

International web-based Conference
**ENTREPRENEURSHIP IN
TURBULENT TIMES**

Chania, Crete, Greece
August 29-30, 2016

Proceedings

Editors:

Vassilis Moustakis

Leonidas Zampetakis

Maria Bakatsaki

Konstantinos Kafetsios

Aikaterini Sarri

Anastasios Panopoulos

Parthenopi Surmaidou

International web-based Conference

ENTREPREUNERSHIP IN TURBULENT TIMES

August 29-30, 2016 / Chania, Crete, Greece

Conference Proceedings

EDITORS:

Vassilis Moustakis, Technical University of Crete,
Leonidas Zampetakis, Technical University of Crete,
Maria Bakatsaki, Technical University of Crete
Konstantinos Kafetsios, University of Crete,
Aikaterini Sarri, University of Macedonia
Anastasios Panopoulos, University of Macedonia
Parthenopi Sourmaidou, ERGANI Center

SCIENTIFIC COMMITTEE

Vassilis Moustakis, Technical University of Crete,
Leonidas Zampetakis, Technical University of Crete,
Maria Bakatsaki, Technical University of Crete
Konstantinos Kafetsios, University of Crete,
Aikaterini Sarri, University of Macedonia
Anastasios Panopoulos, University of Macedonia
Parthenopi Sourmaidou, ERGANI Center

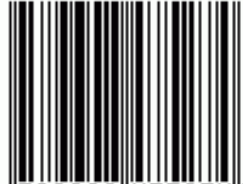
ORGANIZATIONAL COMMITTEE:

Parthenopi Sourmaidou (Chair)
Anastasios Panopoulos
Maria Bakatsaki

Venue of the Conference:

Chania Chamber of Commerce and Industry (4th Floor,
4 Eleftheriou Venizelou Street, 73104 Chania, Crete

ISBN 978-960-8475-27-4



9 789608 475274 >

ISBN: 978-960-8475-27-4

Technical University of Crete Press, Chania, Greece



ΕΚΔΟΣΕΙΣ
ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟΥ
ΚΡΗΤΗΣ

PREFACE

The FOREMOST Conference has been a meeting point for academics, entrepreneurs, civil society representatives and students; a great opportunity for presenting recent research outcomes, and also for exchanging views about the future of entrepreneurship in Greece, with reference to the current economic crisis, from both the perspectives of theory and practice. Moreover, participants in the Conference highlighted the gender issue and the multidimensional nature of entrepreneurship bringing forward the potential of interdisciplinary research in the entrepreneurship field.

Contributors to the conference explored entrepreneurial intentions, analyzed the concept of the entrepreneur in relation to gender, investigated the role that education can play in the development of entrepreneurial skills, presented useful tools for female entrepreneurs and shared “hands on” experiences. In addition, an entrepreneurial state strategy was introduced as a way for states to evade crisis.

I find it hard to put into few words the rich discussions that took place in all the sessions and the lively debates that the exchange of meaningful ideas always sparks off. However, I shall try to offer a brief overview of the Conference’s conclusions. First, all the participants underlined the critical role that entrepreneurship can play in turbulent times. Second, it was stressed that a broader understanding of both the concepts of entrepreneurship and the entrepreneur will promote not only economic growth and prosperity, but also social development and progress. Finally, there was a consensus among the participants, that although more and more people recognize the importance of entrepreneurship, there is a need for a mentality change, as well as, for reforms in the institutional framework for an entrepreneurial culture and an entrepreneurial ecosystem to grow successfully. To this background, research outcomes can be useful tools in the hands of policy makers.

All in all, the FOREMOST Conference has been a fruitful initiative. It brought together people from different backgrounds, who not only presented research outcomes and personal experiences, but also shared their passion about entrepreneurship and their willingness to bring about changes either in their research fields, in the case of academics, or in practice, in the case of the entrepreneurs, or in policies, acting all together and in tandem as policy entrepreneurs.

THE EDITORS:

- **TECHNICAL UNIVERSITY OF CRETE/School of Production Engineering & Management:**
Vassilis Moustakis, Professor, Scientific Director of project “FOREMOST”
Leonidas Zampetakis, Researcher
Maria Bakatsaki, Researcher & Laboratory Staff
- **UNIVERSITY OF CRETE/Department of Psychology**
Konstantinos Kafetsios, Professor, University of Crete, Greece
- **UNIVERSITY OF MACEDONIA/Department of Balkan, Slavic and Oriental Studies**
Aikaterini Sarri, Professor, Director of the Entrepreneurship Lab
Anastasios Panopoulos, Assistant Professor
- **ERGANI CENTER**
Parthenopi Sourmaidou, Director

TABLE OF CONTENTS

Preface	4
Table of Contents	5

Presentations held on Monday, August 29th, 2016

Session 1 - Gender and Entrepreneurship

Chair: Anastasios Panopoulos	7
------------------------------	---

Business startup and growth of women owned business. New evidence

Leonidas Zampetakis , Maria Bakatsaki, Lefteris Koumakis, Vassilis Moustakis / Technical University of Crete	8
---	---

Cultural identity, emotion, and achievement motivations: A cross-gender comparison

Konstantinos Kafetsios , Aspasia Papachiou, Sotiris Karaolanis & Marcela Serediova / University of Crete	21
---	----

Innovation of Women Entrepreneurship In India

Krishna Kumar Yadlapalli and Kiran Kumar Bunga, India	37
--	----

Regional Development through Creative Economy: The Paradigm of Chania

Mayia Spanoudaki / Technical University of Crete	42
---	----

Session2 - Social Entrepreneurship, Business Development and Growth

Chair: Konstantinos Kafetsios	56
-------------------------------	----

Entrepreneurial intentions in Greece: drivers and barriers in times of an economic crisis

Aikaterini Sarri, Stavroula Laspita , Anastasios Panopoulos / University of Macedonia	57
--	----

The External Trade of Greece during the Economic Crisis (2008). The case of Export Businesses of Central Macedonia

George Magoulios, Elissavet Domoktsi, Anna Trichopoulou / TEI of Central Macedonia, PhD Sociologist	79
--	----

Entrepreneurship beyond business: exploring the use of entrepreneurship insights to understand International Relations Phenomena

Revecca Pedi , Aikaterini Sarri / University of Macedonia	88
--	----

TQM: the key role for a successful entrepreneurial development and growth in turbulent times

Maria Bakatsaki , Leonidas Zampetakis / Technical University of Crete	98
--	----

Sharing Economy Growth in Europe

Athanasios Paraschos / Youth Entrepreneurship Club	112
---	-----

Session 3 - Education and Entrepreneurship

Chair: Aikaterini Sarri	121
-------------------------	-----

Entrepreneurship in Secondary Education in Greece- Impact on Students

Sonia Tilaveridou , Anastasia Constantelou / Teacher in Secondary Education, University of the Aegean	122
--	-----

Dispersing entrepreneurial mindset and values: A novice training intervention for European Youth

Maria Giokarini, Andreas Tzekas , Revecca Pedi, Aikaterini Sarri / University of Macedonia, Entrepreneurship Lab (Department of Balkan Slavic and Oriental Studies)	133
--	-----

Session 4 – Innovation and Entrepreneurship

Chair: Vassilis Moustakis

139*Model Development in Entrepreneurial Ecosystems*

Sul Kassicieha, **Elias G. Carayannis**, Evangelos Grigoroudis / University of New Mexico, George Washington University, Technical University of Crete 140

Entrepreneurship and Innovation in the new environment of crisis. The case of Western Macedonia

Elpida Samara, Ioannis Bakouros, Dimitris Skalkos / University of Western Macedonia, University of Aegean 142

Presentations held on Tuesday, August 30th, 2016**Session 5- Best practices of Entrepreneurship**

Chair: Leonidas Zampetakis & Parthenopi Sourmaidou

151*Supporting the Female Entrepreneurship: The Case of ERGANI Center*

Parthenopi Sourmaidou / ERGANI Center 152

Supporting the Social Entrepreneurship in Greece today, our experience from the project “So New”

Popi Sourmaidou / ERGANI Center 166

Women who dare to dream a better world: Social Entrepreneurship

Maria Efstratiou / “Hliachtida”-Pancretan Association Social Media and Women 175

Entrepreneurship: From word of mouth to world of mouth. Reach your audience, Build your brand, Grow your business.

Maria Chatzina / Marketing executive/ e-marketing strategist, Marketing Manager Dermamed Medical Group 191

Female Entrepreneur in turbulence times in Crete

Maria Pitsikaki / Development Association of Female Entrepreneurs in Crete 201

Carving new paths, the only solution!

Valentinos Tzekas / Founder, CEO, Near 208

Women Resource Centers in Sweden and in Europe

Britt-Marie Söderberg Torstensson / Chairwoman of Winnet Europe Association and Winnet Sweden 211

GOING ABROAD

Bodil Nilsson / Member of the board of WINNET Sweden 219

Helping ambitious female SMEs innovate and grow internationally in turbulent markets

Panagiotis Ignatiadis / Praxi Network 226

Office for the entrepreneurial support of SMEs

Konstantina Mataliotaki / Business Consultant of Chania Chamber of Commerce 239

Supporting the Female Entrepreneurship through ESPA financial projects while handling the financial crisis in Greece

Anna Chatzaki / Development Association of Crete 254

**PRESENTATIONS HELD ON
MONDAY, AUGUST 29TH, 2016**

Session 1 - Gender and Entrepreneurship
Chair: Anastasios Panopoulos

Business startup and growth of women owned business. New evidence

Leonidas Zampetakis^{*}, Maria Bakatsaki, Lefteris Koumakis, Vassilis Moustakis

*School of Production Engineering & Management,
Technical University of Crete, Chania, Greece*

*[*lzabetak@dpem.tuc.gr](mailto:lzabetak@dpem.tuc.gr)*

Business startup and growth of women owned business. New evidence

Leonidas A. Zampetakis*, **Maria Bakatsaki***,
Lefteris Koumakis*, & **Vassilis Moustakis***

* **Technical University of Crete, Chania, Greece,**
Dep. of Production Engineering & Management

Entrepreneurship in turbulent times Conference.
Chania August 29th 2016



This presentation is fully supported via a Grant financed by the **European Economic Area (EEA) Financial Mechanism** and the **Greek Secretariat for Research and Technology (GSRT)** ("FOREMOST" project: 3864).

<http://foremost.tuc.gr>



Project partners:



Technical University of Crete



University of Crete

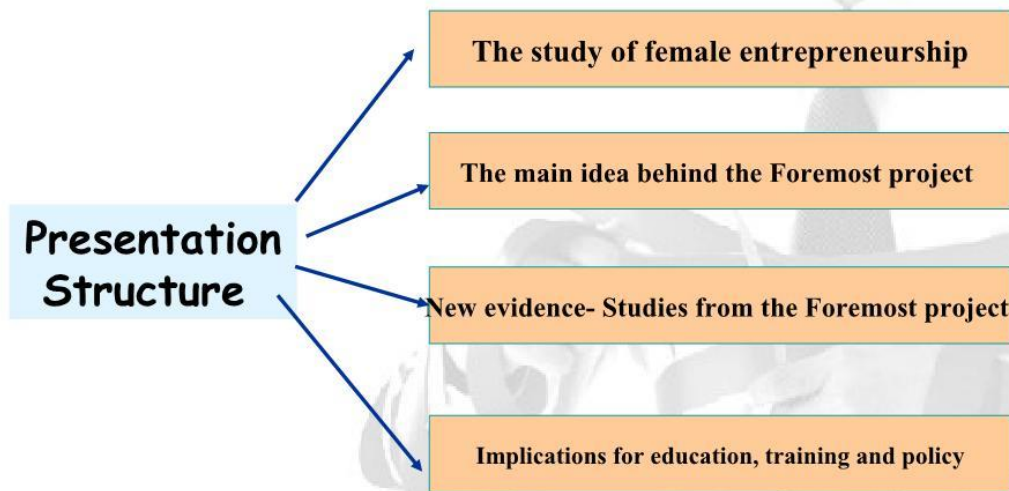


University of Macedonia



Ergani, Centre for the support and employment for the entrepreneurship of women

Presented by :
Leonidas A. Zampetakis, August 2016



Presented by :
Leonidas A. Zampetakis, August 2016

3

Introduction- The study of female entrepreneurship

Female entrepreneurship, as a subject of academic research, has attracted a considerable amount of attention in recent years, and **is fast becoming a primary focus for scholars**, practitioners and governments alike.

This increase in gender specific entrepreneurship would appear to be due as much to **the increase in entrepreneurship research activity overall**, as to the growing recognition that women now make **a valuable contribution** to national economies worldwide in terms of **job creation, economic growth and wealth generation**.

Presented by :
Leonidas A. Zampetakis, August 2016

4

But....

Women still **have an alarmingly poor share** in the new venture creation market and, compared to their male counterparts, **tend to start and manage their businesses differently**, opting for unconventional industries, mainly in **the services sector**.



Presented by :
Leonidas A. Zampetakis, August 2016

5

Some facts....

According to the Global Entrepreneurship Monitor project (GEM) in nearly all of the 70 countries included in the project the rate of men's venture creation **is higher than** that of women.

According to the Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey project (GUESSS project) conducted in 34 countries and at more than 700 universities the **10.7% of all male students** strive for an entrepreneurial career path, compared to **only 6.6% of all female students**.

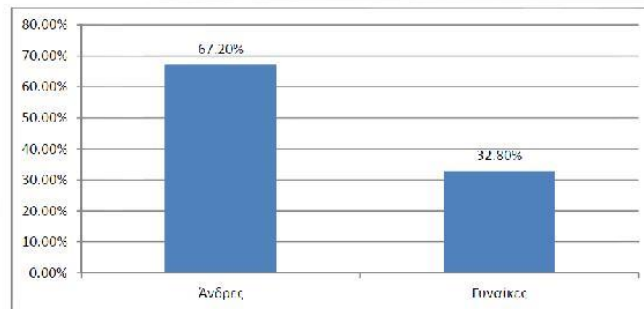


Presented by :
Leonidas A. Zampetakis, August 2016

6

In comparison to other European countries, Greece exhibits a clear **larger than average** gender gap in entrepreneurship.

Data from the GEM project suggest that during 2014, the percent of the working age population engaged in either the start-up or new firm phase of entrepreneurial activity was **67.2% for males** and **32.8 for females**



Presented by :
Leonidas A. Zampetakis, August 2016

7

Although the particular difficulties associated with female entrepreneurship have been emphasized in the literature, the **specific differences associated with women entrepreneurs and how they contrast with their male counterparts** have received less attention from the academic community.

Presented by :
Leonidas A. Zampetakis, August 2016

8

What's the main idea behind Foremost project?

The main idea of the Foremost project rests on the fact that **women's culturally specific social identity** is a potent predictor of their **entrepreneurial motivation** and **predisposition for business growth**.



Presented by :
Leonidas A. Zampetakis, August 2016

9

Specifically....

We separate **sex**, from **gender** to distinguish between **biological characteristic** of males and females and **the meanings that societies and individuals** ascribe to male and female categories.

Individuals throughout the life course are taught (implicitly or explicitly) which behaviors and roles are desirable for men or women in society. As such most individuals accept or internalize **the cultural meanings associated with their sex-meanings**.

Gender identity (i.e., masculinity, femininity) represents the extent to which an individual believes that he or she possesses traits associated with traditional gender stereotypes



Presented by :
Leonidas A. Zampetakis, August 2016

10

In the FOREMOST project our purpose is to:

- (1) Investigate **whether gender identity** can explain differences in entrepreneurial motivation between men and women
- (2) Investigate how varying those factors can explain **predisposition for growth of female enterprises** in Greece;
- (3) **Develop culture-specific measurement instruments** appropriate for use in researching female entrepreneurship which can also be generalized cultures like Greece. this.

Presented by :
Leonidas A. Zampetakis, August 2016

11

Studies from the Foremost project - New evidence for the growth of women owned business

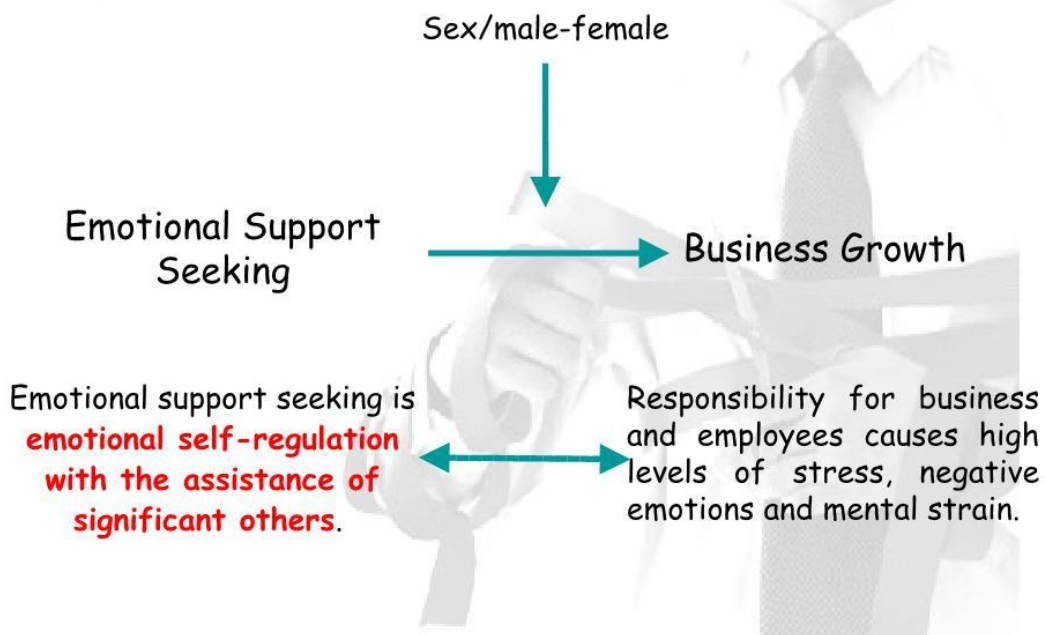
Study 1 - Growth in female owned firms: The role of emotional support seeking

1. We examined the moderating role of gender on the relationship between **emotional support seeking** (ESS) and **business growth**.
2. Data were based on **272 Greek entrepreneurs (112 women)**.
3. Results from multi-group path analysis suggest that the effect of ESS on business growth was **significant only for women entrepreneurs**.
4. We interpreted this as evidence to support the proposition that **men and women might utilize different coping behavior when responding to stress related to the growth of their business**.

Presented by :
Leonidas A. Zampetakis, August 2016

12

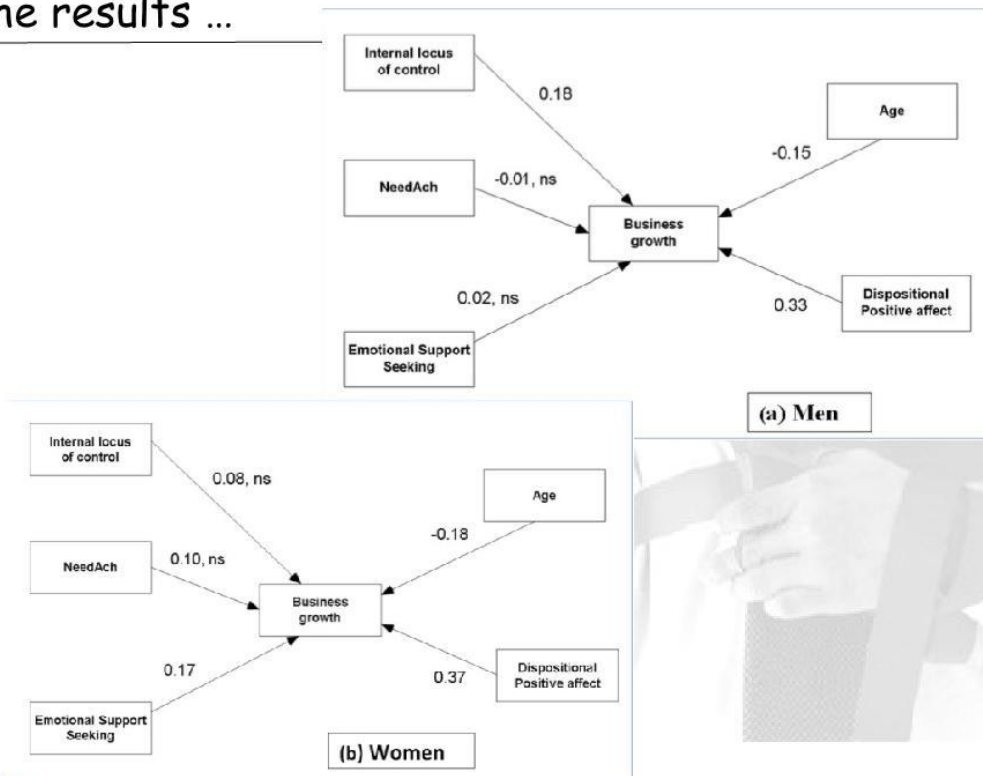
The model ...



Presented by :
Leonidas A. Zampetakis, August 2016

13

The results ...



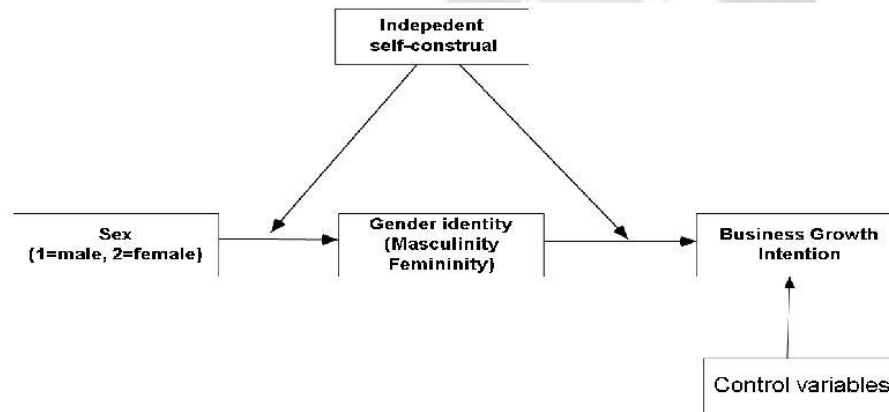
Presented by :
Leonidas A. Zampetakis, August 2016

14

Study 2 - Sex differences in entrepreneurs' growth intentions: An identity approach

Overview-Conceptual Model

We examined the relationships among entrepreneurs' **sex**, **gender identity**, **business growth intention** and the moderating role of **independent self-construal**.



Presented by :
Leonidas A. Zampetakis, August 2016

15

-
1. We examined whether and the extent to which biological sex is associated with gender identity and entrepreneurs' business growth intentions.
 2. Data were based on **550 Greek entrepreneurs (250 women)**.
 3. Results from conditional process analyses suggest that male entrepreneurs are most **likely to exhibit a stereotypical masculine gender identity** and female entrepreneurs are most likely to exhibit **a stereotypical feminine identity**.

Presented by :
Leonidas A. Zampetakis, August 2016

16

-
4. We gender identity partially mediate biological sex effects on entrepreneurs' business growth intentions.
 5. Independent-self construal moderates the relationship between sex and gender identity and between gender identity and growth intentions

In order for women to gain **legitimacy as entrepreneurs** they are encouraged to **adopt and reproduce attitudes and behaviors** which are in fact reproductions of what men do and what men are.

Men are more likely to be socialized to construct an independent self-construal (i.e., **as separate from others, aiming to maintain a sense of autonomy and uniqueness**). Women are more likely to be socialized to develop a social self that is marked by the motivation to be connected connected to others.

Thus our results provide evidence to support the proposition that when women emulate the behavior of the idealized male, there is evidence of misfit (i.e., lower growth intentions).

Presented by :
Leonidas A. Zampetakis, August 2016

17

In summary....

- **Emotional support seeking is positively related to business growth for women entrepreneurs** (after controlling for the effects of entrepreneurs' dispositional positive affect, internal locus of control, need for achievement and age), but not for male entrepreneurs.
- **This is the 1st time such a result is reported in the literature.**

Presented by :
Leonidas A. Zampetakis, August 2016

18

The dimensions of gender identity (masculinity and femininity) fully mediated the effects of entrepreneurs' **biological sex** on his/her **business growth intentions**.

Moreover, results provided evidence that the indirect effect of sex on business growth intentions (via femininity) was contingent on entrepreneurs' **independent self-construal**.

Presented by :
Leonidas A. Zampetakis, August 2016

19

Implications

In recent years, entrepreneurship research has been criticized for simply categorizing people **based on their biological sex** and **using it to explain differences between men and women** in the rate and type of entrepreneurial activity in society

In the studies presented we separated sex, from gender to distinguish between biological characteristic of males and females and the meanings that societies and individuals ascribe to male and female categories.

The image of the entrepreneur has traditionally been masculinized and rooted in masculine discourse.

Presented by :
Leonidas A. Zampetakis, August 2016

20

Our studies have some practical implications for business policy formulation and the teaching of entrepreneurship.

For example: Educators should craft strategies and learning environments that validate and stimulate womens' identity in a way **that does not emulate the behavior of the idealized male entrepreneur.**

Women wanting to grow their business may be disadvantaged when they do not fit the prevalent stereotype (i.e. high levels of independent self-construal).

Presented by :
Leonidas A. Zampetakis, August 2016

21

Furthermore, **seeking emotional support** may offer a way to take direct action to alleviate problems associated with business growth.

Building up and maintaining close relationships is an action step that directly helps the development of tight network of relationships and interconnected groups that protect and offer security.

Presented by :
Leonidas A. Zampetakis, August 2016

22

**Thank you very much for
your attention !!**



*Presented by :
Leonidas A. Zampetakis, August 2016*

23

Questions



*Presented by :
Leonidas A. Zampetakis, August 2016*

24

Cultural identity, emotion, and achievement motivations: A cross-gender comparison

Konstantinos Kafetsios*, Aspasia Papachiou, Sotiris Karaolani, Marcela Serediova

**Applied Psychology Laboratory, Psychology Department, University of Crete*

** kafetsios@gmail.com*



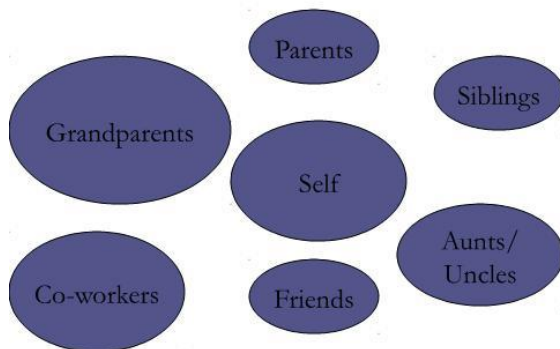
Cultural identity, emotion, and achievement motivations: A cross-gender comparison

Kafetsios, K., Papachiou, A., Karaolankis, S., & Serediova, M.

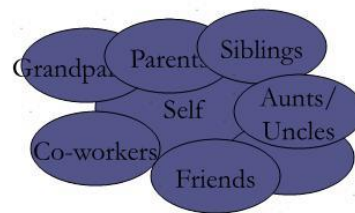


Cultural Conception of Self (Markus & Kitayama, 1991)

Independent



Interdependent



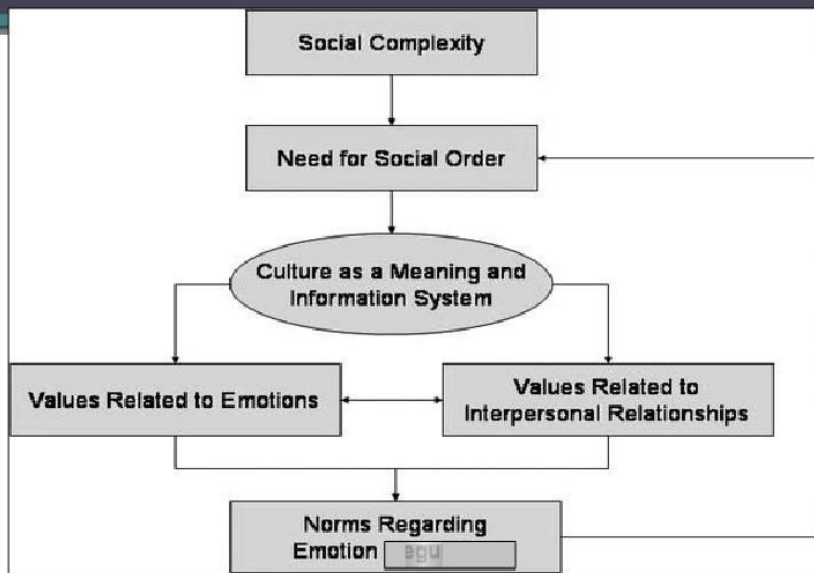
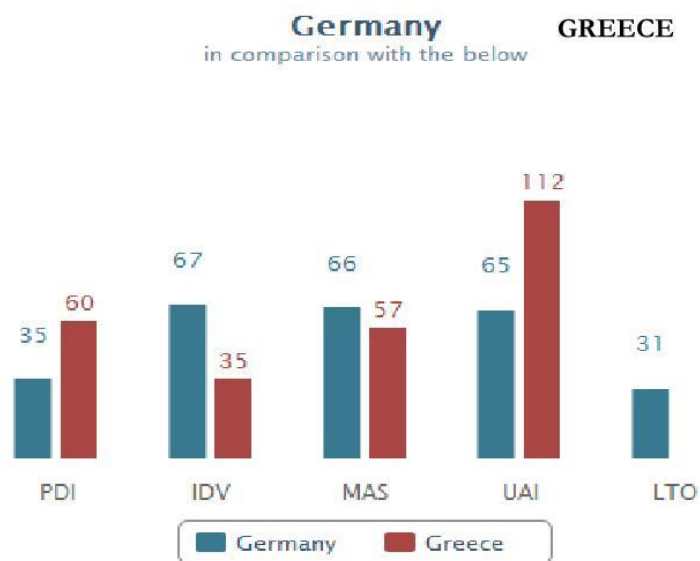


Figure 1 A functional view of the relationship between cultural value orientations and emotions

Source: Matsumoto et al., 2008 2

4



Identity-based motivation: Implications for action-readiness,
procedural-readiness, and consumer behavior

Daphna Oyserman

Institute for Social Research, University of Michigan, Ann Arbor, MI 48106-1248, USA

- Cultural orientation can importantly impact decisions and motivation

Zampetakis et al., 2015

- Independent self-construal, both in its chronic and its temporarily activated aspects predicted higher entrepreneurial intentions

The influence of independence and interdependence on emotion

- Higher chronic and temporarily activated interdependence are associated with cognitive biases towards emotion processing (Kafetsios & Hess, 2015)
- Higher independence = more positive emotion experience (Kafetsios & Karagiannopoulos, 2011)

A cultural mismatch: Independent cultural norms produce greater increases in cortisol and more negative emotions among first-generation college students

Nicole M. Stephens ^{a,*}, Sarah S.M. Townsend ^a, Hazel Rose Markus ^b, L. Taylor Phillips ^c

- Experiment: Framing the university culture in terms of independent norms (cultural mismatch) led first-generation students to show greater increases in cortisol and less positive/more negative emotions than continuing-generation students while giving a speech. However, reframing the university culture to include interdependent norms (cultural match) eliminated this gap.

