



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (ΜΒΑ)

Διπλωματική Εργασία

Επιχειρηματικότητα Εθνοτικών Μειονοτήτων: Οι παράγοντες
επιτυχίας τους στην Ελλάδα

Αϊντινιάν Σατινέ

Επιβλέπων Καθηγητής: Νταλιάνης Φιλόθεος

Πειραιάς, 3/11/2020

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

«Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, στη Διοίκηση Επιχειρήσεων : MBA» με τίτλο:

«*Επιχειρηματικότητα... Ουσιαστικών Μειονεσιών... οι... Παράγοντες...*»
εργασίας των στην Ελλάδα

έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και στο σύνολό της. Δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού προγράμματος ή προπτυχιακού τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, ούτε είναι εργασία ή τμήμα εργασίας ακαδημαϊκού ή επαγγελματικού χαρακτήρα.

Δηλώνω επίσης υπεύθυνα ότι οι πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνηση της συγκεκριμένης εργασίας, αναφέρονται στο σύνολό τους, κάνοντας πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου»

Υπογραφή Μεταπτυχιακού Φοιτητή Ονοματεπώνυμο

[Signature] ΑΓΓΕΛΙΝΑΝ ΣΑΤΙΝΕ

Αφιερώνεται στους γονείς και τους καθηγητές μου.

Επιχειρηματικότητα Εθνοτικών Μειονοτήτων: οι παράγοντες επιτυχίας τους στην Ελλάδα

Σημαντικό όροι:

Επιχειρηματικότητα, επιτυχία, μετανάστευση, εθνοτική ομάδα.

Στόχος της παρούσας εργασίας είναι να εξεταστούν οι παράγοντες που σχετίζονται και επηρεάζουν θετικά την επιτυχία των επιχειρήσεων που ανήκουν σε εθνοτικές μειονότητες στην Ελλάδα.

Καθώς η οικονομική κρίση του 2008 έχει περάσει και οι επιχειρήσεις που ανήκουν σε εθνοτικές μειονότητες στη χώρα συνεχίζουν να λειτουργούν. Στόχος της παρούσας εργασίας είναι να εξεταστούν οι παράγοντες οι οποίοι έχουν συμβάλει στην επιτυχία των επιχειρήσεων που ανήκουν σε εθνοτικές μειονότητες στην Ελλάδα.

Εξετάζονται τόσο εξωτερικοί παράγοντες, όπως το οικονομικό, κοινωνικό και πολιτικό πλαίσιο του επιχειρηματία όσο και εσωτερικοί παράγοντες, όπως δημογραφικά στοιχεία και τα χαρακτηριστικά προσωπικότητας των επιχειρηματιών αυτών.

Σε μια χώρα λοιπόν, που υποδέχεται και φιλοξενεί όλο και περισσότερους πρόσφυγες, οι οποίοι μετά από κάποια χρόνια θα αποκτήσουν εργασιακά και ιδιοκτησιακά δικαιώματα, είναι αναγκαίο να μελετηθεί σε βάθος το φαινόμενο της εθνοτικής επιχειρηματικότητας και οι παράγοντες που συμβάλουν στην επιτυχημένη δραστηριότητά τους, ώστε οι τωρινές και επόμενες κυβερνήσεις να συμπεριλάβουν πολιτικές που θα βοηθούν, στηρίζουν και ενισχύουν την επιχειρηματικότητα των εθνοτικών ομάδων της χώρας.

Κατάσταση Πινάκων

Πίνακας 1. Ορισμοί του επιχειρηματία	20
Πίνακας 2. Επιχειρηματικοί τύποι κατά τον Lessem.....	25
Πίνακας 3. Ανασκόπηση των Διαστάσεων του Επιχειρηματικού Προσανατολισμού.	42
Πίνακας 4. Έρευνα Εργατικού Δυναμικού - Ετήσιες εκτιμήσεις για τους αυτοαπασχολούμενους & βοηθούς στην οικογενειακή επιχείρηση αλλοδαπής υπηκοότητας.....	56
Πίνακας 5. Έρευνα Εργατικού Δυναμικού - Ετήσιες εκτιμήσεις για το φύλο των εργαζόμενων ατόμων αλλοδαπής υπηκοότητας	56
Πίνακας 6. Έρευνα Εργατικού Δυναμικού - Ετήσιες εκτιμήσεις για τα εργαζόμενα άτομα αλλοδαπής υπηκοότητας.....	56
Πίνακας 7. Συμμετοχή μελών της οικογένειας στην επιχείρηση επιτυχημένων και λιγότερο επιτυχημένων εθνοτικών επιχειρηματιών.	128
Πίνακας 8. Ποσοστά και συχνότητα συμμετοχής μελών της οικογένειας στην επιχείρηση επιτυχημένων και λιγότερο επιτυχημένων εθνοτικών επιχειρηματιών.	129
Πίνακας 9. Βαθμός εξάρτησης από τα μέλη της οικογένειας για τη λειτουργία της επιχείρησης επιτυχημένων και λιγότερο επιτυχημένων εθνοτικών επιχειρηματιών	129
Πίνακας 10. Κίνητρα έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας επιτυχημένων και λιγότερο επιτυχημένων εθνοτικών επιχειρηματιών	131
Πίνακας 11. Στοιχεία προσωπικότητας επιτυχημένων και λιγότερο επιτυχημένων εθνοτικών επιχειρηματιών.	132

