσεις πραγματοποιούν μεγαλύτερα κέρδη από τις μη καινοτομικές εντούτοις υπάρχει αβεβαιότητα για το αν ένα νέο προϊόν θα καταλήξει σε εμπορική πτυχία, η επιτυχημένη καινοτομία πρέπει να είναι το αποτέλεσμα μιας δύσκολης και αβέβαιης διαδικασίας,

Η εμπειρία έχει δείξει ότι η επιχειρηματική καινοτομία είναι η πηγή του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος των επιχειρήσεων και, γενικά, των οργανισμών, έχει ακόμα διαπιστωθεί εμπειρικά ότι η ικανότητα ενός οργανισμού να καινοτομεί αποκτάται διάμεσου μιας μακρόχρονης και συστηματικής διαδικασίας μάθησης. (Γεωργαντα, 2003)

Οι εσωτερικές παράγοντες της καινοτομίας περιλαμβάνουν τις ικανότητες που διαθέτει μια επιχείρηση για την παράγωγή και εμπορική προώθηση καινοτομικών προϊόντων και υπηρεσιών υψηλής ποιότητας, οι εξωτερικοί παράγοντες περιλαμβάνουν το εθνικό περιβάλλον στο οποίο είναι τοποθετημένη μια επιχείρηση δηλαδή οι θεσμοί και οι μηχανισμοί που υπάρχουν σε μια χώρα οι οποίοι ευνοούν και υποστηρίζουν την καινοτομία.

- Λήψη αποφάσεων συντονισμού των παραγωγικών πόρων.

Οι επιχειρηματίες συνδυάζοντας τους παραγωγικούς συντελεστές και τις διαφορές εργασίες που εκτελούνται στην επιχείρηση με τον άριστο δυνατό τρόπο, βελτιώνει τη αποτελεσματικότητα της οικονομίας αφού επιτυγχάνεται ο

καλύτερος συντονισμός των εργασιών και η καλύτερη οργάνωση και διασύνδεση των διαφόρων αγορών. Όταν αποφασίζει να φτιάξει κάποια επιχείρηση σχεδιάζει και τον τρόπο με τον οποίο θα την οργανώσει. σχεδιάζει τι προσόντα και γνώσεις πρέπει να έχουν οι εργάτες που θα προσλάβει, από πού θα αγοράσει τις πρώτες ύλες, τα μηχανήματα και ότι άλλο χρειάζεται για να λειτουργήσει η επιχείρηση του. Με άλλα λόγια, οργανώνει όλο αυτό που λέγεται κύκλωμα παράγωγης και κατανάλωσης. Όσο μεγαλύτερη ικανότητα έχει στην οργάνωση τόσο τα έξοδα του θα είναι λιγότερα και τόσο μεγαλύτερες θα είναι οι δυνατότητες του να πουλήσει φθηνότερα τα προϊόντα του και να έχει περισσότερους πελάτες.

Εκτός από την οργανωτική λειτουργία που εκπληρώνει είναι και ο τελικός υπεύθυνος που παίρνει τις αποφάσεις και αναλαμβάνει την αποκλειστική ευθύνη των συνεπειών τους.

- Δημιουργία και αξιοποίηση των ευκαιριών κέρδους και μείωση της αγνοίας που υπάρχει στην αγορά.

Επιχειρηματίας είναι αυτός που ψάχνει να βρει τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται στην αγορά για αν τις αξιοποιήσει για δικό τους όφελος. Η αγορά, στην πραγματικότητα, δεν λειτουργεί χωρίς λάθη.

Για αυτό και ο επιχειρηματίας συγκεντρώνοντας πληροφορίες για την επιχείρηση που θέλει να κάνει, πιστεύει ότι μονό αυτός μπορεί να πάρει σημαντικές αποφάσεις αφού πιστεύει ότι μερικές από τις πληροφορίες αυτές τις διαθέτει μονό ο ίδιος.

Οι αποφάσεις που θα πάρει εξαρτιούνται καταμόναχο μέρος από τις προσδοκίες του οι οποίες με την σειρά τους επηρεάζονται από :

1. τις ειδικές πληροφορίες που έχει συγκεντρώσει και αξιολογήσει
2. τις προσωπικές του εμπειρίες
3. τις γνώσεις που έχει για την επιχείρηση που θέλει να κάνει

4. και τις γενικές οικονομικές και πολιτικές καταστάσεις της χώρας την εποχή που σχεδιάζει την επιχείρηση.

- Ανάλυση κινδύνων από την αβεβαιότητα.

Η επιχειρηματικότητα περιλαμβάνει την ανάληψη του κινδύνου της οικονομικής επιτυχίας . στην ελεύθερη καπιταλιστική οικονομία δεν υπάρχει εγγύηση ότι μια επιχείρηση θα επιτύχει κέρδη.

Η έναρξη μιας νέας παραγωγικής δραστηριότητας η εισαγωγή ενός νέου προϊόντος η το άνοιγμα σε μια νέα αγορά μπορεί να φέρει μεγάλα κέρδη , μπορεί όμως να φέρει και μεγάλες ζημιές. (Οικονομικός ταχυδρόμος ,φ 14 σελ 56)

Οι ενδογενείς κίνδυνοι απορρέουν από τις διαφορές αποφάσεις του επιχειρηματία και σχετίζονται άμεσα με τη λειτουργία της επιχείρησης .

Οι εξωγενείς κίνδυνοι δεν εξαρτώνται άμεσα από τις αποφάσεις του επιχειρηματία ούτε από την λειτουργία της επιχείρησης.

### 1.3 Επιχειρηματικά κίνητρα.

Ο καθένας που θέλει να γίνει επιχειρηματίας λίγο η πολύ θα σκεφτεί για ποιους λόγους το θέλει και θα έχει βρει πολλούς η λίγους, λιγότερο η περισσότερο σοβαρούς για να το κάνει. Κάποιες από τις αιτίες που οδήγησαν πολλούς στην απόφαση να γίνουν επιχειρηματίες είναι οι εξής :

- Ήθελαν να κάνουν την δική τους επιχείρηση
- Δεν ήταν ικανοποιημένοι με την δουλειά που έκαναν η έστω ήθελαν να κάνουν κάτι που να τους αρέσει να τους ευχαριστεί να τους γεμίζει και αν τόση εμπνέει
- Επηρεαστήκαν από φίλους που κανάν επιχειρήσεις
- Ήθελαν να αποκτήσουν χρήματα

- Ήθελαν να είναι αυτόνομοι
- Ήθελαν να αποκτήσουν κοινωνική αναγνώριση
- Απολυθήκαν από την δουλεία τους.

Δηλαδή οι λόγοι που οδηγούν κάποιον να ιδρύσει δική του επιχείρηση μπορούν να διακριθούν στους εξής τρεις:

1. τις ψυχολογικές επιδράσεις που έχουν δεχτεί
2. από τις προτιμήσεις και τα χαρακτηριστικά τους
3. από τις εμπειρίες τους.

Η εξέταση αυτή θα τους βοηθήσει να γνωρίσουν εάν έχουν ένα ισχυρό η ανίσχυρο κίνητρο για να γίνουν επιχειρηματίες,

Ένα ισχυρό κίνητρο θα τους δυναμώσει την θέληση στο να ατυχούν στις επιχειρήσεις ενώ αντίθετα ένα ισχυρό κίνητρο θα τους οκνεί να σταματήσουν την επιχειρηματική τους προσπάθεια στην πρώτη δυσκολία που θα συναντήσουν.

#### 1.4 Επιχειρηματικά χαρακτηριστικά

Οι επιχειρηματίες όπως έχουν δείξει έρευνες, κυρίως προέρχονται από χαμηλά και μεσαία εισοδηματικά στρώματα χωρίς όμως να αποκλείονται οι εξαιρέσεις. παρακάτω παρατίθενται κάποια από τα χαρακτηριστικά και προσόντα που διακρίνουν έναν επιτυχημένο επιχειρηματία:

- Εργατικότητα και ανεκτικότητα στις αμφιβολίες.

Η δυνατότητα να είναι κάποιος ανεκτικός στις αμφιβολίες που απορρέουν από το πολλές φορές άγνωστο των ενεργειών του, είναι ένα συστατικό της προσωπικότητας του επιτυχημένου επιχειρηματία.

Ο επιχειρηματίας που ξεκινά δημιουργώντας μια μικρή επιχείρηση πολλές φορές στηρίζεται στην προσωπική του εργασία για να λειτουργήσει και να αναπτύξει την επιχείρησή του.

Με αλλά λόγια, ο μικρός επιχειρηματίας κεφαλόποιοι στην επιχείρηση του την προσωπική του ποικιλότητα εργασία.

- Διορατικότητα και κενότητα ρεαλιστικού προγραμματισμού.

Η θέσπιση προκλητικών αλλά και πρακτικών στόχων είναι δείγμα ρεαλιστικού προγραμματισμού. Ο άνθρωπος που θέλει να γίνει επιχειρηματίας. συγκεντρώνει πληροφορίες και εμπειρίες από την αγορά και επαγγελματικά συνεχώς για να αντιλήφθη κάποια ευκαιρία που όταν την εκμεταλλευτεί σωστά να έχει κέρδη.

- Αντοχή στις δυσκολίες.

Οι άνθρωποι που πιστεύουν στον εσωτερικό έλεγχο ξεχνούν πολύ πιο γρήγορα τις αποτυχίες τους από ότι οι άνθρωποι που πιστεύουν ότι οφείλονται στην τύχη ή σε άλλους εξωτερικούς παράγοντες που δεν μπορούσαν με τις δυνάμεις τους να ελέγξουν.

Γ αυτό οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες έχουν επιδείξει αξιοσημείωτη αντοχή στα δυσκολίες που συναντούν.

- Υπευθυνότητα.

Ο κάλος επιχειρηματίας αφού πρώτα έχει συλλέξει και μελετήσει όλες τις πληροφορίες που χρειάζονται για την εκπλήρωση του σκοπού του, σκέπτεται και αποφασίζει ψυχρά και αντικειμενικά για την πορεία της δράσης του.

- Ικανότητα επικοινωνίας
- Η επιχείρηση που θέλει να κάνει ένα άτομο θα αποτελεί τμήμα της οικονομίας και της κοινωνίας, θα πρέπει να είναι κοινωνικός εάν θέλει να μην



αποξενωθεί η επιχείρηση του από το υπερβάλλον. Η αρχή ότι ο επιχειρηματίας είναι ανεξάρτητος στην πραγματικότητα είναι ουτοπική.

Ο επιχειρηματίας εξαρτάτε από τους πελάτες του, τους δανειστές του, από τους υπάλληλους του.

Θα πρέπει να είναι πρόθυμο να ακούει τα προβλήματα των άλλων και να δέχεται τον χαρακτήρα και τις ιδιοτροπίες τους. Δεν είναι καλή τακτική με την συμπεριφορά του να προκαλεί την αγανάκτηση των άλλων, γιατί η επιτυχίες που έχουν οι μικρές κυρίως επιχειρήσεις βασίζεται στα συμπάθειες που έχει ο επιχειρηματίας στο επαγγελματικό και κοινωνικό του περιβάλλον.

- ικανότητα στην οργάνωση και διοίκηση.

Ο επιτυχημένος επιχειρηματίας δείχνει εξαιρετική ικανότητα στην οργάνωση και διοίκηση διαφόρων ατόμων με σκοπό την επίτευξη του στόχου που έχει θύσει.

Σέβεται τον ανταγωνισμό και θα επιλέξει το πλέον ειδικευμένο και ικανό άτομο για την εκτέλεση μιας εργασίας. Ένα άλλο στοιχείο που χρειάζεται να έχουν αυτοί που επιθυμούν να στραφούν στις επιχειρήσεις είναι η κατάλληλη επιλογή των συνεργατών.

### 1.5 Ο ρόλος του κέρδους

Συνηθίζετε να λέγεται ότι η επιχειρηματική δραστηριότητα εκτός από ελάχιστες περιπτώσεις έχει ως σκοπό το κέρδος. Η πραγματοποίηση κέρδους είναι πραγματικά απαραίτητος Όρος ύπαρξης μιας επιχείρησης .

Ο επιχειρηματίας αμείβεται για τις δραστηριότητες που αναπτύσσει στην επιχείρηση. Το κέρδος, που είναι η αμοιβή του επιχειρηματία, θα προκύψει ως υπόλοιπο αν τα έσοδα είναι μεγαλύτερα από τα έξοδα. Το ύψος των κερδών διαφέρει μεταξύ των επιχειρήσεων.

Για τόση επιχειρηματίες γενικά το κέρδος είναι ελάχιστο η μηδενικό και πόλοι από αυτούς την αμοιβή της εργασίας τους η κτιρίου που διαθέτουν στην επιχείρηση.

Από την άλλη άκρη υπάρχουν οι τεράστιες πολυεθνικές επιχειρήσεις που άλλοτε έχουν μεγάλα κέρδη και άλλοτε μεγάλες ζημιές. Γενικά το κέρδος επηρεάζεται από την οικονομική συγκύρια. Σε περιόδους οικονομικής άνθησης και αύξηση της παράγωγης και των εισοδημάτων, τα κέρδη αυξάνονται, ενώ σε προόδους ύφεσης μειώνονται.

Το ύψος τους κέρδους μιας επιχείρησης εξαρτάται μεταξύ των άλλων και από τη μορφή της αγοράς στην οποία πουλάει τα προϊόντα της, στον πλήρη ανταγωνισμό, το κέρδος συνήθως είναι πολύ μικρό, διότι υπάρχουν πολλοί παραγωγοί που ανταγωνίζονται μεταξύ τους.

Αντίθετα στο μονοπώλιο το κέρδος είναι μεγαλύτερο διότι δεν υπάρχει ανταγωνισμός και μονοπωλητής έχει κάποιον έλεγχο επί της τιμής του προϊόντος. (οικονόμος ταχυδρόμος, λιανός θ.,2003 17 Απριλίου, σελ 57)

#### 1.6 επιχειρηματικό περιβάλλον.

Τα τελευταία χρόνια, η ελληνική οικονομία έχει σημειώσει σταθερή πρόοδο στις επιδόσεις της. Στο επίπεδο των συνολικών οικονομικών επιδόσεων, σημειώθηκαν σημαντικά βήματα στη μικροοικονομική σταθεροποίηση, στη σταδιακή μείωση των επιτοκίων, στο δραστικό περιορισμό του πληθωρισμού και στη δημιουργία ευνοϊκότερων προϋποθέσεων στις προοπτικές βελτίωσης του επιχειρηματικού περιβάλλοντος.

Τόσο οι μικροοικονομικοί δείκτες όσο και επιδόσεις της πραγματικής οικονομίας σημείωσαν αντίστροφη των τάσεων οικονομικής απόκλισης και συστηματική επιδείνωση που χαρακτήριζαν το μεγαλύτερο μέρος της τελευταίας εικοσαετίας.

Η ελληνική οικονομία είναι κυρίως προσανατολισμένη προς δραστηριότητες χαμηλής προστιθεμένης αξίας, όπου η ποιότητα, ο σχεδιασμός, η καινοτομία και ο βαθμός εξειδίκευσης των προϊόντων ( αγίων και υπηρεσιών) είναι χαμηλή.

Το γενικότερο επιχειρηματικό περιβάλλον έχει βελτιωθεί αισθητά, ωστόσο, ο ανταγωνισμός που δημιουργεί η παγκοσμιοποίηση, δημιουργεί σοβαρά προβλήματα στις επιχειρήσεις, οι οποίες αναζητούν ένα περιβάλλον που θα υποστηρίξει την υιοθέτηση νέων τεχνολογιών , την ποιοτική αναβάθμιση των προϊόντων κλπ.

Η διόρθωση που έχει γίνει στο ελληνικό επιχειρηματικό περιβάλλον είναι πολύ περιορισμένη σε ορισμένους κλάδους ενώ παρατηρείται μεγάλη υστέρηση σε επιχειρηματική δράση στην πληροφορική και γενικά στις νέες τεχνολογίες στο ανθρώπινο δυναμικό και στην διοίκηση και οργάνωση.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΧΑΡΤΗ

### 2.1 Ο ρόλος των τραπεζών

Η ελληνική οικονομία και μαζί με αυτήν το ελληνικό χρηματοπιστωτικό σύστημα, έχει περάσει από σημαντικές αλλαγές τα τελευταία χρόνια.

Δεν είναι μακρινή ανάμνηση η περίοδος κατά την οποία ο πληθωρισμός έπαιζε γύρω στα 25% και τα επιτόκια , μαζί με τις προσαυξήσεις , έφτασαν μέχρι και το 36%.

Κάτω απ αυτές τις συνθήκες , θα ήταν αδιανόητο για τις επιχειρήσεις , ιδιαίτερα για τις μικρομεσαίες , να προσφύγουν σε δανεισμό επενδυτικών κεφαλαίων για έναρξη νέας επιχείρησης ή για επέκταση υπάρχουσας , και ας μη μιλάμε για τα κεφάλαια κινήσεως.

Όσο για τους ίδιους τους επιχειρηματίες , κατά κανόνα , στερούνταν γνώσης , εμπειρίας και επαγγελματικής συγκρότησης , πράγμα που τους έκανε πολύ ευάλωτους μέσα σ αυτό το αρνητικό περιβάλλον.

Ευτυχώς με την ένταξη μας στην Ευρωπαϊκή Ένωση ,την είσοδο μας στην ΟΝΕ και στην ζώνη του ευρώ και τον καθόλου ευκαταφρόνητο ρυθμό ανάπτυξης της οικονομίας μας, τα τελευταία χρόνια , τα πράγματα άρχισαν να αλλάζουν προς το καλύτερο.

Ο πληθωρισμός δαμάστηκε , τα επιτόκια, μονοψήφια πια, γίνονται ολοένα και πιο προσιτά και το τραπεζικό σύστημα με το ευμενές κλίμα που προσφέρει η ευρωπαϊκή ένωση, άρχισε να εκσυγχρονίζεται και να λειτουργεί ανταγωνιστικά, προσπαθώντας να προσελκύσει τον επιχειρηματία πελάτη, τον όποιο τώρα προσέχει περισσότερο.

Σήμερα ένας από τους χαρακτηριστικούς δείκτες για την δυσμενή κατάσταση της ελληνικής οικονομίας είναι εκείνος της ασφυξίας: περιλαμβάνει τις πτωχεύσεις και διαμαρτυρήσεις συναλλαγματικών, επιταγών κτλ. Ο δείκτης ασφυξίας καθίσταται συνεχώς δυσμενέστερος, κατατάσσοντας την Ελλάδα στην πλέον δυσοίωνη θέση , στο πλαίσιο της ευρωπαϊκής ένωσης.

Τα δυσεπίλυτα προβλήματα των ελληνικών επιχειρήσεων— ιδίως των μικρομεσαίων – οξυνθήκαν μάλιστα τα τελευταία χρόνια από την επιβολή των τόκων, τα οποίοι γονάτισαν επιχειρήσεις κατά τα αλλά υγιείς και πάντως, με προϋποθέσεις επιβίωσης.

Παραμένει δυστυχώς το ελληνικό τραπεζικό σύστημα το 60% του όποιου είναι πάντοτε υπό έμμεσο ή άμεσο κρατικό έλεγχο ένας μηχανισμός που αγνοεί την επιχειρηματικότητα και αξιολογεί τη δανειοληπτική ικανότητα των επιχειρήσεων και των επιχειρηματιών με αποκλειστική βάση την ακίνητη περιουσία και τις προσωπικές εγγυήσεις που μπορούν να εμφανίσουν.

Αντίθετα στον οικονομικό προηγμένο κόσμο , καταλυτικό κριτήριο αποτελεί η βιωσιμότητα και οι προοπτικές μιας επιχείρησης,

Αποτέλεσμα της ιδιοτυπίας αυτής του τραπεζικού μας συστήματος, άλλα και της ανεπαρκούς νομοθεσίας, είναι να έχουν καταστεί οι τράπεζες κατά κύριο λόγο διαχειριστές ακινήτων, καθώς τις συμφέρει να οδηγήσουν σε πτώχευση ή κλείσιμο μια επιχείρηση, αφού με την διαδικασία των αναγκαστικών πλειστηριασμών περιέρχονται σε αυτές ακίνητα, συχνά πραγματικής πολλαπλάσιας αξίας έναντι των οφειλομένων.(Οικονομικός Ταχυδρόμος , παραλήγουσας αν. , φ.40 , 2003 , 2 Οκτώβριου , σελ.22 )

Όσον αφορά τις προοπτικές της σχέσης μεταξύ τραπεζών και επιχειρήσεων , θετικές τώρα βλέπει τις συνέπειες στην ελληνική οικονομία από τους υψηλούς ρυθμούς αύξησης της πιστωτικής επέκτασης της τράπεζας της Ελλάδος.