Journal of Experimental Social Psychology

Gender and cultural orientation

- In USA samples, women are typically characterized by higher interdependence whereas men are characterized by higher independence

Aims

- To explore relationships between IND - INTR self construal and entrepreneurial attitudes, intentions and emotions in samples of WOMEN & MEN :
 - Employees (Public, private)
 - Unemployed
 - Entrepreneurs
- To test weather a GND x SC mis-match leads to differences in entrepreneurial attitudes and intentions

Sample 1: Employees & Unemployed

- N = 1184 50% females
- Age = 18-59, mean = 38.15, SD = 11.14
- Public servants = 24.1%
- Private sector = 26.6%
- Unemployed = 49.3%

Sample 2: Entrepreneurs

- N = 572, 50% females
- Age = 21-66, mean = 44.76 (SD = 8.37)

Measures

- Independent & Interdependent self-construal (Singelis, 1994)
- Independent and interdependent values
- Entrepreneurial attitudes & intentions

IND INTR Self construal

IND	Public sector	Private Sector	Unemployed	Entrepreneurs
Males	5.12 (.08)	5.12 (.07)	5.05 (.06)	5.14 (.05)
Females	4.97 (.07)	4.99 (.07)	4.96 (.06)	5.24 (.05)

Gender : Women overall Lower in INDEPENDENCE in PS, PVS, Unemployed

INTR	Public sector	Private Sector	Unemployed	Entrepreneurs
Males	5.22 (.07)	5.24 (.06)	5.20 (.05)	5.32 (.05)
Females	5.27 (.07)	5.30 (.06)	5.33 (.05)	5.40 (.05)

Controls: Age, S Social Status

Gender, employment status and SC

- Women were overall less independent but not in women entrepreneurs.
- There were no Gender differences in SC by employment status
- In independence Men and Women

Norms

IND	Public sector	Private Sector	Unemployed	Entrepreneurs
Males	4.53 (.06)	4.52 (.05)	4.52 (.04)	4.65 (.04)
Females	4.58 (.06)	4.44 (.06)	4.51 (.05)	4.60 (.04)

INTR	Public sector	Private Sector	Unemployed	Entrepreneurs
Males	4.90 (.05)	4.93 (.04)	4.99 (.04)	4.92 (.03)
Females	4.94 (.05)	4.87 (.04)	4.97 (.04)	5.01 (.03) *

Controls: Age, S Social Status

E. Attitudes & Intentions

Attitude	Public sector	Private Sector	Unemployed	Entrepreneurs
Males	4.43 (.14)	4.60 (.13)	4.53 (.10)	5.57 (.07)
Females	4.02 (.12)	4.10 (.12)	4.19 (.09)	5.55 (.07)

Intention	Public sector	Private Sector	Unemployed
Males	2.47 (1.4)	3.12 (1.5)	3.30 (1.5)
Females	2.08 (1.3)	2.46 (1.3)	2.65 (1.3)

PBC	Public sector	Private Sector	Unemployed	Entrepreneurs
Males	2.81 (.11)	3.35 (.11)	3.25 (.09)	5.09 (.08)
Females	2.36 (.10)	2.74 (.11)	2.88 (.09)	4.85 (.08) *

Controls: Age, S Social Status

- IN non-entrepreneurs, an across-the board
Gender difference in Entrepreneurial attitudes
and intentions
- But not in Women entrepreneurs

Anticipated Emotions

Achievement	Public sector	Private Sector	Unemployed	Entrepreneurs
Males	4.02 (.08)	3.97 (.06)	4.12 (.07)	4.35 (.04)
Females	4.18 (.07)	4.14 (.05)	4.10 (.07)	4.46 (.04) *



Resignation	Public sector	Private Sector	Unemployed	Entrepreneurs
Males	1.72 (.06)	1.73 (.05)	1.79 (.05)	1.38 (.03)
Females	1.94 (.05)	1.94 (.05)	1.78 (.05)	1.44 (.03)

Antagonistic	Public sector	Private Sector	Unemployed	Entrepreneurs
Males	1.33 (.05)	1.28 (.03)	1.34 (.04)	1.17 (.03)
Females	1.30 (.05)	1.36 (.04)	1.22 (.04)	1.16 (.03)





Controls: Age, S Social Status

Examining the influence of IND-INTR on E. attitudes, intentions & emotions

SC & E. Attitudes

- Independence =  Attitudes, Intentions, PBC
- Interdependence =  PBC
- No interaction between Gender X SC

SC, Gender & Anticipated emotions

- Achievement Emotions
 - Independence, Interdependence 
 - **Gender X Interdependence** : Interdependent Women = 
- Resignation emotions
 - Independence 
 - **Gender X Interdependence** = 

Overall conclusions

- There was limited GENDER differences in SC
- Independent of Gender, INDEPENDENT SC was a powerful predictor of E. Attitudes, intentions, & Emotions
- There were some evidence of a 'match' between Gender and SC orientation with regards to emotions but not much in terms of attitudes

Ευχαριστώ

- Allik, J., Realo, A. (2004). Individualism-collectivism and social capital. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 35, 29-49.
- Argyle, M., Furnham, A., (1983). Sources of satisfaction and conflict in long-term relationships. *Journal of Marriage and the Family*, 45, 481-493
- Aronson, E. (1994). *The Social Animal*. San Francisco: Freeman & Co.
- Diener, E., Suh, E., Lucas, R., & Smith, H. (1999). Subjective well-being: three decades of progress. *Psychological Bulletin*, 125, 276-302.
- Easterlin, R.E., 1974. Does economic growth improve the human lot? Some empirical evidence. In: David, P.A., Reder, M.W. (Eds.), *Nations and Households in Economic Growth: Essays in Honour of Moses Abramowitz*. Academic Press, New York.
- Fredrickson, B.L. (2003). The value of positive emotions. *American Scientist*, 91, 330-335.
- Gilbert, D. (2006) *Stumbling on Happiness*. Knopf, New York
- Haidt, J. (2006). *The Happiness Hypothesis*. NY: Basic Books
- Jackson, T. (2009). *Prosperity without growth: The transition to a sustainable economy*. Sustainable Development Commission, London: UK.
- Layard, R. (2010). Measuring subjective well-being. *Science*, 327 (5965),534-535. Layard, R. (2002). 'Rethinking public economics: implications of rivalry and habit'. *Centre for Economic Performance*, LSE, mimeo.
- Lyubomirsky, S. (2001). Why are some people happier than others? The role of cognitive and motivational processes in well-being. *American Psychologist*, 56, 239-249.
- Kafetsios, K. (2006). Social support and well-being in contemporary Greek Society: Examination of multiple indicators at different levels of analysis. *Social Indicators Research*, 76, 127-145.
- Kafetsios, K. (2007). Gender, social support and well-being: Evidence from a Greek community sample. *Interpersona*, 2,191-207.
- Kafetsios, K. (2010). The culture of happy relationships. In L. Bormans (Ed.). *The Worldbook of Happiness* (pp. 174-176). Belgium: Antwerp.
- Καφέτσιος, Κ. (υπό δημοσίευση). Συναίσθημα και 'ευ-ζήν' σε δύο ηλικιακές ομάδες: Σύγκριση ανάμεσα στη θεωρία κατασκευής του εαυτού και κοινωνικο-συναισθηματικής επιλεκτικότητας. *Τόμος για τον εορτασμό των 20 χρόνων της Σχολής Κοινωνικών Επιστημών του Π.Κ.*

- Καφέτσιος, Κ. & Λεοντοπούλου, Σ. (2006). Πολιτισμικά Σύνδρομα και Κατασκευή του Εαυτού: Επιδράσεις στο Συναίσθημα και στο Ευ ζήν. Στο Μ. Πουρκός (Επιμ.), *Σώμα, εκπαίδευση και βιομαθητική γνώση: Κοινωνικοπολιτισμικές πρακτικές και διαστάσεις της μη λεκτικής επικοινωνίας και αφήγησης* (σελ. 252-262). Αθήνα: Ατραπός.
- Kafetsios, K. & Nezlek, J.B. (2012). Emotion and support perceptions in everyday social interaction: Testing the 'less is more' hypothesis in two different cultures. *Journal of Social & Personal Relationships*, 29, 2, 165-184.
- Nezlek, J.B., Kafetsios, K., & Smith, V. (2008). Emotions in everyday social encounters: Correspondence between culture and self-construal. *Journal of Cross Cultural Psychology*, 39, 4, 366-372.
- Markus, H., & Kitayama, S. (1991). Culture and self: Implications for cognition, emotion and motivation. *Psychological Review*, 98, 224-253.
- Nussbaum, M. C. (2000). *Women and Human Development: The Capabilities Approach*. Cambridge.
- Nussbaum, M. C., and A. Sen, eds. 1993. *The Quality of Life*. Oxford.
- Oswald, A.J., & Wu, S. (2010). Objective confirmation of subjective measures of human well-being: Evidence from the U.S.A. *Science*, 327 (5965), 576-579.
- Powdthavee, N. (2008). Putting a price tag on friends, relatives, and neighbours: Using surveys of life satisfaction to value social relationships. *Journal of Socio-Economics*, 37, 1459-1480.
- Oishi, S., Diener, E., Choi, D. W., Kim-Prieto, C., & Choi, I. (2007). The dynamics of daily events and well-being across cultures: When less is more. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93, 685-698.
- Sen, A. (1984). *The Living Standard*. *Oxford Economic Papers* 36, 74-90.
- Stiglitz, J. (2009). *Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress*. Commission of the Government of France, Paris, September
- Veenhoven, R. 2006) Average happiness in 95 nations 1995-2005, *World Database of Happiness, Rank Report 2006-1d*, Internet: worlddatabaseofhappiness.eur.nl

Τα κοινωνικά είδη επηρεάζονται δραστικά από συνθήκες απομόνωσης (Cacciopo, Fowler, & Christakis, 2010)

Η κοινωνική απομόνωση μικραίνει το προσδόκιμο σε κοινωνικά είδη (όπως η μύγα *Drosophila melanogaster* Ruan & Wu, 2008)

οδηγεί στην ανάπτυξη της παχυσαρκίας και διαβήτη τύπου 2 στους ελίμνες (Nonogaki, Nozue, & Oka, 2007);

Καθυστερεί τις θετικές επιδράσεις της άσκησης στους αρουραίους (Stranahan, Khalil, & Gould, 2006);

Αυξάνει την αντίδραση του συμπαθητικού συστήματος 'παγώματος' στους αρουραίους (Dronjak, Gavrilovic, Filipovic, & Radojeic, 2004);

Μειώνει την επίδραση γονιδίων που ρυθμίζουν την γλουκοκορτιζονούχα ανρίδραση του εμπρόσθιου λοβού σε νεαρούς χοίρους (Poletto, Steibel, Siegford, & Zanella, 2006);

Αυξάνει τα επίπεδα κορτιζόλης σε πιθήκους (Lyons, Ha, & Levine, 1995)

Εμφανώς παρεμποδίζει την ψυχοσεξουαλική ανάπτυξη σε πρωτεύοντα θηλαστικά (Harlow et al.,

1965).

Happiness Is

- At age 4 ... not peeing in your pants
- At age 12 ... having friends
- At age 16 ... having a driver's license
- At age 25... having sex when married
- At age 35 ... having money
- At age 50 ... having money
- At age 60 ... having sex when married
- At age 70 ... having a driver's license
- At age 75 ... having friends
- At age 80 ... not peeing in your pants

Innovation of Women Entrepreneurship in India

Y. Krishna Kumar*, B. Kiran Kumar**

**Student, Department of Mechanical Engineering, SITE, Tadepalligudem, India-
534101*

krishna3b4@sasi.ac.in

**Assoc. Prof, Department of Mechanical Engineering, SITE, Tadepalligudem, India-
534101*

bkirankumar@sasi.ac.in

Keywords: Women Entrepreneurship, Policies, India, Development.

Innovation Of Women Entrepreneurship In India

Y. Krishna Kumar
Chania, Aug 29, 2016

Women Entrepreneurship

Categories

1. Chance entrepreneurs
2. Forced entrepreneurs
3. Created entrepreneurs

Influencing Factors

Generate income

Pride in achievement

Need for change

Autonomy and independence

Dissatisfaction with the present job

Obstacles

Short Of Self-Confidence

Socio-Cultural Barriers

Risks Related To Market

Mobility Constraints

Business Administration Knowledge

Financial Assistance

Cost

Female Entrepreneurs in India



1



3



4



2



5

Schemes

More than 26 schemes provided by Government of India

More than 13 Women Entrepreneur Associations

Recommendations

1. Remove maximum legal and regulatory barriers
2. Provide support, mentoring, coaching and training
3. Promote equal opportunity and abolish gender discrimination
4. Formulate strategies to provide more access to information on international markets and facilities
5. Incorporate women entrepreneurship dimensions in SME related policies

Conclusion

Thank you

Regional development through Creative Economy: The paradigm of Chania

Mayia Spanoudaki, Technical University of Crete

e.spanoudaki@oakae.gr

KEY WORDS: Creative Economy, Cultural and Creative Industries(C.C.I's), Cultural Product, Local Development, Entrepreneurship, Cultural Economy

ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΑ ΧΑΝΙΑ ΜΕΣΩ ΤΗΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

- Σημαντικές δυνατότητες για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα

Μάγια Ε. Σπανουδάκη, Υπ.Διδάκτορας Πολυτεχνείου Κρήτης

espanoudaki@isc.tuc.gr e.spanoudaki@oakae.gr

Καθηγητής: Βασίλης Μουστάκης



- Η έρευνα εξετάζει τις δυνατότητες ανάπτυξης μέσω της Δημιουργικής Οικονομίας στη βόρεια πλευρά της περιφερειακής ενότητας Χανίων. Ερευνάται κατά πόσο μια χωρική ενότητα που διαθέτει πόρους και υποδομές για δράσεις και επιχειρήσεις της Δημιουργικής Οικονομίας, **(ειδικότερα του πυρήνα της όπου εντάσσονται οι τομείς των Πολιτιστικών και Δημιουργικών Βιομηχανιών)** μπορεί να τους αξιοποιήσει προς όφελος της ανάπτυξης. Οι στόχοι της έρευνας είναι:
 - 1/να διαπιστώσει την επάρκεια των αναγκαίων πόρων, επιχειρώντας μια ενδεικτική αποτύπωσή τους,
 - 2/να διαπιστώσει ποια είναι τα εμπόδια στην ανάπτυξη των επιμέρους κλάδων,
 - 3/με βάση τα ευρήματα να προταθεί ένα πλέγμα διοικητικών/ επιχειρηματικών εργαλείων και καλών πρακτικών που θα ενισχύσει την ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας μέσω των Π.Δ.Β.,

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ.....



Δημιουργική Οικονομία: Ανθρωποκεντρική αναπτυξιακή προσέγγιση!

Βασίζεται στη δημιουργικότητα, το πολιτισμό, τη καινοτομία, τα οικονομικά, τη δικτύωση και τις Τεχνολογίες Πληροφορίας & Επικοινωνίας. Δημιουργεί τη δυνατότητα –με βασικό πόρο το πνευματικό κεφάλαιο- οικονομικής ανάπτυξης, νέων θέσεων εργασίας, εξαγωγών, προωθεί τη κοινωνική συνοχή, τη πολιτισμική ποικιλομορφία, την ανθρώπινη ανάπτυξη.

ΟΜΑΔΕΣ

Πολιτιστική κληρονομιά: Ιστορικά μνημεία, Μουσεία, Αρχαιολογικά ευρήματα, Αρχεία, άλλες μορφές Πολιτιστικής κληρονομιάς

Εκδόσεις και Λογοτεχνία: Βιβλία-εγχειρίδια, Εφημερίδες περιοδικά, Υπηρεσίες Βιβλιοθηκών

Μουσική και Θέατρο: Συναυλίες, (ζωντανή μουσική), Μουσικά θέατρα, Όπερα, Χορός, άλλες μορφές θεατρικής τέχνης (όπως τσίρκο, παντομίμα, κ.τ.λ.), Δισκογραφία και Οπτικοακουστικό υλικό

Οπτικές τέχνες: εικαστικά, γραφικές τέχνες, χειροτεχνία, Φωτογραφία

Οπτικοακουστικές τέχνες: κινηματογράφος, Ραδιόφωνο & τηλεόραση

Κοινωνικές -Πολιτιστικές δραστηριότητες: κοινωνικές/ατομικές εκφράσεις, οικογενειακή/ κοινωνική ζωή

Αθλητισμός, Αγώνες Παιχνίδια

Περιβάλλον και Φύση: Φυσικό και Αστικό περιβάλλον που σηματοδοτεί τη ποιότητα ζωής

- Οι κινητήριες δυνάμεις στην τοπική ανάπτυξη μέσω της οικονομίας του πολιτισμού και της δημιουργίας (Τομείς Πολιτισμού & Δημιουργίας) είναι:
- η τεχνολογία,



- η ανθρώπινη επιθυμία για απόκτηση εμπειριών και συγκινήσεων,
- και ο τουρισμός.



Στον πυρήνα της Δημιουργικής Οικονομίας

- Οι πολιτιστικές βιομηχανίες ορίζονται από τις λέξεις: δημιουργικότητα, πνευματική ιδιοκτησία, συμβολικό περιεχόμενο, μέθοδοι παραγωγής.
- Οι δημιουργικές βιομηχανίες είναι δραστηριότητες με βάση την δημιουργικότητα, το ταλέντο, την ανθρώπινη γνώση

ΟΙ ΚΛΑΔΟΙ ΠΟΥ ΕΝΤΑΣΣΟΝΤΑΙ ΣΤΙΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΕΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ

Κλωστοϋφαντουργία- έτοιμο ένδυμα	Κινηματογράφος	Φωτογραφία, Διαφήμιση
Υποδήματα- Δερμάτινα είδη- γούνα	ΤΠΕ: Τεχνολογίες Παιγνίων και Δημιουργικού Περιεχομένου – Gaming-	Design Εκτυπωτικές δραστηριότητες
Αργυροχρυσοχοΐα, Χειροτεχνία	Εικαστικές Τέχνες	Ψυχαγωγία
Επιπλοποιεία	Παραστατικές τέχνες	Μουσική - Ηχογραφήσεις και μουσικές εκδόσεις
Κατασκευή Παιγνιδιών	Εκδόσεις βιβλίων	M.M.E. και Social Media
Κατασκευή μουσικών οργάνων	Παραγωγή και πώληση αντιγράφων μνημείων- Αναπαραγωγή προεγγεγραμμένων μέσων	Βιβλιοθήκες, Αρχαία, Μουσεία, Αρχαιολογικοί χώροι, πολιτισμική κληρονομιά

(1) ΓΙΑΤΙ ΕΙΝΑΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ ΟΙ ΠΔΒ ΣΤΗΝ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ;,,,,,;

- Η δημιουργική εργασία προσφέρει σημαντικές δυνατότητες στην γυναικεία απασχόληση δεδομένο κατανοητό αν σκεφτούμε επιχειρήσεις των Π.Δ.Β. που απασχολούν συνήθως μεγαλύτερο αριθμό εργαζομένων γυναικών.
- Η ανεργία:
 - άνδρες 310.141 (ποσοστό 37,50%)
 - γυναίκες 516.992 (ποσοστό 62,50%).
- Η απασχόληση στις γυναίκες από 2008 ως 2014 μειώθηκε από 52,5% στο **43,3%** (μείωση 9,2%)
- Στις χώρες με υψηλή ανεργία εμφανίζεται αύξηση γυναικείων επιχειρήσεων
- Η Ελλάδα είναι 1^η στην ΕΕ στη γυναικεία επιχειρηματικότητα (24% και η Αλβανία ακολουθεί με 18%)

(2) ΓΙΑΤΙ ΕΙΝΑΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ ΟΙ ΠΔΒ ΣΤΗΝ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ;,,,,,;

- Καταγράφεται σε παγκόσμιο επίπεδο δυσκολία χρηματοδοτικών εργαλείων για «γυναικείες επιχειρήσεις». Όμως οι Π.Δ.Β συνήθως χρειάζονται μικρά κεφάλαια
- Η «ανεπίσημη» (informal) εργασία στις αναπτυσσόμενες χώρες προσφέρει ευκαιρίες συμπλήρωσης εισοδήματος
- (Αφρική: (Α) **Nollywood**, (Β)1 εκ. θέσεις εργασίας από τις παραστάσεις σε τουρίστες)
- Οι γυναικείες επιχειρήσεις (και των Π.Δ.Β.) συνήθως είναι «αυτοαπασχολούμενων» γυναικών.
- Χειροτεχνία Μόδα Οικοτεχνία Υπηρεσίες Πολιτισμού Βιβλιοθήκες Χορός
- Τοπικός σχεδιασμός (σε μικρο-επίπεδο κοινότητας, απομακρυσμένης χωρικής ενότητας) στήριξης Π.Δ.Β δίνει σημαντικά αποτελέσματα

- Η Δημιουργική Οικονομία

- Αποτελεί την βάση πολιτικών-σχεδίων- δράσεων των Ηνωμένων Εθνών – UNESCO-UNCTAD
- Βρίσκεται στο επίκεντρο των Ευρωπαϊκών πολιτικών για την οικονομική ανάπτυξη
- Δίνει παγκοσμίως 30 εκ. θέσεις εργασίας (709 εκ. Ευρώπη)
- 2..250 δις\$ εισόδημα (709 δις\$ Ευρώπη)
- Στηρίζει την κοινωνική συνοχή
- Στηρίζει την εργασία γυναικών (π.χ. 50% γυναίκες εργαζόμενες στη μουσική) και νέων
- Δημιουργεί συμπληρωματικό εισόδημα
- Συνδέεται στενά με τις ΤΠΕ

- Οι ΠΔΒ

- Έχουν ενταχθεί στο χρηματοδοτικό πρόγραμμα ΕΠΑΝΕΚ
- 200 δις\$ online πωλήσεις
- 530 δις\$ πωλήσεις ψηφιακών συσκευών
- Αυξάνουν το τουρισμό (οκταπλασιάστηκε ο τουρισμός στο Bilbao μετά το Guggenheim)

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΓΥΝ.ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΙΣ ΕΥΡΩΠΑΙΚΕΣ Π.Δ.Β.

- Μόνο το 8,3% στις κατοχυρωμένες ευρωπαϊκές πατέντες ανήκει σε γυναίκες.
- Καινοτομία προϊόντος 13.9% γυναίκες 14.5% άνδρες
- Καινοτομία στις διαδικασίες 4.1% γυναίκες 7.8% άνδρες
- Οργανωτική καινοτομία 5.2% γυναίκες 6.5% άνδρες
- Καινοτομία στο μάρκετινγκ 9.1% γυναίκες 10.45% άνδρες
- Σε Ελλάδα και Τσεχία κίνητρα για καινοτόμες επιχειρήσεις γ. υπάρχουν μόνο μέσω των προγραμμάτων έρευνας
- Έλλειμμα στατιστικών
- Έχουν καλύτερη μόρφωση
- http://ec.europa.eu/growth/tools-databases/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=7992
- [fec.europa.eu/DocsRoom/documents/2131/attachments/1/translations/en/.../native_women_innovators_and_entrepreneurship_3815.pdf](http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/2131/attachments/1/translations/en/.../native_women_innovators_and_entrepreneurship_3815.pdf)

1. ΤΑ ΣΤΑΔΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

- Αναγνώριση προβλήματος, επιστημονικό ερώτημα, βιβλιογραφία, στατιστικές, διαπιστωτικές έρευνες, αναγνώριση ευρωπαϊκών πολιτικών
- Πλαίσιο έρευνας (ΚΡΙΤΗΡΙΑ), διάγνωση εθνικών, περιφερειακών πολιτικών, πόρων, επιχειρηματικότητας και bottlenecks
- ΕΡΕΥΝΑ ΠΕΔΙΟΥ ΣΕ: ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΙΟΝ & διοικητικό πλαίσιο ΠΔΒ, SWOT , καλές πρακτικές
- Συμπεράσματα
- Προτεινόμενο μοντέλο για ανάπτυξη ΠΔΒ

- Επιστημονικό ερώτημα: Είναι εφικτό σε εποχή οικονομικής και κοινωνικής κρίσης να υπάρξει αναπτυξιακή προοπτική μέσω των Π.Δ.Β. και τι χρειάζεται για να υλοποιηθεί ένα Σχέδιο Τοπικής Ανάπτυξης βασισμένο στις αρχές της Δ.Ο.;



2. ΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

- Αχαρτογράφητο επιστημονικό πεδίο (ως το 2014- έκδοση βιβλίου Αυδίκου, έκθεσης Λαζαρέτου)
- Ανεπάρκεια στατιστικών
- Ανυπαρξία εθνικών πολιτικών για το πολιτισμό και το δημιουργικό τομέα
- Άγνοια πλείστων κρατικών φορέων- δομών για Π.Δ.Β.
- Άγνοια επιλεγέντων φορέων (για συμμετοχή στην έρευνα)
- Ανάγκη αλλαγής πορείας της έρευνας (οργανώθηκε επικοινωνιακή διαδικασία ευαισθητοποίησης – διάχυσης των συγκριτικών πλεονεκτημάτων των Π.Δ.Β.)

3. ΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

- Ερευνώνται οι δυνατότητες ανάπτυξης
- Α/ Δημιουργικής βιομηχανίας (αποτελέσματα έρευνας Πολυτεχνείου, ΤΕΙ, κινηματογράφος) και
- Β/ Πολιτιστικής βιομηχανίας και αναζητά αν υπάρχουν οι αναγκαίοι πόροι
- Το πολιτιστικό προϊόν επιδρά στην αύξηση της επισκεψιμότητας μιας περιοχής (τουρισμός), στην απασχόληση, στην επιχειρηματικότητα, στη βελτίωση των οικονομικών δεικτών.
- Οι «πολιτιστικοί τουρίστες» μέσω των φεστιβάλ, των αρχαιολογικών τόπων, της γνωριμίας με το τοπικό πολιτιστικό απόθεμα αποτελούν δυναμικό τμήμα του τουριστικού τομέα, διαρκώς αυξανόμενο.

- Στην Ιταλία η πολιτιστική βιομηχανία αναζωογονεί το τουρισμό, μειώνει την εποχικότητα της οπτικής «ήλιος και θάλασσα» Στο ίδιο συμπέρασμα καταλήγει η έκθεση του ΟΟΣΑ (2014) για την ανταγωνιστικότητα της Ελλάδας όπου αναφέρεται πως με το εποχικό μοντέλο χάνονται υψηλά ποσοστά στις διανυκτερεύσεις.
- Στην αύξηση του κύκλου εργασιών των συνδεδεμένων με το τουρισμό επιχειρήσεων, θα οδηγούσαν οι δράσεις των Π.Δ.Β. «εκθέσεις, συνέδρια, φεστιβάλ, εκδηλώσεις συνδεδεμένες με το πολιτισμό και την πολιτιστική κληρονομιά, μουσεία (κ.τ.λ.)».
- Παρότι το ελληνικό τουριστικό προϊόν δεν έχει συνδεθεί με το Π.Π. έχει σημαντικές επιπτώσεις στην οικονομία, όπως προκύπτει από τους «Πολλαπλασιαστές Εισροών – Εκροών» (IOBE, 2012, πίνακας 16).
- Μελέτη της Ολλανδικής πρεσβείας για τη Π.Δ.Β. στην Βρετανία, δείχνει πως στο Λονδίνο προσφέρει 500.000 θέσεις εργασίας, ενώ εκεί δημιουργείται η μία στις πέντε νέες θέσεις

ΚΡΙΤΗΡΙΑ

ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΑ -ΥΠΟΔΟΜΕΣ

1. Αστικός ιστός και Π.Δ.Β. συνδέονται άρρηκτα. Οι ΠΔΒ διαπιστώνεται ότι συγκεντρώνονται σε ίδιες χωρικές ενότητες, ειδικά στις πόλεις, λόγω της προσφοράς εξειδικευμένου «δημιουργικού ανθρώπινου δυναμικού», και της δημιουργίας ανεπίσημων δικτύων (συνεργασίας, και τεχνογνωσίας)
2. Η ανάπτυξη μιας πόλης, επιδρά θετικά σε μια ευρύτερη περιοχή, διότι δημιουργεί ένα «στρατηγείο ανάπτυξης» (δίχως να υπάρχει αναγκαιότητα κρίσιμης μάζας)
3. Δεν είναι αναγκαίο μια πόλη να είναι διοικητική πρωτεύουσα για να μπορεί να αναπτυχθεί μέσω Π.Δ.Β., αντίθετα λόγω μικρού μεγέθους των Π.Δ.Β., παρουσιάζεται ανάπτυξη σε μικροεπίπεδο Αναγκαιότητα οι υποδομές μεταφορών (λιμάνι-αεροδρόμιο, δρόμοι) δηλαδή χρειάζεται προσβασιμότητα

ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΑ

4. Ύπαρξη μουσείων, αρχαιολογικών και άλλων σημείων και κτισμάτων πολιτιστικής κληρονομιάς (δρυμοί, φαράγγια, σημεία natura, εθνικά πάρκα)
5. Ιστορικό κέντρο πόλης, χώροι συνδεδεμένοι με τις Π.Δ.Β. (πάρκα- θερμοκοιτίδες-κτίρια)
6. Συνεδριακοί χώροι, ανοικτών και κλειστών χώρων για θεάματα, καλής προσβασιμότητας των πεζών, θέατρα, αίθουσες συναυλιών
7. Πολιτιστικό απόθεμα, παραγωγή σύγχρονων Π.Π. αλλά και παραδοσιακών, φορείς παραγωγής Π.Π. (θεατρικά-μουσικά σχήματα-καλλιτέχνες)
8. Εκθέσεις, συνέδρια, φεστιβάλ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

1. Π.Δ.Β., αλλά και παρουσία στη περιοχή επιχειρηματικών δικτύων (clusters ή άλλες μορφές
2. Αναγκαιότητα η δημιουργία μη κερδοσκοπικού φορέα που να παρέχει διοικητική, οικονομική, τεχνολογικής στήριξη στις Π.Δ.Β.
3. Τουριστικό ενδιαφέρον- δραστηριότητες
4. Τουριστικές υποδομές
5. Ενδιαφέρον για γνωριμία με πολιτιστικό απόθεμα περιοχής
6. Καινοτομία

ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ-ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

7. Διασύνδεση έρευνας-επιχειρήσεων για παραγωγή καινοτόμων τεχνολογικών προϊόντων ΑΕΙ οδηγεί σε α/ αύξηση του ΑΕΠ μιας περιοχής, β/ στην αύξηση των επιχειρήσεων χαμηλής ειδίκευσης (ο.π. 3.6.)
8. Παρουσία ΑΕΙ για εκπαίδευση ανθρώπινου δυναμικού, για έρευνα, για καινοτομία
9. Ανθρώπινο δυναμικό (αναγκαία η κρίσιμη μάζα) με δημιουργική δυνατότητα

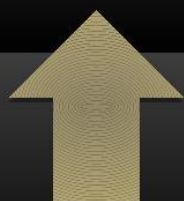
ΕΘΝΙΚΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ Π.Δ.Β.

10. Ευνοϊκό φορολογικό και νομοθετικό περιβάλλον
11. Εφαρμογή πολιτικών ΕΕ για ΔΟ

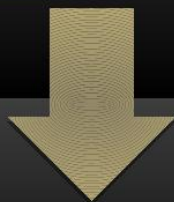
4. ΠΡΟΣΩΡΙΝΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

4.1. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΕΣ, ΔΙΑΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ, ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ, ΕΘΝΙΚΩΝ, ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΩΝ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ

GESAC (2014). Η ΊΔΙΑ ΔΙΑΠΙΣΤΩΣΗ ΚΑΙ ΣΤΟ COMMISSION, PROMOTING CULTURAL AND CREATIVE SECTORS FOR GROWTH AND JOBS IN THE EU. BRUSSELS, (2012).



+0.7% αύξηση απασχόλησης ανά έτος στις Π.Δ.Β.



-0.7% μείωση απασχόλησης ανά έτος στους λοιπούς τομείς

Έρευνα σε 250 Ευρωπαϊκές περιφέρειες δείχνει ως παράγοντα με τη μεγαλύτερη βαρύτητα για το εισόδημα ανά κάτοικο περιφέρειας τον αριθμό των εργαζομένων σε δημιουργικές επιχειρήσεις

Αύξηση 1% σε εργαζόμενους τομέων Δ.Ο.

Δίνει ετήσια αύξηση 0.45% ανά κάτοικο

Δηλαδή αύξηση 1.424€ ανά κάτοικο

ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ-ΈΡΕΥΝΑ -ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

Πολιτικές

- Ευρωπαϊκές ▲ Ελληνικές ▲ Τοπικές ▼

Έρευνα-Καινοτομία:

Το παράδοξο σχέσης ελληνικού ακαδημαϊκού χώρου και επιχειρηματικότητας:

- Υψηλές επιδόσεις ΑΕΙ στην έρευνα ▲
- Χαμηλές επιδόσεις στην αξιοποίηση της έρευνας (επιχειρήσεις) ▼

Πιθανοί λόγοι:

- Χαμηλές δαπάνες σε Έρευνα & Ανάπτυξη
- Ο προσανατολισμός στις ακαδημαϊκές σπουδές (προγράμματα σπουδών που δεν ανανεώνονται)
- Έλλειψη κουλτούρας επιχειρηματικότητας

4.2 ΕΜΠΟΔΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

- Ασυνέχειες και έλλειμμα πολιτικών
- Έως σήμερα εφαρμόστηκαν λάθος αναπτυξιακές πολιτικές
- Ασυνέχειες και έλλειμμα στρατηγικών και προγραμματισμού
- Η έλλειψη δικτύωσης, συνεργιών, η κουλτούρα μη-συνεργασίας ανάμεσα στους δρώντες παράγοντες
- Περιορισμένος αριθμός μεγάλων επιχειρήσεων ειδικά σε τομείς έντασης E&A
- Ο μικρός αριθμός μεγάλων επιχειρηματικών μονάδων οδηγεί σε περιορισμένη συμμετοχή του ιδιωτικού τομέα στην ερευνητική προσπάθεια.
- Έλλειμμα συνέχειας καταγράφεται και στην χρηματοδοτούμενη έρευνα (ασυνέχειες ερευνητικών προγραμμάτων-δεν φτάνει η καινοτομία στις επιχειρήσεις (με το παράδοξο να βρίσκεται η χώρα στα «υψηλά» ευρωπαϊκά ποσοστά καινοτομίας)
- Έλλειμμα διασύνδεσης ΑΕΙ- επιχειρήσεων
- Βρόγχοι ανάπτυξης: φορολογία-νομοθεσία-γραφειοκρατία
- Επενδύσεις σε μη-παραγωγικούς τομείς (κατασκευές...)
- Η Ελλάδα είναι χώρα με τις χαμηλότερες δαπάνες στο πολιτισμό (1,9%) με τη Τσεχία να βρίσκεται στο 7,8% (EENC, 2015)
- Η γυναικεία επιχειρηματικότητα (οικοτεχνίες, χειροτεχνία, Εικαστικά, μουσική, design, μόδα) δεν αποτελεί προτεραιότητα πολιτικών στήριξης. Λόγω της υψηλής φορολόγησης, ασφαλιστικών εισφορών, γραφειοκρατίας, σημαντικός αριθμός γυναικών απασχολείται παράνομα – αρκετές λειτουργούν «παράνομες επιχειρήσεις»

4.3 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ (Π.Π.), ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ ΜΟΝΤΕΛΩΝ ΤΩΝ Π.Δ.Β. ΣΤΗ ΠΕΡΙΟΧΗ ΈΡΕΥΝΑΣ

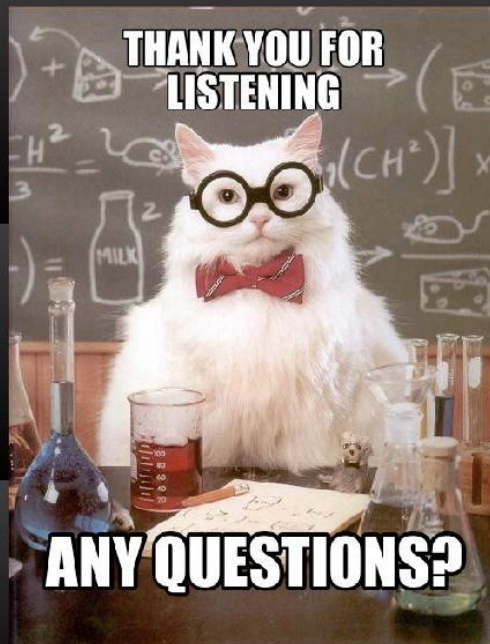
- Εσωστρέφεια (Π.Π. που αφορούν μόνο το τοπικό πληθυσμό)
- Δεν υπάρχει Π.Π. που θα μπορούσε να στηρίξει αναπτυξιακή διαδικασία, υπάρχει μόνο πολιτιστικό απόθεμα
- Τα διοικητικά μοντέλα των Π.Δ.Β. πρέπει να μεταβάλλονται, τα παραδοσιακά μοντέλα που ανιχνεύτηκαν στη περιοχή έχουν ξεπεραστεί
- Έλλειμμα σύνδεσης Π.Π. με τις Τ.Π.Ε. παρότι ένας μεγάλος αριθμός επισκεπτών δηλώνει ότι ενημερώνεται από το διαδίκτυο για τα Χανιά πριν έρθει
- Πολιτιστικό απόθεμα που δεν προβάλλεται (π.χ. Μουσεία)
- Απουσία διοικητικής οργάνωσης στις υφιστάμενες ΠΔΒ
- Έλλειμμα σχεδιασμού marketing, ιστοσελίδες που θυμίζουν φυλλάδια
(δεν ανανεώνονται, είναι στα ελληνικά, πληροφορίες λίγες και παλιές)
- Δεν έχει γίνει κατανοητή η οικονομική /αναπτυξιακή οπτική του πολιτισμού από τοπικούς φορείς (ΟΤΑ, Ιδρύματα, Δημόσιο κτλ)

- Ο στρατηγικός σχεδιασμός, οι έρευνες κοινού, αγοράς, η οργανωτική δομή, δεν βρίσκονται σε προτεραιότητα
- Τα ευρωπαϊκά χρηματοδοτικά προγράμματα του πολιτισμού είναι άγνωστα και πολύ δύσκολο να εφαρμοστούν λόγω έλλειψης τεχνογνωσίας
- Η έλλειψη χρήσης Τ.Π.Ε., διοικητικής οργάνωσης και εξειδικευμένου στελεχιακού δυναμικού οδηγεί σε έλλειψη καινοτομιών
- Έλλειμμα τοπικής παραγωγής Π.Π. (π.χ. αναμνηστικά, αντικείμενα που συνδέονται με το πολιτιστικό απόθεμα- που συνδέεται με τη γυναικεία επιχειρηματικότητα)
- Αναγκαιότητα η σύνδεση Πολυτεχνείου με τοπική επιχειρηματική κοινότητα, για εκσυγχρονισμό (διοικητικός και τεχνολογικός) των δομών και εισαγωγή καινοτομίας
- Αναγκαιότητα η δημιουργία οργανωμένης δομής στήριξης επιχειρήσεων (όχι απλά mentoring)

- Ως κατακλείδα

- Η ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΟΡΓΑΝΩΣΗ,
 - Η ΔΙΚΤΥΩΣΗ,
- Ο ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ,
 - ΟΙ ΤΠΕ
- ΤΟ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΣ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΙΟΝ

ΑΠΟΤΕΛΟΥΝ ΑΚΡΟΓΩΝΙΑΙΟ ΛΙΘΟ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΜΙΑΣ ΧΩΡΙΚΗΣ ΕΝΟΤΗΤΑΣ
ΜΕΣΩ Δ.Ο.



**Session 2 - Social Entrepreneurship,
Business Development and Growth**

Chair: Konstantinos Kafetsios

Entrepreneurial intentions in Greece: drivers and barriers in times of an economic crisis

Aikaterini Sarri*, Stavroula Laspita**, Anastasios Panopoulos***

* *University of Macedonia, ksarri@uom.edu.gr*

** *University of Macedonia, International Hellenic University, laspita@uom.edu.gr*

*** *University of Macedonia, apanopoulos@uom.edu.gr*

Introduction

**Ongoing financial crisis
In Greece**

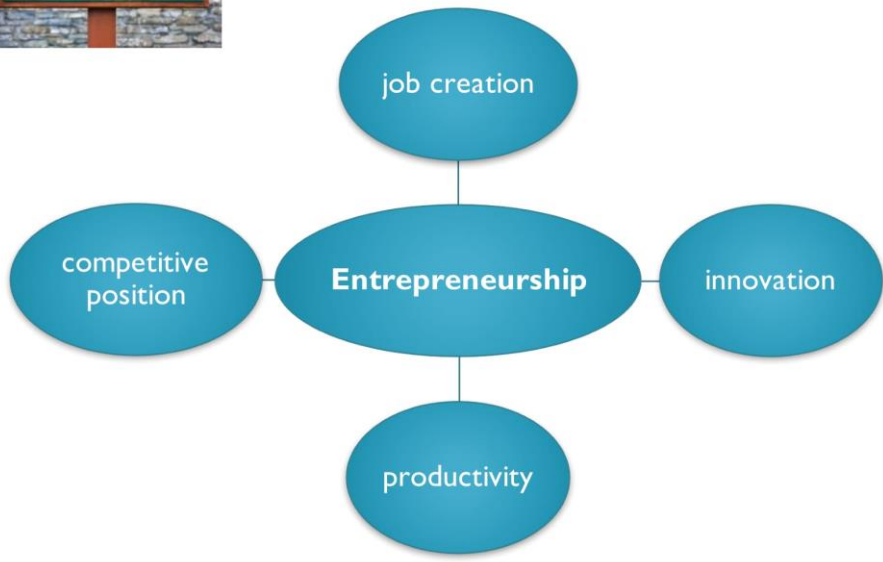
financial aspect

social aspect



1

Introduction



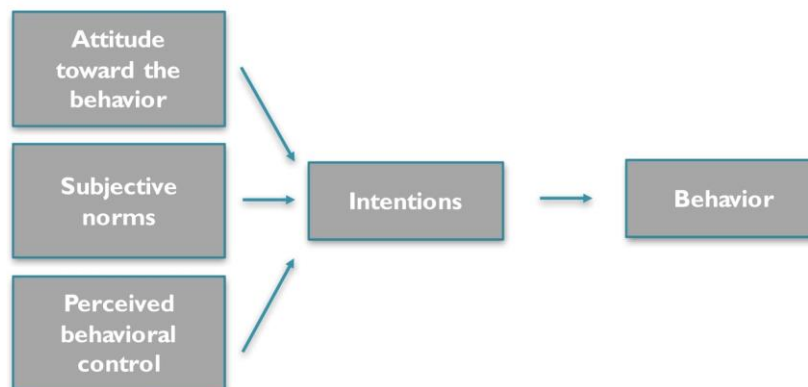
2

Entrepreneurial intentions

- Entrepreneurial **intentions** are the **state of mind**, which directs a person's attention and action towards becoming **self-employed** as opposed to becoming an **employee** (Souitaris et al., 2007)
- The intention to start a company is a **central part** of the **entrepreneurial process** and an immediate **antecedent** of **actual behavior** (Ajzen, 1991)
- Entrepreneurial intention **can be stimulated** and they should be a more **powerful predictor** of entrepreneurship than other individual variables (Krueger et al., 2000).
- Most entrepreneurship research focuses on **existing entrepreneurs** i.e. after the commencement of business activities

3

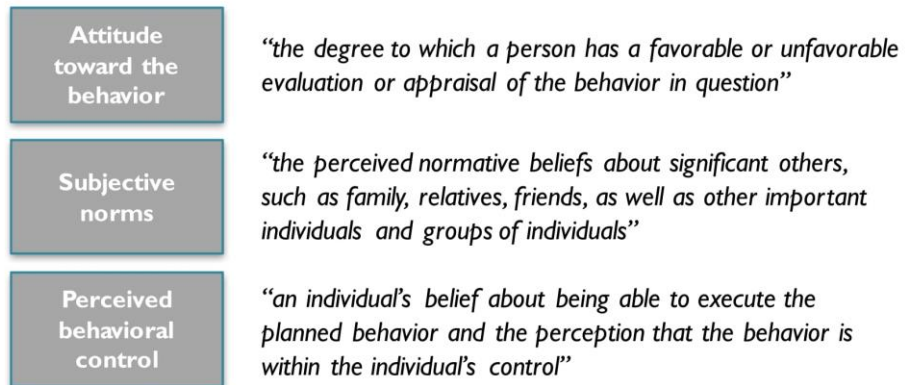
Theory of planned behavior



Source: Ajzen, I. (1991)

4

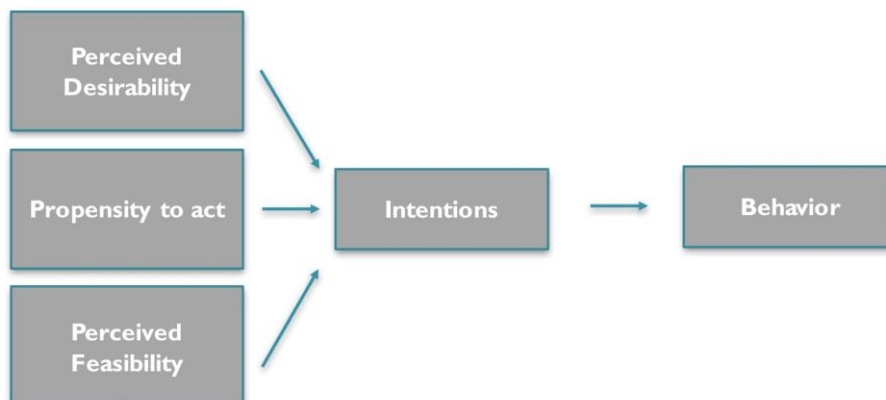
Theory of planned behavior



Source: Ajzen, I. (1991). p. 182

5

Entrepreneurial Event Model



Source: Shapero and Sokol 1982

6

Entrepreneurial Event Model

Perceived
Desirability

“the degree to which an individual feels attracted towards a career as an entrepreneur”

Propensity to act

“the degree to which an individual has the disposition to act on his or her decision”

Perceived
Feasibility

“the degree to which an individual feels confident to start a business and considers the possibility to be feasible”

7

Personality

- Need for achievement (McClelland 1961)
- Risk-taking propensity (Brockhaus 1980)
- Locus of control (Rotter 1966)

8

Personal factors

- **Perceived skills** (Bandura 1982, Boyd and Vozikis 1994, Linan 2008)

- **Perceived Barriers** (Kouriloff, 2000)

9


Research Project

- provides preliminary descriptive results for
 - **Entrepreneurial intentions**
 - **Perceived behavioral control**
 - **Subjective norms**
 - **Attitude towards behavior**
 - **Perceived feasibility**
 - **Perceived desirability**
 - **Need for achievement**
 - **Locus of control**
 - **Risk taking propensity**
 - **Perceived skills**
 - **Perceived barriers**

- provides results of a correlation analysis between entrepreneurial intentions and the above mentioned variables

10

Research Project

- Research conducted within the  project
- Structured questionnaire in Greek
- A bilingual native speaker assisted in the translation process
- Survey was conducted between February and June 2016
- Sample 419 respondents

11

Operationalization of the variables

- Entrepreneurial intention: Linan and Chen (2009)
- Perceived desirability, perceived desirability: Krueger (1993)
- Attitude towards entrepreneurship, perceived behavioral control and subjective norms: Linan and Chen (2009)
- Need for achievement: McClelland (1975)
- Locus of control: Chen et al. 1998
- Risk taking propensity: Norton & Moore (2006)
- Perceived skills: Linan 2008
- Perceived barriers: e.g. Kourikoff (2000).

12

Operationalization of the variables

Entrepreneurial intention

1. I am ready to do anything to be an entrepreneur
2. My professional goal is to become an entrepreneur
3. I will make every effort to start and run my own firm
4. I am determined to create a firm in the future
5. I have very seriously thought of starting a firm
6. I have the firm intention to start a firm some day

13

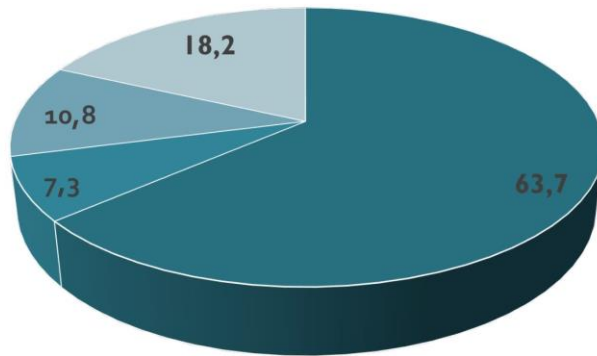
Sample characteristics

Age (mean)	27,6
Primary school (%)	2,3
Gymnasium-Lyceum (%)	10,6
Undergraduate, BA-level (%)	80,3
Graduate, MA-level (%)	4,5
PhD-level (%)	2,3
Male (%)	38,4
Female (%)	61,6
Married (%)	20,3
Single (%)	48,5
In a relationship (%)	31,2

14

Sample characteristics

Occupation

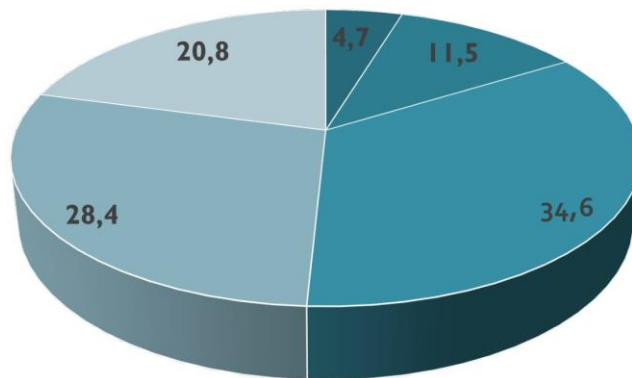


■ student ■ unemployed ■ public sector ■ private sector

15

Sample characteristics

Family income



■ below 300 ■ 300-700 ■ 700-1200 ■ 1200-2000 ■ above 2000

16

Sample characteristics

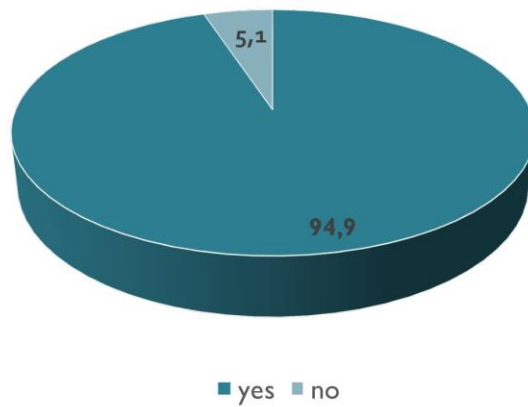
Entrepreneurial experience



17

Results

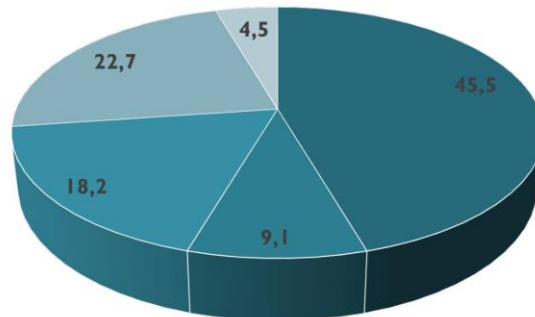
Are you currently trying to found your own business?



18

Sample characteristics

Opportunity and necessity entrepreneurship



- Take advantage of business opportunity
- No better choices for work
- Combination of both
- Have a job but seek better opportunities
- Other

19

Results

Table 1: Descriptive data for entrepreneurial intentions and its antecedents

	N	AM	SD	Cron. a
Perceived behavioral control	417	3,24	1,272	0,898
Entrepreneurial intentions	418	3,77	1,689	0,949
Perceived feasibility	418	3,87	1,145	0,71
Risk taking propensity	419	3,89	1,211	0,752
Perceived desirability	418	4,14	1,491	0,718
Attitude towards entrepreneurship	418	4,54	1,416	0,906
Perceived skills	419	4,99	0,927	0,814
Need for achievement	419	5,09	1,064	0,694
Locus of control	419	5,11	1,13	0,75
Subjective norms	417	5,12	1,348	0,813

20

Results

Table 2: Correlations between entrepreneurial intention and its antecedents

		1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Entrepreneurial intentions									
2	Perceived Feasibility	.340**								
3	Perceived Desirability	.634**	.491**							
4	Attitudes towards entrepreneurship	.689**	.388**	.700**						
5	Perceived Behavioral Control	.456**	.616**	.480**	.507**					
6	Subjective norms	.342**	.275**	.359**	.426**	.196**				
7	Locus of control	.096*	.292**	.214**	.231**	.268**	.168**			
8	Need for achievement	.158**	.297**	.235**	.274**	.294**	.213**	.437**		
9	Risk taking propensity	-.240**	-.119*	-.210**	-.185**	-.084	-.008	-.004	.013	
10	Perceived skills	.301**	.405**	.298**	.343**	.455**	.146**	.343**	.453**	-.043

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

21

Results

Table 3: Five most important perceived barriers

	N	AM	SD
Economic conditions in the country	417	6,33	1,125
Taxes	416	6,29	1,099
Finance/Capital	415	6,10	1,231
Financial insecurity	410	6,00	1,239
Insurance contributions	414	5,91	1,273

22

Table 4: Five least important perceived barriers

	N	AM	SD
Gender discrimination	412	3,69	1,899
Find Location	414	3,85	1,607
Social stigma associated with failing	411	3,91	1,832
Age/health problems	415	3,96	1,685
Lack of support from family and friends	414	4,02	1,786

23

Factor analysis of the perceived barriers

- confirmatory factor analysis (varimax rotation, main component analysis)
- 36 perceived barriers were reduced to 8 (63,38% of the variance)

Public policy barriers: e.g. beurocracy, insurance contributions, taxes

Personal barriers: e.g. age/ health issues, gender discrimination, confidence

Social barriers: e.g. society's attitude towards entrepreneurship, social stigma associated with failing

24

Factor analysis of the perceived barriers

Economical barriers: e.g. finance/capital, low income, economic conditions in the country

Operation barriers: e.g. find marketing method, find location

Networking barriers: e.g. business contacts, industrial relations

Stress barriers: e.g. time for family, failure concern, work stress

Regulation barriers: e.g. excessive regulations, awareness of regulations

25

Table 5: Descriptive data for the perceived barriers

	N	AM	SD	Cron. a
Economical barriers	418	5,89	1,036	0,661
Public policy barriers	418	5,76	0,955	0,81
Regulation barriers	418	4,97	1,241	0,565
Stress barriers	418	4,82	1,163	0,633
Social barriers	415	4,32	1,179	0,772
Networking barriers	417	4,32	1,337	0,791
Operation barriers	416	4,27	1,322	0,809
Personal barriers	416	4,12	1,31	0,83

26

Table 6: Correlations between entrepreneurial intention and perceived barriers

		1	2	3	4	5	6	7	8
1	Entrepreneurial intentions								
2	Public policy barriers	-.075							
3	Personal barriers	.000	.213**						
4	Social barriers	-.060	.422**	.462**					
5	Economical barriers	-.047	.530**	.187**	.260**				
6	Operation barriers	-.008	.302**	.284**	.456**	.256**			
7	Networking barriers	-.046	.260**	.459**	.410**	.245**	.500**		
8	Stress barriers	-.152**	.378**	.244**	.367**	.294**	.291**	.313**	
9	Regulation barriers	.012	.465**	.197**	.331**	.355**	.325**	.341**	.231**

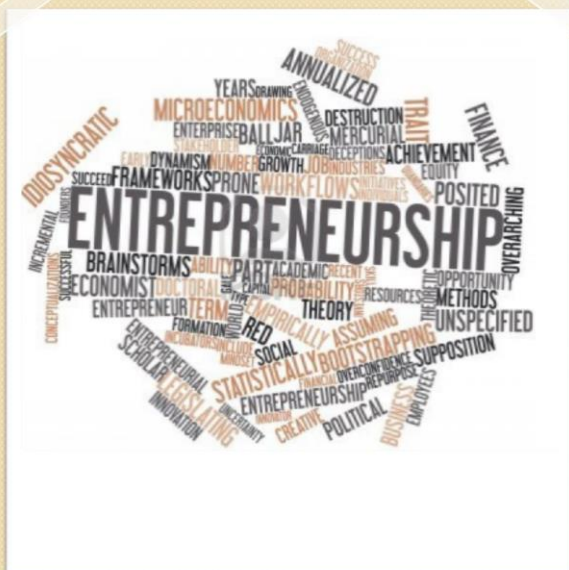
** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

27

Summary - Discussion

- relatively low intention to start a business and perceived feasibility
- personal attitudes toward becoming an entrepreneur and perceived desirability are relatively high
- perceived desirability was higher than perceived feasibility
- negative relationship between risk preference and entrepreneurial intentions
- economical barriers and public policy barriers most important

28



Thank you very much
for your attention!

Questions-Comments

29

Entrepreneurial intention

B1. Παρακαλώ βαθμολογήστε κάθε μία από τις παρακάτω προτάσεις ανάλογα με το βαθμό διαφωνίας (Πιο κοντά στο 1) ή το βαθμό συμφωνία σας (Πιο κοντά στο 7).

	1	2	3	4	5
1. Είμαι έτοιμος να κάνω τα πάντα προκειμένου να γίνω επιχειρηματίας					
2. Ο επαγγελματικός μου στόχος είναι να γίνω επιχειρηματίας					
3. Θα καταβάλω κάθε δυνατή προσπάθεια να ξεκινήσω και να λειτουργήσω τη δική μου επιχείρηση					
4. Είμαι αποφασισμένος να δημιουργήσω τη δική μου επιχείρηση στο μέλλον					
5. Έχω σκεφτεί πολύ σοβαρά να ξεκινήσω τη δική μου επιχείρηση					
6. Έχω ισχυρή πρόθεση κάποια μέρα να ξεκινήσω τη δική μου επιχείρηση					

30

Perceived Feasibility

B2. Παρακαλώ απαντήστε κάθε μία από τις παρακάτω ερωτήσεις. 1 πιο κοντά σε αρνητική απάντηση (π.χ. πολύ δύσκολο), 7 πιο κοντά σε θετική απάντηση (π.χ. καθόλου δύσκολο).

	1	2	3	4	5
1. Πόσο δύσκολο πιστεύεις ότι θα ήταν να δημιουργήσεις τη δική σου επιχείρηση;					
2. Πόσο σίγουρος είσαι για την επιτυχία της επιχείρησης;					
3. Πιστεύεις ότι θα είχες υπερβολικό φόρτο εργασίας;					
4. Έχεις αρκετές γνώσεις για να δημιουργήσεις μία επιχείρηση;					
5. Πόσο σίγουρος είσαι για τον εαυτό σου;					

31

Perceived Desirability

B3. Παρακαλώ βαθμολογήστε κάθε μία από τις παρακάτω προτάσεις/ερωτήσεις ανάλογα με το βαθμό διαφωνίας (Πιο κοντά στο 1, π.χ. πολύ αγχωμένος, καθόλου ενθουσιώδης) ή το βαθμό συμφωνίας σας (Πιο κοντά στο 7 π.χ. καθόλου αγχωμένος, πολύ ενθουσιώδης).

	1	2	3	4	5
1. Θα ήθελα πολύ να γίνω επιχειρηματίας					
2. Πόσο αγχωμένος θα ήσουν για τη δημιουργία μιας επιχείρησης;					
3. Πόσο ενθουσιώδης θα ήσουν για τη δημιουργία μιας επιχείρησης;					

32

Attitude towards entrepreneurship

B4. Παρακαλώ βαθμολογήστε κάθε μία από τις παρακάτω προτάσεις ανάλογα με το βαθμό διαφωνίας (Πιο κοντά στο 1) ή το βαθμό συμφωνίας σας (Πιο κοντά στο 7).

		1	2	3	4	5
1.	Το να είμαι επιχειρηματίας έχει περισσότερα πλεονεκτήματα από μειονεκτήματα					
2.	Μια καριέρα ως επιχειρηματίας είναι ελκυστική για μένα					
3.	Αν είχα την ευκαιρία και τους πόρους θα ξεκινούσα τη δικιά μου επιχείρηση					
4.	Το να είμαι επιχειρηματίας νομίζω ότι θα μου πρόσφερε μεγάλη ικανοποίηση					
5.	Ανάμεσα σε διάφορες επιλογές που έχω θα προτιμούσα να είμαι επιχειρηματίας					

33

Subjective norms

B5. Αν αποφάσιζες να ξεκινήσεις τη δική σου επιχείρηση τα άτομα στο στενό σου κύκλο θα ενέκριναν μια τέτοια απόφαση; Η απάντησή σου να είναι πιο κοντά στο (1) αν δεν θα το ενέκριναν καθόλου και πιο κοντά στο (7) αν το ενέκριναν απόλυτα.

		1	2	3	4	5
1.	Η οικογένειά σου					
2.	Οι φίλοι σου					
3.	Οι συνάδελφοί σου					

34

Perceived behavioral control

B6. Παρακαλώ βαθμολογήστε κάθε μία από τις παρακάτω προτάσεις ανάλογα με το βαθμό διαφωνίας (Πιο κοντά στο 1) ή το βαθμό συμφωνίας σας (Πιο κοντά στο 7).

		1	2	3	4	5
1.	Μου φαίνεται εύκολο να ξεκινήσω τη δική μου επιχείρηση και τη διατηρήσω σε λειτουργία					
2.	Είμαι έτοιμος να ξεκινήσω μια βιώσιμη επιχείρηση					
3.	Μπορώ να ελέγξω τη διαδικασία δημιουργίας μιας νέας επιχείρησης					
4.	Γνωρίζω τις απαραίτητες πρακτικές λεπτομέρειες για να ξεκινήσω τη δικιά μου επιχείρηση					
5.	Γνωρίζω πως να αναπτύξω ένα επιχειρηματικό εγχείρημα					
6.	Αν ξεκινούσα μια επιχείρηση θα είχα μεγάλη πιθανότητα να επιτύχω					

35

Locus of control

B7. Παρακαλώ βαθμολογήστε κάθε μία από τις παρακάτω προτάσεις ανάλογα με το βαθμό διαφωνίας (Πιο κοντά στο 1) ή το βαθμό συμφωνίας σας (Πιο κοντά στο 7).

		1	2	3	4	5
1.	Είμαι ικανός να προστατεύω το προσωπικό μου συμφέρον					
2.	Οι δικές μου πράξεις είναι αυτές που καθορίζουν τη ζωή μου					
3.	Μπορώ λίγο-πολύ να καθορίσω τι θα συμβεί στη ζωή μου					
4.	Όταν κάνω σχέδια για τη ζωή μου είναι σχεδόν σίγουρο ότι θα τα υλοποιήσω					
5.	Όταν αποκτώ κάτι που θέλω είναι γιατί δούλεψα σκληρά για αυτό					

36

Need for achievement

B8. Παρακαλώ βαθμολογήστε κάθε μία από τις παρακάτω προτάσεις ανάλογα με το βαθμό διαφωνίας (Πιο κοντά στο 1) ή το βαθμό συμφωνίας σας (Πιο κοντά στο 7).

		1	2	3	4	5
1.	Συνήθως πιέζω τον εαυτό μου και νιώθω πραγματική ικανοποίηση όταν η δουλειά μου είναι ανάμεσα στις καλύτερες που υπάρχουν					
2.	Ξοδεύω περισσότερο χρόνο σκεπτόμενος τους στόχους που έχω βάλει παρά τις προηγούμενες μου επιτυχίες					
3.	Οι φιλοδοξίες και οι στόχοι μου είναι υψηλοί					
4.	Τίποτε στη ζωή δεν μπορεί να υποκαταστήσει ένα μεγάλο επίτευγμα					

37

Risk taking

B9. Παρακαλώ βαθμολογήστε κάθε μία από τις παρακάτω προτάσεις ανάλογα με το βαθμό διαφωνίας (Πιο κοντά στο 1) ή το βαθμό συμφωνίας σας (Πιο κοντά στο 7).

		1	2	3	4	5
1.	Δεν ρισκάρω όταν πρόκειται να επιλέξω εργασιακό περιβάλλον					
2.	Προτιμώ ένα εργασιακό περιβάλλον με χαμηλό ρίσκο/υψηλή ασφάλεια και προβλέψιμο εισόδημα από μια δουλειά με υψηλό ρίσκο και υψηλές αμοιβές					
3.	Προτιμώ να παραμένω σε ένα περιβάλλον το οποίο έχει προβλήματα που τα γνωρίζω, από το να διακινδυνεύσω σε ένα νέο περιβάλλον το οποίο έχει προβλήματα άγνωστα σε μένα, ακόμα και αν αυτό το περιβάλλον προσφέρει μεγαλύτερες απολαβές					
4.	Νομίζω ότι κάθε ρίσκο που σχετίζεται με την εργασία μου πρέπει να αποφεύγεται					

38

Perceived skills

B10. Πώς αξιολογείς τον εαυτό σου στις παρακάτω επιχειρηματικές ικανότητες ανάλογα με το βαθμό διαφωνίας (Πιο κοντά στο 1) ή το βαθμό συμφωνίας (Πιο κοντά στο 7).

		1	2	3	4	5
1.	Αναγνώριση ευκαιριών					
2.	Δημιουργικότητα					
3.	Δεξιότητες επίλυσης προβλημάτων					
4.	Ηγεσία και επικοινωνιακές δεξιότητες					
5.	Ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών					
6.	Δεξιότητες δικτύωσης και επαγγελματικών επαφών					

39

G1. Σε ποιο βαθμό θεωρείτε ότι οι παρακάτω παράγοντες αποτελούν σημαντικό εμπόδιο για την ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας στην περίοδο οικονομικής κρίσης που διανύει η Ελλάδα; (1= καθόλου σημαντικό εμπόδιο, 7= πολύ σημαντικό εμπόδιο)

		1	2	3	4	5
1.	Επιχειρηματικός κίνδυνος					
2.	Χρόνος για την οικογένεια					
3.	Ανησυχία για αποτυχία					
4.	Άγχος στην εργασία					
5.	Χρηματοδότηση/ Κεφάλαιο					
6.	Φόροι					
7.	Γνώση κανονισμών					
8.	Οικονομικές συνθήκες στη χώρα					
9.	Χαμηλό επιχειρηματικό εισόδημα					
10.	Μεταβλητό επιχειρηματικό εισόδημα					
11.	Υπερβολικοί κανονισμοί					
12.	Εξεύρεση επιχειρηματικών ευκαιριών					
13.	Εξεύρεση μεθόδων μάρκετινγκ					
14.	Εξεύρεση τοποθεσίας για την επιχείρηση					
15.	Ανέντιμες επιχειρήσεις					
16.	Επιχειρηματικές ικανότητες					
17.	Αποθάρρυνση από κυβερνητικές πολιτικές					
18.	Επιχειρηματικές επαφές					
19.	Σχέσεις με τη βιομηχανία					

40



20.	Ηλικία/Θέματα υγείας					
21.	Αυτοπεποίθηση/Αυτοεκτίμηση					
22.	Κίνητρο/ Φιλοδοξία					
23.	Νοοτροπία					
24.	Έλλειψη υποστήριξη από την οικογένεια/φίλους					
25.	Διάκριση λόγω φύλου					
26.	Γραφειοκρατία					
27.	Ανταγωνισμός					
28.	Υψος ασφαλιστικών εισφορών					
29.	Οικονομική ανασφάλεια					
30.	Στάση της κοινωνίας απέναντι στην επιχειρηματικότητα					
31.	Εξεύρεση επιχειρηματικών συνεταιίρων					
32.	Εξεύρεση κατάλληλου προσωπικού					
33.	Κοινωνικός στιγματισμός σε περίπτωση αποτυχίας					
34.	Κανονισμοί που αφορούν στην κατοχύρωση διανοητικής ιδιοκτησίας					
35.	Έλλειψη πηγών χρηματοδότησης					
36.	Διαφθορά					

The External Trade of Greece during the Economic Crisis (2008). The case of Export Businesses of Central Macedonia

Magoulios George*, Domoktsi Elissavet**, Trichopoulou Anna***

**Professor, Technological Education Institute (TEI) of Central Macedonia
magoulios@teiser.gr*

***Postgraduate Studies Program by Accounting & Finance Department,
TEI of Central Macedonia (Greece) elissavet.domoktsi@gmail.com*

****PhD sociologist, trichopoulou.anna@gmail.com*

Keywords: exports, economic crisis, export businesses, Greece.

ForEMOsT International Conference

29-30 August, Chania.

«Το εξωτερικό εμπόριο της Ελλάδας κατά την περίοδο της οικονομικής κρίσης (2008). Η περίπτωση των εξαγωγικών επιχειρήσεων της Κεντρικής Μακεδονίας».