Καθώς επιταχύνεται η πιστωτική επέκταση προς τις επιχειρήσεις και ταυτόχρονα επιβραδύνεται ο ρυθμός αύξησης των δανείων προς τα νοικοκυριά

μετά την απτική της αγοράς των καταναλωτικών δανείων που συντηρούν την υψηλή ζήτηση και τις πληθωριστικές πιέσεις.

Στο σημείο αυτό χρήσιμο είναι να αναφέρουμε ένα από τα βασικά κριτήρια για την χρηματοδότηση μιας επιχείρησης το οποίο είναι οι χρηματοοικονομικοί αριθμοδείκτες. Οι πιο σημαντικοί από αυτούς είναι οι αριθμοδείκτες που αφορούν την ρευστότητα και την αποδοτικότητα.

Οι σημαντικότεροι αριθμοδείκτες που αφορούν την ρευστότητα είναι:

Κυκλοφοριακή ρευστότητα =  $\frac{\text{κυκλοφοριακό ενεργητικό}}{\text{βραχυχρόνιες υποχρεώσεις}}$  . πρέπει να ισχύει:  $\text{κυκλοφοριακή ρευστότητα} > 1$

Ταχεία ρευστότητα =  $\frac{\text{κυκλοφοριακό ενεργητικό} - \text{αποθέματα}}{\text{βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις}}$  . πρέπει να ισχύει:  $\text{ταχεία ρευστότητα} > 1$

Κεφάλαιο κίνηση =  $\frac{\text{κυκλοφοριακό ενεργητικό} - \text{βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις}}{\text{δείκτης κεφαλαίου κίνησης \%}}$  =  $\frac{\text{κεφάλαιο κίνησης}}{\text{σύνολο ενεργητικό}}$

Οι αριθμοδείκτες της αποδοτικότητας δείχνουν τον ρυθμό των πωλήσεων και είναι:

μικτό περιθώριο κέρδους =  $\frac{\text{μικτό κέρδος}}{\text{πώληση}}$

λειτουργικό περιθώριο κέρδους =  $\frac{\text{λειτουργικό κέρδος προ φόρων}}{\text{πώλησης}}$ .

Τελείται οι τράπεζες δίνουν έμφαση στην ανάπτυξη της επιχειρηματικής πιστής, η οποία αναμένεται να αναδεχθεί σε τομέα αιχμής τα επόμενα έτη καθώς υπάρχουν σημαντικά περιθώρια ανάπτυξης, οξύνοντας περαιτέρω τον ανταγωνισμό τα επόμενα έτη.

Σε σύγκριση με τις χώρες της ευρωζώνης, η λιανική τραπεζική στην ελληνική αγορά παρουσιάζει ακόμη περιθώρια ανάπτυξης καθώς το σύνολο των χορηγήσεων προς τις επιχειρήσεις τα τελείται χρόνια αυξήθηκε μεν σημαντικά

ως ποσοστό του ΑΕΠ αλλά υπολείπεται σημαντικά των αντιστοιχών ευρωπαϊκών στις χώρες της ζώνης του ευρώ.

Μερίδια αγοράς %	Επιχειρηματικά δάνεια
ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ	21,5
ALPHA BANK	23,0
ERGASIAS	15,5
ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ	13,6
ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ	11,4
ΑΛΛΕΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ	15,0

## 2.2 Προβλήματα – προοπτικές

Συμφωνά με τη διεθνή έρευνά για την ανταγωνιστικότητα του World Economic Forum (WEFT) , << η ελληνική θέση στην παγκόσμια κατάταξη ως προς τον δείκτη ανταγωνιστικότητας για την προώθηση της ανάπτυξης του μέλλον χειροτέρευσε κατά 2 θέσεις . παράλληλα η θέση της Ελλάδας επιδεινώθηκε στον τεχνολογικό δείκτη. ( οικονομικός Ταχυδρόμος , Παπανδροπουλος α. χ ., φ.12 , 2004 18 Μαρτίου , σελ.19)

Έλλειμμα ανταγωνιστικότητας αντιμετωπίζουν πολλές χώρες της ΕΕ . μεταξύ των χωρών της ΕΕ των 15, η Ελλάδα κατατάσσεται προτελευταία στον δείκτη ανταγωνιστικότητας για την ανάπτυξη , πάνω από την Ιταλία , και τελευταία στο δείκτη επιχειρηματικές ανταγωνιστικότητας. Επίσης η Ελλάδα υστερεί και έναντι πέντε νεοεισερχομένων χωρών ( Εσθονία, Ουγγαρία, Λετονία και Τσεχία), είτε σε έναν από τους 2 είτε και στους 2 δείκτες .

Είναι σαφές ότι η χώρα μας υστερεί σε επιχειρηματικό περιβάλλον έχει σοβαρή υστέρηση στην ανταγωνιστικότητα απορροφά με τεράστια βραδύτητα νέες τεχνολογίες και καθυστερεί στην εισαγωγή νέων διοικητικών μεθόδων στις επιχειρήσεις.

Η υστέρηση της χώρας μας στον τομέα της τεχνολογίας οφείλεται στην έλλειψη υψηλής ποιότητας ερευνητικών κέντρων, στον μικρό όγκο των πόρων που αφιερώνονται από το κράτος και από τις επιχειρήσεις για ερευνά και ανάπτυξη.

Στις περιορισμένες κρατικές πολιτικές για την προώθηση των τεχνολογιών της πληροφορικής και των επικοινωνιών και σε ελλείψεις στη νομοθεσία που ρυθμίζει το ηλεκτρονικό εμπόριο, τις ψηφιακές υπόγραφες και την προστασία του καταναλωτή.

Σημαντικοί παράγοντες που επηρεάζουν αρνητικά τον εγχώριο ανταγωνισμό είναι το μεγαλοαστός σε χρόνο και χρήμα για την ίδρυση μιας επιχείρησης , η έλλειψη ολοκληρωμένων δικτύων επιχειρήσεων η κυριαρχία λίγων επιχειρηματικών ομάδων σε ορισμένους κλάδους οι μεγάλες διαφορές στην ποιότητα του επιχειρηματικού περιβάλλοντος από περιοχή σε περιοχή.

Επιπρόσθετα η ελληνική μικρομεσαία επιχείρηση βρίσκεται αντιμέτωπη με μια επώδυνη καθημερινή πραγματικότητα που χαρακτηρίζεται από:

Τη δυσκολία χρηματοδότησης από ένα τραπεζικό σύστημα το οποίο εξακολουθεί να δίνει μεγαλύτερη σημασία στις εμπράγματες εξασφαλίσεις και λιγότερη στις πραγματικές προοπτικές ανάπτυξης μιας επιχείρησης . η έλλειψη υποστήριξης για την εξεύρεση χρηματοδότηση αποτελεί ένα από τα πρώτα εμπόδια για την άσκηση της επιχειρηματικότητας στην ΕΕ. συμπεριλαμβανομένης και της Ελλάδας φυσικά.

Οι γραφειοκρατικές-διοικητικές διαδικασίες και η πολυνομία με βάση ερευνά που έγινε θεωρείται από τους ερωτηθέντες δεύτερο βασικό εμπόδιο για την άσκηση της επιχειρηματικότητας με μέση τιμή την ΕΕ. 77% και στην περίπτωση της Ελλάδας με μέσο όρο 70%.

Το φορολογικό σύστημα το οποίο εξακολουθεί να αντιμετωπίζει πολλές φορές την μικρομεσαία επιχείρηση αποκλειστικά ως μια πηγή βραχυπρόθεσμων εσόδων και όχι ως μοχλό δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας και τον



επιχειρηματία ως ένοχο μέχρι αποδείξεως της αθωότητας του. Η φορολογική μεταχείριση περιλαμβάνει αδικαιολόγητες επιβαρύνσεις.

Την έλλειψη ξεκάθਾਰου θεσμικού πλαισίου σε πολλές αγορές , που συχνά οδηγεί σε φαινόμενα αθεμίτου ανταγωνισμού.

Εξετάζοντας τον τομέα της πληροφορικής κα επικοινωνιών διαπιστώνεται ότι στην Ελλάδα παρουσιάζεται σημαντική αύξηση του πληθυσμού των μικροεπιχειρήσεων. που συνοδεύονται με το διαδίκτυο . Εξετάζοντας όμως την χρήση του διαδικτύου από τις μ.μ.ε στην Ελλάδα σε πληρωμές διαπιστώνεται ένα πολύ χαμηλό επίπεδο χρησιμοποίησης του προς την κατεύθυνση αυτή.

Συγκεκριμένα περίπου τι 12% του συνόλου των Μ.Μ.Ε χρησιμοποιεί διαδίκτυο για συναλλαγές με τράπεζες , γύρω το 9% χρησιμοποιεί το δίκτυο για πληρωμές μες τους πελάτες και τέλος γύρω σε στο 5% χρησιμοποιεί το δίκτυο για πληρωμές σε άλλες επιχειρήσεις.( αγορές) .

Η διάχυση και η αξιοποίηση των δυνατοτήτων που παρέχει η τεχνολογία πληροφορικής και επικοινωνιών από τα Μ.Μ.Ε φαίνεται να αποτελεί κρίσιμη σημασία παράγοντα για την προοπτική μιας επιχείρησης . το πρόβλημα αυτό είναι ιδιαίτερα οξύ στην Ελλάδα. (επιχειρησιακός πινάκας αποτελεσμάτων επιτευγμάτων 2006)

Η Ελλάδα έχει επιλέξει να ενε μέλος της διευρυμένης ευρωπαϊκής ένωσης και του κοινού νομίσματος. Ταυτόχρονα έχει επιλέξει να συμμετέχει στο φιλελεύθερο οικονομικό σύστημα , όπου η ελεύθερη αγορά είναι βασικά ο ρυθμιστής των οικονομικών αποφάσεων. Οι επιπτώσεις όμως αυτών των επιλογών δεν είναι ακόμη απόλυτα κατανοητές γ αυτό υπάρχουν αντιδράσεις στην προσπάθεια αλλαγής.

Η χωρά μας έχει αποβεί συντηρητική. Η νεολαία προτίμα το δημόσιο , οι εταίρες δεν καινοτομούν και είναι εσωστρεφείς , οι επαγγελματικές οργανώσεις παραμένουν συντεχνιακές , οι εργαζόμενοι οχυρώνονται πίσω από τα κεκτημένα και το κράτος είναι οπισθοδρομικό. ( Οικονομικός ταχυδρόμος , φ.4 , 2004 , 29 Ιανουαρίου , σελ. 16)

Από την άλλη πλευρά, οι επιχειρήσεις και οι επενδυτές που δραστηριοποιούνται στην ευρωπαϊκή ένωση αλλά και παγκοσμίως αναζητούν συνεχώς καινοτομίες και ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα ώστε οι επενδύσεις που θα κάνουν να είναι βιώσιμες και αν ευημερούν.

Άρα αναζητούν χώρες για να επενδύσουν οι οποίες τους προσφέρουν πλεονεκτήματα και μειώνουν το ρίσκο. Εκείνες οι χώρες που προσφέρουν ένα επιχειρηματικό περιβάλλον που είναι κατανοητό, ανοικτό, καινοτόμο, δημοκρατικό και εξυπηρετικό, δηλαδή με τους λιγότερους επιχειρηματικούς κινδύνους και παρέχουν επενδυτικές ευκαιρίες με ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα, θα έχουν τις μεγαλύτερες πιθανότητες να τους προσελκύουν.

Άρα το ζητούμενο σε αυτή τη μεταμόρφωση είναι η βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος που δεν είναι ανταγωνιστικό: έλλειμμα παραγωγικότητας, μείωση εξαγωγών, αύξηση ανεργίας, απουσία καινοτομιών κτλ. Με λίγα λόγια, ανήκουμε στην κατηγορία των χώρων επιχειρηματικό περιβάλλον των όποιων δεν είναι φιλικό.

Καλές προοπτικές θα υπάρξουν αν κατανοήσουμε τα ανταγωνιστικά μας πλεονεκτήματα και αξιολογούμε τους βασικούς παράγοντες που τα δημιουργούν.

### 2.3 Προγράμματα ενίσχυσης των επιχειρήσεων

Για την ενίσχυση και ενθάρρυνση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων για να αξιοποιήσουν τις τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών στην καθημερινή λειτουργία τους άμεσα ή έμμεσα απευθύνεται το πρόγραμμα «κοινωνία της πληροφορίας». Ένα άλλο βασικό πρόγραμμα είναι το επιχειρησιακό πρόγραμμα «ανταγωνιστικότητα».

Το 75% των επιχειρήσεων του ιδιωτικού τομέα χρησιμοποίησαν το πρόγραμμα «ανταγωνιστικότητα» ως εργαλείο ανάπτυξης των επιχειρηματικών σχεδίων τους και από αυτές το 8% συμμετέχουν στο πρόγραμμα.

Αξιοποιώντας τα χρηματοδοτούμενα προγράμματα οι ελληνικές ΜΜΕ όσες από αυτές είναι ακόμα υγιείς και εμφανίζουν περιθώρια ανάπτυξης μπορούν να εκσυγχρονίσουν την υποδομή τους, να εκπαιδεύσουν το προσωπικό τους, να εισαγάγουν την τεχνολογία, να διεισδύουν μέσω της ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε ξένες αγορές ακόμη και να δοκιμάσουν νέες πρότυπες ιδέες, που θα τις διαφοροποιήσουν και θα τους χαρίσουν μερίδιο της νέας διευρυμένης αγοράς.

Οι επιχειρήσεις από την πλευρά τους εκφράζουν παραπόνια για τις διαδικασίες που έχουν επιλεγεί. Πρώτον χρειάζονται πολλά χαρτιά για να εξασφαλίσουν συμμετοχή οι ενδιαφερόμενοι. Δεύτερον για την έγκριση των επενδυτικών προγραμμάτων απαιτείται πολύς χρόνος με ότι αυτό συνεπάγεται για την υλοποίηση των επενδύσεων.

Τρίτον καθυστερούν σημαντικά σε κάποιες περιπτώσεις οι εκταμιεύσεις των χρηματοδοτήσεων, με αποτέλεσμα οι περισσότεροι από τις ΜΜΕ να αντιμετωπίζουν πρόβλημα ρευστότητας.

Είναι λοιπόν διαπιστωμένη η αδυναμία των ΜΜΕ να απορροφήσουν την πλειονότητα των κονδυλίων του προϋπολογισμού δράσεων που απορροφούν ενισχύσεις ιδιωτικών επενδύσεων στους χώρους της μεταποίησης.

Το κράτος επίσης κατευθύνεται σε πέντε βασικούς άξονες δράσης: την περιφερειακή διάσταση, το νέο θεσμικό πλαίσιο, τους νέους χρηματοπιστωτικούς θεσμούς, τις χρηματοπιστωτικές ενισχύσεις.

Επιπρόσθετα σε ότι αφορά τη χρηματοπιστωτική ικανότητα των ΜΜΕ, σημαντικό έργο αναμένεται να προσφέρει ο νέος φορέας μεσεγγύησης μικρομεσαίων επιχειρήσεων, που από τα τέλη του περασμένου έτους ξεκίνησε τη λειτουργία του.

## 2.4 Εξασφάλιση μέλλοντος και προόδου

Για την στήριξη των επιχειρήσεων στην Ελλάδα είναι απαραίτητο:

Να αξιοποιηθούν όλες οι προσφερόμενες υπηρεσίες του ιντερνέτ στις συναλλαγές με τη δημόσια διοίκηση

Να απλουστευτεί και α σταθεροποιηθεί μακροπρόθεσμα το φορολογικό σύστημα

Να απελευθερωθούν τα κοινοτικά κονδύλια από τα γρανάζια της γραφειοκρατίας ώστε να καταλήξουν στους φυσικούς αποδεκτές τους.

Να απλουστευτεί το θεσμικό πλαίσιο ίδρυσης και λειτουργίας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων

Να αντιμετωπιστούν άμεσα τα ζητήματα των χρηματοδοτήσεων αλλά και το προβλήματα των τραπεζικών πανωτοκιών.

Να αντιμετωπιστούν τα ποικιλόμορφα προβλήματα ανταγωνισμού που έχουν προκύψει .

Έτσι μπορεί να βελτιωθεί το επιχειρηματικό περιβάλλον σημαντικά και να ανταπεξέλθει στην πρόκληση της νέας ανταγωνιστικής αγοράς.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3:ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΑΣ- ΓΥΝΑΙΚΕΙΟΥ ΚΙΝΗΜΑΤΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

### **3.1 Η κατάσταση των γυναικών από το 19<sup>ο</sup> αιώνα έως το 1984**

Η σημερινή θέση της γυναίκας στην Ελλάδα δεν είναι προϊόν μόνο της οικονομικής κοινωνικής και πολιτικής πραγματικότητας του τόπου μας αλλά και ιστορική εμπειρία χιλιετηρίδων.

Μετά την απελευθέρωση της Ελλάδος από τους τούρκους αρχίζει να συμμετέχει μερικώς στην κοινωνική ζωή, να εργάζεται πλάι στον άντρα και να μας δίνει τα πρώτα δείγματα της πνευματικής της παρουσίας. Το γυναικείο κίνημα του 19<sup>ου</sup> αιώνα

Έδωσε ώθηση στην ελληνίδα να βγει από το σπίτι, να εργάζεται, να σπουδάσει και να πάρει μέρος σε διαφορές δραστηριότητες. Από τα τέλη του 19<sup>ου</sup> αιώνα ως τους βαλκανικούς πολέμους δημιουργούνται αρκετές γυναίκες οργανώσεις

Από το 1920 ως το 1944 στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος βρίσκονται θέματα μόρφωσης και εργασίας των γυναικών ενώ για πρώτη φορά προβάλλει το αίτιος της συμμετοχής στην πολιτική ζωή. ένας από τους βασικούς στόχους αυτήν την περίοδο είναι η παροχή δικαιώματος ψήφου. Έτσι το 1930 οι ελληνίδες αποκτούν το δικαίωμα του εκλέγειν , μόνο στις δημοτικές εκλογές και εφόσον έχουν συμπληρώσει το 30 έτος της ηλικίας τους και γνωρίζουν γραφή και ανάγνωση. Το σημαντικό αυτό στάδιο κλείνει με την δικτατορία του μεταξά που σταματά κάθε πρόοδο στο γυναικείο ζήτημα και τη γυναικεία ψήφο καθώς και με την περίοδο του πολέμου και τα εχθρικής κατοχής και τις δραματικές εμπειρίες από τις οποίες η ελληνίδα συμμετέχοντας στους αγώνες και στις θυσίες όλων των ελλήνων καταξιώθηκε στην κοινή συνείδηση ως ισότιμος και αντάξιος σύντροφος.

Το βαρύ κλίμα που επικράτησε μετά τον εμφύλιο(1947-1949) δεν άφηνε περιθώρια για κοινωνική δράση με πολιτικό περιεχόμενο. το δικαίωμα για πλήρη πολιτικά δικαιώματα επανέρχεται μονό το 1949 και μόλις το 1952 χορηγείτε στις ελληνίδες το δικαίωμα του εκλέγεις στις βουλευτικές εκλογές. Οι πολιτικές εξελίξεις στις αρχές της δεκαετίας του 1960 επιταχύνουν την εμφάνιση ενός κάπου πλατύτερου γυναικείου κινήματος , την το 1964 της Πανελλαδικής Ένωσης Γυναικών . η στρατιωτική δικτατορία της 21<sup>ης</sup> Απριλίου 1967 όμως σταματά κάθε δράση των γυναικείων οργανώσεων. οι μονές γυναίκες οργανώσεις που συνεχίζουν να λειτουργούν είναι όσες δέχονται να περιορίσουν τις δραστηριότητες τους στα πλαίσια που ορίζονται από την Χούντα.

Από το 1975-1984 είναι ένα νέο στάδιο για τι γυναικείο κίνημα αφού δημιουργούνται πολλές οργανώσεις γυναικών με ευρείς στόχους που επιτρέπουν ανάμεσα σε αλλά και τη δραστηριοποίηση για πολιτικούς σκοπούς. Η αρχή της ισότητας των 2 φύλων καθιερώθηκε στην Ελλάδα με το σύνταγμα του 1975 και θεμελιώθηκε κατά την περίοδο 1981-1989 με νόμους που στόχευαν στην εξάλειψη των διακρίσεων σε βάρος των γυναικών σε όλους τους τομείς της κοινωνικής ζωής του τόπου. Παράλληλα την ίδια χρονική περίοδο δημιουργήθηκε κατάλληλο θεσμικό πλαίσιο και ο αρμόδιος κυβερνητικός φορέας για την προώθηση της αρχής των δυο φύλων στη πράξη.