Magoulios George, Technological Education Institute (TEI) of Central Macedonia

Domoktsi Elissavet, *Postgraduate Studies Program by Accounting & Finance Department, TEI of Central Macedonia*

Trichopoulou Anna, PhD sociologist, Ergani

1. Εισαγωγή

- Η οικονομική κρίση επηρέασε δυσμενώς όλες τις χώρες του κόσμου και προκάλεσε σοβαρή εξασθένηση της οικονομικής δραστηριότητας, η οποία οδήγησε σε μείωση της εισαγωγικής ζήτησης και στον περιορισμό του διεθνούς εμπορίου. Αυτό επέδρασε αρνητικά και στις ελληνικές εξαγωγές, οι οποίες κατά τα 2/3 περίπου κατευθύνονται στον ανεπτυγμένο κόσμο. Ακόμα, επηρεάστηκαν βασικοί κλάδοι της εξαγωγικής δραστηριότητας, καθώς πολλοί από αυτούς είναι οριακής ανταγωνιστικότητας. Αρκετές έρευνες έχουν γίνει για την επίδραση της υπάρχουσας ύφεσης στις οικονομικές δραστηριότητες των ελληνικών επιχειρήσεων, καθώς και για τις επιδόσεις των ελληνικών εξαγωγών.
- Η περιφέρεια της Κεντρικής Μακεδονίας είναι μια από τις δυναμικές εξαγωγικές περιοχές της Ελλάδας. Με σκοπό τη μελέτη της επίδρασης της οικονομικής κρίσης στις εξαγωγικές επιχειρήσεις της περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας διερευνήθηκαν, μέσω πρωτογενούς έρευνας με δομημένο ερωτηματολόγιο, τα ερωτήματα: ποιές ήταν οι κυριότερες επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στις εξαγωγικές επιδόσεις των επιχειρήσεων της συγκεκριμένης περιφέρειας, ποιά προβλήματα αντιμετώπισαν οι επιχειρήσεις κατά την εξαγωγική τους δραστηριότητα, οι στρατηγικές τους για την αντιμετώπιση των συνεπειών της οικονομικής κρίσης, ποια είναι τα ενδεικνυόμενα μέτρα για την αντιμετώπισή τους και ποιες είναι οι προβλέψεις τους για τις μελλοντικές προοπτικές;

2.1 Οι ελληνικές εξαγωγές πριν την οικονομική κρίση

- Σύμφωνα με την έκθεση του Πανελληνίου Συνδέσμου Εξαγωγέων (2008) για τις επιδόσεις των ελληνικών εξαγωγών από το 1980 έως το 2007, προκύπτει ότι οι ελληνικές εξαγωγές επηρεάζονται έντονα κατά τις περιόδους των οικονομικών κρίσεων. Από το 2003 έως και το 2008, παρατηρείται σημαντική αύξηση των εξαγωγών, αλλά και παράλληλη αύξηση των εισαγωγών, πολύ μεγαλύτερη από αυτή των εξαγωγών. Αυτό δημιουργεί έλλειμμα στο εμπορικό ισοζύγιο, το οποίο είναι συνεχώς αυξανόμενο (πίνακας 1).

Πίνακας 1: Εξαγωγές, Εισαγωγές, Εμπορικό Ισοζύγιο της Ελλάδας, 2003-2008 (εκατ. ευρώ)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Εξαγωγές αγαθών	11,113.6	12,653.3	14,200.9	16,154.3	17,445.5	19,812.9
Εισαγωγές αγαθών	33,757.1	38,089.0	41,759.8	51,440.6	58,944.8	63,861.7
Εμπορικό Ισοζύγιο	-22,643.5	-25,435.8	-27,558.9	-35,286.3	-41,499.2	-44,048.8

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδας

2.2 Οι ελληνικές εξαγωγές μετά την οικονομική κρίση

- Το 2009 καταγράφεται απότομη πτώση των εξαγωγών, αλλά και ακόμη μεγαλύτερη πτώση των εισαγωγών, γεγονός που οφείλεται στην εμφάνιση της οικονομικής κρίσης. Την ίδια χρονιά σημειώνεται και μείωση του ελλείμματος, λόγω της μεγαλύτερης μείωσης των εισαγωγών σε σχέση με τη μείωση των εξαγωγών. Τα επόμενα χρόνια μέχρι και το 2013, παρατηρείται σταδιακή αύξηση των εξαγωγών και μείωση των εισαγωγών (εκτός από το 2011, που υπήρξε αύξηση εισαγωγών), φτάνοντας έτσι το 2013 το έλλειμμα του εμπορικού ισοζυγίου να έχει μειωθεί στα -17.229.4 €, από τα -44.048,8 € που ήταν το 2008 (πίνακας 2).

Πίνακας 2: Εξαγωγές, Εισαγωγές, Εμπορικό Ισοζύγιο της Ελλάδας, 2009-2013 (εκατ. ευρώ)

	2009	2010	2011	2012	2013
Εξαγωγές αγαθών	15,318.0	17,081.5	20,230.6	22,020.6	22,534.8
Εισαγωγές αγαθών	46,085.3	45,361.0	47,459.6	41,639.7	39,764.2
Εμπορικό Ισοζύγιο	-30,767.3	-28,279.6	-27,229.1	-19,619.0	-17,229.4

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδας

2.3 Οι ελληνικές εξαγωγές 2008/2013

- Συγκριτικά με το 2008 (έναρξη οικονομικής κρίσης), το 2013 οι ελληνικές εξαγωγές αυξήθηκαν κατά 13.74%, οι εισαγωγές μειώθηκαν κατά 37.73% και το εμπορικό ισοζύγιο μειώθηκε κατά 60.88% (πίνακας 3).

Πίνακας 3: Εξαγωγές, Εισαγωγές, Εμπορικό Ισοζύγιο της Ελλάδας, Μεταβολή 2008-2013 (εκπ. ευρώ)

	2008	2013	Μεταβολή 2008-2013	Μεταβολή 2008-2013 %
Εξαγωγές αγαθών	19,812.9	22,534.8	2,721.90	13.74
Εισαγωγές αγαθών	63,861.7	39,764.2	- 24,097.50	-37.73
Εμπορικό Ισοζύγιο	-44,048.8	-17,229.4	-26,819.4	-60.88

Πηγή: Γράμμο της Ελλάδας, επεξεργασία στοιχείων

3. Τα αποτελέσματα της πρωτογενούς έρευνας

- **3.1 Μεθοδολογία, δείγμα**
- Η πρωτογενής έρευνα πραγματοποιήθηκε σε εξαγωγικές επιχειρήσεις της περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας (Οκτώβριος-Δεκέμβριος 2014) (Δομοκστή Ελισσάβετ, 2014). Στο δείγμα συμμετείχαν συνολικά ογδόντα (80) επιχειρήσεις, που αποτελούσαν το 10% των 804 εξαγωγικών επιχειρήσεων της Κεντρικής Μακεδονίας, σύμφωνα με το μητρώο μελών του Συνδέσμου Εξαγωγέων Βόρειας Ελλάδας.
- Το δείγμα ήταν αντιπροσωπευτικό ως προς την γεωγραφική (ανά νομό) και ως προς την κλαδική κατανομή των επιχειρήσεων. Εκπρόσωποι των 80 επιχειρήσεων που επιλέχθηκαν, κλήθηκαν να απαντήσουν σε δομημένο ερωτηματολόγιο που δημιουργήθηκε με σκοπό να απαντηθούν βασικά ερωτήματα που σχετίζονται με τις επιδόσεις των εξαγωγών τους, καθώς και με τον βαθμό επίπτωσης που είχε η κρίση σε αυτές.
- Από τα ερωτηματολόγια το 66.3% απαντήθηκαν μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, το 30% με τηλεφωνική συνέντευξη και το 3.7% με προσωπική συνέντευξη.
- Τέλος, για την ανάλυση των δεδομένων που προέκυψαν από τα ερωτηματολόγια, χρησιμοποιήθηκε το πρόγραμμα SPSS.

3.2. Νομική μορφή, Κλάδοι

- Από την έρευνα προέκυψε, πως ως προς τη νομική μορφή, οι επιχειρήσεις οι οποίες πραγματοποιούν εξαγωγές είναι κυρίως Α.Ε. (77.5%) και ακολουθούν Ο.Ε. (13.7%), ΕΠΕ (7.5%), ενώ 1 (1.3%) ατομική επιχείρηση.
- Σύμφωνα με την έρευνα, οι κλάδοι στους οποίους δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις του δείγματος, ανεξάρτητα από το μέγεθος και τη νομική μορφή, είναι κυρίως τρόφιμα και ποτά, ενδύματα, υποδήματα, μηχανήματα, χημικά προϊόντα και αγροτικά προϊόντα.

3.3 Χώρες προορισμού εξαγωγών

- Ως προς την περιοχή προορισμού των εξαγωγών, η πλειοψηφία των επιχειρήσεων δραστηριοποιείται στην Ευρωπαϊκή Ένωση (96.3%) και ακολουθούν τα Βαλκάνια (60%), οι μεσογειακές χώρες (22.5%), οι ΗΠΑ (16.3%), οι παρευξείνιες χώρες (7.5%), και η Κίνα (5%)

Πίνακας 6: Περιοχές προορισμού εξαγωγών των επιχειρήσεων της Κεντρικής Μακεδονίας

Περιοχές	Αριθμός	Ποσοστό (%)
Βαλκάνια	48	60.00
Ευρωπαϊκή Ένωση	77	96.30
Παρευξείνιες χώρες	6	7.50
Μεσογειακές χώρες	18	22.50
ΗΠΑ	13	16.30
Κίνα	4	5.00

3.4 Οι επιπτώσεις της κρίσης στην απασχόληση

- Όσον αφορά στις επιπτώσεις της κρίσης στην απασχόληση, το 50% των επιχειρήσεων δήλωσε πως η κρίση ήταν η αιτία για να μειώσουν το προσωπικό τους κατά τη διάρκειά της, μόλις το 8.75% προσέλαβε προσωπικό, ενώ το 41.25% ανέφερε ότι το προσωπικό παρέμεινε το ίδιο κατά τη διάρκεια της κρίσης (πίνακας 8).

Πίνακας 8: Το Προσωπικό αυξήθηκε ή μειώθηκε κατά τη διάρκεια της κρίσης:

Νομική Μορφή	Αυξήθηκε	Μειώθηκε	Παρέμεινε ίδιο	Σύνολο
ΑΕ	6	33	23	62
ΕΠΕ	1	2	3	6
ΟΕ	-	5	6	11
Ατομική	-	-	1	1
Σύνολο	7	40	33	80

3.5 Μεριδίδια των εξαγωγών στον συνολικό κύκλο εργασιών των επιχειρήσεων πριν (2007) και μετά την κρίση (2013).

- Το 2007 στο 37.5% των επιχειρήσεων του δείγματος το ποσοστό των εξαγωγών τους στον κύκλο εργασιών ήταν μεταξύ 11-20%, στο 31.3% μεταξύ 0-10%, στο 18.8% μεταξύ 21-30% και στο 12.5% μεταξύ 31-70% και άνω. Το 2013, παρατηρείται πως μειώθηκαν οι επιχειρήσεις με ποσοστά εξαγωγών στον κύκλο εργασιών 0-10%, 11-20%, 21-30%, ενώ αυξήθηκαν οι επιχειρήσεις με ποσοστά εξαγωγών στον κύκλο εργασιών 31-50% και 70% και άνω.
- Η ενίσχυση του βαθμού εξωστρέφειας (εξαγωγές/κύκλο εργασιών) υποδηλώνει πως πολλές επιχειρήσεις στράφηκαν στις εξαγωγές για να μπορέσουν να διατηρήσουν ή και να αυξήσουν τις πωλήσεις και κατ' επέκταση τα κέρδη τους κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης.

Ποσοστό Εξαγωγών %	2007		2013	
	Αριθμός Επιχειρήσεων	Ποσοστό στο δείγμα	Αριθμός Επιχειρήσεων	Ποσοστό στο δείγμα
0-10	25	31.3%	22	27.5%
11-20	30	37.5%	27	33.8%
21-30	15	18.8%	14	17.5%
31-50	6	7.5%	11	13.8%
51-70	2	2.5%	1	1.3%
Άνω του 70	2	2.5%	5	6.3%
Σύνολο	80	100%	80	100%

3.6 Η στρατηγική που ακολούθησαν οι επιχειρήσεις του δείγματος για να αντιμετωπίσουν την κρίση

- Το 47.5% απάντησε πως η στρατηγική τους ήταν αμυντική, μειώνοντας προσωπικό και παραγωγή, ενώ το υπόλοιπο 52.5% υποστήριξε πως ακολούθησε επιθετική πολιτική με διερεύνηση νέων αγορών και αναζήτηση νέων πελατών, με εισαγωγή νέων τεχνολογιών και προώθηση νέων προϊόντων. Αξίζει να σημειωθεί, πως από αυτές τις επιχειρήσεις που δήλωσαν πως ακολούθησαν επιθετική πολιτική, οι 34 (42.5%) ήταν Ανώνυμες Εταιρείες, ενώ οι άλλες 8 ήταν εταιρείες περιορισμένης ευθύνης και ομόρρυθμες, στοιχείο που υποδηλώνει πως υπάρχει μεγαλύτερη δυσκολία στις επιχειρήσεις μικρότερου μεγέθους να προσαρμοστούν στα δεδομένα της οικονομικής ύφεσης με επιθετική στρατηγική (πίνακας 10).

Πίνακας 10: Η στρατηγική των επιχειρήσεων για να αντιμετωπίσουν τη κρίση.

Νομική Μορφή	Επιθετική	Αμυντική	Σύνολο
ΑΕ	34	28	62
ΕΠΕ	3	3	6
ΟΕ	5	6	11
Ατομική	0	1	1
Σύνολο	42	38	80

3.7 Ο βαθμός επίπτωσης της κρίσης

- Ο βαθμός επίπτωσης της κρίσης θεωρείται από τους εκπροσώπους των επιχειρήσεων ότι ήταν υψηλός και πολύ υψηλός, κατά σειρά, στις πωλήσεις εσωτερικού (97.6%), στις επιχειρηματικές ευκαιρίες (93.8%), στα κέρδη (91.4%), στη χρηματοδότηση (90.2%), στις εξαγωγές (88.9%), στην πρόσβαση σε νέες αγορές (70.4%) και στο απασχολούμενο προσωπικό (40.7%) (πίνακας 11). Διαπιστώνεται ότι οι εφαρμοζόμενη πολιτική εσωτερικής υποτίμησης (μείωση των εισοδημάτων και κατανάλωσης) έχει καταλυτική επίδραση στις πωλήσεις σχεδόν όλων των επιχειρήσεων στην εγχώρια αγορά, εξέλιξη που περιορίζει τις επιχειρηματικές ευκαιρίες και τα κέρδη και επηρεάζει την εξωστρέφεια των επιχειρήσεων.

Πίνακας 11: Βαθμός επίπτωσης της κρίσης στους τομείς:

Τομέας	Χαμηλός/πολύ Χαμηλός (%)	Μέτριος (%)	Υψηλός/πολύ Υψηλός (%)
Χρηματοδότηση	1.2	8.6	90.2
Επιχειρηματικές ευκαιρίες	2.5	3.7	93.8
Πωλήσεις εσωτερικού	1.2	1.2	97.6
Εξαγωγές	2.5	8.6	88.9
Κέρδη	2.4	6.2	91.4
Απασχολούμενο προσωπικό	24.7	34.6	40.7
Πρόσβαση σε νέες αγορές	8.6	21.0	70.4

3.9 Εμπόδια και μέτρα πολιτικής για την αντιμετώπιση της κρίσης

- Για το 42.6% των επιχειρήσεων το μεγαλύτερο εμπόδιο που αντιμετωπίζουν στις εξαγωγές είναι η νομοθεσία και η γραφειοκρατία, το 36.1% θεωρεί πολύ μεγάλο εμπόδιο τη δυσκολία χρηματοδότησης από τις τράπεζες, ενώ το υπόλοιπο το 21.3% αναφέρεται γενικά στην έλλειψη στήριξης από κρατικούς φορείς, η οποία αποτελεί αντικίνητρο για την εξαγωγική δραστηριότητα.
- Το εύρημα αυτό συμπίπτει με αντίστοιχο της έκθεσης του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ για την ανταγωνιστικότητα με τίτλο «Οι πιο προβληματικοί παράγοντες για την επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα», στην οποία η περιορισμένη πρόσβαση στη χρηματοδότηση των επιχειρήσεων προκύπτει ως ο δεύτερος πιο προβληματικός παράγοντας που έχει επιδεινωθεί λόγω της συνεχιζόμενης ύφεσης.
- Όσον αφορά στα μέτρα πολιτικής για την αντιμετώπιση της κρίσης, οι εκπρόσωποι των επιχειρήσεων, κατά σειρά σημαντικότητας, θεωρούν ότι αυτά είναι η μείωση της φορολογίας, η μείωση των επιτοκίων δανεισμού και ο περιορισμός της γραφειοκρατίας, η αύξηση των τραπεζικών χρηματοδοτήσεων, οι επιχορηγήσεις κοινοτικών προγραμμάτων και η αύξηση των ιδιωτικών και δημόσιων επενδύσεων .

3.10 Μελλοντικές προβλέψεις των επιχειρήσεων της Κεντρικής Μακεδονίας

Σχετικά με τις μελλοντικές προβλέψεις των επιχειρήσεων της Κεντρικής Μακεδονίας:

- Το 71% δηλώνει πως δεν σκοπεύει να προσλάβει νέους υπαλλήλους μέσα στο 2015, ενώ μόλις το 27% σκέφτεται να προχωρήσει σε προσλήψεις.
- Το 50% των επιχειρήσεων απάντησε ότι δεν θα προχωρήσουν σε επενδύσεις την επόμενη διετία, ενώ μόλις 5% ότι θα προχωρήσει σε επενδύσεις (το 45% δεν γνωρίζει αν θα κάνει επενδύσεις).
- Στην πρόβλεψη για ανάκαμψη των εξαγωγών την επόμενη διετία, μόλις το 17% των επιχειρήσεων απάντησε θετικά, ενώ το 49% δεν αισιοδοξεί για την ανάκαμψη εξαγωγών (34% δεν γνωρίζει). Λαμβάνοντας υπόψη ότι οι εξαγωγικές επιχειρήσεις είναι οι πλέον δυναμικές και ανταγωνιστικές, οι προβλέψεις τους για την επόμενη διετία δείχνουν ότι δεν είναι ενθαρρυντικές οι προοπτικές για την απασχόληση και τις επενδύσεις, που αποτελούν τις προωθητικές δυνάμεις για την απογείωση της ελληνικής οικονομίας από τη στασιμότητα της ύφεσης προς τη δυναμική της ανάπτυξης.

4. Συμπεράσματα

- Ο βαθμός επίπτωσης της κρίσης θεωρείται από τους εκπροσώπους των επιχειρήσεων ότι ήταν υψηλός και πολύ υψηλός, κατά σειρά, στις πωλήσεις εσωτερικού, στις επιχειρηματικές ευκαιρίες, στα κέρδη, στη χρηματοδότηση, στις εξαγωγές και στο απασχολούμενο προσωπικό. Παρατηρείται ενίσχυση του βαθμού εξωστρέφειας (εξαγωγές/κύκλο εργασιών), αφού ένα μέρος των επιχειρήσεων στράφηκαν στις εξαγωγές για να μπορέσουν να διατηρήσουν ή και να αυξήσουν τις πωλήσεις και κατ' επέκταση τα κέρδη τους κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης.
- Για τη στρατηγική που ακολούθησαν οι επιχειρήσεις προκειμένου να αντιμετωπίσουν την κρίση, οι μισές περίπου δήλωσαν ότι η στρατηγική τους ήταν αμυντική, μειώνοντας προσωπικό και παραγωγή, ενώ οι μισές και πλέον υποστήριξαν πως ακολούθησαν επιθετική πολιτική με διερεύνηση νέων αγορών και αναζήτηση νέων πελατών, με εισαγωγή νέων τεχνολογιών και προώθηση νέων προϊόντων.
- Τα μεγαλύτερα εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις στις εξαγωγές είναι η νομοθεσία και η γραφειοκρατία, η έλλειψη στήριξης από κρατικούς φορείς και δυσκολία χρηματοδότησης από τις τράπεζες.
- Όσον αφορά στα μέτρα πολιτικής για την αντιμετώπιση της κρίσης, οι εκπρόσωποι των επιχειρήσεων, κατά σειρά σημαντικότητας, θεωρούν ότι αυτά είναι, η μείωση της φορολογίας, η μείωση των επιτοκίων δανεισμού και ο περιορισμός της γραφειοκρατίας, η αύξηση των τραπεζικών χρηματοδοτήσεων κ.λπ.
- Από τις προβλέψεις των εξαγωγικών επιχειρήσεων για την επόμενη διετία, φαίνεται ότι δεν είναι ενθαρρυντικές οι προοπτικές για τις επενδύσεις και την απασχόληση, που αποτελούν τις προωθητικές δυνάμεις για τη μετάβαση της ελληνικής οικονομίας από τη στασιμότητα της ύφεσης προς τη δυναμική της ανάπτυξης.

Entrepreneurship Beyond Business: Exploring the Use of Entrepreneurship Insights to Understand International Relations Phenomena

Dr. Revecca Pedi*, Professor Katerina Sarri**

**International Relations & European Integration Lab,
Dep of International and European Studies,
University of Macedonia, Thessaloniki, Greece
rpedi@uom.gr*

***Entrepreneurship Lab,
Dep of Balkan Slavic and Oriental Studies,
University of Macedonia, Thessaloniki, Greece
ksarri@uom.edu.gr*

**Entrepreneurship Beyond Business: Exploring the Use of
Entrepreneurship Insights to Understand International
Relations Phenomena**

— Revecca Pedi, Phd, University of Macedonia —
Professor Katerina Sarri, University of Macedonia

An interdisciplinary
approach:
Entrepreneurship
+
International
Relations

Our purpose

To investigate the potential of
Entrepreneurship Theory in the
area of International Relations.

Inspiration

There is a "distinct method of human problem solving that we can categorize as entrepreneurial."

Entrepreneurship as Method: Open Questions for an Entrepreneurial future,
Sarasvathy & Venkataraman,
(2011:125)

Inspiration

What is the impact of acting entrepreneurially on outcomes outside of business?

From Legitimacy to Impact: Moving the Field Forward, **Lumpkin,**
(2011:7)

Inspiration

"Foreign Policy Analysis and political entrepreneurship scholars have, in many ways, been addressing similar research puzzles..."

Political Entrepreneurship as Painful Choices: An Examination of Swedish (Post)-Neutrality Security Policy, **Miles,**
(2015:134)

Entrepreneurship beyond business

The Entrepreneur strayed from her capitalist roots, took on more and more functions that have little to do with starting or running a business, and became wildly popular in the process.

(Pozen, 2008)

Social Entrepreneur
(Martin and Osberg, 2007),

Norm Entrepreneur
(Finnemore and Sikkink, 1998),

Political Entrepreneur
(Aflaki et. al, 2015),

Moral Entrepreneur
(Posner, 1999)

Common Denominator:
Emphasis on
Opportunity, Creativity,
Innovation, Change and
Accomplishment.

An Example:

Aflaki et. al, 2015

A political entrepreneur is a special kind of actor, embedded in the sociopolitical fabric, who is alert to the emergence of opportunities and acts upon them; he or she amasses coalitions for the purpose of effecting change in a substantive policy sector, political rules or in the provision of public goods."

They associate "[E]ntrepreneurial action in the polis, much like in market entrepreneurship " with creativity, innovation and profit, which in the context of the polis is political profit.

Entrepreneurship in International Relations

Frohlich and Oppenheimer, 1972

Checkel, 1993

Moravcsik, 1999

Ingebritsen, 2002

Carter and Scott, 2010

Blavoukos Bourantonis, 2012

Miles, 2015

Level of analysis:

Individual leaders, practitioners or institutions



Our Approach: States as Entrepreneurs



Common Puzzles

In Entrepreneurship &
International Relations

Uncertainty/Anarchy

Lack of Information

Survival

Maximization (Profit/Power)

Cooperation & Competition

Structural Institutional Constraints &
Opportunities

Scarce Resources

Is there an Entrepreneurial State Behaviour?

The elements of this behaviour constitute the core elements of entrepreneurship: opportunity, creativity, innovation, change, value creation, cooperation, adaptation, risk and uncertainty.

Small States as Entrepreneurs

Small States

Small Firms

They have scarce resources in comparison with Great Powers.

They have limited influence; they cannot shape the International system.

The Small but Smart State

Effective use of means to the attainment of a specific end: influence maximization.

Small but smart states want to enhance their position in the system and safeguard their specific interests.

The Small but Smart State Strategy

(Pedi, 2016)

Effective use of its limited power resources,

Act upon opportunities, or create them,

Cooperate with others in order to serve its interests,

Bring about change or changes and create value for itself and for others.

Creativity, innovativeness, flexibility, adaptability, proactiveness, expertise and a good reputation are necessary qualities.

Smart = Entrepreneurial

Entrepreneurship language

in Small State literature

Arter (2000:691): Small States are smart in the "sense of being enterprising" and in that they are also marketing their ideas.

Browning (2006:679): what matters nowadays is not so much the relative size of a state but "whether a state is innovative and active."

Cooper and Shaw (2009:2): "What Small States lack in structural clout they can make up through creative agency."

Rickli (2008): Small States wishing to play a role in the post Cold War security architecture should exploit relevant niches.

Examples

Scandinavia in the case of Environmental Policy & Human Rights

Sweden and Finland in the case of European Security and Defence Policy
(Petersberg Tasks: Peace-Keeping and Peace-Making)

Denmark in the EU and the UN

Israel and Cyprus

The value of our Proposal: Small States

Demystifying the influence maximizing Small State strategy
Make it available to even more Small States that wish to maximize their influence.
Useful to both the researchers of the Small States accomplishment and the policy makers.

The value of our Proposal: International Relations

New possibilities for research on opportunity, change, value creation, that have been hardly explored before in the context of the International Relations discipline.

It is worth exploring whether the entrepreneurial pattern of behaviour is related with the existence of entrepreneurial action in other social, economic or political domains at the domestic level and in what ways. If there is a national entrepreneurial mindset.

Thank you!

rpedi@uom.gr

ksarri@uom.edu.gr

TQM: The Key Role for a Successful Entrepreneurship Development and Growth in Turbulent Times

Maria Bakatsaki^{*}, Leonidas Zampetakis^{**}

*School of Production Engineering & Management,
Technical University of Crete, Chania, Greece*

*[*mariab@isc.tuc.gr](mailto:mariab@isc.tuc.gr), [**lzabetak@dpem.tuc.gr](mailto:lzabetak@dpem.tuc.gr)*

TQM: THE KEY ROLE FOR A SUCCESSFUL ENTREPRENEURIAL DEVELOPMENT AND GROWTH IN TURBULENT TIMES

Maria Bakatsaki, Leonidas A. Zampetakis

Department of Production Engineering and Management, Technical University of Crete, Greece

International Conference "Entrepreneurship in Turbulent Times"
Chania, 29-30 August 2016

Problematic

Implementation of TQM tools to organizations is in the short term successful, but according to several studies :

- ▣ they couldn't survive in the long term (Ernst & Young and the American Quality Foundation, 1992; Hills, 1991) or
- ▣ they had decided to cut the TQM expenses (Kelly, 1992; Fuchsberg, 1992)

Organizations fails to sustain change!

Reasons of failure (1)

The environment of TQM oriented organizations is **DYNAMIC** and the need for change is inevitable.

Greatest obstacle is the transformation of organization's traditional culture



quality culture.

Reasons of failure (2)

should be attributed

but can be seen as a matter of

Not to **TOOLS** and

CHANGE and

TECHNIQUES...

CULTURE management

(Cameron & Sine, 1999).

What is organizational culture?

All organizations have individual and unique cultures.

As Wilson (1989) has noted,

Culture is to an organization what personality is to an individual.

What is quality culture?

Have you ever shopped at a store where the service was poor?

Such organization has cultural problem.

Employees don't care about the customers.

Where is the problem?



Readiness vs Resistance to change

- ▣ Individuals are not naturally resistant to change—rather, they resist the imposition of change on the way change is imposed to them (Fuegen & Brehm, 2004; Knowles & Linn, 2004).
- ▣ Researchers with a social constructionist viewpoint even contend that change agents create resistance by expecting resistance. They look for resistance and they interpret other actions in such a way to confirm their expectation.

Quality Culture

Juran Institute	Quality Culture is the organizational capabilities, and habits and beliefs, which enable an organization to design and deliver products and services that can meet customer needs and be successful in the marketplace over the long term.
Goetsch (2003) pp189	It is an organizational value system that results in an environment that is conducive to the establishment and continual improvement of quality. It consists of values, traditions, procedures and expectations that <u>promote quality</u> .

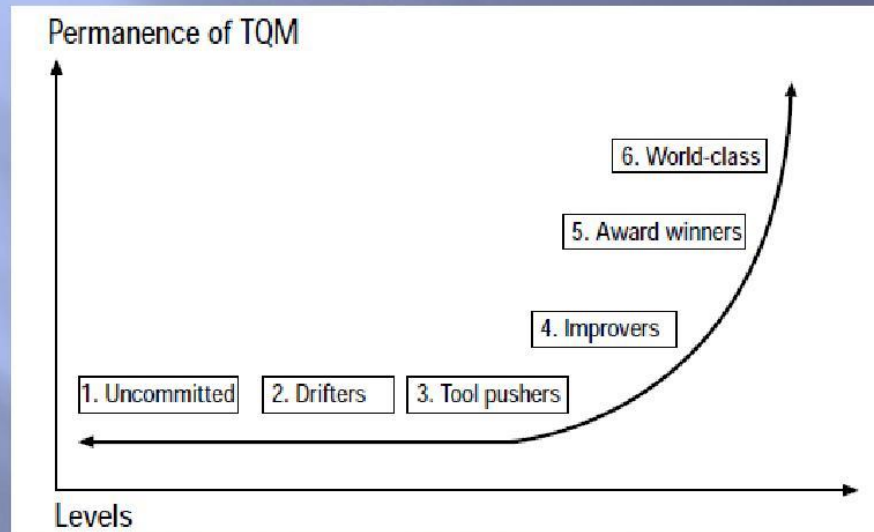
Quality Culture (European University Association, 2006)

Quality culture refers to an organizational culture that intends to enhance quality permanently and is characterized by two distinct elements:

- a **cultural/psychological element** of shared values, beliefs, expectations and commitment towards quality and,
- a **structural/managerial element** with defined processes that enhance quality and aim at coordinating individual efforts.

Thus, the cultural/psychological element refers back to individual staff members while the structural/ managerial refers back to the institution.

Levels of TQM adoption



Traditional OC vs Quality Culture

TRADITIONAL ORGANIZATIONAL CULTURE

1. Stability
2. Focus is return on investment and short terms profits (Cut- and- run managers)
3. Managers are "bosses"
4. Assign blames
5. Reactive performance approach
6. Competition between colleagues
7. One-way communication
8. Resistance to change
9. Suppliers are "a foreign body"
10. Processes are not well defined

QUALITY CULTURE

1. Continuous improvement
2. Focus on customer satisfaction
3. Managers are coaches of the team and empowers the employees.
4. Problem-solving approach
5. Proactive performance approach
6. Teamwork and mutual trust & respect
7. Open communication
8. Commitment to quality change
9. Suppliers are viewed as partners
10. Processes are well defined and "documented"

Schumpeterian entrepreneur

Schumpeter was the economist who has most prominently drawn attention to the “**innovating entrepreneur**”.

He or she carries out “new combinations we call **enterprise**;

the individuals whose function it is to carry them out we call **entrepreneurs**”

(Schumpeter, 1934, p. 74).

Entrepreneurship - definition

Entrepreneurship is the manifest ability and willingness of individuals, on their own, in **teams**,

within and outside existing organizations, to:

– perceive and create new economic opportunities

(**new** products, new production methods, new organizational schemes and new productmarket combinations) and to

– introduce their ideas in the **market**, in the face of **uncertainty** and other obstacles, by making decisions on location, form and the use of resources and institutions.

(Wennekers, 1999)

3 types of Entrepreneurs

	Self-employed	Employee
Entrepreneurial	Schumpeterian entrepreneurs	Intrapreneurs
Managerial	Managerial business owners	Executive managers

(Wennekers, 1999)

Schumpeterian entrepreneurs

- They are to be found mostly in small firms.
- They own and direct independent firms that are **innovative** and creatively destroy existing market structures.
- After realizing their goals Schumpeterians often develop into managerial business owners, but some may again start new ventures or new firms.

Intrapreneurs or entrepreneurial managers

- ▣ They belong to the core of real entrepreneurship.
- ▣ By taking commercial initiatives on behalf of their employer, and by risking their time, reputation and sometimes their job in doing so, they are the embodiment of leadership resulting in entrepreneurial ventures in larger firms.
- ▣ Sometimes these entrepreneurial employees, either in teams or on their own, spin off, start new enterprises and become Schumpeterian entrepreneurs

Managerial business owners

- ▣ They are entrepreneurs in a formal sense and are to be found in the large majority of small firms. They include many franchisees, shopkeepers and people in professional occupations.
- ▣ They belong to what Kirchoff (1994) calls “the economic core” and sometimes entrepreneurial ventures grow out of them. While the managerial business owners fulfil many useful functions in the economy such as the organization and coordination of production and distribution.
- ▣ They cannot be viewed as the engine of innovation and creative destruction. This is the major function of Schumpeterian entrepreneurs and intrapreneurs.

Intrapreneurship or Corporate Entrepreneurship Mindsets



Neo-classical vs Entrepreneurial Paradigm

Neo-classical paradigm

- homo economicus
- technocratic
- rational
- goal-oriented
- perfect information
- equilibrium
- optimization
- price-competition

Entrepreneurial paradigm

- homo ludens
- (esthetic) curiosity
- creativity
- open-minded
- improvising
- uncertainty
- diversity
- selection
- competition of ideas

Individual vs Group Assessment

Individual level of analysis is preferable:

- ▣ Is consistent with a realization that resistance or support and implementation are ultimately based on individuals decisions and acts .

“A chain is only as strong as its weakest link”

- ▣ It allows the exploration of differences in readiness between individuals and groups comprising the organization.

Multilevel Framework

Framework	Variables	Relevant disciplines	Focal unit of observation
Conditions	- culture (open-mindedness, acceptance of risk, long term orientation etc.)	- social psychology, anthropology and sociology	- groups and societies
	- institutions (incentives, competition rules)	- law and economics	- macro framework influencing micro behavior
Entrepreneurship	- traits and behavior	- psychology and managerial economics	- individual persons
Intermediate linkages	- conquest of new markets	- industrial economics	- firms and industries
	- invention and innovation - new business formation - competition		
Economic growth	- rise and decline of nations	- economics	- national economies

GROWTH THEORIES

“OLD” NEO-CLASSICAL

Concentrated solely on the contribution of **labor** and **capital** to the process of economic expansion.