### 3.2 Η συμμετοχή των γυναικων στην χώρα κατά την δεκαετία του 1984-1994.

Η συμμετοχη των γυναικών στην πολιτική ζωή της Ελλάδος παρουσιάζει μια μικρή αύξηση κατά την δεκαετία (1984-1994), παρά το γεγονός ότι εξακολουθεί να παραμένει πολύ μικρό το ποσοστό των γυναικών που συμμετέχουν στα ανωτέρα επίπεδα της πολιτικής ζωής.

#### 3.2.1 Συμμετοχή των γυναικων στα κέντρα λήψης αποφάσεων

Οι γυναίκες άρχισαν να συμμετέχουν περισσότερο ενεργά στα κόμματα τα τελευταία χρόνια μετά την πτώση της δικτατορίας το 1974. μέχρι τότε ο χώρος

της πολιτικής αποτελούσε αποκλειστική σχεδόν σφαίρα δράσης των ανδρών. Σε αυτήν την εξέλιξη συντέλεσε η επαναδραστηριοποίηση , την ίδια περίοδο του ελληνικού γυναικείου κινήματος.

Παρά την αύξηση της συμμετοχής των γυναικών στο εργατικό δυναμικό και την βελτίωση των τυπικών τους προσόντων , η συμμετοχής τους στα κέντρα λήψης αποφάσεων παραμένει χαμηλή. Οι γυναίκες την περίοδο του 1990-1995 αποτελούσαν το 13% των εργοδοτών, το 20,7% των αυτοαπασχολούμενων , το 73% των συμβληθέντων και μη αμειβομένων και το 34,7% των μισθωτών. επίσης αποτελούν το 13,2% των διευθυντών και ανώτερων διοικίων στελεχών.

Η γυναικεία απασχόληση αυξήθηκε με ρυθμούς ταχύτερους από τους μέσους την περίοδο 1980-1990 σε άλλες κατηγορίες που παρουσίασαν αύξηση.

Οι κατηγορίες των επαγγελματιών που στο σύνολο των απασχολούμενων παρουσιάζουν αύξηση και μάλιστα σημαντική είναι των επιστημών και ελεύθερων επαγγελματιών , των υπάλληλων γραφείου των έμπορων και πωλητών και των απασχολούμενων στην παροχή υπηρεσιών. η απόλυτη των απασχολούμενων γυναικών στις κατηγορίες αυτές είναι αντίστοιχα 72,9%, 47,4%, 60,2%, και 30,7% η κατηγορία των διευθυνόντων και ανώτερων διοικητικών στελεχών παρουσιάζει συνολικά σημαντική μείωση η συμμετοχή όμως της γυναικών στην κατηγορία αυτή αυξήθηκε.

Τα αίτια της υποαντιπροσωπευσης των γυναικών σε όλα τα κέντρα εξουσίας και των αποφάσεων είναι κυρίως : η κατεστημένη νοοτροπία, οι πατριαρχικές δομές και αντιλήψεις των κόμματος και της κοινωνίας , η μικρή παρουσία τους στα κόμματα και στα θέσεις με οικημένες υποχρεώσεις λόγω του νισού καταμερισμού εργασίας μέσα στο σπίτι και της έλλειψης κοινωνικής υποδομής στήριξης των οικογενειακών βαρών.

### 3.2.2 Σχέση αμοιβών γυναικών και ανδρών

Οι μέσοι οροί των αποδοχών των γυναικών είναι χαμηλότεροι των ανδρών τα έτη 1981 , 1985, 1993. την εξεταζόμενη περίοδο η σχέση των αποδοχών των γυναικών προς αυτές των ανδρών βελτιώθηκε. Παρατηρείται όμως ότι η τάση βελτίωσης της σχέσης δεν είναι σταθερή και ότι αυτή επιδεινώθηκε συγκριτικά με το 1985 για την κατηγορία των εργατριών. Η αυξομείωση της σχέσης των αμοιβών των γυναικών προς αυτές των ανδρών παρατηρείται συστηματικά στη μελέτη της χρονολογικής σειράς του δείκτη και στην ανάλυση των τριψηφίων κωδικών των κλάδων.

### 3.2.3 Γενικά στατιστικά στοιχεία απασχόλησης

**Πινάκας 1**

	Σύνολο	άνδρες	Γυναίκες
	%	%	%
Εργατικό Δυναμικό	100	64,3	35,7
Απασχολούμενοι	100	66,3	33,7
Άνεργοι	100	40,1	59,9
Άνεργοι μακράς διάρκειας	100	31,6	68,4
Ποσοστά συμμετοχής	100	64,7	33,1
Ανεργία	100	4,7	12,8
Ανεργία μακράς διάρκειας	100	36,7	53,2

ΠΗΓΗ:ΕΣΥΕ , ερευνά εργατικού δυναμικού



Η αύξηση της απασχόλησης των γυναικών σε όλες τις επαγγελματικές κατηγορίες με ρυθμούς ταχύτερους από αυτούς των ανδρών , ιδιαίτερα σε αυτή των επιστημόνων ελεύθερων επαγγελματιών.

### 3.2.4 Απασχολούμενοι στο επάγγελμα κατά θέση και φύλο

**Πινάκας 2**

ΘΕΣΗ ΣΤΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ	ΣΥΝΟΛΟ	ΑΝΔΡΕΣ	ΓΥΝΑΙΚΕΣ	%ΓΥΝΑΙΚΩΝ
Σύνολο	3632437	2406784	12225653	33,7
Εργοδότης	229433	199704	29729	13
Αυτοαπασχολούμενοι	1049072	832062	217010	20,7
Μισθωτός	1930468	12560553	669915	34,7
Βοηθός σε οίκοθεν. επιχείρηση	23463	114465	308998	73

ΠΗΓΗ:ΕΣΥΕ , ερευνά εργατικού δυναμικού

Γενικά συμπεράσματα:

Οι βασικοί παράγοντες που συνέβαλαν και γενικά ενθάρρυναν την είσοδο των ελληνίδων στην παραγωγική διαδικασία ήταν:

A) η εκβιομηχάνιση που μετακίνησε τη γυναίκεια εργασία από την παράγωγη αγαθών και υπηρεσιών για αυτοκατανάλωση σε μια τακτικά και συστηματικά αμειβόμενοι απασχόληση.

B) οι σημαντικές αυξανόμενες ευκαιρίες απασχόλησης μεταπολεμικά και ιδιαίτερα στην δεκαετία του 1960 οι οποίες δημιουργήθηκαν από την γρήγορη οικονομική ανάπτυξη σε συνδυασμό με τις χαμηλότερες αμοιβές που θεσμοθετήθηκαν για τα γυναίκες και έστρεψαν το ενδιαφέρον της ζήτησης προς την γυναίκεια εργασία

Γ) οι τεχνολογικές εξελίξεις και βελτιώσεις στην παράγωγη που μείωσαν τις απαιτήσεις για μυϊκή δύναμη, και

Δ) η αύξηση του μέσου όρου ζωής των γυναικών , η μείωση του άσου όρου της ηλικίας γάμου με αποτέλεσμα να μικρύνει χρόνος υποχρεώσεων στην μητρική ζωή και αν μεγαλώσει ο μέσος χρόνος απασχόλησης των γυναικών.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΡΟΦΙΛ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ

### 4.1 απασχόληση γυναικών Ευρώπη – Ελλάδα

Αξίζει να σημειωθεί ότι οι γυναίκες που ασχολούνται περισσότερο με τη φροντίδα του σπιτιού είναι οι ελληνίδες . αντίθετα ασχολούνται λιγότερο οι πορτογαλίδες , ο γαλλίδες. Οι γυναίκες ηλικίας μεταξύ 20-49 ετών ασχολούνται με την φροντίδα του σπιτιού και των παιδιών αντιπροσωπεύουν το 80% του γυναικείου πληθυσμού στις παραπάνω χώρες . μονό στην Ολλανδία το ποσοστό των γυναικών που ασχολούνται με την φροντίδα με την φροντίδα του σπιτιού ήταν μικρότερο από το 50% , ενώ το αντίστοιχο ποσοστό γυναικών στην Ελλάδα , στην Ιρλανδία και στην Πορτογαλία ήταν τρεις φορές μεγαλύτερο.

Η παρουσία των γυναικών στην αγορά εργασίας , τα τελευταία χρόνια ενισχύεται συνεχώς. Ωστόσο εξακολουθούν να εμφανίζουν χαμηλότερο ποσοστό συμμετοχής από τους άντρες αφού το 2002 ήταν 49,7% και το 2005 50,2% , ενώ παράλληλα . παρουσιάζουν μεγαλύτερη κινητικότητα , σε σχέση με αυτούς , από και προς την εργασία και πλήττονται περισσότερο από την ανεργία . Το μεγαλύτερο ποσοστό των ανέργων γυναικών αφορά τις μακροχρόνια άνεργες , δηλαδή αυτές που παραμένουν εκτός εργασίας περισσότερο από 12 μήνες . Ωστόσο η τάση αυτή εμφανίζει ροπή προς μείωση. Το 2002 το σχετικό ποσοστό ήταν 62,4 % ενώ το 2005 57,8% .

Παράλληλα παρατηρείται ότι σχεδόν οι μισές από τις νέες γυναίκες που επιθυμούν την είσοδο τους στην αγορά εργασίας , δεν μπορούν να βρουν δουλεία.

Περισσότερο εμφανίζονται να πλήττονται από την ανεργία οι μικρότερες σε ηλικία γυναίκες. Στις ηλικίες μεταξύ 15-19 ετών το ποσοστό το 2003 κυμαίνεται στο 53% ενώ το 2005 μειώθηκε στο 42% . αντίθετα το ποσοστό ανεργίας μειώνεται όσο αυξάνεται επίσης και η παραμονή τους στην αγορά εργασίας , ενώ η απασχόληση τους σταθεροποιείται όλο και περισσότερο.

ΠΟΣΟΣΤΟ (%) ΑΝΕΡΓΙΑΣ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΚΑΤΑ ΗΛΙΚΙΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 2002-  
2005

	2002	2005
ΣΥΝΟΛΟ	16,9	14,9
15-19 ΕΤΩΝ	53,1	42,6
20-24ΕΤΩΝ	34,2	32,4
25-29 ΕΤΩΝ	24,9	22,6
30-44 ΕΤΩΝ	14,1	12,8
45-65 ΕΤΩΝ	7,2	6,7

Πηγή: ΕΙΣΔΥΕ ερευνά εργατικού δυναμικού

Το 66% των μόνιμων υπάλληλων των δημοσίων υπηρεσιών Αποτελούν οι γυναίκες. Ένα φαινόμενο εξαίρεση , που εν μέρει επιβεβαιώνει τον κανόνα. Η συντριπτική πλειοψηφία των πτυχιούχων ΑΕΙ μεταξύ 20 και 40 ετών είναι γυναίκες , με ποσοστά ως και 77% στις ηλικίες 25-29. ωστόσο επισημαίνεται ότι το χαρακτηριστικό αυτό δεν αποτυπώνεται στη συμμετοχή των γυναικών στους υψηλότερους βαθμούς των κλάδων , όπου μονό το 38% των υπάλληλων με βαθμό α είναι γυναίκες.

Περίπου ίδια είναι η κατάσταση σε όλη την αγορά εργασίας είτε στον δημόσιο είτε στον ιδιωτικό τομέα παρά την ποσοτική αύξηση της θέσης της γυναίκας στο εργατικό δυναμικό και στην ποιοτική άνοδο των τυπικών προσόντων των εργαζομένων γυναικών διευθυνόντων και αντάρων διοικητικών στελεχών.

#### 4.2 Υποαπασχόληση γυναικών

Όσον αφορά τον τομέα της επιχειρηματικότητας και της υποαπασχόλησης οι διαφορές μεταξύ ανδρών και γυναικών είναι μεγάλες . Σύμφωνα με στατιστικές που αφορούν στο α τρίμηνο του 2005 το ποσοστό των εργοδοτών στο σύνολο του πληθυσμού είναι της τάξης του 8.1% . οι άντρες όμως αποτελούν το 10, 8% αυτής της κατηγορίας , ενώ οι γυναίκες μονό το 3, 7% . οι άντρες αποτελούν το

37,4% των αυτοαπασχολούμενων ενώ οι γυναίκες τω 17,7% . τα συνολικά ποσοστά μερικής και πλήρους απασχόλησης γυναικών στη χώρα μας ανέρχονται σε 41,3% έναντι το 53,8% στην ΕΕ Αξίζει να σημειωθεί ότι η πλειοψηφία των μερικώς απασχολούμενων είναι γυναίκες τόσο στην Ελλάδα όσο και στις άλλες ευρωπαϊκές χώρες . στη χώρα μας το ποσοστό γυναικών επιχειρηματιών ανέρχεται σε 4% όπως ισχύει και στην υπόλοιπη Ε.Ε.

Η διάφορα υπάρχει ως προς τον αριθμό των αυτοαπασχολούμενων γυναικών στον τομέα υπηρεσιών όπου στην Ελλάδα ανέρχονται σε 17% έναντι 8,5% στην υπόλοιπη ΕΕ.

#### 4.3 Η γυναικεία επιχειρηματικότητα στο νόμο Θεσσαλονίκης

Στην προσπάθεια να απεικονίσου οι τάσεις της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην περιοχή της Θεσσαλονίκης μπορεί κάποιος να βασιστεί στα στοιχεία του εμπορικού βιομηχανικού επιμελητηρίου , του βιοτεχνικού επιμελητηρίου της Θεσσαλονικείς κύρια παρατήρηση είναι ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες δραστηριοποιούνται κυρίως στους τομείς του λιανικού εμπορίου και των υπηρεσιών.

Οι επιχειρήσεις που ανήκουν σε γυναίκες ανέρχονται στις 14.303 και αποτελούν το 36% του συνόλου των 39,886 μελών του επιμελητηρίου. Ενδιαφέρον αποτελεί το γεγονός ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες επείγουν στην συντριπτική τους πλειοψηφία την ίδρυση ατομικών επιχειρήσεων , κυρίως λόγω της ευκολίας ίδρυσης τους , του χαμηλού λειτουργικού κόστους και του χαμηλού απαιτούμενου κεφαλαίου για την άσκηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας.

#### 4.4 Κατανομή σε τομείς παράγωγης

Οι γυναίκες επιχειρηματίες στο υψηλότερο ποσοστό τους δραστηριοποιούνται στον τομέα των υπηρεσιών . Ακολουθεί το εμπόριο και σε απόσταση ο τομέας της μεταποίησης ενώ, ένα πολύ μικρό ποσοστό της τάξης του 2% εμφανίζει επιχειρήσεις στον πρωτογενή τομέα παράγωγης.

Με κριτήριο τον αριθμό απασχολούμενων οι επιχειρήσεις εντάσσονται συμφωνά με τα κριτήρια της ΕΕ. στις πολύ μικρές επιχειρήσεις. Η εικόνα αυτή αντανακλά άλλη μια φορά την ελληνική πραγματικότητα στον κόσμο των επιχειρήσεων , δηλαδή την κυριαρχία σε όλους σχεδόν τους κλάδους των πολύ μικρών επιχειρήσεων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1 : ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ

ΤΟΜΕΑΣ/ΚΛΑΔΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ(%)
ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΤΟΜΕΑΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	2 %
ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΗΣ	11,4 %
ΤΡΙΤΟΓΕΝΗΣ	75,7 %
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	41,4 %
ΤΟΜΕΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	12 %
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	14 %
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	10 %
ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ	8 %
ΑΣΦΑΛΕΙΕΣ	3 %
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	2 %
ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ-ΕΞΑΓΩΓΕΣ	1 %
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ	1 %
ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ	3 %
ΟΙΚΟΔΟΜΙΚΕΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ	11,7 %
ΆΛΛΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	10,9 %
ΕΜΠΟΡΙΟ	34 %

#### 4.5 Το προφίλ των επιχειρήσεων

##### 4.5.1 Προσωπικά χαρακτηριστικά επιχειρηματιών

Η ηλικία της μέσης επιχειρηματία κυμαίνεται μεταξύ της ηλικίας των 25 με 45 ετών . Σημαντικό όμως πόσο της τάξης των 25,5% είναι ηλικίας 45-55 ετών και το 12,4% ηλικίας πάνω από 55 ετών . αναφορικά με το επίπεδο εκπαίδευση διαπιστώνεται ότι το υψηλότερο ποσοστό των γυναικών επιχειρηματιών είναι απόφοιτες λυκείου και δημοτικού –γυμνάσιου (25%) . παρατηρείται επίσης ένα σημαντικό ποσοστό που αγγίζει το 24% των επιχειρηματιών που είναι πτυχιούχοι ΑΕΙ και ΤΕΙ . Συνολικά πάνω από το 58% των επιχειρηματιών ενιαία απόφοιτες λυκείου ή πτυχιούχοι εκπαιδευτικών ιδρυμάτων τριτοβάθμιας εκπαίδευση.

#### 4.5.2 Πηγές χρηματοδότησης

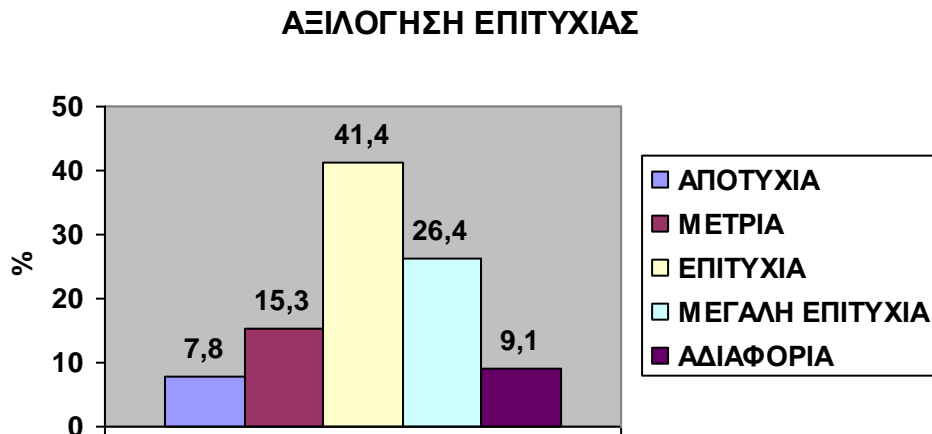
Εξετάζοντας τις πηγές χρηματοδότησης για την ίδρυση των επιχειρήσεων διαπιστώνουμε , χωρίς να αποτελεί έκπληξη , ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες δείχνουν την ανάγκη να περιορίσουν τον κίνδυνο κατά την ίδρυση της επιχείρησης τους και να αποφεύγουν την προσφυγή σε πηγές χρηματοδότησης που δεν μπορούν να έχουν τον έλεγχο . συγκεκριμένα οι επιχειρηματίες στην συντριπτική τους πλειοψηφία δηλώνουν ότι για την ίδρυση της επιχείρησης χρησιμοποίησαν δικό τους κεφάλαιο ή δανείστηκαν χρήματα από το οικογενειακό τους περιβάλλον.

Δάνειο από τράπεζες πηρέ μονό το 10,1% κρατική επιχορηγεί το 2,3% και επιχορήγηση της ΕΕ μονό το 0,3% .( Καρασαββίδου Ε. «το προφιλ των γυναικών επιχειρηματιών , παραγοντες που επηρεαζουν επιχειρηματικότητα» θες/νικη , 2002 , σελ.65)

#### 4.5.3 Οικονομική πορεία των επιχειρήσεων

Ο μεγαλύτερος αριθμός των επιχειρήσεων αναφέρει μείωση ή σταθεροτητα τόσο των πωλήσεων όσο και των κερδών την τελευταία τριετία. Ενδιαφερόσα είναι επίσης η διαπίστωση ότι ενώ η πορεία των πωλήσεων και των κερδών δεν φαίνεται θετή μεγάλο ποσοστό των γυναικών εκτιμά την επιτυχία της επιχείρησης τους με βάση τις αρχικές τους προσδοκία ως σημαντική.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 1:



#### 4.6 Η απασχόληση των γυναικων πριν την ίδρυση δική τους επιχείρησης

Ένα σημαντικό ποσοστό των επιχειρηματιων μεταπήδησαν στο χώρο των επιχειρησεων από την νοικοκυρά και μονό ένα 5% δηλώνει ότι πριν ιδρύσει την επιχείρηση ήταν άνεργες.

Για την πλειοψηφία των γυναικων επιχειρηματιών η ίδρυση της επιχείρησης αποτελεί καινούργια δραστηριότητα και αχού αποτέλεσμα κάτω από την επίδραση του οικογενειακού τους περιβάλλοντος ή του προηγούμενου εργοδότη . η διαπιστωση αυτή έχει ενδιαφέρον καθώς συμφωνά με το αποτέλεσμα προηγούμενων ερευνών οι μεγάλοι οργανισμοί –επιχειρήσεις αποτελούν μικρών επιχειρησεων παρέχοντας σε αυτές μεγαλύτερη φήμη και δικτύωση . Στην περίπτωση μας όμως το άτομο , συγκεκριμένα η γυναίκα επιχειρηματίας είναι αυτό ποπό δημιουργεί τη φήμη της επιχείρησης και τις αναγκαίες διασυνδέσεις.

Ένα άλλο στοιχείο που αφορά τις περιστάσεις των γυναικων είναι το ζήτημα της οικογενειακής τους κατάστασης. Έτσι σημαντική είναι η διαπιστωση ότι οι επιχειρηματίες στην συντριπτική τους πλειοψηφία είναι παντρεμένες με παιδιά. Σημαντικό είναι όμως και το ποσοστό των επιχειρηματιων που δεν είναι παντρεμένες. (18,5%)



#### 4.7Η κίνητρα δύναμη για την γυναίκα επιχειρηματία.

Τα σημαντικά κίνητρα που ώθησαν τις γυναίκες να γίνουν επιχειρηματίες εκτίθενται παρακάτω:

Προφιλ επιχειρηματικότητας	1 <sup>ος</sup>	2 <sup>ος</sup>	3 <sup>ος</sup>
Ανεργία	16,1	8,1	5,8
Βελτίωση οικονομικής κατάστασης	31,1	27,8	10,9
ανεξαρτησία	9,8	14,8	27,5
Βελτίωση κοινωνικού status	0,4	4	5,8
Ενδιαφέρον για το αντικείμενο	18,8	13,9	11,6
Απόλυση	2	0,9	2,2
Αξιοποίηση γνώσεων-ικανοτήτων	2,4	8,5	10,9
Συγκυρίες	5,9	8,5	11,6
Προσωπικοί λόγοι	11,4	12,6	13,8
Άλλοι λόγοι	2	0,9	-

Πηγή: kappa research A.E. 2004

Ως κίνητρα πρώτης επιλογής αναφέρονται:

- Η ανάγκη βελτίωση της οικονομικής κατάστασης (31,1%)
- Ενδιαφέρον για το αντικείμενο (18,9%)
- Οικονομικοί λόγοι(ανεργία) (16,1%)
- Προσωπικοί – οικογενειακοί λόγοι (11,4%)
- Ανάγκη για ανεξαρτησία(9,8%)

Ως κίνητρα δεύτερης επιλογής αναφέρονται:

- Πάλι η ανάγκη για βελτίωση οικονομικής κατάστασης ( 27,8%)
- Ανάγκη για ανεξαρτησία (14,8%)
- Το ενδιαφέρον για το αντικείμενο (13,9%)
- Προσωπικοί-οικογενειακοί λόγοι (12,6%)
- Οι υπόλοιποι λόγοι συγκεντρώνουν 8.5% και κάτω.

#### 4.8 Ικανότητες για την επιτυχία και την ανταγωνιστικότητα

Ως σημαντικοί παραγοντες που χρειάζεται να διαθέτει μια επιχειρηματίας για την επιτυχία της επιχείρησης συμφωνά με την άποψη των γυναικων είναι οι εξής:

Η επίμονη για την επίτευξη των στόχων , η ικανότητα επικοινωνίας , η ανταγωνιστικότητα , η ευελιξία , οι δεξιότητες προγραμματισμού management, η ικανότητα ανάληψης κίνδυνων , η αφοσίωση σε μια επιχειρηματική ιδέα.(πινάκας 4).

Θα πρέπει εδώ να επισημανθεί ότι τα πιο πάνω χαρακτηρίστηκα –δεξιότητες ικανότητες σύμφωνα με αποτελέσματα σχετικών ερευνών εντάσσονται στον πυρήνα των χαρακτηριστικών που πρέπει να διαθέτει ένα άτομο για να γίνει επιτυχημένος επιχειρηματίας.

Προσωπικά χαρακτηριστικά	Ποσοστό απαντήσεων %
Δεξιότητα επικοινωνίας	69,13%
Επίμονη για την επίτευξη των στόχων	45,3%
Ανταγωνιστικότητα	44,63%
Ικανότητα συνεργασίας	42,95%
Δεξιότητες προγραμματισμού	37,58%
Δυνατότητα εκτίμησης του περιβάλλοντος	34,59%
Ικανότητα για ανάληψη κίνδυνων	34,90%
Αφοσίωση για επιχειρηματική ιδέα	33,36%

Πηγή : Kappa research 2004.

Είναι ενδιαφέρον να σημειωθεί ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες θεωρούν τρεις πιο σημαντικούς παραγοντες από τους οποίους εξαρτάται η ανταγωνιστικότητα και η επιτυχία της επιχείρησης :

- Την ποιότητα των ποριωτών
- Τις σχέσεις με τους πελάτες
- Την τιμή των προϊόντων-υπηρεσιών .

#### 4.9 Σχέση των γυναικων επιχειρηματιων με την τεχνολογία της πληροφορικής.

Θα πρέπει να προσέχει ιδιαίτερα η στάση των γυναικων επιχειρηματιων που δεν διαθέτουν η/υ και δεν χρησιμοποιούν προγράμματα Η/Υ. συγκεκριμένα, οι επιχειρηματίες αυτές υποστηρίζουν ότι αυτό οφείλεται στο ότι δεν μπορούν να βρουν χρόνο για να νέθουν. Ενώ σχεδόν οι μισές από αυτές τα επιχειρηματίες υποστηρίζει ότι δεν θεωρεί σημαντικές αυτές τις γνώσεις.

Απ τις γυναίκες που έχουν η/υ , το ¼ περίπου διαθέτει ηλεκτρονική διεύθυνση και είναι συνδεδεμένο με διαδίκτυο, από τα οποία όμως το 50% αυτών των γυναικων φύονται να το χρησιμοποιούν αρκετά πυκνά.

Είναι σημαντικές διαπιστώσεις οι οποίες είναι καθοριστικές για την προοπτική της γυναικείας επιχειρηματικότητας στο μέλλον.

##### 4.9.1 Ανησυχίες για το μέλλον της επιχείρησης.

Βάσει στοιχείων της Kappa research , τα τρία τέταρτα των γυναικων επιχειρηματιων είναι μεγάλες αλλαγές στο εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης . όπως επίσης οι φόβοι για την αδυναμία επέκτασης της επιχείρησης. Όπως επίσης οι φόβοι για την αδυναμία επέκτασης της επιχείρησης , και φόβοι μη εξέρευσεσ πηγών χρηματοδότησης. Σε πιο χαμηλά ποσοστά τοποθετούνται οι φόβοι σχετικά με την δυσκολία εναρμόνισης με τις νέες τεχνολογίες.

Τα σημαντικότερα δηλαδή θέματα που απασχολούν τις γυναίκες επιχειρηματίες είναι ο έντονος ανταγωνισμός και οι μεγάλες μεταβολές στο επιχειρησιακό περιβάλλον , καθώς και οι φόβοι χρηματοδότησης και επέκτασης (μεγέθυνση της επιχείρησης) αλλά σε σημαντικά μικρότερη ένταση.

Αλλά όσον αφορά τον πιο σημαντικό φόβο των γυναικων επιχειρηματιων για το μέλλον της επιχείρησης πληροφοριακός είναι ο παρακάτω πινάκας με αντίστοιχα ποσοστά:

Πινάκας 5:Ο σημαντικότερος φόβος των γυναικων για το μέλλον της επιχείρησης.

Ισχυρός ανταγωνισμός	54,87%
Αλλαγές στο εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης	21,13%
Αδυναμία εξέρευσες πηγών χρηματοδότησης	10,97%
Αδυναμία επέκτασης και μεγέθυνσης επιχείρησης	6,91%
Δυσκολίες προσαρμογής με τις εξελίξεις της νέας τεχνολογίας	4,87%
Άλλοι φόβοι	1,21%

Πηγή : Εργάνη , 2003

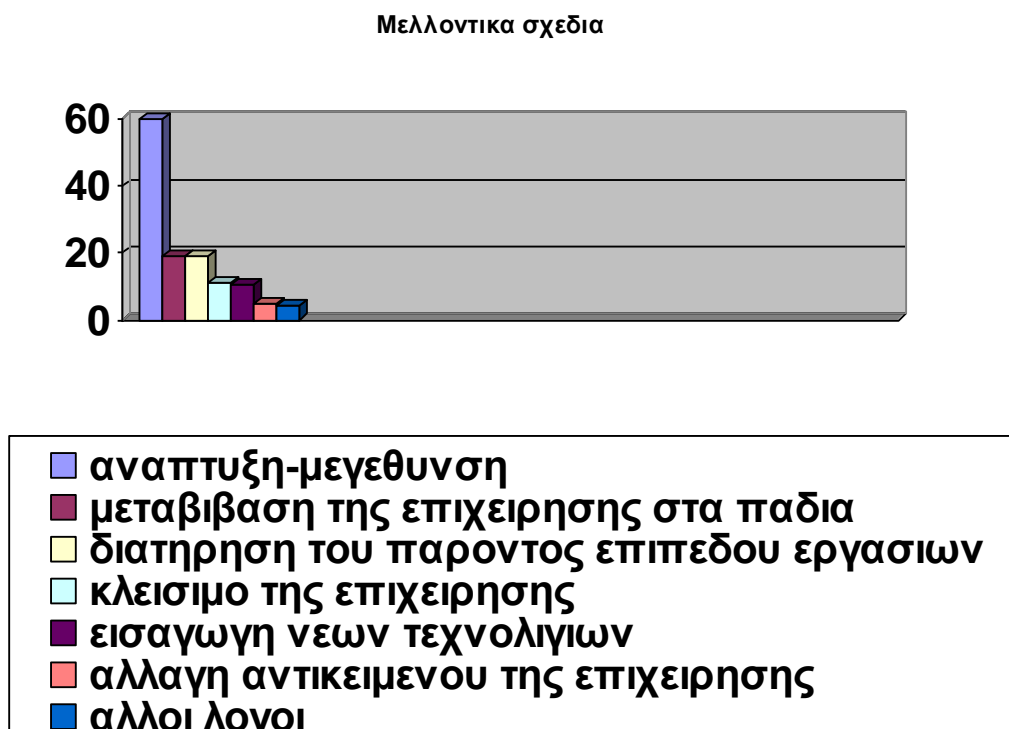
#### 4.9.2 Σχεδία των γυναικων επιχειρηματιων για το μέλλον

Ιδιαίτερα ενθαρρυντική μπορεί να θεωρηθεί η διαπίστωση ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες στην πλειοψηφία τους σχεδιάζουν να προχωρήσουν στο μέλλον σε επέκταση και μεγέθυνση της επιχείρησης.

Σε απόσταση ακόλουθη το ποσοστό των επιχειρηματιων που προτίθενται να διατηρήσει στο μέλλον τις επιχειρήσεις στο σημερινό επίπεδο ή να μεταβιβάσει την επιχείρηση στα παιδιά.

Το 10.7% των επιχειρηματιων σχεδιάζει να εισάγει στη επιχείρησης νέα τεχνολογία το 5% να αλλάξει αντικείμενο και το 4% να προχωρήσει σε εξαγωγές. Μονό το 11,1% σκέπτεται να κλείσει την επιχείρηση .

Διάγραμμα 6



## **ΜΕΡΟΣ Β**

### **Η ΓΥΝΑΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ ΚΑΙ ΤΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΤΗΣ Ε.Ε**

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΒΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΤΥΧΙΑ ΜΙΑΣ ΓΥΝΑΙΚΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ- MANAGER

5.1 τα κύρια χαρακτηριστικά ενός manager.

**Αφοσίωση:** η γυναίκα μάνατζερ πρέπει να κάνει οτιδήποτε χρειάζεται μέσα στα νομικά και ηθικά πλαίσια προκειμένου να ικανοποιήσει κάθε στιγμή τις απαιτήσεις της δουλειάς της με τον αλάνθαστο και υπεύθυνο τρόπο.

**Ηγεσία:** δεν πρέπει να διστάζει να ηγηθεί μια ομάδα, μια επιτροπή ή έναν οργανισμό.

**Στόχοι:** πρέπει να βάλει στόχους και να μην διστάζει να χρησιμοποιήσει τη βοήθεια όσων προσφέρονται.

**Κίνδυνο:** η γυναίκα πρέπει να αναλάβει τον κίνδυνο.

**Επιμονή:** δεν είναι καθόλου εύκολο να υποστηρίξει μια γυναίκα μια ενέργεια ή άποψη.

**Θετική εικόνα:** η γυναίκα μάνατζερ πρέπει να προβάλει τη θετική εικόνα της. Η εικόνα της να μην αντανakλά μονό στην ανταγωνιστική της φύση και υπερηφάνεια , αλλά επίσης την εταιρία και την ηγεσία της. Πρέπει να κερδίσει στα σημεία επιδεικνύοντας συνεχώς την αδιαμφισβήτητη ηθική και τον επαγγελματισμό της.

**Διαρκής εκπαίδευση:** για την καλύτερη προετοιμασία πρέπει να αποκτήσουν μια καλή βάση μόρφωσης και μετά να συγκεντρωθούν στις ικανότητες που χρειάζονται για αν επιτύχουν στο να διαλέξουν το επάγγελμα τους. Επίσης, πρέπει να αναζητήσει νέες πηγές γνώσης και πληροφορίας είτε στην εταιρία είτε εκτός και να μην διστάζει να ξοδέψει για τη γνώση.

**Αισιοδοξία:** πρέπει να αντιμετωπίσει θετικά την καριέρας της, να οραματίζεται την επιτυχία και να δέχεται κάθε εύδο σαν ευκαιρία για να αναλάβει δράση. Χρειάζεται πολύς χρόνος για να μάθει κανείς όλα τα μυστικά μιας δουλειάς, για αυτό και οι εταιρίες προτιμούν να προωθούν στην ιεραρχία κάποιον που έχει δουλέψει μαζί τους αρκετά καιρό και έχει ήδη αποδείξει την αξιοπιστία και τις ικανότητες του.

Οι άνθρωποι δεν πρέπει να διστάζουν να κάνουν επαφές πιο πολλά για την εργασία τους ή να βρουν εκείνους που θα επηρεάσουν την εξέλιξη τους. Το λάθος που κάνουν πολλές νέες γυναίκες είναι ότι στηρίζονται στο ταλέντο τους και μονό για να ατυχούν επαγγελματικά. Πρέπει να καταλάβει οι επαφές είναι το παράθυρο προς τον έξω κόσμο και πρέπει να τις επιδιώξει.

Με τον όρο «δικτύωση» εννοούμε να χρησιμοποιεί τις προσωπικές της επαφές για την εξέλιξη της ή να εξασφαλίζει πρόσβαση σε απαραίτητες πληροφορίες.

## 5.2 αποδεχτείτε τις νέες αξίες

Οι γυναίκες μπορούν να είναι και θα γίνουν τελικά η κινητήρια δύναμη στις επιχειρήσεις εκείνες που κατανοούν τις διαφορετικές ανάγκες του εργατικού δυναμικού. Όλο και περισσότερες επιχειρήσεις σήμερα αναγνωρίζουν τις διαφορετικές ανάγκες των γυναικών σε σχέση με την οικογένεια και την καριέρα. Σε αυτό το πνεύμα οι εργοδότες έχουν υιοθετήσει κάποιες νέες πρακτικές όπως :

- Ελαστικό ωράριο
- Διαρκής μερικής απασχόλησης
- Κοινή εργασία

## 5.3 ηγεσία

Μια γυναίκα μάνατζερ σήμερα θα πρέπει:

1. να είναι αποτελεσματική στην εξουσιοδότηση και ενυδάτωση του προσωπικού



2. να βρίσκει πρωτοποριακές λύσεις μέσα από την ομαδική λήψη αποφάσεων
3. να ενθαρρύνει την ομαδική εργασία , τη φιλοσοφία και τους στόχους της επιχείρησης.

### 5.3.1 τρεις κατηγορίες ικανοτήτων

Οι τρεις βασικές κατηγορίες ικανοτήτων που θα επιτρέπουν να γίνει μια γυναίκα πιο αποτελεσματική στη δουλεία της και να ανέβει στην ιεραρχία έχουν σχέση με την τεχνικές, τις διαπροσωπικές και τις διανοητικές ικανότητες.

- 1) Τεχνικές ικανότητες
- 2) Διαπροσωπικές ικανότητες

Με αυτό τον όρο αναφερόμαστε στην ικανότητα που έχει μια γυναίκα να ενεργεί σαν μέλος μιας ομάδας , να καταλαβαίνει διαφορετικές ανάγκες κάθε μέλους της και να μπορεί να συνεργαστεί μαζί τους για ένα κοινό σκοπό.

- 3) διανοητικές ικανότητες

Πρέπει να μπορεί να αντιμετωπίζει την επιχείρηση σαν ολότητα με το να γνωρίζει την αλληλεξάρτηση των διαφόρων τμημάτων της και πως μια αλλαγή σε έναν τομέα επηρεάζει τους υπόλοιπους.

Οι μάνατζερ έχουν την ικανότητα να μετατρέπουν τη γενική πολιτική της εταιρίας σε συγκεκριμένους στόχους. επίσης η επαγγελματική επιτυχία εξαρτάται πια από την συμμετοχή σε ομάδες και ανάληψη ευθυνών μέσα από αυτές. Τα υψηλόβαθμα στελέχη σε μια εταιρία:

- Εκπονούν επιχειρηματικά σχέδια και καθορίζουν τη στρατηγική
- Αναλύουν δεδομένα και σχεδιάζουν το μέλλον της επιχείρησης

- Γίνονται οι ίδιοι φωτεινά παραδείγματα και υλοποιούν το όραμα της εταιρείας.

Αντιμετωπίζουν καίρια θέματα , όπως ποιότητα, εξυπηρέτηση , παρακίνηση, ενθάρρυνση, ομαδική εργασία και διαφοροποίηση.

#### 5.4 τρόποι βελτίωσης τις σχέσεις με τον προϊστάμενο

Η γυναίκα εργαζομένη πρέπει να αναπτύξει φιλική αλλά πάντα για την επαγγελματική σχέση με τον προϊστάμενο. Μια τέτοια σχέση μπορεί να είναι καθοριστική για την εικόνα και την φήμη της.

1. να συμπεριφέρεται στον προϊστάμενο της με τον τρόπο που θέλει να της συμπεριφέρεται και αυτός
2. να τον βοηθήσει στην προσπάθεια του να επιτύχει στους στόχους του.
3. να σκάφτεται θετικά και να συμμετέχει στη λύση προβλημάτων, να προτείνει λύσεις, καθώς και Αργείε που είναι διατεθειμένη η ίδια να κάνει , προκειμένου να διορθώσει κάποια κατάσταση.
4. δε θα πρέπει να κουτσομπολεύει. Οι άνθρωποι που αρέσκονται να διαδίδουν πληροφορίες και συνήθως μένουν στάσιμοι επαγγελματικά.
5. να κρατά ενήμερο τον προϊστάμενο της τόσο για τα θέματα της δουλειάς, όσο και για ότι άλλο αφορά, όπως και τα σεμινάρια που παρακολουθούσης ή τα διπλώματα που απέκτησε. Και όταν χρειάζεται να αναφέρει όλους αυτούς που συνέβαλαν στην επιτυχία της.
6. θα ήταν χρήσιμο να ακούσει περισσότερο απ όσο μιλά. Δηλαδή να προσπαθήσει να ακούσει κατά 80% και αν μιλά μονό κατ 20%.

#### 5.5 Στόχοι που μπορείτε αν επιτύχετε.

Καμία επιχείρηση δεν επιβιώνει σήμερα , αν δεν μπορεί α παρακολουθήσει τις αλλαγές που συντελούνται λογά της παγκοσμιοποίησης, του αυξανόμενου ανταγωνισμού και της συρρίκνωσης της οικονομίας.

Συνεπώς για να ανταπεξέλθει στις αλλαγές πρέπει να μπορεί να θέτει και αν πτωχαίνει ξεκαθαρίσει στόχους ανεξάρτητα από το αν σκοπεύει να διατηρήσει τη θέση της στην εταιρία ή να ανέλθει στην ιεραρχία. Για το μονό πράγμα για το οποίο μπορεί να είναι σίγουρη είναι η αλλαγή. ειδικά οι γυναίκες ρέπν αν συνειδητοποιήσουν τι πραγματικά θέλουν και να απλούν ρεαλιστικούς, εφικτούς στόχους.

Οι στόχοι πρέπει :

- να είναι ρεαλιστικοί, να προκαλούν το ενδιαφέρον και αν προτρέπουν σε συνεχίσει βελτίωση.
- Να είναι γραπτοί. Να ξεκινά πάντα με έργα ρήματα , όπως αναπτύσσω, ελαττώνω, μειώνω ή διατηρώ
- Να είναι συγκεκριμένοι. Να είναι μετρήσιμοι μέσω συγκεκριμένων αποτελεσμάτων και σε συγκεκριμένο χρόνο.
- Να είναι τόσο ποιοτικοί όσο και ποσοτικοί.