“NEW” ENDOGENOUS

It puts emphasis on the endogenous role of **innovation** and **human capital** formation

Conclusions

The combination of TQM and Innovative Entrepreneurship principles boosts the development and growth of any organization

Innovative entrepreneurs without quality can never become successful, have economic growth and sustain their competitive advantage.

Quality is fundamental principle

Will you ever go again to a restaurant with the most creative gourmet plates if:

- ▣ They are tasteless ?
- ▣ The service is slow and rude?

Thank you
for your attention!

Sharing Economy Growth in Europe

Athanasios Paraschos

Youth Entrepreneurship Club, Chania, Greece

thanos@iprovidenow.com



ForEMOsT International Conference “Entrepreneurship In Turbulent Times”



Youth Entrepreneurship Club
Connect. Create. Innovate.

Thanos Paraschos, Co-Founder
Sharing Economy Growth in Europe

Sharing Economy Growth in Europe - ForEMOsT Chania, Greece, 29-30 August 2016



Contents

1. What is Sharing Economy
2. Sharing Economy VS Traditional Economy
3. Why Sharing Economy
4. Sharing Economy Global (Startups, Trends, Prospects)
5. Sharing Economy in Europe (Startups, Trends, Prospects)
6. References

Sharing Economy Growth in Europe - ForEMOsT Chania, Greece, 29-30 August 2016



1. What is Sharing Economy

The **SHARING ECONOMY** or 'collaborative economy' or 'peer-to-peer economy' or 'demand economy' is...

A system built around the sharing of human, physical and intellectual resources.

Sharing Economy Growth in Europe - ForEMOsT Chania, Greece, 29-30 August 2016



1. Sharing Economy Growth and Tech

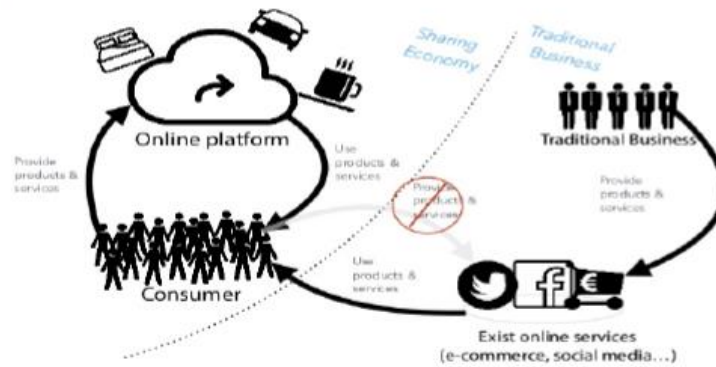
The **SHARING ECONOMY** uses technology to help people & organisations access, share and trace idle resources.

The **SHARING ECONOMY** is growing faster than Facebook, Google and Yahoo combined.

Sharing Economy Growth in Europe - ForEMOsT Chania, Greece, 29-30 August 2016

2. Sharing Economy VS Traditional Business

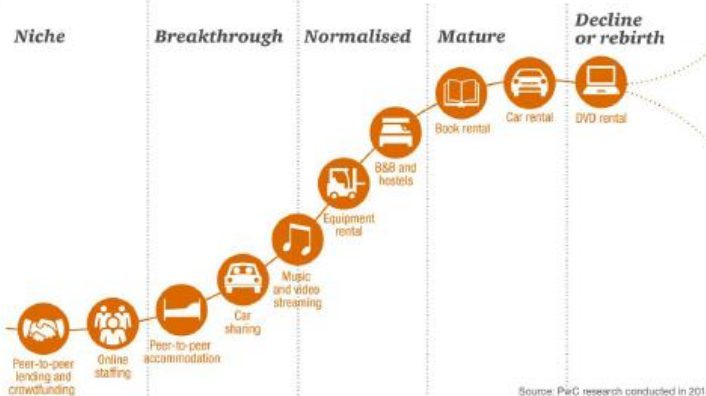
Compare Sharing Economy to traditional business



Sharing Economy Growth in Europe - ForEMOsT Chania, Greece, 29-30 August 2016

2. Sharing Economy VS Traditional Business

The sharing economy life-cycle



Sharing Economy Growth in Europe - ForEMOsT Chania, Greece, 29-30 August 2016

3. Why Sharing Economy

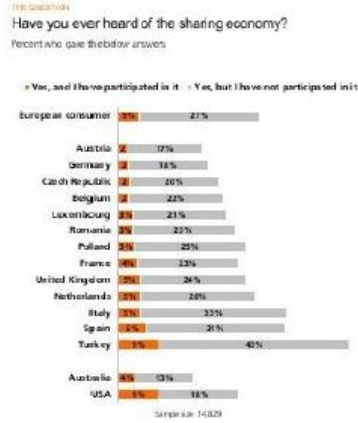


Source: own work of the following survey for using a peer-to-peer sharing service for your next travel (the big one) (Adrian, 2015, 2016)

VISIONCRICAC GROWTH CONSULTING

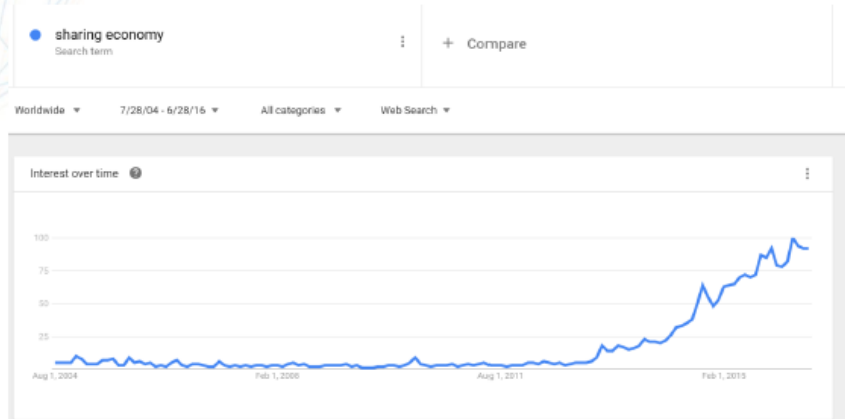
Sharing Economy Growth in Europe - ForEMOsT Chania, Greece, 29-30 August 2016

3. Sharing Economy in World



Sharing Economy Growth in Europe - ForEMOsT Chania, Greece, 29-30 August 2016

3. Why Sharing Economy



Sharing Economy Growth in Europe - ForEMOsT Chania, Greece, 29-30 August 2016

3. Sharing is Caring

- ✓ 4 trillion of unused resources worldwide... homes, clothing, food
- ✓ 40,000 people die each day without access to food, shelter, water
- ✓ 13 million meals diverted from landfill to people in food poverty in UK
- ✓ Craigslist diverted 5million tonnes of good from landfill in 2014

Sharing Economy Growth in Europe - ForEMOsT Chania, Greece, 29-30 August 2016

4. Sharing Economy Startups Global



- ✓ Uber had 180 million rides in 2014, doesn't own a single taxi, cab, or town car.
- ✓ Airbnb has over 23 million guest, doesn't own a single bed, bath or bar.

Sharing Economy Growth in Europe - ForEMOsT Chania, Greece, 29-30 August 2016

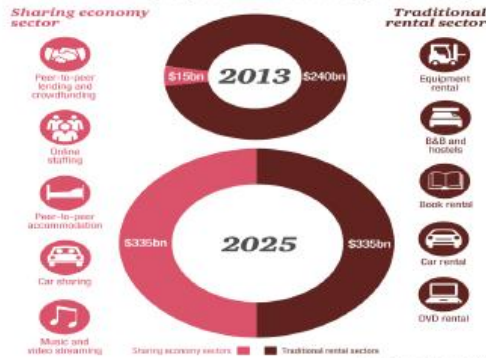
4. Sharing Economy Startups Global

Company	Sharing Economy Focus	Investment	Valuation
Uber	Transportation network	\$1.5 Billion	\$18.2 Billion
Airbnb	Lodging sharing	\$475 Million	\$10 Billion
Lending Club	Peer-to-Peer Lending	\$220 Million	\$2.3 Billion
Lyft	Transportation network	\$333 Million	\$700 Million
TaskRabbit	Task and errand labor marketplace	\$38 Million	Not disclosed
RelayRides	Peer-to-Peer car sharing	\$54 Million	Not disclosed
Fiverr	Creative and freelancer marketplace	\$50 million	Not disclosed

Sharing Economy Growth in Europe - ForEMOsT Chania, Greece, 29-30 August 2016

4. Sharing Economy Evaluation

Sharing economy sector and traditional rental sector projected revenue opportunity

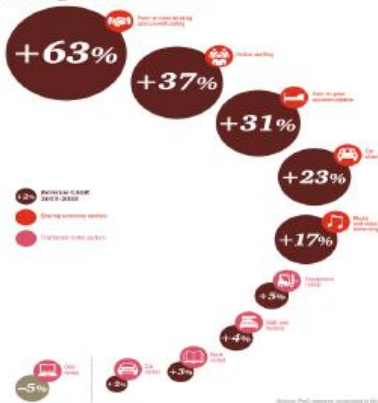


Between 2013-2025, sharing economy sectors are likely to grow much quicker than the rate of traditional rental sectors. The more diversified sectors today, such as P2P finance and online staffing, could grow the quickest of all.

Sharing Economy Growth in Europe - ForEMOsT Chania, Greece, 29-30 August 2016

4. Sharing Economy Evaluation

Sharing economy and traditional rental sector growth



Sharing Economy Growth in Europe - ForEMOsT Chania, Greece, 29-30 August 2016

5. Sharing Economy Evaluation in EU

Revenues and total transaction value facilitated by sharing economy platforms in Europe, 2013-2015



Sharing Economy Growth in Europe - ForEMOsT Chania, Greece, 29-30 August 2016

5. Sharing Economy Evaluation in EU

Sharing Economy Transaction Values vs. Revenues in Europe, by Platform, 2015

billions of € and % of total

	Transaction values (billions)	% of total transactions	Revenues (billions)	% of total revenues
P2P accommodation	€15.10	54%	€1.15	32%
Collaborative finance	€5.20	18%	€0.25	7%
P2P transportation	€5.10	18%	€1.65	47%
On-demand household services	€1.95	7%	€0.45	12%
On-demand professional services	€0.75	3%	€0.10	2%
Total	€28.10	100%	€3.60	100%

Source: PricewaterhouseCoopers (PwC), "Assessing the size and presence of the collaborative economy in Europe" commissioned by European Commission, June 2, 2016

211553

www.eMarketer.com

Sharing Economy Growth in Europe - ForEMOsT Chania, Greece, 29-30 August 2016

5. Sharing Economy Evaluation in EU

Revenue and transaction value of five key sharing economy sectors in Europe, 2015

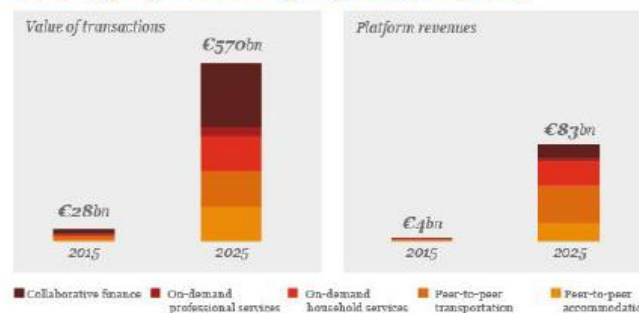


Source: 2015 PwC analysis

Sharing Economy Growth in Europe - ForEMOsT Chania, Greece, 29-30 August 2016

5. Sharing Economy Evaluation in EU

Revenues and total transaction value facilitated by sharing economy platforms in Europe by sector, 2015-2025



Source: 2016 PwC analysis

Sharing Economy Growth in Europe - ForEMOsT Chania, Greece, 29-30 August 2016

5. Sharing Economy Startups in EU



✓ Deliveroo – UK 2013/ 10 countries → food delivery
275m investment



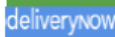
✓ Glovo - FRA,ITA,SPA, 2015 → errand on demand
5m investment



✓ Stuart - FRA,ITA,SPA,UK,2016 → on demand delivery service
22m investment



✓ Supermercato24 – IT, 2014 → groceries on demand
3m investment – 3000 shoppers



✓ Supermarketnow.gr 2016 → groceries on demand Chania
supermarketnow

Sharing Economy Growth in Europe - ForEMOsT Chania, Greece, 29-30 August 2016



5. Sharing Economy Barriers / Summary



- ✓ Trust
- ✓ Safety & Privacy
- ✓ Ease of sharing

Sharing Economy Growth in Europe - ForEMOsT Chania, Greece, 29-30 August 2016



6. References

REFERENCES

- [1] Company, McKinsey. *How the sharing economy can make its case*. (August 15, 2016). <http://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/how-the-sharing-economy-can-make-its-case> [Accessed August 16, 2016].
- [2] Davies, Julia Kollwe and Rob. *EU backs sharing economy in boost for Uber and Airbnb*. (June 2, 2016). <https://www.theguardian.com/business/2016/jun/02/eu-commission-backs-sharing-economy-uber-airbnb> [Accessed August 16, 2016].
- [3] Economist. *The rise of the sharing economy*. (March 9, 2013). <http://www.economist.com/news/leaders/21573104-internet-everything-hire-rise-sharing-economy> [Accessed August 16, 2016].
- [4] Parekh, Alberto Marchi and Ellora-Julie. *McKinsey & Company*. (December 31, 2015). <http://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/how-the-sharing-economy-can-make-its-case> [Accessed August 16, 2016].
- [5] Publishing, Harvard Business. *The On-Demand Economy Is Growing, and Not Just for the Young and Wealthy*. (April 14, 2016). <https://hbr.org/2016/04/the-on-demand-economy-is-growing-and-not-just-for-the-young-and-wealthy> [Accessed August 16, 2016].
- [6] KOKALITCHEVA, KIA. *venturebeat: These 5 types of on-demand services will get even bigger in 2015*. (January 1, 2015). <http://venturebeat.com/2015/01/01/these-5-types-of-on-demand-services-will-get-even-bigger-in-2015/> [Accessed August 16, 2016].

Sharing Economy Growth in Europe - ForEMOsT Chania, Greece, 29-30 August 2016



Youth Entrepreneurship Club
Connect. Create. Innovate.

Thank you!



<http://youthentrepreneurship.club>

Sharing Economy Growth in Europe - ForEMOsT Chania, Greece, 29-30 August 2016



Session 3 - Education and Entrepreneurship

Chair: Aikaterini Sarri

Entrepreneurship in Secondary Education in Greece- Impact on Students

Tilaveridou Sonia*, Dr Anastasia Constantelou**

**Teacher in Secondary Education, MBA*
tilaveridousonia@gmail.com

***Associate Professor of Innovation Management*
University of the Aegean, Business School,
Department of Financial and Management Engineering
a.konstantelou@fme.aegean.gr

**INTERNATIONAL CONFERENCE
“ENTREPRENEURSHIP IN TURBULENT TIMES”**

**“Entrepreneurship in Secondary Education
in Greece- impact on students”**



Tilaveridou Sonia
Teacher, MBA

Anastasia Constantelou
Associate Professor
University of the Aegean

- INTRODUCTION

- EUROPEAN COMMISSION AND
ENTREPRENEURSHIP EDUCATION

- OBJECTIVE OF THE STUDY

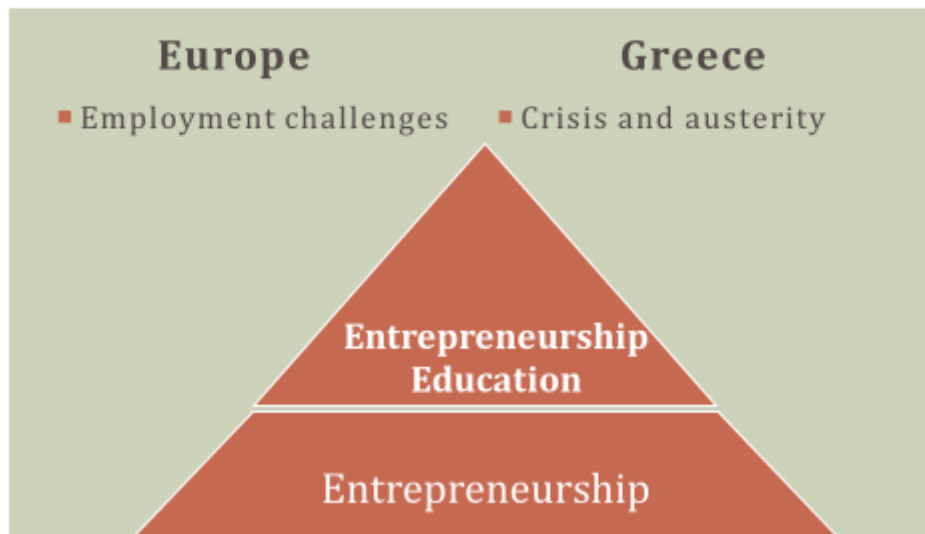
- LITERATURE REVIEW

- RESEARCH METHODOLOGY

- FINDINGS

- CONCLUSIONS

❖ INTRODUCTION



❖ EUROPEAN COMMISSION AND ENTREPRENEURSHIP EDUCATION

YEAR	POLICY-STRATEGY
2000	Lisbon strategy
2000	European Charter for small business
2003	Green Paper- Entrepreneurship in Europe
2006	Oslo Agenda for EE in Europe
2010	High Level Reflection Panel
2011	Small Business Act Review
2013	Entrepreneurship 2020 Action Plan

❖ OBJECTIVE

- Existing Research as regards Entrepreneurship in Higher Education in Greece
- **Gap** in research on Entrepreneurship in Secondary Education



Entrepreneurship in Secondary Education in Greece- impact on students

❖ DEFINITIONS

- *"Entrepreneurship is the ability to turn ideas into action"* (E.C., 2006)



- *"Entrepreneurship Education Programme is any pedagogical programme or process of education for entrepreneurial attitudes and skills, which involves developing certain personal qualities. It is therefore not exclusively focused on the immediate creation of new businesses "* (Fayolle et al., 2006)

❖ LITERATURE ABOUT IMPACT ON STUDENTS

Leffler (2006)

- Internal Enterprise
- External Enterprise

Ministry of Education in Norway (2009)

- personal qualities and attitudes
- improve academic performance
- learn knowledge and skills concerning business development

Pardo (2012)

- effective ways to run businesses
- instill entrepreneurial skills

European Commission (2012)

- attitudes
- knowledge
- skills

❖ RESEARCH METHODOLOGY

■ SAMPLE SELECTION

Greek teachers of Secondary Education who have implemented Entrepreneurship Education Programs (EEP) of JA/Greece during the academic year 2014-2015. The EEP was “mini companies”

■ EXISTING SURVEYS

- **Junior achievement** org., 2014. Teacher volunteer survey. USA. Questions about teachers' perceptions on the assessment of EEP's impact upon its completion

- **The European House of Entrepreneur**, 2012.

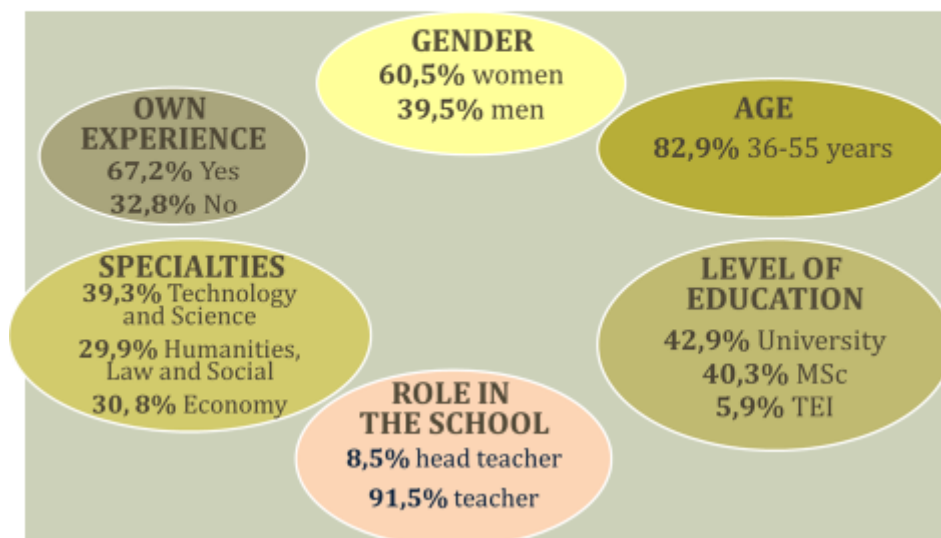
“Survey of Entrepreneurship in Education in Europe”, Brussels. Questions about teachers' expectations of an EEP

❖ QUANTITATIVE ANALYSIS

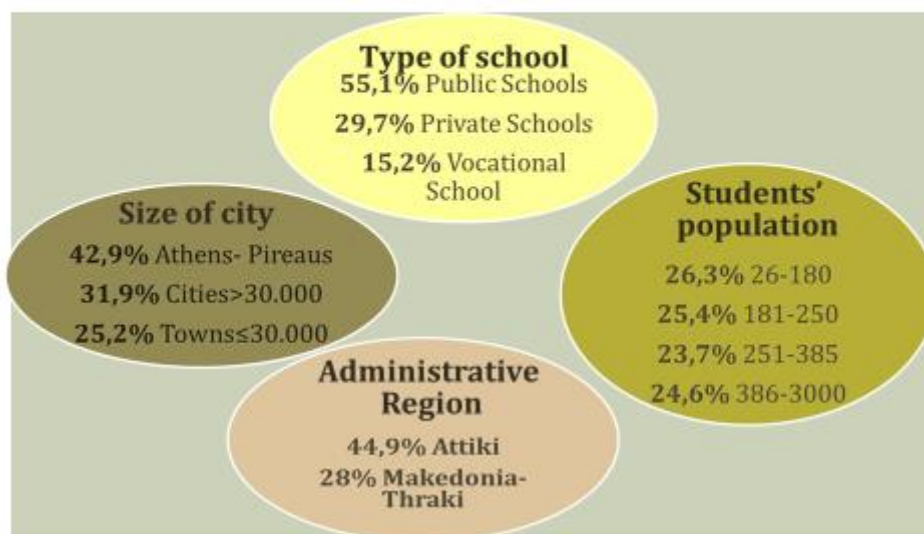
STRUCTURED QUESTIONNAIRE

- **STRUCTURE**
 - 24 questions (6 units)
- **SAMPLE**
 - 156 Greek teachers
- **PILOT STUDY**
 - 11 Greek teachers
- **RETURN RATE**
 - 119/145 (82,06%)
- **RELIABILITY ANALYSIS**
 - $\alpha > 0,80$
- **FACTOR ANALYSIS**
 - Multi item variables
 - Eigenvalue > 1
 - Principal Component Analysis
 - Varimax Rotation Method
- **HYPOTHESIS TESTS**
 - ANOVA and T-test

❖ TEACHERS' DEMOGRAPHICS



❖ SCHOOLS' DATA



❖ FINDINGS (TABLE 1)

(1)

IMPACT AFTER THE COMPLETION OF AN EEP ON STUDENTS	No effect	Minor effect	Neutral	Moderate effect	Major effect
It stimulated students' participation in extracurricular activities	0.8 (1)	4.2 (5)	1.7 (2)	28.6 (34)	63 (75)
It improved students' teamwork skills	0 (0)	2.5 (3)	5.9 (7)	27.7 (33)	63 (75)
It improved students' decision skills	0 (0)	5 (6)	8.4 (10)	36.1 (43)	48.7 (58)
It improved students' critical thinking skills	0 (0)	4.2 (5)	13.4 (16)	37 (44)	44.5 (53)
It improved students' interpersonal communication skills	0 (0)	4.2 (5)	5.9 (7)	32.8 (39)	55.5 (66)
It improved students' ability to analyze financial information	2.5 (3)	10.1 (12)	20.2 (24)	43.7 (52)	21.8 (26)
It helped prepare students' for the world of entrepreneurship	0 (0)	9.2 (11)	15.1 (18)	42 (50)	32.8 (39)
It exposed students' to new careers	1.7 (2)	5 (6)	10.1 (12)	36.1 (43)	44.5 (53)
It connected what is learned in the classroom to real life	2.5 (3)	5 (6)	10.1 (12)	30.3 (36)	49.6 (59)
It helped students realize the importance of staying in school	6.7 (8)	5.9 (7)	31.9 (38)	28.6 (34)	26.1 (31)

❖ FINDINGS (TABLE 2)

(2)

IMPACT AFTER THE COMPLETION OF AN EEP ON STUDENTS	Mean	Standard Deviation
It stimulated students' participation in extracurricular activities	3.55	0.701
It improved students' teamwork skills	3.49	0.814
It improved students' interpersonal communication skills	3.40	0.831
It improved students' decision skills	3.27	0.906
It connected what is learned in the classroom to real life	3.20	1.023
It exposed students' to new careers	3.17	0.985
It improved students' critical thinking skills	3.14	1.012
It helped prepare students' for the world of entrepreneurship	2.93	1.019
It improved students' ability to analyze financial information	2.66	1.068
It helped students realize the importance of staying in school	2.42	1.25

❖ FINDINGS- FACTOR ANALYSIS

(3)

	Component	
	1	2
It improved students' teamwork skills	0.824	
It improved students' interpersonal communication skills	0.726	
It helped students realize the importance of staying in school	0.712	
It stimulated students' participation	0.673	
It improved students' critical thinking skills	0.644	
It improved students' decision skills	0.581	
It helped prepare students' for the world of entrepreneurship		0.835
It exposed students' to new careers		0.732
It improved students' ability to analyze financial information		0.684
It connected what is learned in the classroom to real life		0.495

FACTOR ANALYSIS
F1. Improvement of soft skills
F2. Students' preparation for the world of entrepreneurship

❖ FINDINGS- HYPOTHESIS TESTS

(4)

FACTOR 1

- **Women** (M=3.3, SD=0.7) **Men** (M=3, SD=0.7)
(t=-2.313 df=115 p=0.022<0.05)

FACTOR 2

- **Women** (M=3.1, SD=0.7) **Men** (M=2.8, SD=0.8)
(t=-2.271 df=116 p=0.025<0.05)
- **Economics studies** (M=3.2, SD=0.7)
Science and technology studies (M=2.7, SD=0.8)
(F=4,107 df=2 p= 0,019<0,05)
- **Teachers with experience in 4+ EEP** (M=3.4, SD=0.5)
Teachers with experience in 1 EEP (M=2.8, SD=0.8)
(F=3.631 df=3 p=0.015<0.05)
- **Schools with experience 1 to 3 years in EEP** (M=3.2, SD=0.7)
Schools with experience less than 1 year in EEP (M=2.4, SD=0.9)
(F=7.022 df=2 p=0.01<0.05)

❖ CONCLUSIONS

In alignment with the objectives of

- Norway's Ministry of Education (2009)
- European Commission (2012)
- Lefler (2006)
- Pardo (2012)



REFERENCES

- [1] Eedege, 2014. Research of the Research Center of University of Piraeus for the network of female entrepreneurship in Greece (in Greek). Available at: <http://www.eedege.gr/erevnes/98-erevna-tou-kentro-erevnon-tou-panepistimiou-peirata> Accessed at: 20 February 2016
- [2] European Commission, 2002. "Best procedure" project on education and training for entrepreneurship. Available at http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/training_education/final_en.pdf Accessed 10.01.14.
- [3] European Commission, 2003. Green paper entrepreneurship in Europe. Available at http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2003/com2003_0027en01.pdf Accessed 10.01.14.
- [4] European Commission, 2004. Making progress in promoting entrepreneurial attitudes and skills through primary and secondary education. Available at http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/_getdocument.cfm?doc_id03592 Accessed 10.01.14.
- [5] European Commission, 2005a. Recommendation of the European parliament and of the council. On key competences for lifelong learning. Available at http://ec.europa.eu/education/policies/2010/doc/keyrec_en.pdf Accessed 10.01.14.
- [6] European Commission, 2005b. Mini-companies in secondary education. Available at http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/_getdocument.cfm?doc_id03560 Accessed 10.01.14.
- [7] European Commission, 2006. Implementing the Community Lisbon Programme: fostering entrepreneurial mind sets through education and learning. Available at http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2006/com2006_0033en01.pdf Accessed 10.01.14.
- [8] European Commission, 2010. Strategic framework for education and training. Available at http://ec.europa.eu/education/lifelong-learning-policy/doc28_en.htm Accessed 10.01.14.
- [9] European Commission, 2012. Entrepreneurship Education at School in Europe National Strategies, Curricula and Learning Outcomes. Brussels
- [9] European commission, 2015. report on "Entrepreneurship Education: Enabling Teachers as a Critical Success Factor". A report on Teacher Education and Training to prepare teachers for the challenge of entrepreneurship education
- [10] Fayolle, A., Gailly, B., Lassas-Clerc, N. 2006. Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology. Journal of European Industrial Training, 30(8/9): 701-720.

REFERENCES

- [11] Hermann, F., Korunka, C., Lueger, M., 2005. Entrepreneurial orientation and education in Austrian secondary schools. *Journal of Small Business and Enterprise Development*
- [12] KANEP-GSEE, 2010. The basic dimensions of education 2012-2013. Athens: Campyli Adv. Available at: http://www.tovima.gr/files/1/2013/10/23/vivlio_ekthesis_2012-2013.pdf Accessed at 07/01/2016
- [13] Karanassios, N., Pazarskis M., Mitsopoulos, K., Christodoulou, P., 2006. EU strategies to encourage youth entrepreneurship: Evidence from higher education in Greece. *Industry and higher education*, volume 2, 43-50(8)
- [14] Leffler, E., 2006. *Företagsamma elever: diskurser kring entreprenörskap och företagsamhet i skolan* [Enterprising pupils: discourses on entrepreneurship and enterprise in school]. Umeå: Umeå University
- [15] Ministry of Education and Research, Ministry of Local Government and Ministry of Trade and Industry, 2009. *Entrepreneurship in Education and Training - from compulsory school to higher education 2009-2014*. Oslo: Ministry of Education and Research
- [16] Papayannakis L., I. Kastelli, D. Damigos, G. Mavrotas, 2008. Fostering entrepreneurship education in engineering curricula in Greece. Experience and challenges for a Technical University. *European Journal of Engineering Education*, 33:2, 199-210
- [17] Pardo C., 2012. Is Business Creation the Mean or the End of Entrepreneurship Education? A Multiple Case Study Exploring Teaching Goals in Entrepreneurship Education. *Journal of Technology, Management and education*
- [18] Sarri, A., Petridou, E., and Kyrgidou, L., 2009. Entrepreneurship education in higher educational institutions: the gender dimension. *Gender in Management: An International Journal*, Vol. 24 Iss: 4, pp.286 - 309
- [19] Tilaveridou, S., 2016. *Entrepreneurship in Secondary Education in Greece. Approaches and problems*. Mater Thesis, HOU, School of Social Sciences, MBA, Patra
- [20] Vagias, Wade M. (2006). Likert-type scale response anchors. *Clemson International Institute for Tourism & Research Development, Department of Parks, Recreation and Tourism Management*. Clemson University.
- [21] Vegard, J., Tuva S., 2014. Entrepreneurship Projects and Pupils' Academic Performance: a study of Norwegian secondary schools. *European Educational Research Journal*. Available at: <http://eer.sagepub.com/content/13/2/155.abstract>. Accessed 8/10/2015

**Thank you
for
your attention**

Dispersing Entrepreneurial Mindset and Values: A Novice Training Intervention for European Youth¹

Maria Giokarini, Andreas Tzekas*, Revecca Pedi**, Katerina Sarri***

*Entrepreneurship Lab, Dep of Balkan Slavic and Oriental Studies,
University of Macedonia*

* andreas.tzekas@gmail.com ** reveccapedi@gmail.com *** ksarri@uom.edu.gr

¹ This paper is based on a proposal for the “UNESCO’s Participation Program” in collaboration with the Entrepreneurship Lab, University of Macedonia and the UNESCO Center for Women and Peace in the Balkan Countries



The Organizers



UNESCO Center for
Women and Peace in
the Balkan Countries



University of Macedonia,
Entrepreneurship Lab,
Department of Balkan, Slavic and
Oriental Studies

When & Where?



28 August - 3 September 2017
Agios Nikolaos, Chalkidiki,
Greece

Target countries

Why these countries?



Romania



Serbia



F.Y.R.O.M.



Albania

Small States in South Eastern Europe which face challenges, like lack of financial resources, limited international cooperation, lack of social capital, less modernized educational system with no connection between education and entrepreneurship .

Target countries



Greece



Cyprus



Turkey



Bulgaria

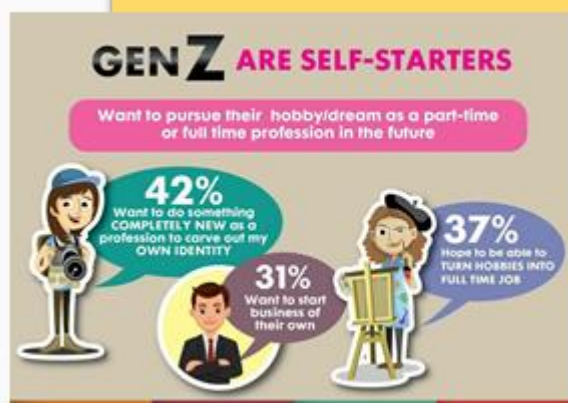
...