#### 5.6 στοχεύοντας στη επιτυχία

Οι γυναίκες που είναι έτοιμες να κατακτήσουν τις υψηλές βαθμίδες της ιεραρχίας διαθέτουν συνήθως πολύ περισσότερο από επιθυμία και αποφασιστικότητα. πολλές επίσης διαθέτουν τον αέρα, την συμπεριφορά και τις ικανότητες που απαιτεί η συγκεκριμένη θέση. Για να εξασφαλίσουν όμως την ομαλή μετάβαση από τη θέση του υφιστάμενου σε αυτή του προϊστάμενου, θα πρέπει να αναπτύξουν νέες ή να βελτιώσουν ήδη υπάρχουσες ικανότητες. Επίσης θα πρέπει να δίνει πάντα στον εργοδότη της την ευκαιρία να δημιουργήσει τις προϋποθέσεις για την εξέλιξη της πριν αποφασίσει να αλλάξει δουλεία.

Αν η εργασία της δεν την ικανοποιεί πλέον. ή έχει χάσει κάθε ενδιαφέρον θα ήταν προτιμότερο να ψάξει για κάτι άλλο δηλαδή μια άλλη δουλεία. Αν έχει ενδείξεις ότι προσωπικά δε πρόκειται να πτυχή την προαγωγή που επιθυμεί, παρά το γεγονός ότι γνωστοποίησε τις προθέσεις της στην εταιρία, τότε σίγουρα έφρασε η ώρα να αναζητήσει αλλού δουλεία. η επιτυχία εξαρτάται από το

βαθμό στον οποίο πιστεύει και απολαμβάνει αυτό που κάνει. Επίσης οι στόχοι πρέπει να είναι βραχυπρόθεσμοι που εξυπηρετούν άλλους μακροπρόθεσμους.

5.7 τρόποι για να ενισχύσει μια γυναίκα την εικόνα της.

Σημαντικό ρολό παίζει η εμφάνιση. Είναι εύκολο για τους άντρες να ντύνονται και αν δείχνουν πτυχωμένοι . βασικά έχουν μια ενδυμασία – το κουστούμι. Αυτό σημαίνει ότι όταν συστήνονται σε ένα πανό αφεντικό, εκείνος δεν προσέχει τα ρούχα τους. δίνει προσοχή στην προσωπικότητα τους στην χειραψία τους στο βιογραφικό τους. Η γκαρνταρόμπα μιας γυναίκας, όμως είναι μια ζωτική πλευρά του παρουσιαστικού της. Λέει στους συναδέλφους της ποια είναι.

Πρέπει να διαχωρίζει την προσωπική από την επαγγελματική ζωή. Οι συνήθειες κουβέντες γύρω από τα προσωπικά της προβλήματα αμβλυνών τα όρια ανάμεσα έτσι άκαιρες επαγγελματικές και κοινωνικές σχέσεις . να μετατρέπει τα προβλήματα σε ευκαιρίες . Επίσης να ελέγχει πάντα την συμπεριφορά, να προσπαθεί να διατηρεί την ψυχραιμία της, όσο θυμωμένη ή αδικημένη κι αν αισθάνεται

5.8 πλήρης και αποτελεσματική επικοινωνία

Θα ήταν προτιμότερο να αποφύγει εκφράσει η ερωτήσεις οπ ελπίζω ή θα προσπαθήσω. Επίσης να μην απολογείται χωρίς αίτια. Να απολογείται μονό όταν προκύψει κάποιο λάθος εξαιτίας δικών της λανθασμένων κινήσεων. Πρέπει να μιλά με κατηγορηματικό ύφος , να κοιτάζει το συνομιλητή στα μάτια, να ακούει προσεκτικά όσα λέγονται, να μπορεί να δώσει άμεσα όλες τις απαραίτητες πληροφορίες. να μην επιτρέπει να την διακόπτουν όταν μιλά. Θα πρέπει τέλος να μάθει να εκφράζει με σαφήνεια το σκοπό, τις προδιαγραφές, τις οδηγίες, τις χρονικές προθεσμίες, τις προτεραιότητες

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΣΥΛΛΟΓΟΙ, ΦΟΡΕΙΣ ΚΑΙ ΔΙΚΤΥΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

### 6.1 οι φορείς που παρέχουν ενημέρωση στις ενδιαφερόμενες γυναίκες

Γυναίκες που πριν λίγα χρόνια πήραν το «βάπτισμα» του επιχειρείν, αποφάσισαν να δώσουν τα φωτά τους σε εκείνες που θα τις βοηθήσουν να ξεπεράσουν τα προβλήματα που οι ίδιες συνάντησαν στα πρώτα τους βήματα, να καταθέσουν τις εμπειρίες τους, αλλά και να τα στηρίξουν κυρίως μέσω της ενημέρωσης όσο για θέματα φορολογικής χρήσης ή νομικής χροιάς. Έτσι, δημιούργησαν συλλόγους κάμποι από τους οποίους δεν περιορίζονται σε τυπικό ρολό αλλά προσπαθούν σε βαθμό που τους επιτρέποντα οικονομικά τους να βοηθήσουν ουσιαστικά τα μέλη τους , δίνοντας την δυνατότητα να έρθουν κοντά και με γυναίκες– επιχειρηματίες άλλων χώρων.

#### Κέντρο ερευνών για θέματα ισότητας

Το κέντρο ερευνών για θέματα ισότητας ( Κ.Ε.Ι.Θ) , νομικό πρόσωπο ιδιωτικού δίκαιου , ιδρύθηκε το 1944 και λειτουργεί κεντρικά στην Αθήνα και περιφερειακά στην Θεσσαλονίκη, στην Πάτρα, ο Ηράκλειο και το Βόλο. Υπό την εποπτεία και χρηματοδότηση της γενικής γραμματείας ισότητας του υπουργείο εσωτερικών, δημοσίας διοίκησης και αποκέντρωσης .

Βασικός άξονας αυτοαναπτυξης των δραστηριοτήτων του Κ.Ε.Θ.Ι είναι η διεξαγωγή κοινωνικής ερευνάς σε θέματα ισότητας των φύλλων και η προώθηση των γυναικών σε όλους τους τομείς της πολιτικής, οικονομικής ,κοινωνικής ζωής μέσα στο πλαίσιο της πολιτικής που καθορίζονται από τη γενική γραμματεία ισότητας.

#### Στόχοι του Κ.Ε.Θ.Ι:

- Στη διεξαγωγή ερευνών και επιστημονικών για θέματα ισότητας των φύλλων
- Στην υποστήριξη γυναικών για την προώθηση στην αγορά εργασίας

- Στη ανάληψη πρωτοβουλιών για την προώθηση της ισότητας των φύλων , σε ιδιαίτερες συνθήκες πολυπολιτισμικότητας
- Στην ενημέρωση σε θέματα ισότητας των φύλων με την έκδοση και δημοσίευση μελετών.
- Στη δημιουργία και λειτουργία πολιτικών θεσμών που υποστηρίζουν και προωθούν την ισότιμη συμμετοχή των γυναικών.

Λειτουργίες:

Κέντρα πληροφόρησης και συμβουλευτικής γυναικών για την απασχόληση , την επιχειρηματικότητα και την κοινωνική ένταξη στην Αθηνά . Θεσσαλονίκη. Πάτρα Ηράκλειο και Βόλο.

Τα κέντρα απευθύνονται σε:

- Γυναίκες άνεργες που επιθυμούν να ενταθούν ή να απαντήσουν στη αγορά εργασίας.
- Γυναίκες εργαζόμενες που απειλούνται από ανεργία
- Γυναίκες που επιθυμούν να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση
- Γυναίκες που αντιμετωπίζουν προβλήματα κοινωνικής ένταξης
- Γυναίκες που ζητούν νομική βοήθεια

Δραστηριοποιούνται:

- Στην δικτύωση των δόμων στήριξη της γυναίκειας απασχόλησης στην Ελλάδα και στην ευρωπαϊκή ένωση
- Στην επιμόρφωση και ευαισθητοποίηση των εκπαιδευτικών σε θέματα ισότητας των φύλων στην εκπαίδευση
- Στην πληροφόρηση σε θέματα πολιτικής για την ισότητα των φύλων στην Ελλάδα και στην ευρωπαϊκή ένωση
- Στην αμφίδρομη πληροφόρηση – ενημέρωση για θέματα ισότητας των φύλων με διεθνής οργανισμούς.

## Δίκτυο γυναικών

Το δίκτυο συγκροτήθηκε άτυπα το Νοέμβριο του 1999 από περίπου 40 γυναίκες επιχειρηματίες που ωφελήθηκαν σε κάποιο στάδιο της άσκησης της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας, από τις υπηρεσίες που προσφέρει το κέντρο Εργάνη. Οι στόχοι του δικτύου όπως έχουν αποτυπωθεί στο καταστατικό του είναι, μεταξύ άλλων, η ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας, η ανταλλαγή εμπειριών, η προβολή, η επιμόρφωση και η προσωπική ανάπτυξη των μελών του, η συνεργασία με ελληνικούς και διεθνείς φορείς με ομοειδείς στόχους και τέλος, ο εμπλουτισμός και η επανατροφοδότηση του κέντρου Εργάνη με πληροφορίες και ανθρώπινο δυναμικό, αξιοποιώντας τις εμπειρίες του και υποστηρίζοντας τις νέες επιχειρηματίες που εισέρχονται στο Εργάνη.

## Η άριστη

Στο συντονισμό ενεργειών και δράσεων που αφορούν τη γυναικεία επιχείρηση στοχεύει η άριστη, εταιρία μη κερδοσκοπικού πνεύματος ανέσα στις γυναίκες, καθώς και την εκπροσώπηση των γυναικών επιχειρηματιών στα κεντά λήψης αποφάσεων.

## Ο σιγή

Ένας από τους πιο γνωστούς συλλόγους που στηρίζουν τις γυναίκες επιχειρηματίες είναι ο σιγή( σύλλογος επιχειρηματιών Ελλάδος) ο όποιο ιδρύθηκε το 1977 στη Θεσσαλονίκη και σήμερα αριθμεί περισσότερα από 450 μέλη απ όλη την Ελλάδα. Αγκαλιάζει γυναίκες που κάνουν επιχειρηματική δραστηριότητα και προωθεί την ανάπτυξη των γυναικείων επιχειρήσεων μες από την ερευνά και την πληροφόρηση. Ο γυναίκες συμμετέχοντας στο ΣΕΓΕ διευρύνουν την επιχειρηματική τους δικτύωση, αποκτούν πρόσβαση σε επιχειρηματικά δίκτυα της Ελλάδος και του εξωτερικού για την ανάπτυξη των γυναικείων επιχειρήσεων μέσα από την ερευνά και την πληροφόρηση. Οι γυναίκες συμμετέχοντας στο σιγή ευρύνουν την επιχειρηματική τους δικτύωση, αποκτούν πρόσβαση σε επιχειρήματα δίκτυα της Ελλάδας και τους εξωτερικού

για την ανάπτυξη συνεργασιών σε εθνικό και διεθνές επίπεδο, εκπαιδεύονται οι ίδιες και το προσωπικό τους σε εξειδικευμένα προγράμματα και σεμινάρια και ενημερώνονται για επιχειρηματικά προγράμματα και οικονομικό θέματα αμέσου ενδιαφέροντος.

## ΗΓΑΜΕ

Το 1995 ιδρύθηκε το ινστιτούτο ανάπτυξης γυναικών μάνατζερ και επιχειρηματιών που είναι το έκτο κατά σειρά ινστιτούτο της εεδε. Στόχος του είναι η διεύρυνση της γυναίκειας παρουσίας στο χώρο του μάνατζμεντ και των επιχειρήσεων , η αντιμετώπιση των προβλημάτων που προκύπτουν από το δύσκολο ρολό της γυναίκας ως επαγγελματία και μητέρα και η ανάπτυξη διεθνών συνεργασιών με συναφείς ελληνικούς και διεθνείς οργανισμούς. Το ΗΓΑΜΕ αριθμεί περίπου 300 μέλη , κυρίως γυναίκες , οι οποίες κατέχουν διευθυντικές θέσεις ή είναι ελεύθεροι επαγγελματίες.

## Ο ΕΙΜΙ

Ο σύνδεσμος των European Management Assistants-EMMA είναι μη κερδοσκοπικός οργανισμός . ιδρύθηκε το 1974 από τη Sonia annular , στο Παρίσι , έχει μέλη της Ευρώπης και σκοπό , μεταξύ άλλων να διαμορφώσει ένα πυρήνα επαγγελματιών βοηθών διοίκησης , με πλήρη αλλά και συνεχή κατάρτιση , ικανών να παρέχουν συμβουλές σε θέματα που αφορούν το επάγγελμα. Από τον Ιανουαρίου του 2003 ο σύνδεσμος δραστηριοποιείται και στην βόρεια Ελλάδα, με έδρα κυρίως τη Θεσσαλονίκη..

## Tower για τις αλλοδαπές

Στη χώρα μας έχει ιδρυθεί , επίσης , ο σύλλογος Towner, ένα μη κυβερνητικό, μη κερδοσκοπικό δίκτυο γυναικών που αποσκοπεί στην ανάπτυξη της επαγγελματικής σταδιοδρομίας των αλλοδαπών γυναικών στην Ελλάδα. Στοχεύει με διάφορα μέσα στην ανάδειξη των ικανοτήτων ενός σημαντικού και παραμελημένου μέρους του ελληνικού ανθρωπίνου δυναμικού : την αλλοδαπά γυναίκα. Το Towner δημιούργησε 5 μικρά δίκτυα με τις εξής θεματικές περιοχές



: τουρισμό , εμπόριο , διδασκαλία γλωσσάς , τεχνολογία και μετάφραση διερμηνεία.

## Η DONNA MANAGER

DONNA MANAGER, είναι η επιτροπή γυναικών του ελληνογαλλικού επιμελητήριου που ενημερώνει , υποστηρίζει και προβάλλει το έργο της γυναίκας στο σύγχρονο δημόσιο ιδιωτικό οικονομικό στίβο σε Ελλάδα και Ιταλία. Οι γυναίκες που απαρτίζουν το DONNA MANAGER, είναι διακεκριμένες ,δυναμικές προσωπικότητες και προέρχονται από όλους τους επαγγελματικούς κλάδους. Κοινό σημείο αναφοράς και στόχος να ενώσουν τις δυνάμεις τους για την ενίσχυση του ρόλου της γυναίκας στα οικονομικοπολιτικά δρώμενα στην ευρωπαϊκή ένωση.

Στην ερευνά μας απευθυνθήκαμε σε δυο βασικούς φορείς που παρουσιάζουν τα τελευταία χρόνια σημαντική δραστηριότητα στην Ελλάδα , όσον αφορά την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας :

### Κέντρο Εργάνη

Το κέντρο Εργάνη λειτουργεί από το 1991 . τα πρώτα του βήματα χρηματοδοτήθηκαν από την κοινοτική πρωτοβουλία « απασχόληση».

Άξονας NOW. Η αρχική κοινοπραξία επεκτάθηκε σημαντικά στο πλαίσιο της υλοποίησης των προγραμμάτων που ακλούθησαν. το NOW 2 και το πρόγραμμα απασχόλησης . από τον Ιούλιο του 2001 το Εργάνη έχει αποκτήσει νομική μορφή ( αστική μη κερδοσκοπική εταιρία) και αποτελεί μία κοινοπραξία φορέων για την προώθηση και την υποστήριξη της γυναικείας απασχόλησης στη Θεσσαλονίκη.

Από της 7 Νοέμβριου 2001 λειτουργεί η αντένα πληροφόρησης του κέντρου Εργάνη στον 1<sup>ο</sup> όροφο του επαγγελματικού επιμελητήριου , όπου η αρμόδια σύμβουλος πληροφορεί σε ένα πρώτο επίπεδο τις ενδιαφερόμενες για τα υπηρεσίες που παρέχονται από το κέντρο.

Το Εργάνη αποτελεί μια κοινοπραξία φορέων για την προώθηση και την υποστήριξη της γυναίκειας απασχόλησης στη Θεσσαλονίκη. Το Εργάνη έχει αναπτύξει σταθερή συνεργασία και με άλλους φορείς στο πλαίσιο υλοποίησης ευρωπαϊκών προγραμμάτων ισότητας :

Πόροι κέντρου Εργάνη

- Χρηματοδότηση των φορέων εταιρειών
- Ανταποδοτικότητα παρεχόμενων υπηρεσιών
- Ευρωπαϊκά και εθνικά προγράμματα

## 6.2 Επιχειρησιακό πρόγραμμα «ανταγωνιστικότητα»

Ενίσχυση γυναίκειας επιχειρηματικότητας

Το πρόγραμμα «ενίσχυση γυναίκειας επιχειρηματικότητας» αποσκοπεί στην ανάπτυξη , υποστήριξη και προώθηση της επιχειρηματικότητας των γυναικών που επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά ,αξιοποιώντας τις γνώσεις , την κατάρτιση και τα ταλέντα τους. Εντάσσεται στοπ μετρό 2,8 «ενθάρρυνση επιχειρηματικότητας ομάδων πληθυσμού» του επιχειρησιακού προγράμματος «ανταγωνιστικότητα του κοινοτύπου πλαισίου στήριξης με εφαρμογής το υπουργείο ανάπτυξης και φορέα υλοποίηση τον EOMMEX.

Ο προϋπολογισμός του προγράμματος για το γ κύκλο είναι 27.000.000ευρω. η δημόσια δαπάνη είναι 13.500.000 ευρώ και συγχρηματοδοτείται από το ΕΤΠΑ κατά 65% και από το Ελληνικό Δημόσιο κατά 35% . αποστολή του ΕΤΠΑ είναι η συμβολή στη άμβλωση των ανισοτήτων , όσων αφορά την ανάπτυξη και το βιοτικό επίπεδο μεταξύ των διαφόρων περιφερειών , στη μείωση της καθυστέρηση των λιγότερων ευνοημένων , στη διόρθωση των κυριοτέρων περιφερειακών ανισοτήτων , όσον αφορά την ανάπτυξη και το βιοτικό επίπεδο μεταξύ των διαφόρων περιφερειών , στη μείωση της καθυστέρησης των λιγότερο ευνοημένων, στη διόρθωση των κυριοτέρων περιφερειακών

ανισοτήτων στην ΕΕ , καθυστερημένων περιφερειών , καθώς και στην κοινωνικά-οικονομική ανασυγκρότηση των περιφερειών .

Δικαίωμα συμμετοχής στο πρόγραμμα έχουν γυναίκες οι οποίες:

1. γεννηθήκαν από το 1949 μέχρι και το 1982
2. είναι άνεργες , μισθωτές η ελεύθερη επαγγελματίες
3. δεν ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα από 01/01//2002 και έως την ημερομηνία υποβολής της πρότασης..

το πρόγραμμα θα ενισχύσει δραστηριότητες που ανήκουν στους τομείς της μεταποίησης, εμπορίου, υπηρεσιών και τουρισμού. Το ποσοστό δημοσίας χρηματοδότησης είναι 50% του συνολικού επιχορηγούμενου προϋπολογισμού το υπόλοιπο πόσο πέραν της δημόσια χρηματοδότησης για την κάλυψη του συνολικού προϋπολογισμού θεωρείται ίδια συμμετοχή για την υλοποίηση του έργου. Η ίδια συμμετοχή μπορεί να καλυφτεί και με τραπεζικό δανεισμό σε ποσοστό που δεν υπερβαίνει το 30% του συνολικού προτεινόμενου προϋπολογισμού του έργου.

Τα επιχειρηματικά σχέδια περιλαμβάνουν αγορά του απαραίτητου παραγωγικού εξοπλισμού μελετητικές και συμβουλευτικές υπηρεσίες μεταφορά τεχνογνωσίας, ενέργειες μάρκετινγκ ενέργειες κατάρτισης κλπ.