Priority group: Youth

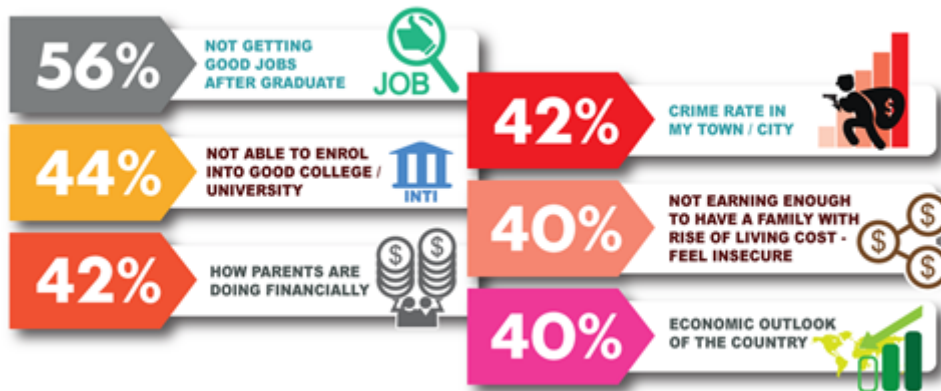
School children,
aged 15 to 17 years
of both sexes

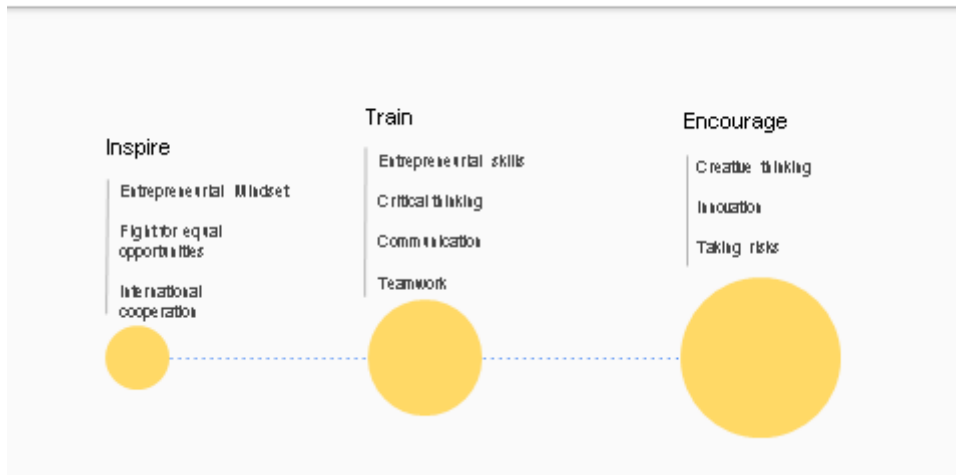
GENERATION Z

They are self-starters, wanting to be entrepreneurs to carve out their own unique career path. They are hungry to acquire skills such as creativity, time management, problem-solving, teamwork and leadership.



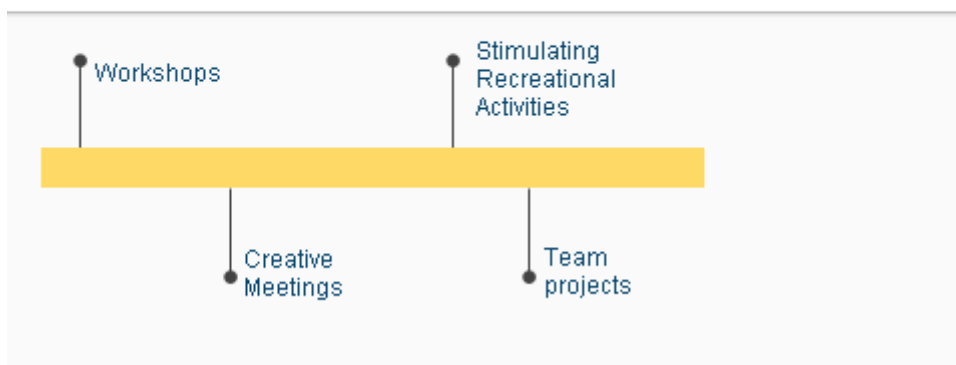
On the future: Youths are surprisingly worry warts





7 days

programme is divided into recreational activities, meetings and workshops all of which aim at cultivating and enhancing different components of an entrepreneurial mindset.





**Session 4 – Innovation and
Entrepreneurship**
Chair: Vassilis Moustakis

Model Development in Entrepreneurial Ecosystems

Sul Kassicieh*, Elias G. Carayannis**, Evangelos Grigoroudis***

**Anderson School of Management, University of New Mexico*

***School of Business, The George Washington University, carave@gwu.edu*

****School of Production Engineering and Management, Technical University of Crete*

Abstract

In both national and regional levels, policy makers face an assignment optimization problem regarding the necessary expenditure and investments. The expenditures are to satisfy the needs of the population in medical, welfare and other areas whereas the investments are in education, infrastructure and technological developments that enhance the tax base at some future date thereby contributing to the available resources that can be used in the future. Among others, investments may include support for the creation of new businesses that can add to the wealth and job creation of the region. In this paper, we examine which factors contribute to having a vibrant entrepreneurial ecosystem and we discuss an optimization formulation that models the decision making problem faced by policy makers.

Policy makers around the world have a constrained optimization problem. They have areas that require expenditures and areas that require investment. Both of these require an income that typically comes from the tax base of the region in which they govern. The expenditures are to satisfy the needs of the population in medical, welfare and other areas whereas the investments are in education, infrastructure and technological developments that enhance the tax base at some future date thereby contributing to the available resources that can be used in the future. Obviously, the preference is for the investment type expenditures but policy makers have to care for the population's other needs and thereby the constraints.

One of the areas that policy makers want to enhance is entrepreneurial ecosystems that nurture the creation of new businesses that can add to the wealth and job creation of the region but the question still remains as to what factors contribute to having a vibrant entrepreneurial ecosystem. Kassicieh (2010) discusses many studies that have defined areas that contribute to better entrepreneurial activities and thus to economic development. Kassicieh et al. (2015) propose that entrepreneurial activity depends on three sectors: entrepreneurs, large corporations and government where the decision made by entrepreneurs to engage in entrepreneurship depends on their attitudes and the situations, both personal and non-personal, in which they operate. The non-personal ones reflect the support by different groups in the region for the entrepreneur.

Large corporations act as suppliers and customers to the entrepreneurs and in some instance act as entrepreneurs themselves and in other instances as support for the entrepreneurs as allies, funders and collaborators. Government has limited resources typically from a tax base and they use it to enhance future entrepreneurial activity in a region.

In this paper, we examine the areas that policy makers can enhance in a region that can lead to better entrepreneurial activities. We then describe an optimization formulation that these policy makers face as they try to decide where to invest their tax dollars to enhance future wellbeing of the region.

Entrepreneurship and Innovation in the new environment of crisis. The case of Western Macedonia.

Samara Elpida^{*}, Ioannis Bakouros^{**}, Dimitris Skalkos^{***}

**University of Western Macedonia, Greece, esamara@uowm.gr*

***University of Western Macedonia, Greece, ylb@uowm.gr*

**** University of the Aegean, Greece, dschalkos@aegean.gr*

University of Western Macedonia



**«Entrepreneurship and Innovation
in the New Environment of Crisis.
The Case of Western Macedonia»**

Dr. Elpida Samara, Researcher, University of Western Macedonia
Prof. Ioannis Bakouros, University of Western Macedonia
Ass. Prof. Dimitris Skalkos, University of the Aegean

Contents of Presentation

- Introduction
- Aim of study
- Measurement of innovation
- Methodology
- Results
- Statistical analysis
- Looking at the P-Value
- Conclusions
- Suggestions

Introduction

- Innovation - organizational, marketing, process and product - is the engine of competition and competitiveness in industrial level.
- There is a consensus among economists on innovative actions to be taken during an economic crisis.
- In this sense, these actions can be seen as the only realistic process that can lead companies to emerge from the crisis.



Aim of study

- This article aims to examine how innovative activities can be kept in a difficult financial situation and, if so, whether they'll be a valid way to deal with the crisis.
- The study concerns SMEs in Western Macedonia in the new business environment of economic crisis.
- The two time points, which were chosen for this study is 2009 and 2015, before and after - crisis.



Measurement of innovation

- In modern times companies are paying more attention to the measurement of innovative activity in system and program level, rather than on company performance.
- In order for a company to operate and to be consistent with the objectives and future strategies, it should use innovation indicators, which play an important role in its function.
- Two key tools are the Community Innovation Surveys (CIS) and the Innovation Union Scoreboard (IUS). They are connected. IUS mainly uses data collected by Eurostat in the CIS.
- Community Innovation Survey is a tool for assessing innovation performance in EU Member States, highlighting the relative strengths and weaknesses of their research and innovation systems. It also helps in monitoring the implementation of innovation.
- Community Innovation Survey IV - Fourth Community Innovation Survey (CIS IV)



Methodology (1/3)

The authors conducted a survey based on the questionnaire of the Fourth Community Innovation Survey (CIS IV) in the Greek region of Western Macedonia.

- This research describes the four types of innovation in the region, namely, product innovation, process innovation, marketing innovation and organizational innovation.
- The sample used was random and interviews were carried to collect information.
- First search step: short questionnaire

The Fourth Community Innovation Survey
(CIS IV)
ΤΗ ΕΤΕΡΟΓΕΝΗΣ ΕΡΕΥΝΑ ΣΥΝΟΛΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

Methodology (2/3)

The questionnaire was developed in 11 sections which record business innovation activities, with distinction from 2009 (pre-crisis period) and 2015 (the period after the crisis).

- 1st section:** general data collected for each company in the sample.
- 2nd section:** placement of the identification of innovative actions of the company.
- 3rd section:** asking businesses to analyze marketing innovations used.
- 4th section:** an assessment of new methods of manufacture / production of goods, new distribution methods and new accounting or IT activities related to innovation processes.
- 5th section:** record the market introduction of a new good or service or a significantly improved good or service in terms of product innovation.
- 6th section:** an assessment of whether the company has innovative products or processes which are still at the development stage.
- 7th section:** records the activities and expenditures of the company resulting from the implementation of innovations.
- 8th section:** an analysis of the sources of information and cooperation concerning the development of innovation.
- 9th section:** studies the effectiveness of innovation.
- 10th section:** evaluation of the factors that hinder the activities related to innovation
- 11th section:** IPR.

The Fourth Community Innovation Survey
(CIS IV)
ΤΗ ΕΤΕΡΟΓΕΝΗΣ ΕΡΕΥΝΑ ΣΥΝΟΛΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

Methodology(3/3)

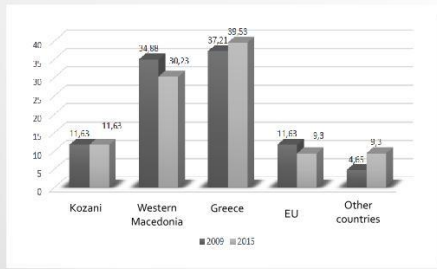
- The first step was an online questionnaire using the Google Forms which has been sent in Western Macedonia businesses where the previous study in 2009 took place.
- The results were recorded in Microsoft Excel.
- Then graphs were generated comparing the results of the two time periods.
- Finally the Minitab statistical package was used for the statistical analysis of the questionnaire's results.



 Minitab® 17

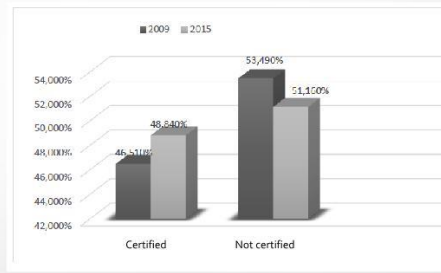
Results

Geographical Markets of Sales



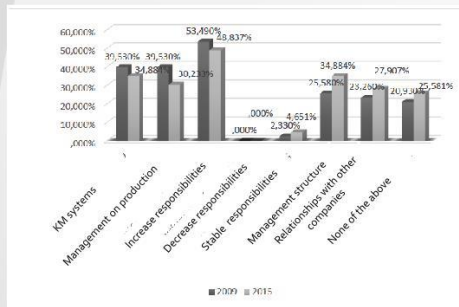
- The majority of companies active throughout Greece, a percentage which increased during the crisis.
- Tendency to outward orientation.
- Sales expanding outside Europe, during the crisis.
- Positive aspects of the economic crisis in a country as encouraging companies to openness.

Certification



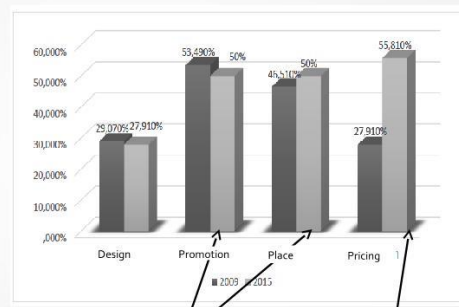
- Half of companies do not follow a standard certification in the period before the economic crisis,
- This rate is reduced but a very small extent after the crisis.

Innovation Management



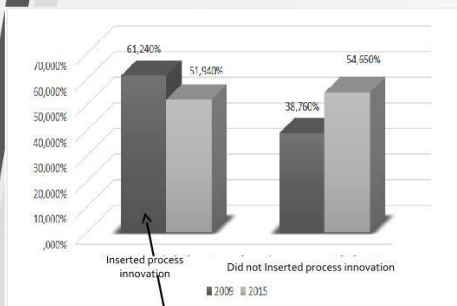
- They continued to give emphasis on organizational innovation.
- After crisis Western Macedonia businesses showed slower growth in employee responsibility range, decrease in knowledge management systems and management for production
- But there is an increase in administrative structure and relationships with other companies.

Marketing innovation



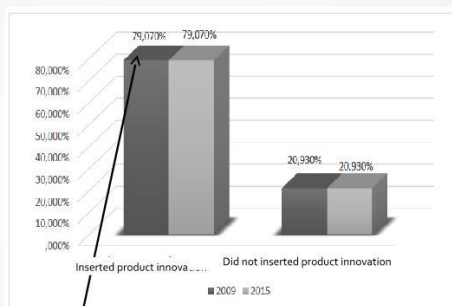
- The most efficient class innovation Marketing for the period before the crisis compared to 2015 and during this crisis, concerning the distribution and the promotion.
- After crisis we see increasing rates of pricing.

Innovation Processes



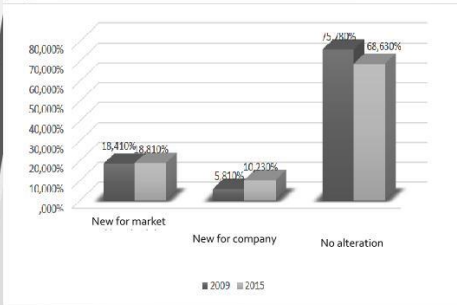
- Before the crisis, companies in Western Macedonia invested in introducing process innovations with a very high percentage (61.24%) and
- During the crisis, the rate remains high despite having a drop of about 10%.

Product innovation



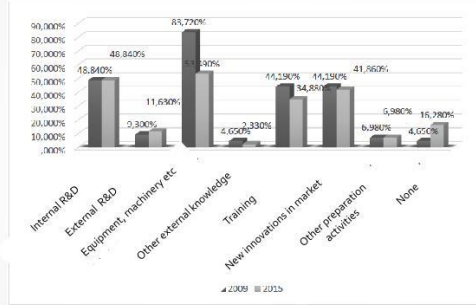
- Quite a high percentage in the inserted of product innovation.
- 79.07% of companies at least inserted a product innovation rate which remained completely stable after the financial crisis.

The Goods and Services Innovations on the Market



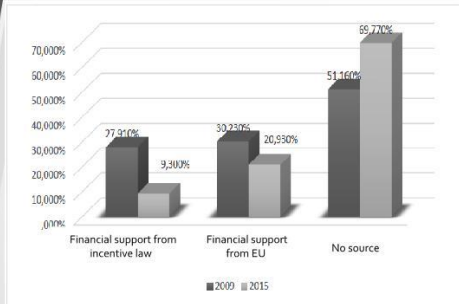
- The largest percentage before and after the crisis relates to incremental innovations.
- Low rates for radical innovations.

Activities and Innovation Expenditure



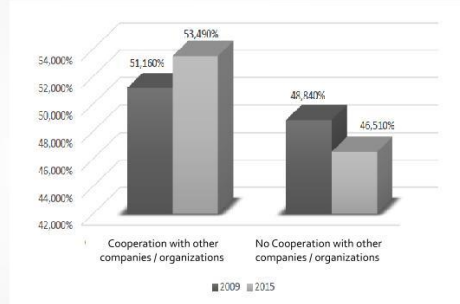
- The highest rate before the crisis concerns the purchase of machinery, equipment and software, a figure which shows sizable reduction in 2015.
- Small percentages relate to expenditure for external knowledge concerning the purchase or licensing of patents and inventions not covered by a patent, know-how and other types of knowledge from other enterprises or organizations.

Financial Support - Support from the public sector



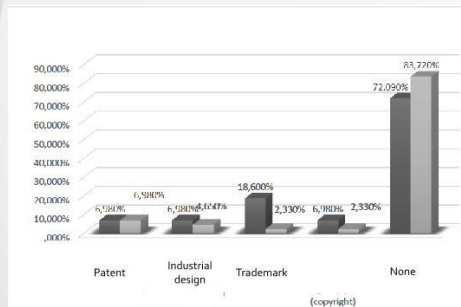
- Negative impact due to the economic crisis.
- Reduction is observe in the integration of economic programs and business support from development law.

Cooperation with other enterprises or institutions



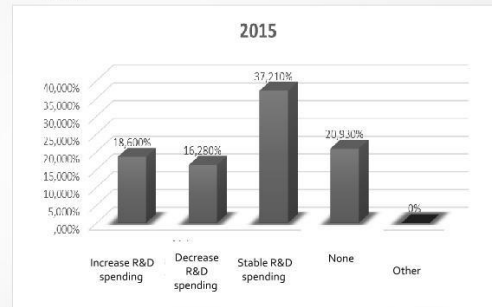
- We note that the 53.49% of companies in the financial crisis had cooperation with a company or institution, rate increased by 3.5 percentage points from 2009.

Intellectual Property Rights



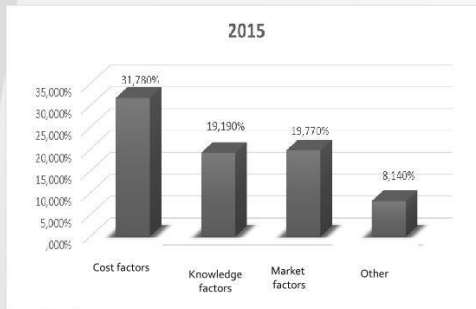
Low rates.

Results of innovation / influence of the crisis



- 37.21% retained the total amount that had been spent on innovation to address the economic crisis and with a percentage of 16.28% reduced the amount spent on innovation.
- This conclusion is very important as it demonstrates that businesses have now realized the role of innovation in the operation and their competitive position and for this reason have continued despite the crisis to invest in R & D.

Inhibiting Agents



- The most important factors for preventing or implementing innovative activities, are cost factors with 31.78%.
- Factors associated with the market 19.77%, factors associated with knowledge 19.19% and finally
- 8.14% avoid innovation for several reasons.

Statistical analysis

- Our research focuses on the impact of the crisis on business results of innovation. Specifically, is studied statistically whether the innovation results in 2015 were adversely affected in comparison with 2009. The appropriate statistical test for this case is the hypothesis testing of the difference ratios. Statistical analysis was performed using the statistical package Minitab.
- The ratio difference control relates the percentage change of the undertakings answers two times under study.
- The combination of the assumptions used are $H_0: p_1 = p_2$ and $H_1: p_2 < p_1$ and $H_1: p_2 > p_1$. p_1 first (2009) and p_2 second (2015).
- Examine the P-Value. If the P-Value is large (> 0.05) then there is no statistically significant difference between the two sample rates, and hence the hypothesis H_1 discarded.

Looking at the P-Value where there is a significant statistical difference

P-Value		
Marketing Innovation (Pricing)	0,006	→ Regarding pricing companies in 2015 gave great importance to the definition and the importance of this parameter known 4P's of mix marketing.
Activities and innovation costs (Machinery and Equipment Market)	0,001	→ The lack of financial instruments resulted in companies, which do not lead to renewal operations and improvement of their equipment.
Economic Support Aid from Public Sector (Financial Support from Development Law)	0,022	→ The lack of financial resources from the EU and from Development Laws resulted in fairly reduced investment on innovation.
Intellectual Property Rights (Trademark Registration)	0,011	→ Businesses in Western Macedonia do not give much weight to the role of IPRs.

Conclusions (1/2)

- The largest percentage of the undertaking companies, despite the crisis experienced by the Greek economy, invested in innovative products and services for the purpose of keeping them in the market and modernization.
- More specifically, regard to geographical business markets there is a relative stability with a significant increase in sales to other foreign countries.
- The high cost of access to new markets emerged of the major obstacles for innovative enterprises .
- Basic strategy of innovative firms in Western Macedonia emerged the development of new markets outside Europe.
- Regarding marketing innovation we see tremendous growth in the use of new pricing methods and new ideas for the presentation and sale of market products or services.
- On business innovation activities, we see a stability:
 - ❖ Internal research, development and creative work are done,
 - ❖ despite that we see significant reduction in advanced machinery, equipment and software.
- Very important element of the economic crisis is the lack of funding from either the public sector or from European Union funds.
- Of the four innovation categories, product innovations have the highest rates, followed by process innovations, marketing innovations, while last with quite low rates are the organizational innovations.

Conclusions (2/2)

The conclusions derived from statistical analysis using Minitab

Concerning:

- Marketing Innovation,
- Activities and Innovation Expenditure
- Financial Support from the public sector and
- Intellectual Property Rights
- P-Value is less than 0.05 so we have statistically significant difference between the rates, which adversely affected compared to 2009, except for marketing innovation that positively influenced.

Suggestions

- Strengthening the funding of R & D expenditure from the state (regular budget and NSRF) and the EU's competitive programs.
- Enhancing business involvement in R&D, as it is low in Western Macedonia, as in most Greek regions.
- Coordinated campaigns for entrepreneurs by development agencies, organizations and associations, collaborations with other companies and research institutions.
- Development of all (4) types of innovation.

Thank you very much for your attention!

Dr. Elpida Samara,
Researcher UoWM,
esamara@uowm.gr

**PRESENTATIONS HELD ON
TUESDAY, AUGUST 30TH, 2016**

Session 5 - Best practices of Entrepreneurship
Chair: Leonidas Zampetakis & Popi Sourmaidou

Support Center of Female Employment and Entrepreneurship

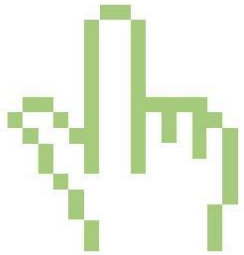
Parthenopi Sourmaidou

ERGANI Center

popi@ergani.gr



ποιούμε ενθαρρύνουμε δημιουργούμε επικρατούμε αξιολογούμε αναπτύσσουμε οραματίζομαστε σχεδιάζουμε συνεργαζόμαστε προωθούμε υποστηρίζουμε εκτιμούμε ενθαρρύνουμε ενθαρρύνουμε δημι-
 οργούμε επικρατούμε αξιολογούμε αναπτύσσουμε οραματίζομαστε σχεδιάζουμε συνεργαζόμαστε προωθ-
 ούμε υποστηρίζουμε εκτιμούμε ενθαρρύνουμε δημιουργούμε επικρατούμε αξιολογούμε σ-
 κειδιάζουμε προωθούμε υποστηρίζουμε εκτιμούμε οραματίζομαστε σχεδιάζουμε σχεδιάζουμε συνεργα-
 ζομαστε προωθούμε υποστηρίζουμε εκτιμούμε ενθαρρύνουμε δημιουργούμε επικρατούμε αξιολο-
 γούμε αναπτύσσουμε οραματίζομαστε σχεδιάζουμε συνεργαζόμαστε προωθούμε υπο-
 στήριζουμε υποστηρίζουμε εκτιμούμε ενθαρρύνουμε δημιουργούμε επικρατούμε αξιολογούμε αναπτύσ-



ΜΕΣΑ & ΜΕΘΟΔΟΙ

- Ατομική συμβουλευτική
- Ομαδική συμβουλευτική
- Ευέλικτες καταρτίσεις
- Λέσχη Νέων Τεχνολογιών
- Προώθηση σε προγράμματα επαγγελματικής κατάρτισης
- Δικτύωση με την αγορά εργασίας
- Πληροφόρηση



ποιούμε ενθαρρύνουμε δημιουργούμε επικρατούμε αξιολογούμε αναπτύσσουμε οραματίζομαστε σχεδιάζ-
 ούμε συνεργαζόμαστε προωθούμε υποστηρίζουμε εκτιμούμε ενθαρρύνουμε ενθαρρύνουμε δημι-
 οργούμε επικρατούμε αξιολογούμε αναπτύσσουμε οραματίζομαστε σχεδιάζουμε συνεργαζόμαστε προωθ-
 ούμε υποστηρίζουμε εκτιμούμε ενθαρρύνουμε δημιουργούμε επικρατούμε αξιολογούμε σ-
 κειδιάζουμε προωθούμε υποστηρίζουμε εκτιμούμε οραματίζομαστε σχεδιάζουμε σχεδιάζουμε συνεργα-
 ζομαστε προωθούμε υποστηρίζουμε εκτιμούμε ενθαρρύνουμε δημιουργούμε επικρατούμε αξιολο-
 γούμε αναπτύσσουμε οραματίζομαστε σχεδιάζουμε συνεργαζόμαστε προωθούμε υπο-
 στήριζουμε υποστηρίζουμε εκτιμούμε ενθαρρύνουμε δημιουργούμε επικρατούμε αξιολογούμε αναπτύσ-

ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗΣ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΩΝ



- Αντιμέτωπιση της κάθε γυναίκας ως ξεχωριστή περίπτωση
- Πλήρης σεβασμός στις προτεραιότητες και τις ιδιαιτερότητες της κάθε γυναίκας
- Ισότιμη σχέση μεταξύ ωφελούμενων & συμβούλων
- Ενεργητική, συμμετοχική συμβουλευτική διαδικασία

**Supporting Social Entrepreneurship in Greece
Nowadays, our Experience from the Project “So
New”**

Parthenopi Sourmaidou

ERGANI center
popi@ergani.gr



ΚΕΝΤΡΟ ΕΡΓΑΝΗ

Έργο So New
Σεπτέμβριος 2015
Ιούλιος 2016

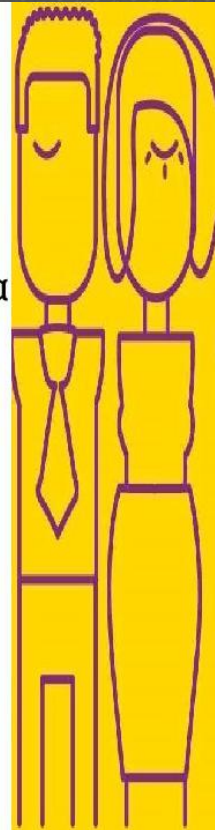
ΕΡΓΟ SO NEW Social Entrepreneurship Now

Εταίροι

- ◉ Κέντρο Εργάνη: ενημέρωση, επιμόρφωση και συμβουλευτική
- ◉ Γυναίκες σε Δίκτυο: ενημέρωση και mentoring
- ◉ Σπείρα Γης: ενημέρωση και δικτύωση
- ◉ Winnet Europe: διακρατική υποστήριξη

Χρηματοδότηση - Υποστήριξη:

- ◉ Αλληλεγγύη SolidarityNow



Μήπως έχεις μια ιδέα;
για δουλειά, συνεργασία, επιχείρηση, συνεταιρισμό;

So New
(Social entrepreneurship now)
Πρόγραμμα ενίσχυσης της Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας στη Θεσσαλονίκη

Πες την μας και ίσως γίνει πραγματικότητα!

Συμβουλευτική, Εργαστήριο, Επιμόρφωση, Μεντορσινγκ, Υπηρεσίες Θεσμικού Σχεδιασμού, Ανάπτυξη Συνεργασιών και Συνέργειες

Παρακαλούμε, επικοινωνήστε με τον υπεύθυνο του προγράμματος στο τηλέφωνο που αναγράφεται παρακάτω

Εργαστήριο Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ

Παρακαλούμε, επικοινωνήστε με τον υπεύθυνο του προγράμματος στο τηλέφωνο που αναγράφεται παρακάτω

Εργαστήριο Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ

Εργαστήριο Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ

Εργαστήριο Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ

Εργαστήριο Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ

Η ΟΜΑΔΑ ΕΡΓΟΥ



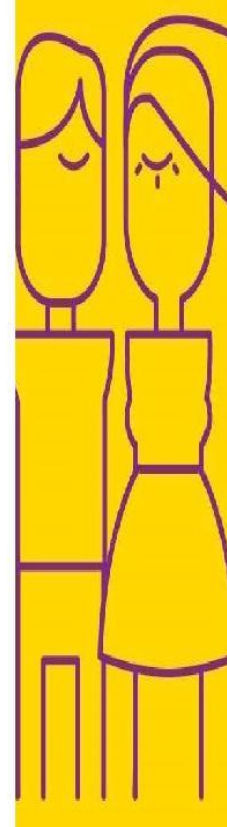
ΥΠΟΒΑΘΡΟ

- ◉ 25ετής εμπειρία του Εργάνη στην συμβουλευτική και στην επιμόρφωση στην επιχειρηματικότητα
- ◉ Δουλειά με 30+ γυναικίους συνεταιρισμούς
- ◉ Εργαλεία - σύστημα διοίκησης, παρακολούθησης και αξιολόγησης
- ◉ Εργαλεία συμβουλευτικής τόσο στην επιχειρηματικότητα όσο και στις ομάδες
- ◉ Συνεργασία με φορείς
- ◉ Επιμόρφωση στελεχών



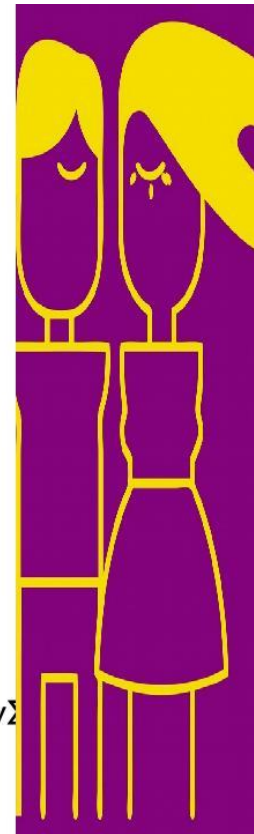
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

- ◉ Ατομική και Ομαδική Συμβουλευτική
- ◉ Επιμόρφωση και εκπαίδευση
- ◉ Δημιουργία Δικτύου Μεντόρων
- ◉ Mentoring σε υπάρχοντες συνεταιρισμούς
- ◉ Δικτύωση



ΝΕΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΑΙ ΔΡΑΣΕΙΣ

- ◉ ΔΙΑΜΕΣΟΛΑΒΙΣΗ με δημόσιους φορείς
- ◉ Νέα πεδία συμβουλευτικής και νέα εργαλεία
- ◉ Δημιουργία ομάδων
- ◉ Δημιουργία άλλων νομικών μορφών π.χ. ΑΜΚΕ
- ◉ Προετοιμασία και επεξεργασία ιδεών
- ◉ Υποστήριξη του Δικτύου ΚοινΣΕπ Κεντρικής Μακεδονίας
- ◉ Δικτύωση με δημόσιους φορείς για καταγραφή αναγκών και πεδίων δράσης
- ◉ Χαρτογράφηση αναγκών
- ◉ Καταγραφή των προβλημάτων που οδήγησαν ΚοινΣΕπ να διαλυθούν - αδρανοποιηθούν



ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

- ◉ Ενημέρωση: 2000+ άτομα - 125 ομάδες - 40 ΚοινΣΕπ
- ◉ Εκδηλώσεις και συμμετοχή σε εκδηλώσεις με άλλους φορείς
- ◉ Συμβουλευτική: 338 άτομα - 111 ομάδες - 18 ΚοινΣΕπ
- ◉ Mentoring: 12 ΚοινΣΕπ - 14 Μέντορες
- ◉ Δίκτυο μεντόρων 24 άτομα
- ◉ Δίκτυο ΚοινΣΕΠ ΚΜ: 23 μέλη
- ◉ Ενημέρωση και εκπαίδευση στελεχών
- ◉ Συνεργασία με 47+ φορείς



Εκδηλώσεις



Συμμετοχή σε εκδηλώσεις και εκπαιδεύσεις τρίτων



Study Visit Σουηδία, Αρμενία, Γερμανία, Αυστρία στην Ελλάδα



Φόρουμ Κοινωνικής Επιχειρηματικότητας

- ◉ Εθνική Συνάντηση (με ευρωπαϊκή διάσταση)
- ◉ 3 περιφερειακές συναντήσεις
- ◉ Website www.seforum.gr
- ◉ Παραγωγή για πρώτη φορά στην Ελλάδα του Κώδικα Δεοντολογίας των Κοινωνικών Επιχειρήσεων



Δίκτυο ΚοινΣΕΠ Κεντρικής Μακεδονίας

- ◉ Ξεκίνησε με 4 μέλη
- ◉ Σήμερα αριθμεί 23 μέλη ενώ υπάρχουν 4-5 υπό ένταξη
- ◉ Συναντήσεις κάθε μήνα
- ◉ Εκδηλώσεις
- ◉ Εκπαιδεύσεις
- ◉ ΚΟΙΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ



ΝΕΟΙ ΤΟΜΕΙΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ

- ◉ ΕΙΔΙΚΕΣ ΟΜΑΔΕΣ (γυναίκες, νέοι, ευάλωτες ομάδες)
- ◉ ΠΕΔΙΑ ΜΕ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ: χειροτεχνία, πολιτισμός, δημιουργική οικονομία,
- ◉ ΤΟΠΙΚΟΤΗΤΑ
- ◉ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ
- ◉ ΠΕΙΡΑΜΑΤΙΣΜΟΣ με εμπλοκή και φορέων (επιχειρήσεων και δημόσιων φορέων)
- ◉ ΕΜΠΛΟΚΗ και ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΣΤΟ ΠΡΟΦΥΓΙΚΟ



Pancretan Association of Parents and Friends of Children with Neoplasia

Maria Efstratios

President of Iliachtida

mar_efstratiou@yahoo.gr

Γυναίκες που τολμούν να ονειρεύονται ένα καλύτερο κόσμο: Κοινωνική γυναικεία επιχειρηματικότητα



*Μαρία Ευστρατίου
Πρόεδρος Συλλόγου Ηλιαχτίδα*

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

- Τι είναι επιχείρηση/επιχειρηματικότητα
- Κοινωνικό Επιχειρείν
- Γυναικεία Επιχειρηματικότητα & Κοινωνικό Επιχειρείν
- Τα γνωρίσματα ενός καλού κοινωνικού επιχειρηματία.