Η παρακολούθηση της πορείας υλοποίησης των έργων θα πραγματοποιείται μέσω σφηκών και οικονομικών πιστοποιήσεων , που θα διενεργούνται από τον ΕΟΜΜΕΧ.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ ΜΙΚΡΟ-ΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (ΕΟΜΜΕΧ)**

### 7.1 Γενικά χαρακτηριστικά του ΕΟΜΜΕΧ.

Ο ΕΟΜΜΕΧ (Ελληνικός Οργανισμός Μικρών – Μεσαίων Επιχειρήσεων & Χειροτεχνίας) ιδρύθηκε το έτος 1977 ως Ν.Π.Ι.Δ. με το Ν.707/1977, με την ενοποίηση του Εθνικού Οργανισμού Ελληνικής Χειροτεχνίας (ΕΟΕΧ) και του Κέντρου Βιοτεχνικής Ανάπτυξης (ΚΕΒΑ), με σκοπό την προαγωγή και προώθηση της Ελληνικής Βιοτεχνίας & Χειροτεχνίας με κάθε πρόσφορο τρόπο, στα πλαίσια της εκάστοτε ασκούμενης Κυβερνητικής Πολιτικής. Από το 1997 (Π.Δ. 159/96, που εκδόθηκε κατ' εφαρμογή του Ν. 2414/96) έως σήμερα ο ΕΟΜΜΕΧ λειτουργεί ως Ανώνυμη Εταιρία κοινωφελούς χαρακτήρα, με μοναδικό μέτοχο το Υπουργείο Ανάπτυξης, που λειτουργεί για χάρη του Δημοσίου συμφέροντος με βάση τους κανόνες της ιδιωτικής οικονομίας. Ο ΕΟΜΜΕΧ όλα αυτά τα χρόνια λειτούργησε αποδοτικά ως Δημόσιος Οργανισμός και πρόσφερε σημαντικό αναπτυξιακό έργο. Με τις δραστηριότητες δε που αφορούσαν την αποτελεσματική διαχείριση / υλοποίηση κοινοτικών συγχρηματοδοτούμενων προγραμμάτων, εξυπηρέτησε περισσότερες από 200.000 ΜΜΕ, με έργα προϋπολογισμού περίπου 2 δις € σε όλη την Ελλάδα. Η δραστηριοποίηση του ΕΟΜΜΕΧ για την ενίσχυση των ΜΜΕ παρουσιάζεται παρακάτω συνοπτικά:

### ΠΕΡΙΟΔΟΣ 1984– 1993

Ο ΕΟΜΜΕΧ ασχολείται κυρίως, και με ιδιαίτερη επιτυχία, με την ενίσχυση περισσότερων από 10.000 Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων, εφαρμόζοντας:

- Τον Αναπτυξιακό Νόμο 1262/82
- Τον Αναπτυξιακό Νόμο 1892/90
- Συμμετέχει στο ΠΟΜΠ (1984-1986)
- Και στη συνέχεια στα ΜΟΠ (1986-1993)

Επιπλέον εφαρμόζει τα προγράμματα:

- VALOREN (Εξοικονόμηση ενέργειας στις ΜΜΕ),
- SPRINT (Στρατηγικό πρόγραμμα για την καινοτομία),
- MINT (Εκπόνηση Τεχνοδιαγνώσεων στις ΜΜΕ),
- PRISMA (Εφαρμογή της Πληροφορικής στους Δημόσιους Διαγωνισμούς για τις ΜΜΕ), κλπ.

ΠΕΡΙΟΔΟΣ 1994 – 2000

Ο Οργανισμός συμμετέχει στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Βιομηχανίας (ΕΠΒ) με δράσεις που αφορούν την ενίσχυση νέων επιχειρηματιών Υπεργολαβίας, Επιμελητηρίων και Φορέων των ΜΜΕ κλπ. Ενώ παράλληλα υλοποιεί και άλλα Προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης όπως:

- ADAPT (Προσαρμοστικότητα μικρών επιχειρήσεων στις νέες τεχνολογίες),
- CRAFT (Εθνικό Σημείο Επαφής για τις ΜΜΕ στα 3ο – 6ο Πρόγραμμα Πλαίσιο
- Έρευνας & Τεχνολογικής Ανάπτυξης της Ευρωπαϊκής Ένωσης),
- HORIZON (Επιχειρηματικότητα ΑΜΕΑ και παλιννοστούντων),
- NOW (Γυναικεία επιχειρηματικότητα),
- YOUTHSTART (Επιχειρηματικότητα νέων),
- INTERREG (Διασυνοριακή συνεργασία επιχειρήσεων),
- IBEX (Διεθνής έκθεση αγοραστών),
- BENCHMARKING (Μέθοδος συγκριτικής αξιολόγησης) κλπ.

ΠΕΡΙΟΔΟΣ 2001-2008

Ο ΕΟΜΜΕΧ έχει υλοποιήσει ή υλοποιεί προγράμματα στα πλαίσια του Γ' ΚΠΣ με μεγάλη επιτυχία,

- Από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητας (ΕΠΑΝ),
- Από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Κοινωνία της Πληροφορίας (ΚτΠ),

- Από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Απασχόλησης, τις Κοινοτικές Πρωτοβουλίες
- Καθώς και πλήθος άλλων προγραμμάτων της Ε.Ε.

Ενδεικτικά, αναφέρονται οι Δράσεις στις οποίες δραστηριοποιήθηκε ο Οργανισμός και παρατίθεται πίνακας αποτελεσμάτων ενίσχυσης ΜΜΕ:

Προγράμματα Ενίσχυσης Ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ, όπως:

- «Ενίσχυση Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων Εμπορίου»
- «Κατάρτιση Επιχειρηματιών και Εργαζομένων σε Μικρές και Πολύ Μικρές Επιχειρήσεις του Εμπορικού Τομέα, για την αύξηση της Ανταγωνιστικότητάς τους»
- «Βιομηχανική Υπεργολαβία»
- «Δικτυωθείτε» (Καλή Πρακτική στο πλαίσιο των στόχων της Λισσαβόνας από την Κοινωνία της Πληροφορίας)
- «Ενίσχυση επαρχιακού τύπου»

Προγράμματα Ίδρυσης & Στήριξης Νέων Επιχειρήσεων από Ειδικές Ομάδες Πληθυσμού, όπως:

- «Ενίσχυση Νεανικής Επιχειρηματικότητας»
- «Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας»
- «Ενίσχυση Επιχειρηματικότητας Ατόμων με Αναπηρίες»
- «Ενίσχυση Επιχειρηματικότητας Γονέων με τρία τέκνα και άνω»
- «Ενίσχυση Επιχειρηματικότητας ΡΟΜ»

Εθνικό Παρατηρητήριο για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις

Το Εθνικό Παρατηρητήριο για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις εντάσσεται στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα» 2000-2006 (Ε.Π.ΑΝ), Μέτρο 1.4, Δράση 1.4.2 και αποτελεί μηχανισμό της Πολιτείας για τη συστηματική παρακολούθηση των ΜΜΕ σε κλαδικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο. Παράλληλα, αποτελεί την κύρια πηγή έγκυρης και έγκαιρης πληροφόρησης σε θέματα μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα. Συμβάλλοντας στην

ανάπτυξη και βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Το έργο είναι συγχρηματοδοτούμενο από το ΕΤΠΑ κατά 80% και από Εθνικούς Πόρους κατά 20%.

Πρόγραμμα «Ανάπτυξη γυναικείας απασχόλησης και επιχειρηματικότητας»

Στόχος της δράσης είναι η παροχή υποστήριξης για την ανάπτυξη υφιστάμενων επιχειρήσεων γυναικών επιχειρηματιών, καθώς και η διατήρηση και ενίσχυση του ποσοστού απασχόλησης στις γυναικείες επιχειρήσεις.

Πολυάριθμα προγράμματα στο πλαίσιο των Κοινοτικών πρωτοβουλιών:

- EQUAL (Πρόγραμμα προώθησης ίσων ευκαιριών),
- INTERREG (Διασυνοριακή συνεργασία επιχειρήσεων),
- Άρθρο 6 (Διαχείριση των αλλαγών στις ΜΜ Επιχειρήσεις),
- LEONARDO (Δημιουργία εκπαιδευτικού πακέτου για την προσβασιμότητα των ΑΜΕΑ),
- CRAFT (Εθνικό Σημείο Επαφής για τις ΜΜΕ στα 3ο – 7ο Πρόγραμμα Πλαίσιο
- Έρευνας & Τεχνολογικής Ανάπτυξης της Ευρωπαϊκής Ένωσης),
- 6ο & 7ο Πρόγραμμα Πλαίσιο Έρευνας & Τεχνολογικής Ανάπτυξης,
- ΕΚΠΕ (Ευρωπαϊκό Κέντρο Πληροφόρησης Επιχειρήσεων) κ.α.

Σχεδιασμός και Υλοποίηση πολυάριθμων προγραμμάτων Επιχειρηματικής και Επαγγελματικής Κατάρτισης.

Πρόγραμμα Αποζημιώσεων Επιχειρήσεων από Θεομηνίες

Πλήθος Επιχειρήσεων που έχουν πληγεί από θεομηνίες, αποζημιώθηκαν και αποζημιώνονται μέσω του συγκεκριμένου προγράμματος.

Ο ΕΟΜΜΕΧ διαθέτει τις απαραίτητες υποδομές (πρωτοποριακό και σύγχρονο

πληροφοριακό σύστημα το οποίο πρώτος εφάρμοσε και εκ των υστέρων υιοθετήθηκε και από άλλους φορείς, Μητρώα Αξιολογητών & Ελεγκτών Προγραμμάτων, Βάσεις δεδομένων, Τυποποιημένες διαδικασίες για την υλοποίηση των προγραμμάτων καθώς και εξειδικευμένο προσωπικό) για την υποστήριξη των δράσεων που υλοποίησε και υλοποιεί.

## 7.2 Οργανωτική Δομή ΕΟΜΜΕΧ Α.Ε.

Τα βασικά κριτήρια που χρησιμοποιήθηκαν στο σχεδιασμό της οργανωτικής δομής διακρίνονται σε δύο κατηγορίες (ειδικά και γενικά):

Τα ειδικά κριτήρια περιλαμβάνουν:

- εναρμόνιση με τους διατυπωμένους στρατηγικούς στόχους,
- σύνδεση με τις δραστηριότητες που οριοθετούν το επιχειρησιακό έργο του Οργανισμού
- υποστήριξη των κύριων και υποστηρικτικών διαδικασιών,
- ευελιξία στην ενσωμάτωση νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων ή σε αλλαγές των υφισταμένων,
- ολοκληρωμένη λύση οργάνωσης.
- αποφυγή αγκυλώσεων Οργανωτικής Διάρθρωσης κατά το πρότυπο του Δημόσιου Τομέα.

Τα γενικά κριτήρια αφορούν κανόνες "καλού οργανωτικού σχεδιασμού" και περιλαμβάνουν:

- ελάχιστο δυνατό αριθμό διοικητικών επιπέδων,
- βέλτιστο εύρος ελέγχων (αριθμός άμεσων αναφορών),
- μεγαλύτερη δυνατή σαφήνεια σε ρόλους και αρμοδιότητες,



- άμεση επαφή μεταξύ των συνεργαζόμενων ομάδων,
- ομαδοποίηση συναφών δραστηριοτήτων,
- εξυπηρέτηση των έργων του Επιχειρησιακού Σχεδιασμού του Οργανισμού.

Η ανάλυση του οργανωτικού πλαισίου, η οποία ακολουθεί, και η αντίστοιχη οργανωτική δομή αποτελούν άμεσης προτεραιότητας ενέργειες για το μεταβατικό στάδιο του Οργανισμού για την υλοποίηση των έργων/υπηρεσιών του.

Σε κάθε περίπτωση όμως, σημαντικής προτεραιότητας πρέπει να θεωρείται και η αναδιοργάνωση δομών και διαδικασιών του EOMMEX, η οποία σε συνδυασμό με το σύστημα διαχείρισης του ανθρώπινου δυναμικού θέτει τις στέρεες βάσεις για την περαιτέρω ανάπτυξη του Οργανισμού και την αποδοτικότερη λειτουργία του.

Η οργανωτική δομή θέτει τις κατευθύνσεις-προτεραιότητες του οργανωτικού σχήματος του Οργανισμού ενώ η περαιτέρω εξειδίκευση των διαφόρων οργανωτικών μονάδων σε κατώτερο επίπεδο, οι αναλυτικές αρμοδιότητες και περιγραφές θέσεων ως και το γενικότερο λειτουργικό του πλαίσιο (ομάδες έργων, σύσταση διαφόρων επιτροπών, συστήματα προγραμματισμού κλπ) προκύπτουν με βάση το σχέδιο δράσης εκσυγχρονισμού του EOMMEX. Είναι σαφές ότι το υπάρχον οργανωτικό πλαίσιο βασίζεται στο σύνολο των παραδοχών και παραγόντων, οι οποίοι ελήφθησαν υπόψιν κατά την τρέχουσα χρονική συγκυρία και, ορθολογικοποιεί την υφιστάμενη κατάσταση, λαμβάνοντας υπόψιν ταυτόχρονα και την εφικτότητα της προτεινόμενης δομής.

Στο βαθμό που υπάρξουν διαφοροποιήσεις λόγω αντικειμενικών συνθηκών, είναι σκόπιμη η επανεξέταση της υπάρχουσας δομής. Άλλωστε, η όποια οργανωτική δομή είναι άμεσα συνυφασμένη με το έργο και τα χαρακτηριστικά του Οργανισμού, έχει δυναμικά χαρακτηριστικά και στο βαθμό που τεκμηριωμένα απαιτούνται αλλαγές, αυτό πρέπει να θεωρείται προς τη θετική κατεύθυνση για την καλύτερη υποστήριξη λειτουργίας του. Στην οργανόγραμματική διάρθρωση του ΕΟΜΜΕΧ, προβλέπεται η ύπαρξη τριών οργανωτικών επιπέδων:

- Διοίκησης
- Διεύθυνσης
- Τμήματος

Ο ΕΟΜΜΕΧ διοικείται από το Διοικητικό Συμβούλιο(ΔΣ), το οποίο είναι υπεύθυνο για την χάραξη της γενικότερης στρατηγικής. Εκτελεστικό όργανο της στρατηγικής αυτής είναι ο Διευθύνων Σύμβουλος. Οι διευθύνσεις οργανώνονται κάτω από τρεις βασικούς τομείς δραστηριοτήτων:

- Επιτελικές Λειτουργίες,
- Παραγωγικές Δραστηριότητες,
- Υποστηρικτικές Λειτουργίες.

### 7.3 Στόχοι EOMMEX.

Ο EOMMEX, με την πολυετή εμπειρία του, έχει αποκτήσει συνθετική αντίληψη και ειδική γνώση των προβλημάτων και των αναγκών των ΜΜΕ, διαθέτει ισχυρό δίκτυο συνεργασιών, σε εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο, κατέχει σημαντική τεχνογνωσία στο σχεδιασμό, στην υλοποίηση και στη διαχείριση αναπτυξιακών προγραμμάτων κι έχει καθιερωθεί στη συνείδηση των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων.

Ο EOMMEX, λαμβάνοντας υπόψη τις νέες συνθήκες που διαμορφώνονται διεθνώς, με τη συνεργασία και υπό την εποπτεία του Υπουργείου Ανάπτυξης, έχει εκπονήσει ένα ολοκληρωμένο στρατηγικό κι επιχειρησιακό σχέδιο, το οποίο προσδιορίζει το όραμα και την αποστολή του Οργανισμού, τις δράσεις και τα μέσα υλοποίησής τους, με σαφείς στόχους και συγκεκριμένα αποτελέσματα.

Ο EOMMEX στο πλαίσιο της αποστολής του, προσαρμόζει τις λειτουργίες και τις δομές του με τρόπο ώστε να είναι σε θέση να δρα με όρους αποτελεσματικότητας, για την επίτευξη των στόχων της πολιτικής που έχει χαράξει το ΥΠΑΝ. Επιπλέον αξιοποιεί όλες τις δυνατότητες που παρέχει η πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης, υπέρ των ΜΜΕ.

Ο EOMMEX θα δραστηριοποιηθεί τα επόμενα χρόνια με την ιδιότητα του Συμβούλου της Πολιτείας, του Φορέα διαχείρισης και υλοποίησης δράσεων και έργων για τις ΜΜΕ και του Δημόσιου Οργανισμού υποστήριξης αναγκών

συντονισμού δικτύων και δομών παροχής ολοκληρωμένων υπηρεσιών προς τις ΜΜΕ.

Ο ΕΟΜΜΕΧ, θα συνεχίσει να μελετά, να σχεδιάζει και να εφαρμόζει καινοτόμα προγράμματα και ειδικές δράσεις, με στόχο τη βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, την ανάπτυξη του επιχειρηματικού πνεύματος και της επιχειρηματικότητας και τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των μικρών επιχειρήσεων, συμβάλλοντας ενεργητικά στην υλοποίηση των στόχων της εθνικής πολιτικής.

Ο ΕΟΜΜΕΧ, κατά πάγια τακτική, στηρίζει παρεμφερείς με το αντικείμενό του, Οργανισμούς, για αποτελεσματικότερη παροχή βοήθειας στις ΜΜΕ και συνεργάζεται με όλους τους δημόσιους, ημι-δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς, περιλαμβανομένης και της ακαδημαϊκής κοινότητας, εις τρόπον ώστε, μέσα από τη συνεργασία και τη συνέργεια να προκύπτει το καλλίτερο δυνατό αποτέλεσμα προς όφελος των ΜΜΕ.

#### 7.4 Ανάπτυξη γυναικείας απασχόληση και επιχειρηματικότητας

Οι δράσεις συγχρηματοδοτούμενες από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (Ε.Κ.Τ.) στο πλαίσιο των ΠΕΠ του Γ' ΚΠΣ»

##### 7.4.1 Γενικό πλαίσιο υλοποίησης της δράσης

Στο πλαίσιο των Περιφερειακών Επιχειρησιακών Προγραμμάτων (ΠΕΠ) του Γ Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης 2000 - 2006 υλοποιούνται δράσεις για την

“Ανάπτυξη της Γυναικείας Απασχόλησης και Επιχειρηματικότητας”.

Στόχος των δράσεων είναι η παροχή υποστήριξης για την ανάπτυξη των επιχειρήσεων των γυναικών επιχειρηματιών, καθώς και η διατήρηση και ενίσχυση του ποσοστού απασχόλησης στις γυναικείες επιχειρήσεις. Η δράση αποτελεί μέτρο προώθησης της πολιτικής ίσων ευκαιριών απασχόλησης των φύλων στην αγορά εργασίας.

Οι δράσεις απευθύνονται σε γυναίκες επιχειρηματίες που επιχειρούν ως ελεύθεροι επαγγελματίες, στα πλαίσια υφισταμένων ατομικών επιχειρήσεων, Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων, Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων, Συνεταιρισμών και λοιπών νομικών προσώπων. **“Φορέας Υλοποίησης/Τελικός Δικαιούχος”** του προγράμματος είναι ο Ελληνικός Οργανισμός Μικρών Μεσαίων Επιχειρήσεων και Χειροτεχνίας Ανώνυμη Εταιρεία (EOMMEX A.E.).

#### 7.4.2 Νομοθετικό – κανονιστικό πλαίσιο και καθεστώς ενίσχυσης

Η δράση “Ανάπτυξη Γυναικείας Απασχόλησης και Επιχειρηματικότητας συγχρηματοδοτούμενης από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (ΕΚΤ), στα πλαίσια των ΠΕΠ του Γ ΚΠΣ” υλοποιείται με βάση την Κοινή Υπουργική Απόφαση των Υπουργών Οικονομίας και Οικονομικών, Ανάπτυξης, Απασχόλησης και Κοινωνικής Προστασίας με αρ. 113286/1 7.10.2006 (ΦΕΚ 1582 /B/30.1 0.2006).

Η υλοποίηση της δράσης λαμβάνει υπόψη τα όσα προβλέπονται στον Κανονισμό (ΕΚ) 1998/2006 της Επιτροπής της 15ης Δεκεμβρίου 2006 για την εφαρμογή των Άρθρων 87 και 88 της συνθήκης ΕΚ στις ενισχύσεις ήσσονος

σημασίας (Κανόνας De Minimis) σύμφωνα με τον οποίο μια επιχείρηση δεν μπορεί μέσα σε μία τριετία να λάβει - στο πλαίσιο προγραμμάτων που διέπονται από τον παραπάνω κανονισμό – δημόσια χρηματοδότηση άνω των 200.000 ευρώ.

#### 7.4.2 Προϋποθέσεις συμμετοχής

Δικαίωμα συμμετοχής στο Πρόγραμμα έχουν Γυναίκες Επιχειρηματίες που δραστηριοποιούνται είτε: στις επιλέξιμες Περιφέρειες είτε:

(Α) Ως ελεύθεροι επαγγελματίες (κύριο επάγγελμα),

(Β) Στο πλαίσιο υφιστάμενων ΠΜΕ και ΜΜΕ επιχειρήσεων (ατομικές ή εταιρείες με νομική μορφή ομόρρυθμης, ετερόρρυθμης, ΕΠΕ, Ανώνυμης ή Συνεταιρισμού) που δραστηριοποιούνται στους τομείς μεταποίησης, εμπορίου, υπηρεσιών, τουρισμού και μεταφορών και επιδιώκουν ένα καλύτερο τρόπο οργάνωσης της επιχείρησής τους.

Οι Περιφέρειες της χώρας στις οποίες υλοποιούνται οι δράσεις είναι:

- Ανατολική Μακεδονία & Θράκη
- Κεντρική Μακεδονία
- Δυτική Μακεδονία
- Θεσσαλία
- Ήπειρος
- Ιόνια Νησιά
- στερεά Ελλάδα
- Αττική

- Νότιο Αιγαίο
- Βόρειο Αιγαίο

Επιλέξιμη για τις δράσεις του Προγράμματος θεωρείται μια επιχείρηση/νομικό πρόσωπο/φυσικό πρόσωπο όταν τηρούνται οι ακόλουθοι όροι (στις περιπτώσεις που έχουν εφαρμογή):

Να έχει αρχίσει τη δραστηριότητά της τουλάχιστον μέχρι το προηγούμενο έτος από την ημερομηνία προκήρυξης. να μη βρίσκεται υπό πτώχευση, εκκαθάριση ή αναγκαστική διαχείριση να είναι φορολογικό και ασφαλιστικά ενήμερη να τηρεί βιβλία Β ή Γ κατηγορίας του Κ.Β.Σ. Να είναι εγγεγραμμένη στο αρμόδιο επιμελητήριο σε περίπτωση εταιρίας, απαραίτητη προϋπόθεση είναι η γυναίκα/γυναίκες να κατέχει/κατέχουν τουλάχιστον το 50% του εταιρικού κεφαλαίου και να ασκεί/ασκούν τη διοίκηση/διαχείριση αποδεδειγμένα ή/και σύμφωνα με το καταστατικό Να πληρεί όλες τις προϋποθέσεις που θέτει ο Κανονισμός 1998/2006 (κανόνας de minimis), όπως εκάστοτε ισχύει

#### ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΗΣ ΔΡΑΣΗΣ

#### ΥΠΟΒΟΛΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Η ανάπτυξη των επιχειρήσεων των γυναικών επιχειρηματιών, καθώς και η διατήρηση και ενίσχυση του ποσοστού απασχόλησης στις γυναικείες επιχειρήσεις, Θα πραγματοποιηθεί μέσω της έγκρισης ολοκληρωμένων επιχειρηματικών σχεδίων που Θα υποβληθούν από γυναίκες επιχειρηματίες.

Τα παρεχόμενα κίνητρα της δράσης, έχουν τη μορφή κρατικών ενισχύσεων για την υλοποίηση συγκεκριμένων δράσεων. Οι ενισχύσεις στο πλαίσιο της δράσης

είναι χρηματικές ή άλλου είδους. Η Κρατική ενίσχυση ανέρχεται στο 100% επί του εγκεκριμένου προϋπολογισμού. Τα υποβαλλόμενα Επιχειρηματικά Σχέδια απαιτείται να έχουν τα εξής χαρακτηριστικά:

Ολοκλήρωση της υλοποίησης του σχεδίου εντός δώδεκα (12) μηνών από την ημερομηνία έγγραφης ενημέρωσης της επιχείρησης για την έγκρισή του. Οι προτεινόμενες προς ανάληψη δράσεις θα πρέπει να είναι είτε:

1. “συλλογικές δράσεις” (όπως συμμετοχή σε workshops, ημερίδες, συλλογική συμμετοχή σε εκθέσεις, κ.α.), όπου οι γυναίκες επιχειρηματίες συμμετέχουν από κοινού μετά από αίτησή τους. Οι εν λόγω δράσεις οργανώνονται από τον ΕΟΜΜΕΧ Α.Ε.
2. “μεμονωμένες δράσεις” (όπως μεμονωμένη συμμετοχή σε workshops, ημερίδες, εκθέσεις, αγορά λογισμικού, Παραγωγή διαφημιστικού υλικού, συμμετοχή σε συνέδρια, ανάπτυξη συστημάτων διασφάλισης ποιότητας κατά ISO, HACCP, κ.α.), στις οποίες οι γυναίκες επιχειρηματίες δρουν μεμονωμένα.

## ΟΡΙΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ

Τα όρια της κρατικής ενίσχυσης των υποβαλλόμενων Επιχειρηματικών Σχεδίων ορίζονται ως εξής:

- I. Έως 40.000 Ευρώ εάν Πρόκειται για γυναικείο συνεταιρισμό
- II. Έως το 30% του μέσου όρου του Κύκλου Εργασιών της τελευταίας τριετίας ή



διετίας (για επιχειρήσεις που λειτουργούν Πάνω από τρία (3) χρόνια ή για επιχειρήσεις που λειτουργούν δύο (2) χρόνια, αντίστοιχα) ή του Κύκλου Εργασιών του τελευταίου έτους (για επιχειρήσεις που ξεκίνησαν τη δραστηριότητά τους μέχρι το Προηγούμενο έτος από την υποβολή της πρότασης). Σε κάθε περίπτωση το κατώτατο όριο ορίζεται στις 5.000 ευρώ.

Σε περιπτώσεις που η επιλέξιμη επιχειρηματίας/επιχείρηση δεν έχει κλείσει μια πλήρη οικονομική χρήση τότε υπολογίζεται ο κύκλος εργασιών των μηνών λειτουργίας σύμφωνα με τις αντίστοιχες περιοδικές δηλώσεις ΦΠΑ. Το κατώτατο όριο του προϋπολογισμού διαφοροποιείται ως εξής στις ακόλουθες περιπτώσεις:

I. Στην περίπτωση κατά την οποία συμμετέχουν στο εταιρικό/μετοχικό κεφάλαιο της εταιρείας/επιχείρησης περισσότερες της μίας (1) γυναίκες τότε το κατώτατο όριο θα υπολογίζεται ως το γινόμενο του αριθμού των γυναικών που συμμετέχουν επί το ανωτέρω κατώτατο όριο των 5.000 ευρώ.

II. Στην περίπτωση κατά την οποία η εταιρεία/επιχείρηση απασχολεί προσωπικό τότε το κατώτατο όριο Θα υπολογίζεται ως το γινόμενο του αριθμού των απασχολούμενων ατόμων επί το ποσό των 2.000 ευρώ προστιθέμενο στο κατώτατο όριο της περίπτωσης 1.

Σε κάθε περίπτωση πάντως η ανώτατη κρατική ενίσχυση δεν μπορεί να είναι μεγαλύτερη των 40.000€.

#### ΑΝΩΤΑΤΑ ΟΡΙΑ ΕΠΙΛΕΞΙΜΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ ΑΝΑ ΕΠΙΛΕΞΙΜΗ ΔΡΑΣΗ

Στον κείμενο που ακολουθεί παρουσιάζονται αναλυτικά οι επιλέξιμες δαπάνες

σε σχέση με τις επιλέξιμες δράσεις του προγράμματος καθώς και τα ανώτατα όρια αυτών.

## ΕΠΙΛΕΞΙΜΕΣ

### ΔΡΑΣΕΙΣ ΕΠΙΛΕΞΙΜΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ ΑΝΩΤΑΤΟ

#### ΟΡΙΟ

Συμμετοχή σε ένα Θεματικό Κύκλο Κόστος συμμετοχής (μετακίνηση, διαμονή, διατροφή, συμμετοχή) 1.500€ /γυναίκα

#### Λήψη

Συμβουλευτικών

Υπηρεσιών

Αμοιβές πιστοποιημένων Συμβούλων (Ειδικών Θεματικών Και

Εμπειρογνομόνων-Μεντόρων) για την παροχή συμβουλών και τεχνικής

βοήθειας καθώς και το Κόστος πιστοποίησης (όπου απαιτείται) για:

- Γενικές επιχειρηματικές και επιχειρησιακές συμβουλές
- Οργάνωση
- Ανάπτυξη και υποστήριξη ανάπτυξης αναπτυξιακών παρεμβάσεων
- Marketing και επιχειρησιακή επικοινωνία
- Ανθρώπινο δυναμικό
- Χρηματοοικονομικές υπηρεσίες
- Σχεδιασμός λειτουργικών και πληροφοριακών συστημάτων
- Πληροφορική
- Άλλους Τομείς Εξειδίκευσης

Οι ανωτέρω υπηρεσίες δεν πρέπει να αφορούν συνήθεις λειτουργίες της

επιχείρησης (Π. Χ. φοροτεχνικές υπηρεσίες ως συνήθεις νομικές υπηρεσίες).

8. 000€ / επιχείρηση Συμμετοχή σε Επιχειρηματικές αποστολές

Κόστος μεμονωμένης συμμετοχής (μετακίνηση, διατροφή, διαμονή, διερμηνεία, συμβουλευτική υποστήριξη)

2.000€ / γυναίκα Συμμετοχή σε εκθέσεις

- κόστος ενοικίασης και διαμόρφωσης των περιπτέρων
- Κόστος μεταφοράς και ασφάλισης εκθεμάτων
- Κόστος ενοικίασης εξοπλισμού επίδειξης (Projector, Video Wall, κλπ)

κόστος συμμετοχής στον κατάλογο των εκθετών

- διαμονή, διατροφή

6.000€ / επιχείρηση Συμμετοχή σε συνέδριο

Δαπάνες συμμετοχής (μετακίνηση, διαμονή, διατροφή, συμμετοχή)

2.000€ / συνέδριο

Εκστρατείες διαφήμισης και προβολής μικρής κλίμακας

- σχεδιασμός, εκτύπωση και προώθηση εμπορικών και διαφημιστικών εντύπων,
- εκτύπωση Και ανάρτηση αφισών και πανό,
- διαφημιστική καταχώρηση σε ημερήσιες ή οικονομικές εφημερίδες εθνικής
- ή Τοπικής εμβέλειας ή κλαδικά και ειδικά/εξειδικευμένα για το αντικείμενο
- περιοδικά,
- δημιουργία ράδιο-τηλεοπτικών σποτ, (Δεν περιλαμβάνεται το κόστος
- ράδιο - τηλεοπτικών διαφημίσεων. Ενισχύεται δηλαδή μόνον το Κόστος
- του δημιουργικού του σποτ και όχι της ράδιο- τηλεοπτικής προβολής του)
- δημιουργία ή αναμόρφωση ιστοσελίδας

- δαπάνες σύνδεσης με διαδικτυακούς χώρους ή κόμβους ηλεκτρονικού
- εμπορίου καθώς και τέλη σύνδεσης για πρώτη φορά για web και market places .

#### Προμήθεια εξοπλισμού και λογισμικού

Οι δαπάνες προμήθειας εξοπλισμού, περιλαμβάνουν:

- I. ηλεκτρονικό εξοπλισμό και Περιφερειακές συσκευές (fax, φωτοτυπικά μηχανήματα, τηλεφωνικά Κέντρα, κλπ.)
- II. εξοπλισμό υγιεινής & ασφάλειας, εξαερισμού & κλιματισμού, προστασίας από κλοπή, φωτιά, πλημμύρα, κ.ά.
- III. ειδικό κατά περίπτωση και είδος δραστηριότητας εξοπλισμό (bar code, εξοπλισμό ποιοτικού ελέγχου, κ.α.) που θα συμβάλει στην αυτοματοποίηση και στον εκσυγχρονισμό της παροχής προϊόντων και 15.000€ / επιχείρηση υπηρεσιών της επιχείρησης.
- IV. Το κόστος αγοράς καινούργιων σύγχρονων συστημάτων μηχανοργάνωσης και αυτοματοποίησης διαδικασιών όπως:
  - ηλεκτρονικούς υπολογιστές με το λογισμικό όπως πωλείται και
  - συνοδεύεται από λογισμικό που σχετίζεται με την δραστηριότητα της επιχείρησης.
  - εκτυπωτές, σαρωτές-scanners και λοιπά περιφερειακά συστήματα.
  - το απαιτούμενο λογισμικό λειτουργίας του ανωτέρω εξοπλισμού,
  - καθώς και των απαραίτητων εφαρμογών που σχετίζονται με την
  - εμπορική δραστηριότητα της επιχείρησης.

Οι δαπάνες προμήθειας λογισμικού περιλαμβάνουν:

Κόστος αγοράς και εφαρμογής του λογισμικού για την αυτοματοποίηση των επιχειρηματικών και οικονομικών διαδικασιών, τον ποιοτικό έλεγχο των παρεχόμενων υπηρεσιών, τη διασύνδεση των επιχειρήσεων με εθνικά ή διεθνή δίκτυα, την ανάπτυξη δραστηριοτήτων e-business και ο e-market, τη συμμετοχή σε marketplaces, την ανάπτυξη συστημάτων υποστήριξης INTRANET και EX-TRANET, την ανάπτυξη και εφαρμογή συστημάτων διαχείρισης επιχειρησιακών πόρων (Enterprise Re-source), τη διαχείριση σχέσεων με την πελατεία (Customer Relationship Management-CMR), το σχεδιασμό και την κατασκευή διαδικτυακών χώρων (v'ο1π1ο), τη δημιουργία κόμβου ηλεκτρονικού εμπορίου και πραγματοποίησης ενεργειών προβολής, προώθησης και πωλήσεων μέσω του διαδικτύου, κλπ. Επίσης επιλέξιμη θεωρείται η δαπάνη εκπαίδευσης του προσωπικού στη χρήση και αξιοποίηση των εφαρμογών αυτών.

#### ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΔΙΚΑΙΟΛΟΓΗΤΙΚΑ

Οι γυναίκες επιχειρηματίες οφείλουν να υποβάλλουν υποχρεωτικά μαζί με την αίτηση συμμετοχής – έντυπο υποβολής της πρότασης τα παρακάτω δικαιολογητικά.

1 Αντίγραφο Φορολογικών Δηλώσεων και συγκεκριμένα τα έντυπα Ε3 και Ε7 (Οριστική Δήλωση του Φόρου Μισθωτών Υπηρεσιών ) για τα τρία (3) τελευταία έτη. Επιπλέον για τις επιχειρήσεις που

τηρούν Γ κατηγορίας βιβλία και τους αντίστοιχους Ισολογισμούς. Για τις περιπτώσεις επιχειρήσεων που δεν συμπληρώνουν Ι 2άμηνο κατά την ημερομηνία υποβολής της αίτησης αντίγραφο της συγκεντρωτικής δήλωσης ΦΠΑ της περιόδου λειτουργίας και αντίγραφο του εντύπου Ε7 (Οριστική Δήλωση του Φόρου Μισθωτών Υπηρεσιών).

2 Αντίγραφο Βεβαίωσης έναρξης δραστηριότητας, άδειας εγκατάστασης και λειτουργίας όπου απαιτείται.

3 Αντίγραφο βεβαίωσης εγγραφής στο Εμπορικό ή Επαγγελματικό Τμήμα του Επιμελητηρίου του νομού όπου έχει την έδρα της.

4 Καταστατικό επιχείρησης και στοιχεία που αποδεικνύουν:

ότι η γυναίκα/γυναίκες κατέχει/κατέχουν τουλάχιστον το 50% του εταιρικού κεφαλαίου

ότι η διοίκηση/διαχείριση ασκείται αποδεδειγμένα από γυναίκα/γυναίκες.

5 Υπεύθυνη δήλωση Ν. 1599/86 υπογεγραμμένη από το νόμιμο εκπρόσωπο της επιχείρησης που να

βεβαιώνει ότι (σύμφωνα με το υπόδειγμα του Π παραρτήματος Γ):

όλα τα αναγραφόμενα στοιχεία και όλα τα υποβληθέντα δικαιολογητικά είναι αληθή και ακριβή Και αποδέχεται τυχόν επιτόπιο έλεγχο εξακρίβωσης από τον Φορέα υλοποίησης ανά πάσα στιγμή μετά την υποβολή της πρότασης.

η επιχείρηση δεν έχει λάβει την τελευταία τριετία στα Πλαίσια των προγραμμάτων που διέπονται από τον κανόνα de minimis, δημόσια χρηματοδότηση άνω των 200.000 € ή άνω των 100.000 €, αν δραστηριοποιείται στον τομέα των οδικών μεταφορών.

αποδέχεται τη διασταύρωση των στοιχείων που δηλώνονται από το

πληροφοριακό σύστημα TAXI5 και τα συστήματα των ασφαλιστικών οργανισμών,

είναι σε Θέση, εφόσον ενταχθεί στο Πρόγραμμα, να προσκομίσει Πιστοποιητικά Ασφαλιστικής και Φορολογικής Ενημερότητας καθώς και βεβαίωση περί μη πτώχευσης και μη κατάθεσης αίτησης για πτώχευση η οποία να είναι σε ισχύ κατά την ημερομηνία λήψης της Κρατικής Ενίσχυσης.

6 Προσφορές-προτιμολόγια για τις τις δαπάνες.

7 Συμπληρωμένη η Αίτηση Συμμετοχής – Έντυπο Υποβολής της πρότασης

8 Οποιοδήποτε άλλο στοιχείο κρίνεται αναγκαίο από πλευράς της επιχειρηματία για την τεκμηρίωση της ακρίβειας του περιεχομένου της υποβληθείσας πρότασης (π.χ. πιστοποιητικά: ISO, HACCP, συμμετοχής σε εκπαιδευτικά προγράμματα, κ.α.).

#### ΦΑΚΕΛΟΣ ΥΠΟΒΟΛΗΣ ΕΝΤΥΠΟ ΥΠΟΒΟΛΗΣ

Για τη συμμετοχή των υποψήφιων γυναικών επιχειρηματιών στη δράση, οι επιχειρήσεις απαιτείται να ετοιμάσουν ένα ενιαίο και Πρωτότυπο Φάκελο Υποβολής που να περιλαμβάνει τα εξής:

1. **Αίτηση υποβολής**, η οποία τυπώνεται αυτόματα από το σύστημα αφού γίνει η ηλεκτρονική κατάθεση του Επιχειρηματικού Σχεδίου.
2. **Επιχειρηματικό Σχέδιο**, το οποίο αφού κατατεθεί ηλεκτρονικά, εκτυπώνεται και αποτελεί μαζί με την αίτηση το βασικό στοιχείο της κατατεθείσας πρότασης.
3. **Υπεύθυνη δήλωση** του Νομίμου Εκπροσώπου της επιχείρησης, σύμφωνα με το παρεχόμενο υπόδειγμα.

4. **Τις προσφορές** των προμηθευτών/Θεματικών Ειδικών Συμβούλων / Εμπειρογνωμόνων (πρωτότυπες, πρόσφατες, αναλυτικές με σφραγίδα και ΑΦΜ προμηθευτή! Θεματικού Ειδικού Συμβούλου / Εμπειρογνώμονα).

Τα δικαιολογητικά που αναφέρθηκαν ανωτέρω

**Η Αίτηση Συμμετοχής** θα πρέπει οπωσδήποτε να υπογραφεί από το Νόμιμο Εκπρόσωπο και να σφραγιστεί με τη σφραγίδα της επιχείρησης.

**Η Υπεύθυνη Δήλωση** Θα πρέπει οπωσδήποτε να υπογραφεί από το Νόμιμο Εκπρόσωπο και να σφραγιστεί με τη σφραγίδα της επιχείρησης.

**Οι προσφορές των Προμηθευτών/Θεματικών Ειδικών Συμβούλων/ Εμπειρογνωμόνων** Θα καλύπτουν το σύνολο των προτεινόμενων δαπανών και Θα περιλαμβάνουν κατ ελάχιστον αναλυτική περιγραφή και κοστολόγηση των προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών (κατά το δυνατόν συμβατή με την κατηγοριοποίηση του οδηγού υλοποίησης της δράσης) με αναφορά στα επιμέρους τμήματα.

Το Έντυπο Υποβολής Επιχειρηματικού Σχεδίου διατίθεται από το Δικτυακό τόπο του προγράμματος στην ιστοσελίδα του EOMMEX και έχει τη μορφή ηλεκτρονικής φόρμας προς συμπλήρωση.

Η προετοιμασία του Φακέλου υποβολής και η παρουσίαση του Φυσικού και Οικονομικού αντικειμένου Θα πρέπει να γίνει με βάση τους όρους του Οδηγού Υποβολής. Τα στοιχεία της πρότασης καταχωρούνται στο

Έντυπο Υποβολής Επιχειρηματικού Σχεδίου (ηλεκτρονική φόρμα). Ο συντάκτης της πρότασης έχει την δυνατότητα να συμπληρώσει, τροποποιήσει και εκτυπώσει το Έντυπο Υποβολής επανειλημμένως. Μετά την ολοκλήρωση της



συμπλήρωσης του Εντύπου υποβολής και πριν την τελική εκτύπωση-αποστολή του, οριστικοποιεί τα περιεχόμενα της ηλεκτρονικής φόρμας, μέσω κατάλληλης διαδικασίας. Μετά την οριστικοποίησή της, η ηλεκτρονική φόρμα δεν μπορεί να τροποποιηθεί. Στην συνέχεια και ακολουθώντας τις οδηγίες που παρέχονται στο διαδίκτυο κατατίθεται ηλεκτρονικά το συμπληρωμένο και οριστικοποιημένο έντυπο επιχειρηματικού σχεδίου όπου το σύστημα το καταχωρεί και συμπληρώνει αυτόματα την αίτηση συμμετοχής στο Πρόγραμμα με τον Κωδικό της πρότασης που έχει και την ιδιότητα του Αριθμού Πρωτοκόλλου κατάθεσης. Η αίτηση όπως και το οριστικοποιημένο επιχειρηματικό σχέδιο εκτυπώνονται και αποτελούν το κύριο σώμα της πρότασης στον φυσικό φάκελο που αποστέλλεται ή κατατίθεται προσωπικά στον ΕΟΜΜΕΧ στην Διεύθυνση Συμβουλευτικών Υπηρεσιών.