Προϋποθέσεις για να γίνει κανείς σωστός επιχειρηματίας είναι:

- Δημιουργία κλίματος ομάδας (team building)
- Ηγετικές δυνατότητες (leadership)
- Ικανότητες επίλυσης διαφωνιών (conflict resolution)
- Τεχνική εξειδίκευση (technical expertise)
- Γνώσεις marketing
- Ικανότητες σχεδιασμού και προγραμματισμού (planning skills)
- Οργανωτικές ικανότητες (organizational skills)
- Επιχειρηματικό πνεύμα (entrepreneurial skills)
- Διοικητικές ικανότητες (administrative skills)
- Ικανότητα προσαρμογής
- Ικανότητες εξασφάλισης υποστήριξης (management support building skills)
- Ικανότητες κατανομής πόρων (resource allocation skills).





ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΣΥΛΛΟΓΟΥ

Η **ηλιαχτίδα** ιδρύθηκε το 1992 στο Ηράκλειο από ευαισθητοποιημένους πολίτες και στηρίζεται αποκλειστικά στο έργο που προσφέρουν εθελοντικά τα μέλη της και πολίτες με διάθεση προσφοράς.

Η Ηλιαχτίδα είναι πιστοποιημένος φορέας παροχής υπηρεσιών κοινωνικής φροντίδας μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα από το Υπουργείο Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης και Κοινωνικής Αλληλεγγύης (ΦΕΚ, Αρ. φύλλου 544/02.03.2016)

ΣΚΟΠΟΣ

• Η παροχή ψυχολογικής και οικονομικής συμπαράστασης και μέριμνας στα παιδιά με νεοπλασία που κατάγονται από την Κρήτη ή νοσηλεύονται σε νοσηλευτικά ιδρύματα της Κρήτης και στις οικογένειές τους.

• Η ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του κοινού



ΒΡΑΒΕΥΣΕΙΣ

1998 Πρώτο βραβείο από Υπουργείο Υγείας - Πρόνοιας και ΕΡΑ Έπαινος από το Ροταριανό Όμιλο Χανίων και βραβείο από την Α.Ε. ΒΑΘΥΠΕΤΡΟΥ για την παγκρήτεια προσφορά του συλλόγου.

2002 Επιχορήγηση με το ποσό των 5000€ από το Υπουργείο Πολιτισμού και με το ποσό των 6000€ από το Υπουργείο Οικονομικών.

2003 Βράβευση από την Κίνηση Πολιτών στα πλαίσια του θεσμού «Νησίδες Ποιότητας».

2009 Βράβευση από την Ελληνική Αιματολογική Εταιρεία για τη συνολική προσφορά του συλλόγου στα παιδιά με νεοπλασματικά νοσήματα, στα πλαίσια διοργάνωσης ειδικής εκδήλωσης για τους αντίστοιχους συλλόγους σε όλη τη χώρα.

2013 Βράβευση από την 7η Υγειονομική Περιφέρεια Κρήτης για τη εθελοντική προσφορά του στα Νοσοκομεία και Κέντρα Υγείας.





ηλιαχτίδα

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

Η **ηλιαχτίδα** συμμετείχε στη διαδικασία αξιολόγησης ΜΚΟ που υλοποιήθηκε στο πλαίσιο του ερευνητικού έργου «ΘΑΛΗΣ-Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου-Αξιολόγηση Ελληνικών Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων»

στους τομείς Αποτελεσματικότητα - Οργάνωση και Διαφάνεια

Συγκέντρωσε την συνολική βαθμολογία: **82,4/100**

4 αστέρια

(Τα στοιχεία αυτά είναι αναρτημένα στην επίσημη ιστοσελίδα του Δικτύου Ελληνικής Κοινωνίας Πολιτών.

<https://greekcivilsocietynetwork.wordpress.com/2012/07/09/launching-the-greek-civil-society-network/>)

ΥΓΕΙΑ-ΠΡΟΝΟΙΑ-ΣΙΤΙΣΗ-ΣΤΕΓΑΣΗ	RATINGS
ΤΟ ΧΑΜΟΓΕΛΟ ΤΟΥ ΠΑΙΔΙΟΥ HELMEPA ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΒΟΗΘΕΙΑΣ ΠΑΙΔΙΩΝ LALIBELA Η ΑΜΥΜΩΝΗ-ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ FRAXIS ΠΕ.ΦΙ.Π. ΠΑΤΡΟΙ ΤΟΥ ΚΟΣΜΟΥ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΠΑΙΔΙΚΟΥ ΤΡΑΥΜΑΤΟΣ FAIR PLANET ΑΔΑΜΑ Η ΗΛΙΑΧΤΙΔΑ ΜΠΟΡΟΥΜΕ Η ΚΑΡΔΙΑ ΤΟΥ ΠΑΙΔΙΟΥ ΚΕΑΝ ΕΚΠΟΙΩΣΗ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΟΔΙΚΗΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ «ΠΑΝΟΣ ΜΥΛΩΝΑΣ»	****



ηλιαχτίδα

ΜΕΣΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΚΠΛΗΡΩΣΗ ΤΩΝ ΣΤΟΧΩΝ

- Η ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του κοινού
- Η στενή επαφή και συνεργασία με τις Ιατρικές Σχολές των Πανεπιστημίων της χώρας ιδιαίτερα δε του Πανεπιστημίου Κρήτης.
- Η επικοινωνία και συνεργασία με άλλους συλλόγους φορείς και οργανώσεις της Ελλάδας και του Εξωτερικού που επιδιώκουν ίδιους ή παρεμφερείς σκοπούς.
- Η οργάνωση διαλέξεων με ομιλητές Έλληνες και Αλλοδαπούς Επιστήμονες με θέμα την παιδική νεοπλασία και τους τρόπους θεραπείας της.
- Η στενή επαφή και συνεργασία με τις διοικήσεις, τους ιατρούς και το εν γένει επιστημονικό και νοσηλευτικό προσωπικό των νοσηλευτικών ιδρυμάτων της Κρήτης και η άσκηση πίεσης προς όλες τις κατευθύνσεις, για την βελτίωση του τρόπου και των συνθηκών θεραπείας της παιδικής νεοπλασίας και διαμονής εκεί των ασθενών και των συνοδών τους.
- Η οργάνωση παραστάσεων, συναυλιών και άλλων εκδηλώσεων, με σκοπό την συγκέντρωση χρημάτων για την παροχή υλικής βοήθειας στα παιδιά και τις οικογένειες τους.



ηλιαχτίδα

ΕΡΓΟ ΣΥΛΛΟΓΟΥ ΜΕΧΡΙ ΣΗΜΕΡΑ

Έχει συμβάλει στην κατάλληλη διαμόρφωση και τον πλήρη εξοπλισμό 2 θαλάμων για μεταμόσχευση στην Παιδιατρική Κλινική Αιματολογίας - Ογκολογίας του Πα.Γ.Ν.Η, καθώς και στην αγορά μηχανήματος σταδιακής κατάψυξης, απαραίτητο για την επεξεργασία των μοσχευμάτων.



ηλιαχτίδα

ΕΡΓΟ ΣΥΛΛΟΓΟΥ ΜΕΧΡΙ ΣΗΜΕΡΑ

Ολοκλήρωσε την ανέγερση του παιδικού ξενώνα φιλοξενίας **“η ηλιαχτίδα”** στο Πα.Γ.Ν.Η. (2008-2013) για τη δωρεάν φιλοξενία των παιδιών και οικογενειών τους που νοσηλεύονται στην Παιδιατρική Κλινική Αιματολογίας - Ογκολογίας του Πα.Γ.Ν.Η. Το έργο αυτό χρηματοδοτήθηκε αποκλειστικά από την **ηλιαχτίδα (80%)** και τη στήριξη του Ιδρύματος Σταύρος Νιάρχος (20%).





ηλιαχτίδα

ΕΡΓΟ ΣΥΛΛΟΓΟΥ ΜΕΧΡΙ ΣΗΜΕΡΑ

Έχει ανακαινίσει πλήρως το play-room που βρίσκεται μέσα στην κλινική, το οποίο εφοδιάζει τακτικά με παιχνίδια, χειροτεχνίες και οποιοδήποτε άλλο υλικό χρειαστούν τα παιδιά για την δημιουργική απασχόληση τους.



ηλιαχτίδα

ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΜΕΧΡΙ ΣΗΜΕΡΑ



27ο
Παγκρήτιο
Παιδιατρικό
Συνέδριο
2015



Επισκεψη
Γ.Χαρούλη
2015



Ευρωπαϊκού
Πρωταθλήματος
Εθνικών
Ομάδων Στίβου 2015



ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΜΕΧΡΙ ΣΗΜΕΡΑ



Run Greece 2013

Εγκαίνια ξενώνα
18/11/2013



ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΜΕΧΡΙ ΣΗΜΕΡΑ



Χριστουγεννιάτικη Γιορτή
2013

Επίσκεψη Σάκη Ρουβά





ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΜΕΧΡΙ ΣΗΜΕΡΑ



Συναυλία με Β. Παπακωνσταντίνου
2014



Συναυλία με Θ. Μικρούτσικο 2013



Συναυλία με
Γ. Χαρούλη
2015



Συναυλία με τα
Στρατάκια 2015



ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΜΕΧΡΙ ΣΗΜΕΡΑ



Επίσκεψη
Γιάννη Πλούταρχου
2012



Επίσκεψη
Κάρμεν Ρουγγέρη
2012



ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΜΕΧΡΙ ΣΗΜΕΡΑ



Εκδήλωση με
Α.Δραμουντάνη
2014



Αποκριάτικη
Γιορτή 2014



Ημερίδα Παιδικού
Καρκίνου 2014



ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΜΕΧΡΙ ΣΗΜΕΡΑ



Χριστουγεννιάτικη
Γιορτή 2014

Αρκαλοχώρι
Street Run 2014





ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΜΕΧΡΙ ΣΗΜΕΡΑ



Προβολή
Ταινίας
"Πολικό
εξπρές" 2015



Τουρνουά Παλαιμάχων
Εργοτέλη 2015



Το χωριό του Άη Βασίλη
2015



ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΜΕΧΡΙ ΣΗΜΕΡΑ



Χριστουγεννιάτικο
Παζάρι 2013



Χριστουγεννιάτικο
Παζάρι 2014



Χριστουγεννιάτικο
Παζάρι 2015



Πασχαλινό
Παζάρι
2014



Πασχαλινό
Παζάρι 2015



ηλιαχτίδα

ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΕΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΙΚΕΣ ΔΟΜΕΣ

Η **πρώτη δομή** αφορά την συνλειτουργία με τη Διοίκηση του Πα.Γ.Ν.Η. του ξενώνα.

Η **δεύτερη δομή** εστιάζει στην ψυχολογική υποστήριξη των παιδιών και των οικογενειών τους με τη χρηματοδότηση της ψυχολόγου της Κλινικής Αιματολογίας Ογκολογίας Παιδών του Πα.Γ.Ν.Η.

Η **τρίτη υποστηρικτική δομή** είναι η οργάνωση μίας εξαιρετικής εθελοντικής ομάδας



ηλιαχτίδα

ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΠΑΡΟΧΕΣ

- Αναλαμβάνει την κάλυψη εξόδων εξωνοσοκομειακών εξετάσεων και μετακινήσεων σε δημόσια νοσοκομεία του εξωτερικού και του εσωτερικού, για εξειδικευμένες χειρουργικές επεμβάσεις αλλά και σε ιδιωτικά νοσοκομεία.
- Ενισχύει οικονομικά τις οικογένειες και καλύπτει όσο το δυνατόν περισσότερες ανάγκες τους.
- Συμβάλλει σημαντικά στη βελτίωση των συνθηκών παραμονής των ασθενών στην κλινική, με τη συντήρηση και τον εξοπλισμό των δωματίων νοσηλείας.
- Υποστηρίζει οικονομικά το εργαστηριακό, το ερευνητικό και ευρύτερα επιστημονικό έργο της κλινικής Αιματολογίας- Ογκολογίας Παιδών του Πα.Γ.Ν.Η. που σχετίζεται & με την εργαστηριακή υποστήριξη της Μονάδας Μεταμόσχευσης.

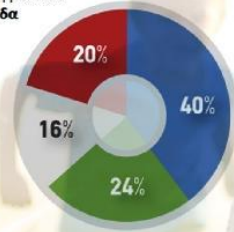




ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΕΞΟΔΩΝ

Τα έσοδά μας:

1. Οικονομική ενίσχυση οικογενειών/ Ψυχολογική υποστήριξη παιδιών & οικογενειών
2. Έξοδα νοσηλείας και θεραπειών παιδιών
 - εξειδικευμένες ιατρικές εξετάσεις
 - μετακινήσεις και διαμονή παιδιών & οικογενειών για νοσηλεία εντός και εκτός Ελλάδος
 - φάρμακα και ανάγκες νοσηλείας
 - ιατρικός εξοπλισμός της Μονάδας Αιματολογίας-Ογκολογίας Παιδων ΠΑ.Γ.Ν.Η.
3. Συντήρηση & λειτουργία Παιδικού Ξενώνα «Η Ηλιαχτίδα», Συντήρηση & λειτουργία του Παιδότοπου στην Κλινική Αιματολογίας Ογκολογίας Παιδων ΠΑ.Γ.Ν.Η.
 - μισθοί προσωπικού
 - προμήθειες και φροντίδα
4. Λειτουργικά Έξοδα



Κατανομή Πόρων

- 40% Οικονομική ενίσχυση οικογενειών / Ψυχολογική υποστήριξη παιδιών και οικογενειών
- 24% Έξοδα νοσηλείας & θεραπειών παιδιών
- 16% Συντήρηση & λειτουργία Παιδικού Ξενώνα & Παιδότοπου
- 20% Λειτουργικά έξοδα



ΕΤΗΣΙΟΙ ΧΟΡΗΓΟΙ 2015

Χρυσό χορηγοί - 2015



Ασημένιοι χορηγοί - 2015



Χάλκινοι χορηγοί - 2015





ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΕΣ 2015



ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ





ΣΤΟΧΟΙ ΣΥΛΛΟΓΟΥ

Άμεσοι στόχοι μας είναι:

- η δημιουργία εξωνοσοκομειακής δομής παροχής ολοκληρωμένου πλαισίου ψυχολογικής στήριξης για παιδιά με καρκίνο και τις οικογένειές τους κατά τη διάρκεια και κυρίως μετά το πέρας της νοσηλείας/θεραπείας/ θανάτου.

- Η πλήρης ανακαίνιση της Κλινικής Αιματολογίας - Ογκολογίας Παιδών και η δημιουργία ολοκληρωμένης αίθουσας διδασκαλίας μέσα στο χώρο της κλινικής για τη σωστή εκπαίδευση των παιδιών από εξειδικευμένο εκπαιδευτικό προσωπικό Α'/θμιας εκπαίδευσης.

Οι δύο τελευταίοι στόχοι είναι σε φάση εκτίμησης αναγκών, σχεδιασμού και υποβολής πρότασης προς χρηματοδότηση.



Στην ομάδα της **ηλιαχτίδας** είμαστε όλοι εθελοντές αφοσιωμένοι στην εξυπηρέτηση του σκοπού του συλλόγου με απόλυτη διαφάνεια και σεβασμό στον κόσμο που στηρίζει με κάθε τρόπο το έργο μας, με σεβασμό στο σπουδαίο έργο της Κλινικής Αιματολογίας- Ογκολογίας Παιδών του Πα.Γ.Ν.Η, στους συνεργάτες μας και κυρίως με απόλυτο σεβασμό και αγάπη στα παιδιά και τις οικογένειες τους.



**Social Media and Women Entrepreneurship: From
Word of Mouth to World of Mouth. Reach your
Audience, Build your Brand, Grow your Business.**

Maria Chatzina

Marketing Manager Dermamed Medical Group
hatzina@hotmail.com



Reach your audience
Build your brand
Grow your business

Social Media and Women Entrepreneurship: Word of Mouth goes World of Mouth



Εισαγωγή

- Το τοπίο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης & η χρήση τους για την μεγιστοποίηση της ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας.
- Τεχνικές και των βέλτιστες πρακτικές που χρησιμοποιούν συγκεκριμένες πλατφόρμες social media και η ένταξη τους στο σχέδιο μάρκετινγκ μιας επιχείρησης

**How Effective Use Of Social Media
Can Help Your Small Business**





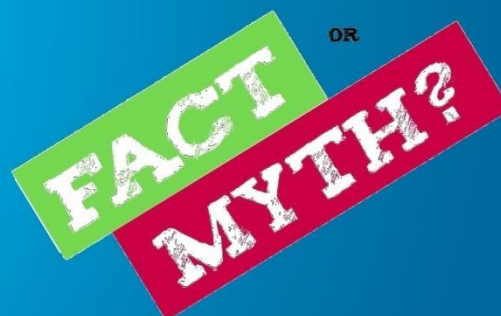
Γιατί οι γυναίκες είναι καλές επιχειρηματίες στην Ψηφιακή Εποχή

- Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διευκολύνουν την επιχειρηματική δραστηριότητα
- Παρέχουν πρόσβαση σε ένα δίκτυο ανθρώπων με βασικό στοιχείο την αλληλεπίδραση
- Προσφέρουν κρίσιμους πόρους μάθησης και υποστήριξης
- Είναι σημαντική πηγή δυνητικών πελατών



Γιατί οι γυναίκες είναι καλές επιχειρηματίες στην Ψηφιακή Εποχή

"Οι γυναίκες δεν «μαθαίνουν» εύκολα την τεχνολογία και η εμπλοκή των ψηφιακών εργαλείων ειδικά για επαγγελματικούς λόγους απαιτεί χρόνια εμπειρίας."





Γιατί οι γυναίκες είναι καλές επιχειρηματίες στην Ψηφιακή Εποχή

Οι γυναίκες έχουν ισχυρές δεξιότητες επικοινωνίας που είναι ζωτικής σημασίας για την επιτυχία σε κάθε επιχειρηματικό περιβάλλον.

- Οι γυναίκες έχουν ισχυρές δεξιότητες επικοινωνίας και ένα υψηλό επίπεδο κοινωνικής νοημοσύνης.
- Οι γυναίκες είναι καλές ακροάτριες
- Οι γυναίκες συνεργάζονται
- Οι γυναίκες τείνουν να προτιμούν πιο ασφαλείς επιχειρηματικές επενδύσεις με χαμηλό ρίσκο κινδύνου.



Γιατί να χρησιμοποιήσετε τα social media στην επιχείρησή σας

- Σύνδεση με τους πελάτες, νέους και υφιστάμενους
- Αύξηση της προβολής της μάρκας
- Διαφημιστικούς λόγους
- Επαγγελματική δικτύωση

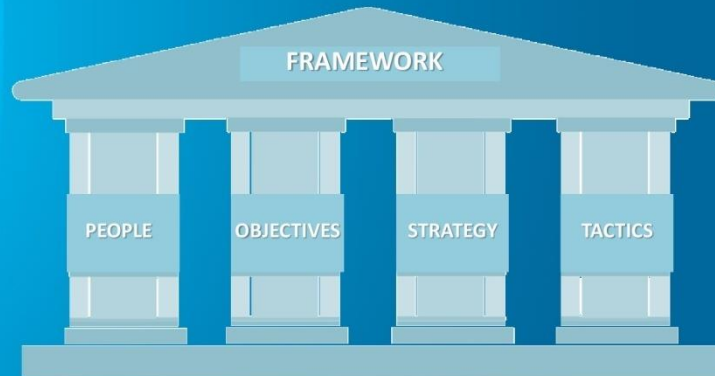
Τα Social media είναι ένας ανέξοδος και εύκολος τρόπος για να επικοινωνήσετε με στοχευμένο κοινό, να «χτίσετε» την αναγνωρισιμότητα του εμπορικού σας σήματος και να αυξήσετε τις πωλήσεις σας



Το πλαίσιο δημιουργίας μιας επιτυχημένης στρατηγικής social media

Βασίζεται σε 4 πυλώνες:

- Προσδιορισμός κοινού-στόχου
- Καθορισμός στόχων
- Επιχειρηματική στρατηγική
- Η σωστή επιλογή της πλατφόρμας social media



Κοινό-στόχος

- Προσδιορισμός κοινού-στόχου με τη χρήση τμηματοποίησης
- Ο καθορισμός του κοινού στόχου, πρέπει να απαντά σε 2 βασικά ερωτήματα:*
- Τι χρειάζονται οι πελάτες σας;
 - Πως μπορεί το προϊόν/υπηρεσία σας να βοηθήσει τους πελάτες σας;

DO YOU
KNOW YOUR
CUSTOMERS





Καθορισμός στόχων

- Ρεαλιστικοί
- Μετρήσιμοι
- Εφικτοί
- Σχετικοί
- Με σαφή χρονικό ορίζοντα



Επιλογή Στρατηγικής

- Πελατοκεντρική
- Πωλήσεων
- Προσφορών
- Δημιουργίας κοινότητας
- Ατόμων με επιρροή

Social Media Strategy

How to develop one for your company?



Επιλογή Πλατφόρμας social media



Facebook

Βασικές συμβουλές



- Δημιουργία σελίδας και ΟΧΙ ΠΡΟΦΙΛ!
- Προσκαλέστε τους φίλους σας
- Content is King! Δημιουργήστε ελκυστικό περιεχόμενο
- Ανεβάζετε posts συχνά (αλλά όχι πάρα πολύ συχνά!)
- Συνδεθείτε με άτομα που επηρεάζουν το κοινό σας.
- Να απαντάτε έγκαιρα και με σαφήνεια σε όλα τα σχόλια
- Συνδέστε την σελίδα σας με όλα τα υπόλοιπα online μέσα που διαθέτετε (ιστότοπο, άλλα κοινωνικά δίκτυα, newsletter campaigns κ.α.)



Instagram



Βασικές συμβουλές

- Η δημιουργία και παρακολούθηση λογαριασμού απαιτεί την χρήση smart phone ή tablet
- Συνδεθείτε με άτομα που ασκούν επιρροή στο κοινό στην κατηγορία των προϊόντων/υπηρεσιών που διαθέτετε όπως είναι οι bloggers, youtubers
- Οι εικόνες που ανεβάζεται πρέπει να είναι ευκρινείς, με σύντομο λεκτικό -εάν χρειάζεται και τετραγωνισμένες
- Χρησιμοποιήστε hashtags (#) σχετικά με το περιεχόμενό σας για να σας ανακαλύπτει εύκολα νέο κοινό και να σας παρακολουθεί το ήδη υπάρχον



YouTube



Βασικές συμβουλές

- Σκεφτείτε τι εικόνα θέλετε να περάσετε στο κοινό για το brand σας
- Τα βίντεο θα πρέπει είτε να εμπνεύσουν τα θετικά συναισθήματα (ενθουσιασμό, διασκέδαση, δέος, κ.λπ) ή να λύσει συγκεκριμένα προβλήματα των ανθρώπων (tutorials, πληροφορίες χρήσης κ.λπ)
- Σύντομη διάρκεια
- Ευρύ περιεχόμενο
- Η επιλογή τίτλου είναι ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΑ σημαντική
- Ενσωματώστε το βίντεο σε όλα τα μέσα που διαθέτετε στο διαδίκτυο



Καλές πρακτικές στα social media

- Προσήλωση σε 1 στόχο
- Ποιότητα
- Υπομονή
- Επιρροή
- Αξία
- Προσβασιμότητα
- Αμοιβαιότητα
- Προγραμματισμός
- Διαφήμιση
- Επιλογή αρχικά ΜΙΑΣ πλατφόρμας



Τι να αποφύγετε στα social media

- Μην «φωνάζετε» για τη μάρκα σας
- Εγκατάλειψη
- Υπερβολική έκθεση
- Επίθεση στα αρνητικά σχόλια ή
- Απουσία σχολιασμού





Συμπέρασμα

Οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης είναι ένα εξαιρετικό εργαλείο για τη στόχευση του κοινού που επιθυμούμε και για τη δημιουργία αλληλεπιδράσεων με αυτό, ωφέλιμων για την επιχείρηση. Επιλέγοντας αυτό που ταιριάζει στο όραμα και την αποστολή της εταιρείας μόνο οφέλη θα αποκομίσουμε όσον αφορά την αναγνωρισιμότητα της μάρκας, την προσέλκυση του κοινού και την μετατροπή τους σε πελάτες.



Σας ευχαριστώ πολύ!

Maria A. Chatzina B.B.A

Marketing Manager Dermamed Medical Group
Digital Marketing Strategist

ADWORDS

QUALIFIED
INDIVIDUAL

Google



www.facebook.com/MariaAChatzina



www.linkedin.com/in/mchatzina



www.instagram.com/maria_a_chatzina

Female Entrepreneur in Turbulence Times in Crete

Maria Pitsikaki

President of the Development Association of Female Entrepreneurs in Crete

cretanwomenweek@gmail.com



Η ΓΥΝΑΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ ΣΕ ΚΑΙΡΟ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

ΚΡΙΣΗ

- άνεργος άνδρας - εργαζόμενη γυναίκα
- 60% των γυναικών καλύπτει το 50- 80 % οικογενειακού εισοδήματος (Πηγή: people for business, 2012)
- ελληνικό επιχειρείν = 98% ΜΜΕ



ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

- Γυναικεία επιχειρηματικότητα ανερχόμενη σε καιρό κρίσης
- Ελλάδα = 2^η χαμηλότερη στην Ευρώπη
- Επιχειρηματικότητα ανάγκης (όχι ευκαιρίας)

- **Ανάγκες**
 - ηλικιακή ανανέωση (υποχρέωση ανατροφής - 63,4% >45 ετών)
 - εκπαιδευτική αναβάθμιση (46,6% απολυτήριο γυμνασίου)



ΕΛΠΙΔΟΦΟΡΑ ΣΗΜΑΔΙΑ

- **Νέοι**
 - Νέες tech
 - Υψηλό μορφωτικό επίπεδο

- **Αρωγή Αναπτυξιακού Συλλόγου Γυναικών**
 - Δωρεάν συμβουλευτική
 - Ενθάρρυνση στο ξεκίνημα



ΧΑΜΕΝΕΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ Ή ΜΗΠΩΣ ΟΧΙ?

Νέοι αποδημούντες παράγουν 50 δισ € ΑΕΠ ετησίως
(ΕΛΣΤΑΤ)

ΛΥΣΗ: διδασκαλία επιχειρηματικότητας στα σχολεία



ΠΡΟΦΙΛ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ

- **Ισορροπία επιχειρηματικού μοτίβου:**
 - Οικονομικοί στόχοι
 - Προσωπική ικανοποίηση
 - Οικογενειακή ζωή
 - Όραμα & αξίες
 - Μετατροπή οικιακής οικονομίας σε ποιοτικό εμπόριο



ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΡΗΤΗΣ

- Πύλη Μεσογείου
- Ανάδειξη διεθνούς ταυτότητας από Περιφέρεια, Επιμελητήρια
- Σύνδεση εναλλακτικών μορφών τουρισμού με τοπικά προϊόντα

ΣΤΟΧΟΙ

- Ενσωμάτωση γυναικών στην τοπική αγορά εργασίας
- Αξιοποίηση τοπικών παραγωγικών δυνατοτήτων



ΓΥΝΑΙΚΕΙΟΙ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΙ ΩΣ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΑΓΡΟΤΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ

21 Συνεταιρισμοί → Κρίση → 16 Συνεταιρισμοί

Αδύνατα Σημεία

- Χαμηλή διοικητική και οργανωτική εμπειρία
- Δυσκολία προσαρμογής της παραγωγής στις ανάγκες της αγοράς
- Έλλειψη επαγγελματικής κατάρτισης
- Δυσκολία αποτελεσματικής προώθησης προϊόντων στην αγορά
- Χαμηλά έσοδα
- Επιφυλακτικότητα στην ανάληψη ρίσκου



ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ – ΔΡΑΣΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΥ ΣΥΛΛΟΓΟΥ ΓΥΝΑΙΚΩΝ (500 ΜΕΛΗ)

- Κατάρτιση 300 γυναικών-επιχειρηματιών & 1600 υπαλλήλων
 - Εξάλειψη κινήτρων επιμόρφωσης λόγω κρίσης



ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ – ΔΡΑΣΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΥ ΣΥΛΛΟΓΟΥ ΓΥΝΑΙΚΩΝ (500 ΜΕΛΗ)

- Έκθεση Κρητικών προϊόντων χειροτεχνίας-οικοτεχνίας
 - 10 χρόνια-θεσμός
 - Ανάδειξη αργαλειού
 - Επίδειξη μόδας



ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ – ΔΡΑΣΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΥ ΣΥΛΛΟΓΟΥ ΓΥΝΑΙΚΩΝ (500 ΜΕΛΗ)

- Επίσκεψη στη Νάπολη
- Μόνιμο εκθετήριο προϊόντων



ΜΑΡΙΑ ΠΙΤΣΙΚΑΚΗ

**ΠΡΕΣΒΕΙΡΑ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΡΗΤΗΣ
ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΥ
ΣΥΛΛΟΓΟΥ ΓΥΝΑΙΚΩΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ ΚΡΗΤΗΣ**

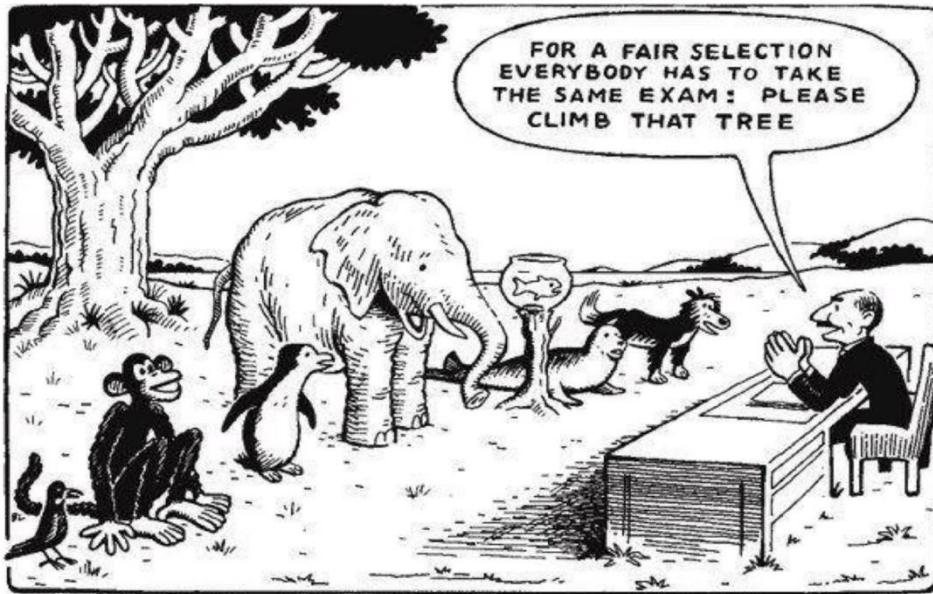
Carving new paths, the only solution!

Valentinos Tzekas

Founder, CEO, Near, valentinostzekas@gmail.com

Carving New Paths..
the Only Solution

by
Valentine Tzekas





“We Should Teach Students to Think Like
Entrepreneurs, not Accountants!”



“If Your Dreams Don’t Scare You,
They Aren’t Big Enough!”



Thanks!

Any questions?

You can find me at

- ▶ [Linkedin - Valentine Tzekas](#)
- ▶ ValentinosTzekas@gmail.com

Women Resource Centers in Sweden and in Europe

Britt-Marie Söderberg Torstensson

Chairwoman of Winnet Europe Association and Winnet Sweden,

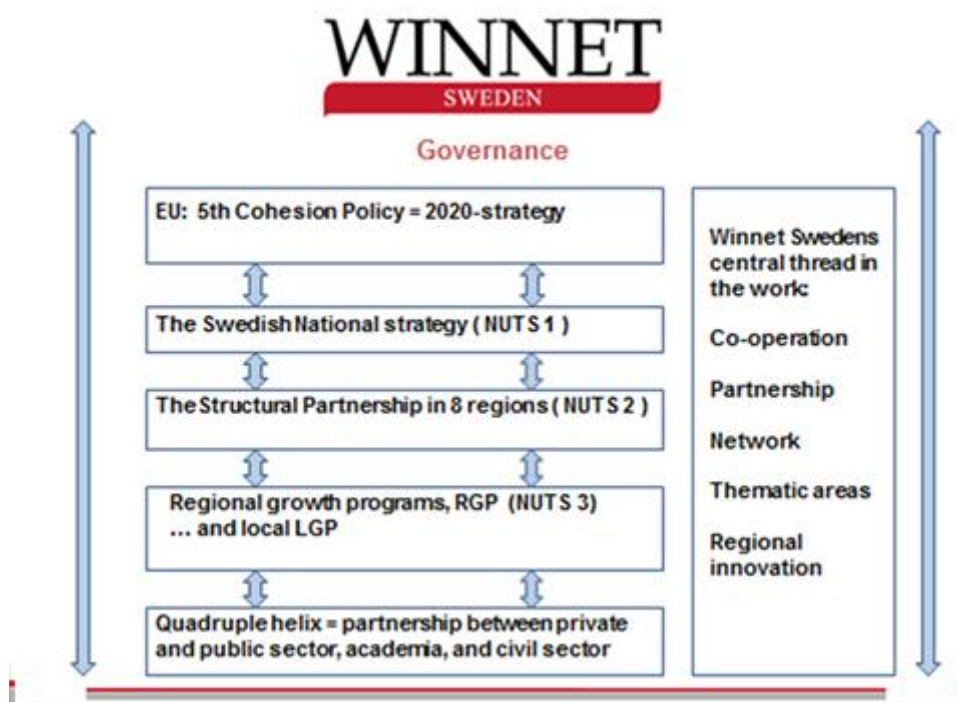
britt-marie.torstensson@winnetsverige.se

The Women Resource Centre in Sweden and in Europe!