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

**ΠΙΝΑΚΑΣ: ΤΟΜΕΑΣ ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΩΝ  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ**

ΤΟΜΕΑΣ/ΚΛΑΔΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ%
ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΤΟΜΕΑΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	2%
ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΗΣ ΤΟΜΕΑΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	11.4%
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	75.7%
ΤΟΜΕΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	41.4%
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	12%
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	14%
ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ	10%
ΑΣΦΑΛΕΙΕΣ	8%
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	3%
ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ -ΕΞΑΓΩΓΕΣ	2%
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗ	1%
ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ	1%
ΟΙΚΟΔΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	3%
ΆΛΛΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	11.7%
ΕΜΠΟΡΙΟ	34%
ΆΛΛΟΙ ΚΛΑΔΟΙ	10.9%

**ΠΙΝΑΚΑΣ : ΠΟΣΟΣΤΟ % ΑΝΕΡΓΙΑΣ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΩΝ ΚΑΤΑ ΗΛΙΚΙΑ ΣΤΑ ΕΤΗ 2005-2007**

	2005	2007
ΣΥΝΟΛΟ	16,9	14,9
15-19 ΕΤΩΝ	53,1	42,6
20-24 ΕΤΩΝ	34,2	32,4
25-29 ΕΤΩΝ	24,9	22,6
30-44 ΕΤΩΝ	14,1	15,8
45-64 ΕΤΩΝ	7,2	6,7

**ΠΙΝΑΚΑΣ: ΤΑ ΠΙΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΤΥΧΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**

Προσωπικά χαρακτηριστικά	Ποσοστό απαντήσεων %
Δεξιότητα επικοινωνίας	69,13%
Επίμονη για την επίτευξη των στόχων	45,3%
Ανταγωνιστικότητα	44,63%
Ικανότητα συνεργασίας	42,95%
Δεξιότητες προγραμματισμού	37,58%
Δυνατότητα εκτίμησης του περιβάλλοντος	34,59%
Ικανότητα για ανάληψη κινδύνων	34,90%
Αφοσίωση για επιχειρηματική ιδέα	33,36%

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Τα τελευταία χρόνια η επιχειρηματικότητα έχει επανέλθει στο προσκήνιο της επικαιρότητας , ενώ γίνονται εκτενείς συζητήσεις για την συμβολή της στην οικονομική ανάπτυξη και στους παράγοντες που ευνοούν ή παρεμποδίζουν την επιχειρηματική δράση. Αυτό είναι θετικό.

Πρώτον, γιατί η έννοια της επιχειρηματικότητας έχει μακρά ιστορία στην οικονομική επιστήμη και αποτελεί σημαντικό οικονομικό πόρο .Δεύτερον , η επιχειρηματικότητα έχει σημαντικότερη συμβολή στην οικονομική ανάπτυξη η οποία χαρακτηρίζετε από την ταχυτάτη ανάπτυξη της γνώσης και της τεχνολογίας.

Τρίτον, η επιχειρηματικότητα συμβάλλει στην επιλογή και στην αξιολόγηση προτάσεων οικονομικής πολιτικής . Στις διαφορές μορφές της η επιχειρηματικότητα έχει αποτελέσει μοχλό οικονομικής ανάπτυξης και εξέλιξης της κοινωνίας.

Σήμερα ίσως όσο ποτέ άλλοτε υπάρχουν πολύ στενές σχέσεις μεταξύ της διαδικασίας παράγωγης νέας γνώσης αφενός και της διαδικασίας παράγωγης προϊόντων και υπηρεσιών αφετέρου. Συνδετικός κρίκος είναι η επιχειρηματικότητα , η οποία αξιοποιεί τις καινοτόμες ιδέες και τα αποτελέσματα της έρευνας προς όφελος ολόκληρης της κοινωνίας . Οι επιχειρηματικές γεφυρώνουν το χάσμα μεταξύ των ερευνητών εργαστηρίων και της αγοράς.

Ένα εύλογο ερώτημα είναι γιατί σε μερικές χώρες ανθεί η επιχειρηματικότητα , ενώ σε άλλες κινείται με πολύ αργούς ρυθμούς . Ένας παράγοντας είναι τι γενικότερο κοινωνικό-οικονομικό περιβάλλον. Σε κάποιες χώρες οι κοινές αντιλήψεις δεν συμβάλλουν στην ανάληψη επιχειρηματικών κινδύνων.

Αναγνωρίζεται δηλαδή , ότι από την ανάληψη επιχειρηματικών κινδύνων προκύπτουν και αλλά σημαντικά μη χρηματικά οφέλη. Επιπλέον η οικονομική πολιτική μπορεί να συμβάλει αποφασιστικά δημιουργώντας ένα φιλικό προς τον επιχειρηματία περιβάλλον και αυτό δεν σημαίνει απαραίτητα επιδοτήσεις , επιχορηγήσεις κ.τ.λ. , αλλά να περιλαμβάνει ένα σταθερό μακροοικονομικό πλαίσιο , το οποίο θα διευκολύνει την ανάληψη επιχειρηματικών κινδύνων,

Επίσης ένας άλλος πολύ βασικός παράγοντας είναι η απελευθέρωση της οικονομικής δραστηριότητας , π.χ. η μείωση των κρατικών παρεμβάσεων στις αγορές κεφαλαίου , εργασίας και προϊόντων και η τόνωση του ανταγωνισμού.

Στην Ελλάδα παρά τα σημαντικά βήματα που έχουν γίνει τα τελευταία χρόνια , πολλές επιχειρήσεις , ιδιαίτερα οι μικρού και μεσαίου μεγέθους που αποτελούν την ραχοκοκαλιά του εταιρικού τομέα , εξακολουθούν να είναι οικογενειακής μορφής και δεν είναι πλήρως εξοικειωμένες με τις σύγχρονες μεθόδους διοίκησης και ανάπτυξης των πωλήσεων κτλ.

Στην Ελλάδα , όπως και στις άλλες αναπτυγμένες οικονομίες , ο τριτογενής τομέας κατέχει τα πρωτεία , συνεισφέρει δηλαδή περισσότερο στο ΑΕΠ και στην απασχόληση . Τα παραδείγματα εισαγωγής καινοτομιών και επιτυχούς επιχειρηματικής δράσης στον τομέα αυτόν αφθονούν .

Επιπλέον , είναι γνωστό ότι υπάρχει μεγάλη εκροή ανθρωπινού κεφαλαίου , τόσο επιστημονικού όσο και το επιχειρηματικού , από την Ελλάδα προς το εξωτερικό .Αν αρθούν τα αντικίνητρα για επιχειρηματική δράση στην Ελλάδα το ανθρωπινό αυτό κεφάλαιο θα επιστρέψει στην χώρα.

Είναι επιθυμητό τα διάφορα μετρά , π.χ. φορολογικά , να κρίνονται και εκ του κατά πόσο διευκολύνουν την επιχειρηματική δραστηριότητα , ιδίως των νέων επιχειρηματιών . Η δημιουργία κλίματος ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας θα βελτιώσει την ανταγωνιστικότητα , θα προσελκύσει ξένες επενδύσεις και θα οδηγήσει σε μεγαλύτερη ανάπτυξη.

Η αναπτυξιακή πολιτική της χώρας πρέπει να δίνει άμεση προτεραιότητα στην βελτίωση της ανταγωνιστικότητας , αίροντας τα αντικίνητρα στη λειτουργία των επιχειρησεων και συμβάλλοντας επίσης στην περιφερειακή ανάπτυξη . Αυτός , ο στόχος μπορεί να επιτευχθεί με οργανωμένα πολυετή αναπτυξιακά προγράμματα , σταθερά και αξιόπιστα ως προς τα αποτελέσματά τους , που θα εκμεταλλεύονται τα ιδιαίτερα γεωγραφικά χαρακτηριστικά κάθε περιοχής.Η ταυτότητα του ελληνικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος περιλαμβάνει τα ακόλουθα στοιχεία :

- 99,8% είναι το ποσοστό των μικρομεσαίων επιχειρήσεων επί του συνόλου των επιχειρήσεων
- 67% συνόλου των εργαζόμενων απασχολούνται σε μικρό μεσαίες επιχειρήσεις.

Τα τελευταία χρόνια το γενικότερο επιχειρηματικό περιβάλλον έχει βελτιωθεί αισθητά , ενώ αισιόδοξες διαγράφονται οι εκτιμήσεις για την πορεία της ελληνικής οικονομίας και για την διαμόρφωση του επιχειρηματικού – επενδυτικού κλίματος στην χώρα μας για τα επόμενα χρόνια.

Για τις σύγχρονες κοινωνίες της Ε.Ε. αλλά και των άλλων χωρών , τα κυριότερα θέματα και προκλήσεις τα τελευταία χρόνια είναι τα παρακάτω:

- Η εφαρμογή πολιτικών με τις οποίες θα επιδιώκεται , στα πλαίσια των ιδιαιτεροτήτων μιας χώρας , η δημιουργία ευνοϊκού κλίματος για την ίδρυση , επιβίωση και επιτυχία νέων Μ.Μ.Ε και ιδίως μικρών επιχειρήσεων . προτεραιότητα και μόνιμο πρόβλημα γενικά φαίνεται να αποτελεί η υποστήριξη των επιχειρήσεων για την εξερεύνηση πηγών χρηματοδότησης.
- Η διαμόρφωση και η εφαρμογή πολιτικών που θα αποσκοπούν συγκεκριμένα στην ενίσχυση και στην ποιοτική αναβάθμιση της συμμετοχής των γυναικών στον κόσμο των επιχειρήσεων και στην προβολή της εικόνας της επιτυχημένης επιχειρηματία..
- Η διάχυση και η αξιοποίηση των δυνατοτήτων και ευκαιριών που παρέχει η τεχνολογία πληροφορικής και επικοινωνιών από τις ΚΟ μεσαίες επιχειρήσεις . φαίνεται να αποτελεί κρίσιμο παράγοντα για την προοπτική μιας επιχείρησης . το πρόβλημα αυτό εμφανίζεται ιδιαίτερα οξύ στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις , στην Ελλάδα Αναφορικά με τις γυναίκες επιχειρηματίες , καθώς αυτές φάνετε να είναι απύσες από την κοινωνία των πληροφοριών ακόμη και στις χώρες του

βορρά , η επιτάχυνση και η στήριξη για την ένταξη τους στην κοινωνία των πληροφοριών αναδεικνύονται σε ζωτικής σημασίας ανάγκες. Η ανάπτυξη προγραμμάτων εκπαίδευσης και επιμόρφωσης σχετικών με την επιχειρηματικότητα , καθώς και δόμων υποστήριξης της επιχειρηματικότητας γενικά και της γυναικείας επιχειρηματικότητας ειδικότερα.

Ήδη , η Ε.Ε. ανταποκρινόμενη στις πιο πάνω πιέσεις και σε μια προσπάθεια γενικότερης ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας στην Ε.Ε. καθόρισε ως πολιτική και πρόγραμμα δράσης για την περίοδο 2006-2008 που θα αποσκοπεί στην δημιουργία ευρωπαϊκής επιχειρηματικής κοινωνίας.

Η πολιτική αυτής της ΕΕ αποτελεί τομή στη μέχρι τώρα σχετικά με την επιχειρηματικότητα και στις Μ.Μ.Ε ασκούμενη πολιτική της κυρίως , διότι προτείνει συγκεκριμένα την ένταξη της επιχειρηματικότητας στον οδηγό σπουδών σε ολόκληρο το εκπαιδευτικό σύστημα και στην προώθηση και προβολή της εικόνας του/της επιχειρηματία.

Το θέμα της γυναικείας επιχειρηματικότητας αναδέχθηκε σε πεδίο έντονου ενδιαφέροντος μόλις τα τελευταία χρόνια . Συνδέεται με την γενικότερη παρατηρούμενη αύξηση των γυναικων στην αγορά εργασίας από την δεκαετία του 80. Οι γυναίκες επιχειρηματίες στην Ελλάδα αποτελούν φαινόμενο των 2 τελευταίων δεκαετιών



Οι γυναίκες φαίνεται να συγκεντρώνουν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα στον τομέα των υπηρεσιών , κλάδος όπου οι γυναίκες παραδοσιακά έβρισκαν δουλεία.

Η ευρωπαϊκή ένωση διαθέτει νομοθεσία και νομολογία που θέτουν εκτός νομού τις διακρίσεις κατά των γυναικών στη εργασία , είτε αφορούν άνιση αμοιβή είτε άλλες εργασιακές συνθήκες. Η νομοθεσία που αφορά τις διακρίσεις των φύλων δεν επαρκεί από μόνη της παρά την σπουδαιότητα της.

Χρειάζεται να συνοδεύεται και με θετικά μετρά που προωθούν την ισότητα προς σωστή κατεύθυνση. Το πολυτελές πρόγραμμα-πλαίσιο της Ε.Ε. για την ισότητα και η ευρωπαϊκή στρατηγική για την απασχόληση ανταποκρίνονται σε αυτήν ακριβώς την ανάγκη. Σήμερα , το στοιχείο που θα αλλάξει την υπάρχουσα κατάσταση είναι η δύναμη των αριθμών . Ένας κρίσιμος αριθμός , που με την δύναμη του θα αλλάξει τη σύνθεση των κέντρων λήψης αποφάσεων , τοσο πολιτικών όσο και οικονομικών.

Η ηλικία της μέσης επιχειρηματία κυμαίνεται από 25-45 ετών σημαντικό ποσοστό της τάξης των 25, 5% βρίσκονται στην ώριμη ηλικία των 45-55 ετών. Πάνω από το 59% των επιχειρηματιών είναι απόφοιτες λυκείου ή πτυχιούχοι ιδρυμάτων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και στην πλειοψηφία τους ενε παντρεμένες με παιδιά.

Οι γυναίκες επιχειρηματίες στο υψηλότερο ποσοστό τους δραστηριοποιούνται στον τομέα των υπηρεσιών. Ακολουθεί το εμπόριο και σε απόσταση ο τομέας

της μεταποίησης ενώ ένα μικρό ποσοστό έχει επιχειρήσεις στον πρωτογενή τομέα παράγωγης.

Με κριτήριο τον αριθμό των απασχολούμενων οι επιχειρήσεις εντάσσονται σύμφωνα με τα κριτήρια της ΕΕ στις πολύ μικρές επιχειρήσεις (1-10 απασχολούμενοι) με το 71% των γυναικών επιχειρηματιών να απασχολεί 1-2 άτομα , αντανakλώντας άλλη μια φορά την ελληνική πραγματικότητα στον κόσμο των επιχειρηματιών.

Συμφωνά με τα πρόσφατα στατιστικά στοιχεία οι γυναίκες επιχειρηματίες στην πλειοψηφία τους δεν προέρχονται από το οικογενειακό περιβάλλον , όπου κάποιο μέλος ήταν ή είναι επιχειρηματίας , οι επιχειρήσεις τους δεν αποτελούν. Διάδοχη οικογενειακής επιχείρησης και δραστηριοποιούνται σε περιοχή που δεν έχει σχέση με τις προηγούμενες σπουδές ή την εξειδίκευση τους.

Διαπιστώθηκε ότι σημαντικά προβλήματα στο στάδιο προετοιμασίας-έναρξης της επιχειρηματικής δραστηριότητας αποτελούν με σειρά προτεραιότητας:

- Η εξερεύνηση πηγών στήριξης
- Οι δημόσιες σχέσεις
- Η εξερεύνηση πηγών πληροφόρησης
- Η οικονομική διαχείριση
- Η εξεύρεση πηγών χρηματοδότησης
- Η προσαρμογή στις νέες τεχνολογίες

Τα κυριότερα προβλήματα στα πρώτα χρόνια λειτουργίας της επιχείρησης αποτελούν:

- Θέματα προσωπικού
- Οι προσωπικές καταστάσεις
- Η συνεργασία-ουνιταρισμούς
- Το μάρκετινγκ
- Η εξεύρεση των πηγών χρηματοδότησης και πηγών στήριξης

Τα κυριότερα προβλήματα στα μετέπειτα χρόνια με σειρά προτεραιότητας είναι!

- Η προσαρμογή
- Η παράγωγή
- Το μάρκετινγκ
- Η εξεύρεση των πηγών χρηματοδότησης
- Η οικονομική διαχείριση

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### • ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Γεωργαντά Ζωή , (2003) ,» **Επιχειρηματικότητα και καινοτομίες**» εκδόσεις ΑΝΙΚΟΥΛΑ , Θεσσαλονίκη.
2. Ζαφειρόπουλος Κώστας « **Επιστημονική έρευνα και συγγραφή**» εκδόσεις ΚΡΙΤΙΚΗ , Θεσσαλονίκη
3. Κανελλόπουλος Κ. Χαρ. ,(2005) « **Διοίκηση ΜΜΕ και Επιχειρηματικότητα**» εκδόσεις 'ΑΘΗΝΑ' .
4. Καραγιάννης Α., Δ. (2004) , « **η Επιχειρηματικότητα ως εναλλακτική δυνατότητα καριέρας**» Ημερίδα : Νεανική επιχειρηματικότητα , Τ.Ε.Ι Θεσσαλονίκης.
5. Καρασαββίδου Ελεονόρα , (2003) «**Το προφιλ των γυναικείων επιχειρηματιών**» ΑΠΘ , Θεσσαλονίκη.
6. Καρασαββίδου Ελεονόρα , (2005) «**Παραγοντες που επηρεαζουν την γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.**» ΑΠΘ, Θεσσαλονίκη
7. Μάντζαρης Ιωάννης (2006) «**Μάνατζμεντ**» εκδόσεις Αθ. Σταμούλης , Σέρρες .
8. Οικονομικός ταχυδρόμος , Διαμαντοπούλου Άννα, φ.10 ,2003. 8 Μαρτίου .
9. Οικονομικός ταχυδρόμος , Ζοπουνιδου Κ. ,φ.44 , 2003 ,2 Οκτωβρίου
10. Οικονομικός ταχυδρόμος , Λιανός Λ. Θ. , φ.14 , 2003, 17 Απρίλιου
11. Οικονομικός ταχυδρόμος , Μπασλόλου Ι. Ν., φ.50 , 2003 , 11 Δεκεμβρίου.
12. Οικονομικός ταχυδρόμος , Μπάκουης Κ., φ.4 ,2004,29 Ιανουαρίου .
13. Οικονομικός ταχυδρόμος , Παπανδρόπουλος Χ. Αθανάσιος ,. Φ.12, 2004 , 18 Μαρτίου .
14. Οικονομικός ταχυδρόμος , Ρεγκούζας , φ.49 , 2004 , 27 Νοεμβρίου .
15. Οικονομικός ταχυδρόμος , Τσατσούλη Αργυρό , φ.8. 2005 ,24 Φεβρουαρίου

16. Σάκας Νίκος (2006) , «**Η Αναδυόμενη επιχείρηση**» εκδόσεις : 'ΕΛΛΗΝ'  
,ΑΘΗΝΑ

17. Σκουλάς Νίκος (2006) «**Εγχειρίδιο μικρομεσαίου επιχειρηματία**» εκδόσεις  
'ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΓΡΑΜΜΑΤΑ'

• ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Axtell e. Roger Margaret Corcoran-Mary , (2006) , «**Dos and Taboos  
around the world for women in Business**» εκδόσεις: John Wiley & Sons  
Inc. , U.S.A.

2. Sitterly Connie. (2002) , « **Γυναίκα μάνατζερ :πώς να αναπτύξετε τις  
ικανότητες που θα σας οδηγήσουν στην επιτυχία**» ,εκδόσεις :\_ΚΡΙΤΙΚΗ ,  
ΑΘΗΝΑ .

• ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ

1. [www.antagonistikotita.gr](http://www.antagonistikotita.gr)

2. [www.ergani.gr](http://www.ergani.gr)

3. [www.eommex.gr](http://www.eommex.gr)

4. [www.kethi.gr](http://www.kethi.gr)

5. [www.kritiki.gr](http://www.kritiki.gr)

6. [www.ypan.gr](http://www.ypan.gr)