- Entrepreneurship in Turbulent Times
Chania, Crete, Greece,
August 30, 2016

Britt-Marie S Torstensson,
President
Winnet Sweden – Europe

WINNET



The **primary task and mission** of the Womens Resource
Centres, WRC is to:

Increase the number of women participating in
economic life on a national, regional and a local level
for sustainable Gender Equal Regional Growth and
Development,

WINNET

The **primary task and mission** of the Womens Resource
Centres, WRC is to:

Empower and mobilise and increase women`s
participation in Innovation - Entrepreneurship,
on the labour market, in ICT, or other **with a**
Strategically Sustainable Growth perspective,
with a strategical cross border co-operation
and Rural Development perspective
Co-operation in Partnership, Network in
Thematic areas for regional innovation

WINNET

The **primary task and mission** of the Womens Resource
Centres, WRC is to:

Be a neutral meeting place for networking
groups of women

WINNET

The **primary task and mission** of the Womens Resource
Centres, WRC is to:

Fundamental is that they should develop on the
basis of local needs and conditions and women
demands

**WOMENS participation on Equal Terms and
with the same conditions**

WINNET

Legislative Good Example Sweden State Finance of Swedish WRCs:

- According to a parliamentary agreement public funding is **granted for financing activities across National, Regional and Local areas for WRCs** (Integral part of Regional Policy for Growth since 2002)
- The Swedish Agency for Economic and Regional Growth – is assigned by government to run **Gender specific WRC programmes** –this is grounded in Swedish Gender Equality Legislation
- For the programming period 2010-2015 Government allocated €3.3 million each year basic funding and co-finance for ERDF and other EU programmes
- **Tasks WRC s, in Regional Development for Growth inc. Entrepreneurship and Innovation Labour market Accessibility Transnational/Cross Border Co-operation ,, Rural Development**



- Winnet Europe, the European Association of Women Resource Centres, was established 2006 as a result of Interreg III C project, W.IN.NET
Winnet Europe's member is active in:
- Entrepreneurship – Innovation,
- Labour market – gendersegregation
- ICT and infrastructure of transport
- Rural Development, and cross border co-operation

A lot of transnational co-operation in Winnet Europe



Handbook for Women's Resource Centres



Empowerment, the individual's own power, belief in knowledge, and the power to influence their own situation in society, are the key characteristics of the work that goes on in Resource Centres for Women.
The Handbook is designed to aid the establishment of Women's Resource Centres.
Use it! We wish you success!

1. Introduction
2. Why and how WRCs can contribute to change
3. WRC: the historical background and their role and mission today
4. The work of a Woman's Resource Centre
5. Starting up, organising and governing sustainability in a Woman's Resource Centre
6. Working in project form
7. Working methods and tools for use in a WRC

The Handbook for Women's Resource Centres is published on the website www.interregivc.org

The Handbook is produced by Winnet together with experts and funding from the Interreg Agency for Economic and Regional Growth - Interregional

20110813

WINNET

**Baltic Sea Region Partnership Platform
for Gender & Economic Growth**

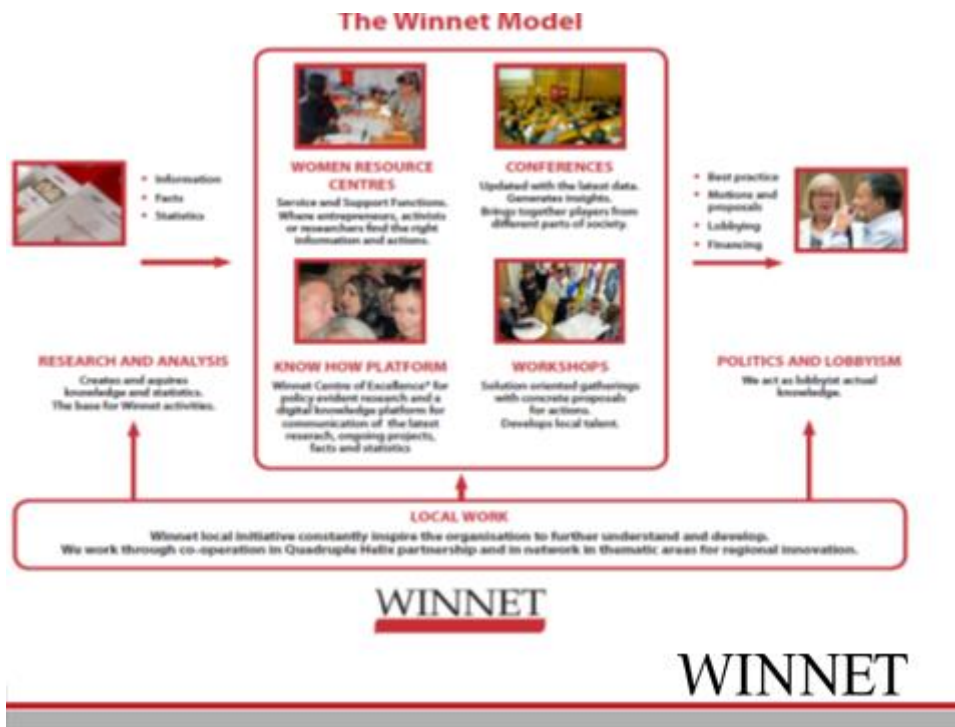


Winnet Center of Excellence

Seed Source project January 1, 2012 – September 30, 2013 coordinated by Winnet Sweden



WINNET



For more information:

www.winnet.se

www.winneteurope.org

www.winnet8.eu

www.balticsearegion.org

WINNET

The project “Going Abroad” and the method of Business Success Teams

Bodil Nilsson

Project manager

bodil.nilsson@winnetsverige.se



About the project Going Abroad and the method of Business Success Teams

Bodil Nilsson, project manager of Going Abroad

Entrepreneurship in Turbulent Times, Chania, Crete, Greece,
Augusti 30, 2016



Going Abroad

- A project with 7 partners, Sweden, Germany and Lithuania- NGOs
6 associated partners also from Poland, 2011-2014
- Partly financed by the Interreg IV C South Baltic Programme.
Selected as a Top 5 Project.
- Aim to strengthen the position of women entrepreneurs with micro-businesses and encouraged them to increase their cross-boarder activity
- Implemented Business Success Teams (5 National Success Teams and 7 Cross Border Success Teams) and a branch network on the website





The idea of the Business Success Teams

- Comes from US and is a method invented by Barbara Sher that Ulrike Bergmann brought to Germany in the 1990s.
- Can be applied for various groups, where the participants have aims for personal or professional development
- Women Resource Centres (WRC) in Mecklenburg-Vorpommern have been working with the Success Teams since 2003 (EQUAL project)
- This has inspired WRCs in Sweden to start working with the method since 2007

Used the method for women running their own businesses



The Business Success Team is ...

- ... a supporting approach of contacts and networks
- ... the idea that business women from different branches meet to motivate and support each other in the management of their own enterprises
- ... a group of 4-6 people, who meet regularly, once a month to support each other to achieve the goals they set for themselves, 6 months – 1 year

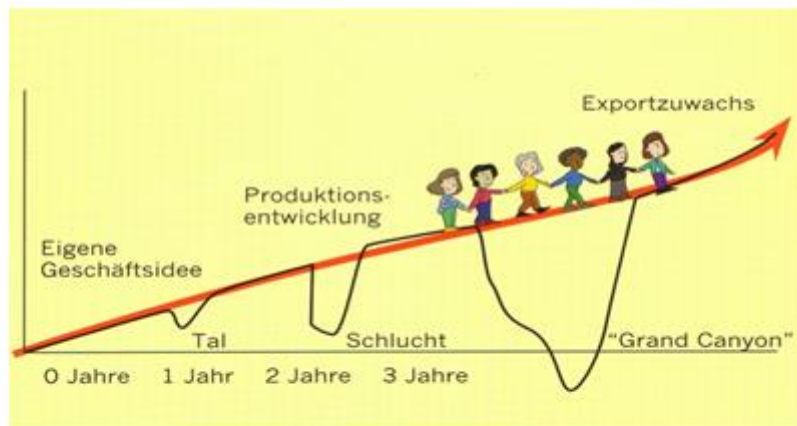


Activities and aims

- Activities in a Business Success Team focus on improving the participants' abilities to start up and manage a business through sharing their individual experiences
- Aims are in particular:
 1. to detect and formulate goals
 2. to draw in external suggestions and ideas
 3. to further develop the potential of the entrepreneur and the company



With support of the team ...



How does it work?

- Clearly structured „round of talks"
- Participants are running the team, take turns to chair the meeting and keep a journal
- Structure of the meeting, three stages:
 1. getting started, 5 min for each participant, progress since last meeting
 2. support , evaluate difficult issues and situations together and find solutions for them
 3. aims, 5 min for each participant to define her aims, what will be achieved until the next meeting, homework
- Duration of a meeting 2-3 hours



Learning

What have you learned while working together with other Business Success Team members?

- To listen to the opinion of others
- To be more brave, not to be afraid to say my own opinion
- To be more positive about my own aims and to be more persistent in reaching them
- To share – thoughts, ideas
- That life is constantly changing and I must move forward





Learning

While being with the same minded, there is more motivation to develop and to reach own goals
Daiva Dudėnienė, Kretinga, Lithuania

I joined Success team because I wanted to develop myself and to find new contacts
Daiva Augutienė, Kretinga, Lithuania





Thank you for your attention!

- The Success Team method, A Handbook
- Statistical reports about the life of Women and Men in the South Baltic countries
- Going Abroad – the Success Story

www.goingabroad.eu

- Going Abroad II?



Helping Ambitious Female SMSs Innovate and Grow Internationally in Turbulent Times

Panagiotis Ignatiadis

Praxi Network, ignatiadis@help-forward.gr

**enterprise
europe
network**

Helping ambitious female SMEs innovate and grow internationally in turbulent markets

ForEMOsT2016 Conference, Chania



P.Ignatiadis, Praxi Network

een.ec.europa.eu

praxi »
help-forward network



Think bigger
Go further

een.ec.europa.eu

praxi »
help-forward network



The world's largest support Network for SMEs with international ambitions

een.ec.europa.eu



Boosting growth and jobs

1

The Enterprise Europe Network is a key instrument in the EU's strategy to boost growth and jobs.

2

Launched in February 2008 by the Commission's DG GROW (previously "Enterprise and Industry" ENTR)

3

Co-financed under the EU's COSME and HORIZON 2020 funding programmes - encouraging competitiveness and innovation of European SMEs

4

Total funding of over 180 million EURO

een.ec.europa.eu





een.ec.europa.eu



Based in your region and connected to the world



een.ec.europa.eu



How do we help?



We combine **international business expertise** with **local knowledge** to take your innovation into new markets.

een.ec.europa.eu

praxi »
help-forward network

enterprise
europe
network
Business Support on Your Doorstep



Our services



een.ec.europa.eu

praxi »
help-forward network

enterprise
europe
network
Business Support on Your Doorstep



A broad range of services for growth-oriented SMEs

INTERNATIONAL PARTNERSHIPS	ADVISORY SUPPORT	INNOVATION SUPPORT
Partnership database	Advice on EU laws and standards	Access to finance and funding
Brokerage events	Market intelligence	Innovation Management Services
Company missions	IPR expertise	Technology transfer

een.ec.europa.eu

PLACE PARTNER'S LOGO HERE



How it works: international partnerships

The Network's business database contains thousands of company profiles to find the perfect match. In addition we organise:

Matchmaking events across Europe where SMEs can meet potential business partners in person.

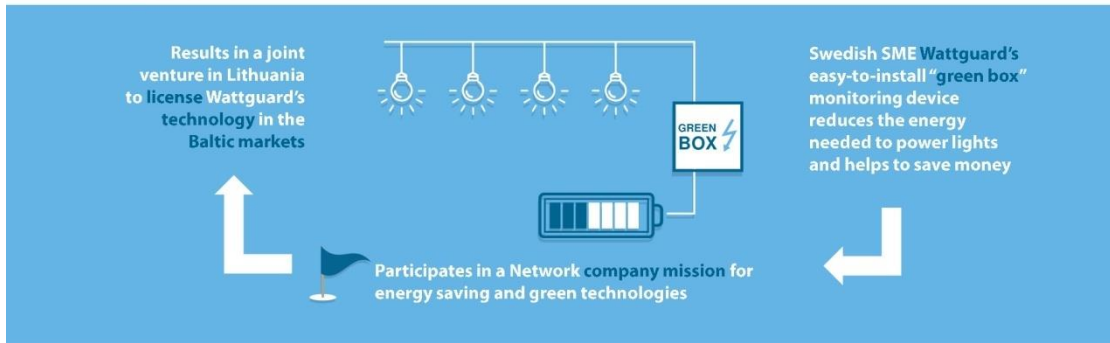
Company missions where we set up and prepare you for targeted international meetings with strong business prospects



een.ec.europa.eu



How it works: international partnerships



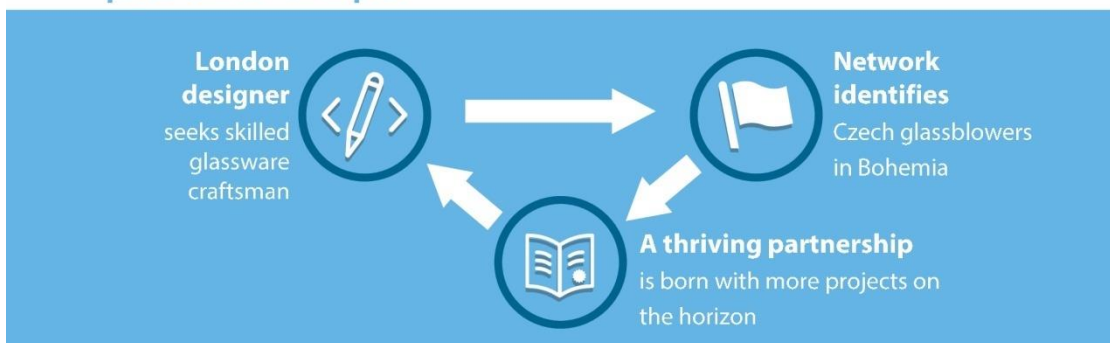
een.ec.europa.eu

praxi »
help-forward network

enterprise
europe
network
Business Support on Your Doorstep

European
Commission

How it works: international partnerships



een.ec.europa.eu

praxi »
help-forward network

enterprise
europe
network
Business Support on Your Doorstep

European
Commission

How it works: advisory support

The Network's experts provide tailor-made advice



- | Practical advice on doing business in another country
- | Identifying the best market opportunities for your business
- | Information on EU laws and standards
- | Advice on intellectual property
- | Facilitating SME feedback on EU rules

een.ec.europa.eu

praxi »
help-forward network

enterprise
europe
network
Business Support on Your Doorstep



How it works: advisory support



een.ec.europa.eu

praxi »
help-forward network

enterprise
europe
network
Business Support on Your Doorstep



How it works: innovation support

Tailored support packages to steer you onto the fast track to success.



- | Advice and help for innovative SMEs to access R&I funding (H2020, SME Instrument ...)
- | KAM services for SME Instrument beneficiaries
- | Personalised support to help shape innovation potential into international commercial success
- | Help in finding the right technology to improve your innovation
- | Help in finding the finance it needs to grow.

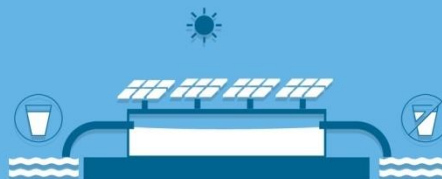
een.ec.europa.eu

praxi »
help-forward network



How it works: innovation support

SOLWA teams up with a Spanish research centre with complementary expertise. Enhanced technology wins multiple awards.



Italian start-up SOLWA SRL developed a green technology to treat polluted or sea water using solar energy

Network organises high level institutional delegation in Portugal to raise its profile and meet other companies working in the international markets.

een.ec.europa.eu

praxi »
help-forward network



How it works: innovation support



een.ec.europa.eu

praxi »
help-forward network

enterprise
europe
network
Business Support on Your Doorstep

European
Commission

It works! Crypteia



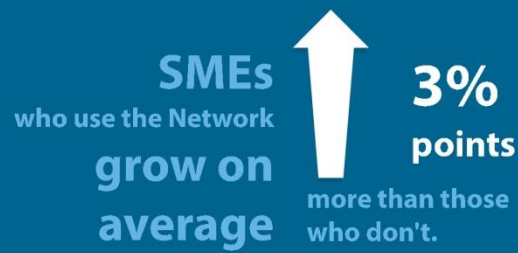
een.ec.europa.eu

praxi »
help-forward network

enterprise
europe
network
Business Support on Your Doorstep

European
Commission

It works! Satisfied, successful SMEs



een.ec.europa.eu

praxi »
help-forward network



Boosting growth and creating jobs in the EU (2008 – 2014)



11,000
companies
have signed business,
technology or research
partnerships



90,000
companies
attended international
brokerage events and
company missions



1.7
million
people
participated
in events



70,000
targeted
business
meetings
every year



600,000
questions
on EU issues
answered

een.ec.europa.eu

praxi »
help-forward network



Boosting growth and creating jobs in the EU (2008 – 2014)



**13,000 Business
Connections**

Via B2B matchmaking
with companies outside
the EU



**10,000
Technology**

and business offers &
requests available



**7,000
SMEs**

Connecting
every month



**13,000
Technology**

audits and business
reviews per year

een.ec.europa.eu

praxi »
help-forward network



17 key sectors

Network experts in 17 key sectors have teamed up to provide you with customised support.



Aeronautics and
space



Agrofood



Automotive, Transport
and Logistics



BioChemTech



Creative
Industries



Environment



Healthcare



ICT Industry &
Services



Intelligent
Energy



Maritime Industry
and Services



Materials



Nano and micro
technologies



Services and
Retail



Sustainable
Construction



Textile & Fashion



Tourism and
Cultural Heritage



Women
Entrepreneurship

een.ec.europa.eu

praxi »
help-forward network



Contact us

Visit een.ec.europa.eu,
www.enterprise-hellas.gr

een.ec.europa.eu



Office for the Entrepreneurial Support of SMEs

Konstantina Mataliotaki

Business Consultant of Chania Chamber of Commerce,

epixeirin@chania-cci.gr, kmataliotaki@gmail.com



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΘΝΙΚΟ ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΟ ΑΠΡΟΒΛΕΠΤΩΝ 2007-2013
Επένδυουμε στον άνθρωπο



1



“Ευκαιρίες στήριξης της γυναικείας Επιχειρηματικότητας μέσω των Προγραμμάτων ΕΣΠΑ κόντρα στην αβεβαιότητα και εν μέσω αρνητικών για την οικονομία της Χώρας μας συγκυριών”

Παρουσίαση: κα Άννα Χατζάκη

Στέλεχος της Αναπτυξιακής Κρήτης, Ενδιάμεσου Φορέα Διαχείρισης του Υπουργείου Οικονομίας, Ανάπτυξης και Τουρισμού

Υπεύθυνη Προγραμμάτων «Εθνικού Αποθεματικών Απροβλεπτών» και «Γυναικείας Απασχόλησης» του ΕΚΤ

Supporting the Female Entrepreneurship through ESPA financial projects while handling the financial crisis in Greece

Speaker_: Anna Chatzaki/ Anaptixiaki Kritis/ Development Association of Crete.



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΘΝΙΚΟ ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΟ ΑΠΡΟΒΛΕΠΤΩΝ 2007-2013
Επένδυουμε στον άνθρωπο



2

ΤΙΤΛΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

«Ολοκληρωμένη παρέμβαση για τη στήριξη της Γυναικείας Απασχόλησης μέσω ενίσχυσης της Επιχειρηματικότητας»

- Αίτημα από τη Γενική Γραμματείας Ισότητας των Φύλων
- Εκπονήθηκε σχέδιο δράσης και οδηγός εφαρμογής

ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

- Η τόνωση της απασχόλησης μέσω της δημιουργίας πρόσθετων δυνατοτήτων πρόσβασης στην αγορά εργασίας των απειλούμενων από την ανεργία γυναικών, των ανέργων – αιτούντων εργασία και των ανενεργών γυναικών.
- Η υποστήριξη των νέων επιχειρήσεων, ώστε να ενισχυθεί η προσαρμοστικότητά τους στις νέες συνθήκες που έχουν διαμορφωθεί στον τομέα της οικονομίας και απασχόλησης, ως αποτέλεσμα των επιπτώσεων της τρέχουσας κρίσης.

ΔΡΑΣΕΙΣ



■ ΥΠΟΔΡΑΣΗ 1

«Ολοκληρωμένη παρέμβαση για τη στήριξη της γυναικείας απασχόλησης μέσω ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας για γυναίκες **18-35** ετών»

■ ΥΠΟΔΡΑΣΗ 2

«Ολοκληρωμένη παρέμβαση για τη στήριξη της γυναικείας απασχόλησης μέσω ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας για γυναίκες **36-64** ετών»

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΘΝΙΚΟ ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΟ ΑΠΡΟΒΛΕΠΤΩΝ 2007-2013
Επενδύουμε στον Άνδρωπο



ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

- Ο Συνολικός Προϋπολογισμός του Προγράμματος ανέρχεται στα **40.000.000 € (Δημόσια Δαπάνη)** και κατανέμεται ισόποσα στις δύο υποδράσεις.
- Ο Συνολικός Προϋπολογισμός κατανέμεται στις **8 Περιφέρειες Αμιγούς Στόχου 1:**(Κρήτη, Ιόνια Νησιά, Β. Αιγαίο, Ανατολική Μακεδονία & Θράκη, Ήπειρος, Θεσσαλία, Δυτική Ελλάδα και Πελοπόννησος)

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΘΝΙΚΟ ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΟ ΑΠΡΟΒΛΕΠΤΩΝ 2007-2013
Επενδύουμε στον Άνδρωπο

ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ

- Το ποσοστό Δημόσιας Χρηματοδότησης ανέρχεται στο **100%** του συνολικού προϋπολογισμού.
- Το Πρόγραμμα συγχρηματοδοτείται κατά **85%** από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (Ε.Κ.Τ.) και κατά **15%** από εθνικούς πόρους.

Οι δικαιούχοι θα πρέπει:

- να είναι γυναίκες 18-64 ετών οι οποίες θα πρέπει να ανήκουν στις ακόλουθες κατηγορίες:
 1. Άνεργες
 2. Απολυμένες κατά την τελευταία τριετία
 3. Επιχειρηματίες που έκλεισαν την επιχείρησή τους την τελευταία τριετία
 4. Απειλούμενες από ανεργία
 - α) Εργαζόμενες σε επιχειρήσεις που βρίσκονται σε επίσχεση εργασίας
 - β) Εργαζόμενες σε επιχειρήσεις που έχουν υπαχθεί στο άρθρο 99
 5. Αυτοαπασχολούμενες

ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΜΟΡΙΟΔΟΤΗΣΗΣ

Προτεραιότητα δίνεται σε υποψήφιας που εντάσσονται σε μια από τις ακόλουθες κατηγορίες:

- Μακροχρόνια άνεργες γυναίκες που είναι εγγεγραμμένες πάνω από 12 μήνες στο μητρώο ανέργων του ΟΑΕΔ
- Μητέρες μονογονεϊκής οικογένειας
- Γυναίκες θύματα trafficking ή οικογενειακής βίας.
- Γυναίκες ωφελούμενες από Τοπικές Δράσεις Κοινωνικής Ένταξης για Ευάλωτες Ομάδες (ΤοπΕΚΟ) και Τοπικά Σχέδια για την Απασχόληση (ΤοπΣΑ)

ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΜΟΡΙΟΔΟΤΗΣΗΣ

- Γυναίκες για τις οποίες το συνολικό εισόδημα δεν υπερβαίνει κατ' έτος το όριο φτώχειας όπως αυτό ορίζεται από την ΕΛΣΤΑΤ
- Γυναίκες γονείς πολύτεκνων / τρίτεκνων οικογενειών
- Γυναίκες με ειδικές ανάγκες ή δικαιούχοι που έχουν σύζυγο / τέκνο / -α που ανήκουν στην ομάδα των Αμεα
- Γυναίκες – μέλη οικογενειών με άνεργο-απολυμένο τουλάχιστον ένα ακόμη μέλος της οικογένειας και με συνολικό οικογενειακό εισόδημα που δεν υπερβαίνει το οικογενειακό όριο φτώχειας.

ΕΠΙΛΕΞΙΜΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ



A/A	Κατηγορία Ενέργειας - Δαπάνης
1	ΕΝΟΙΚΙΑ
2	ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΔΕΚΟ
3	ΔΑΠΑΝΕΣ ΙΔΡΥΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ
4	ΔΑΠΑΝΕΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ (ΝΟΜΙΚΗ, ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΗ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ)
5	ΕΞΟΔΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ & ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ
6	ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΕΣ ΕΙΣΦΟΡΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ
7	ΔΑΠΑΝΕΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΥΜΒΟΥΛΟΥ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΝΤΑΞΗ ΚΑΙ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ
8	ΔΑΠΑΝΕΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ MENTORING / COACHING ή/και ΔΑΠΑΝΕΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ ΣΕ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΟ ΦΟΡΕΑ
9	ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΠΑΓΙΩΝ
10	ΔΑΠΑΝΕΣ ΜΙΣΘΩΣΗΣ / LEASING ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑΣ ΠΡΩΤΩΝ ΥΛΩΝ ΚΑΙ ΕΝΔΙΑΜΕΣΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ
11	ΜΙΣΘΟΛΟΓΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ (ΣΥΜΠ. ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ ΕΙΣΦΟΡΩΝ) ΝΕΑΣ ΘΕΣΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ (1 ΕΜΕ)

11

Ποσό Επιχορήγησης



Επιχειρηματικά σχέδια

- Κατώτατος Π/Υ : **10.000€**
- Ανώτατος Π/Υ : **20.000€**
- **12.000€** για δημιουργία Νέας/Νέων Θέσης/ων Εργασίας – 1 ΕΜΕ με πρόσληψη ανέργου/ων (κάλυψη μισθολογικού κόστους για 12 μήνες)

ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΚΑΙ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ

Μέγιστη διάρκεια : **δεκαοχτώ (18) μήνες** από την ημερομηνία έκδοσης της απόφασης ένταξης.

Η ηλεκτρονική υποβολή των προτάσεων ολοκληρώθηκε την 15/04/2013 με την παραλαβή 1381 επενδυτικών σχεδίων στην Περιφέρεια Κρήτης εκ των οποίων εγκρίθηκαν 595 με προϋπολογισμό 18.594.357,73 € .

Στην υλοποίηση του επενδυτικών τους σχεδίων προχώρησαν 475 δικαιούχοι.

Αναλυτικότερα ανά νομό

*Ηράκλειο 301 επιχειρήσεις
Χανιά 77 επιχειρήσεις
Ρέθυμνο 66 επιχειρήσεις
Λασιθί 31 επιχειρήσεις*

ΣΥΝΟΛΟ 475

Η διάρκεια υλοποίησης του Προγράμματος παρατάθηκε με τροποποίηση του Οδηγού του Προγράμματος έως και το Δεκέμβριο του 2015 (26 μήνες) και μέχρι το τέλος Σεπτεμβρίου 2016 το Πρόγραμμα θα έχει ολοκληρώσει το σύνολο των τελικών εκταμιεύσεων προς τις δικαιούχους.

**Ευχαριστούμε πολύ για την
προσοχή σας.**



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ,
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΘΝΙΚΟ ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΟ ΑΠΡΟΒΛΕΠΤΩΝ 2007-2013

Επενδύουμε στον άνθρωπο



πρόγραμμα για την ανάπτυξη



ΓΡΑΦΕΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ

Εισήγηση : Ματαλιωτάκη Κωνσταντίνα
Υπεύθυνη ΓΕΥΜΜΕ



ΓΡΑΦΕΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ

Το Επιμελητήριο Χανίων υπάρχει για να υποστηρίζει τις επιχειρήσεις, την επιχειρηματικότητα και την ανάπτυξη στα Χανιά

Στο πλαίσιο των υποστηρικτικών δραστηριοτήτων του, για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις του νομού, δημιούργησε το **Γραφείο Επιχειρηματικής Υποστήριξης Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (ΓΕΥΜΜΕ)**



ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ
ΧΑΝΙΩΝ
ΠΑΝΤΑ ΔΙΠΛΑ ΣΟΥ

ΓΡΑΦΕΙΟ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ
ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ



ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ
ΧΑΝΙΩΝ
ΠΑΝΤΑ ΔΙΠΛΑ ΣΟΥ

ΓΡΑΦΕΙΟ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ
ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ

Ο ρόλος του ΓΕΥΜΜΕ

Βασική Αποστολή του Γραφείου είναι η στήριξη των επιχειρήσεων για

- τη βελτίωση της λειτουργίας τους
- την αύξηση της αποδοτικότητάς και της ανταγωνιστικότητάς τους

με την παροχή αξιόπιστων υπηρεσιών που παρέχονται δωρεάν από εξειδικευμένα στελέχη με απόλυτη εμπιστευτικότητα και εξατομικευμένο τρόπο

Ο ρόλος του ΓΕΥΜΜΕ

- Να παρέχει **ενημέρωση** και **πληροφόρηση** στις επιχειρήσεις, έγκαιρα και αξιόπιστα σχετικά με τα θέματα που τις απασχολούν (θεσμικές απαιτήσεις, νέοι νόμοι, προγράμματα, επιχορηγήσεις, επιδοτήσεις, κλπ)
- Να διαθέτει υπηρεσίες μέσω των οποίων οι επιχειρήσεις να μπορέσουν **να αντλήσουν την αναγκαία ενημέρωση** για να προχωρήσουν στην υλοποίηση των επιχειρηματικών σχεδίων τους
- Να παρέχει **ενημερωτικές και συμβουλευτικές υπηρεσίες** αναφορικά με τις διαθέσιμες χρηματοδοτικές ευκαιρίες και πηγές
- Να υποστηρίζει ενημερωτικά και συμβουλευτικά νέους επιχειρηματίες στα πρώτα βήματά τους



ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ
ΧΑΝΙΩΝ
ΠΑΝΤΑ ΔΙΠΛΑ ΣΟΥ

ΓΡΑΦΕΙΟ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ
ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ



ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ
ΧΑΝΙΩΝ
ΠΑΝΤΑ ΔΙΠΛΑ ΣΟΥ

ΓΡΑΦΕΙΟ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ
ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ

Ο ρόλος του ΓΕΥΜΜΕ

- Να διαθέτει τις αναγκαίες, χρήσιμες και επίκαιρες πληροφορίες για την **ανάπτυξη των επιχειρήσεων**, εύκολα προσβάσιμες σε αυτές.
- Να συμμετέχει στην ανάδειξη των **ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων** του νομού Χανίων και της Κρήτης γενικότερα και να διευκολύνει στην αξιοποίησή τους
- Να υποστηρίζει και διευκολύνει την **εξωστρέφεια** των επιχειρήσεων του νομού Χανίων
- Να διαμορφώνει συνθήκες και να υποστηρίζει την ανάπτυξη στο νομό Χανίων

Ο ρόλος του ΓΕΥΜΜΕ

Το ΓΕΥΜΜΕ **ενημερώνει** και **παραπέμπει** σε πηγές ενημέρωσης και πληροφόρησης, **οργανώνει** ενημερωτικές ημερίδες και εσπερίδες με επώνυμους επαγγελματίες για διάφορα θέματα που ενδιαφέρουν τις επιχειρήσεις και γενικώς αποτελεί το **πρώτο βασικό σημείο** αναφοράς και ενημέρωσης, **χωρίς βέβαια να υποκαθιστά** τις υπηρεσίες των νομικών, φοροτεχνικών και οικονομικών/επιχειρηματικών συμβούλων που έχουν ανάγκη σήμερα οι επιχειρήσεις για να εξυπηρετηθούν περαιτέρω.



ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ
ΧΑΝΙΩΝ
ΓΙΑΝΤΑ ΔΙΠΛΑ ΣΟΥ

ΓΡΑΦΕΙΟ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ
ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ



ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ
ΧΑΝΙΩΝ
ΓΙΑΝΤΑ ΔΙΠΛΑ ΣΟΥ

ΓΡΑΦΕΙΟ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ
ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ

Συνέργειες

Το Επιμελητήριο Χανίων συνεργάζεται με το
**Γραφείο Επιχειρηματικότητας του
Πολυτεχνείου Κρήτης** για την οργάνωση
ενημερωτικών εκδηλώσεων και δράσεων
σε τεχνικά θέματα τόσο της νέας όσο και
της υφιστάμενης επιχειρηματικότητας.

Επικοινωνία

Ωράριο Λειτουργίας : 09:00-14:00, 1^{ος} Όροφος,

Διεύθυνση : Ελ. Βενιζέλου 4, Χανιά

Υπεύθυνοι:

- Κωνσταντίνα Ματαλιωτάκη (epixeirin@chania-cci.gr)
- Βασίλειος Φόρτσας MSc. (vfortsas@gmail.com),

T : 28210 – 52329

F : 28210 – 28307



ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ
ΧΑΝΙΩΝ
ΠΑΝΤΑ ΔΙΠΛΑ ΣΟΥ

ΓΡΑΦΕΙΟ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ
ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ

ΣΑΣ
ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