Κατάσταση Γραφημάτων

Γράφημα 1. Εισροή μεταναστών στην Ελλάδα.....	48
Γράφημα 2. Μόνιμος πληθυσμός στην Ελλάδα κατά υπηκοότητα	50
Γράφημα 3. Ηλικία των επιχειρηματιών	124
Γράφημα 4. Εθνικότητα των επιχειρηματιών.....	125
Γράφημα 5. Τομέας επιχειρηματικής δραστηριότητας των επιχειρήσεων	127
Γράφημα 6. Μορφωτικό επίπεδο των επιχειρηματιών	125
Γράφημα 7. Πόσοι από τους επιχειρηματίες ήταν ιδιοκτήτες άλλης επιχείρησης και στο παρελθόν	126

Περιεχόμενα

1.1. Εισαγωγή.....	10
1.2. Η έννοια της επιχειρηματικότητας	14
1.3. Η έννοια του επιχειρηματία	17
1.3.1. Επιτυχημένος επιχειρηματίας	22
1.5. Παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματική πρόθεση	26
1.5.1. Οικονομική προσέγγιση (economic approach).....	26
1.5.2. Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις	27
1.5.2.1. Το φύλο	27
1.5.2.2. Η οικογένεια.....	28
1.5.2.3. Το ανθρώπινο κεφάλαιο (μορφωτικό επίπεδο και εκπαίδευση).....	29
1.5.2.4. Γεωγραφικοί παράγοντες	30
1.5.2.5. Η εθνικότητα	30
1.5.3. Γνωστική Προσέγγιση (cognitive approach).....	31
1.5.4. Θεωρία της Συμπεριφοράς (behavioral theory).....	32
1.5.5. Θεωρία της Προσωπικότητας (Personality Theory).....	32
1.5.5.1 Η ανάγκη για την επίτευξη υψηλών στόχων (need for achievement) (Brockhaus & Horvitz 1986, Smith & Bracker 1994).....	34
1.5.5.2 Επίκεντρο ελέγχου (locus of control).....	34
1.5.5.3 Η ανάληψη ρίσκου (risk taking).....	36
1.5.5.4 Η αυτεπάρκεια (self-efficacy)	36
1.5.5.5 Η επιχειρηματική κουλτούρα (entrepreneurial culture).....	36
1.5.5.5.α <i>Κίνητρα έλξης</i>	37
1.5.5.5.α <i>Κίνητρα ώθησης</i>	37
1.6. Επιχειρηματική επιτυχία	38
1.7. Συμπέρασμα.....	41
2.1. Η Μετανάστευση στην Ελλάδα.....	44
2.2. Χαρακτηριστικά μεταναστών	48
2.3. Θετικός αντίκτυπος της μετανάστευσης προ κρίσης	52
2.4. Οικονομική ύφεση και μετανάστευση.....	53
2.5. Εθνοτικοί επιχειρηματίες στην Ελλάδα	55
3.1. Η έννοια της επιχειρηματικότητας και του εθνοτικού επιχειρηματία	58

3.3. Τα εθνικά σύνορα και οι επιχειρηματικές αλληλεπιδράσεις μεταξύ των ομάδων	67
3.3.1. Η ποικιλομορφία των μεταναστευτικών οικονομιών	67
3.3.1.1 Καθεστώς του μετανάστη	68
3.3.1.2 Το Φύλο	69
3.3.1.3 Διαφορές γενεών	70
3.3.2. Η εθνικότητα ως επιχειρηματικό πλεονέκτημα - οι εθνοτικοί πόροι.....	71
3.4. Εθνοτικές κοινότητες και δίκτυα	73
3.5. Η εθνικότητα και το θεσμικό πλαίσιο.....	76
3.6. Εθνοτικές στρατηγικές.....	78
3.7. Κίνητρα ανάληψης επιχειρηματικής δράσεις των εθνοτικών επιχειρηματιών.....	80
3.7.1. Η θεωρία της αποκλεισμένης κινητικότητας ή των μειονεκτημάτων	82
3.7.2. Η πολιτισμική θεωρία.....	85
3.7.3. Η θεωρία των μειονοτήτων μεσαζόντων	86
3.7.4. Η θεωρία των εθνοτικών θυλάκων/νησίδων οικονομίας	87
3.8. Μοντέλα	90
8.8.1. Το διαδραστικό μοντέλο.....	90
3.8.2. Το μοντέλο της μεικτής ενσωμάτωσης	91
3.9. Η εξέλιξη της εθνοτικής επιχειρηματικότητας στην Ευρώπη.....	94
3.10 Στατιστικά στοιχεία επιχειρηματικότητας των μεταναστών στην Ευρώπη	100
3.11. Η Επιχειρηματικότητα των Μεταναστών στην Ελλάδα	102
3.12. Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις στην Ελλάδα.....	106
3.12.1. Ο Ρόλος των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων στην Ελλάδα	108
4.1. Ερευνητικοί παράμετροι για την αποτίμηση του φαινομένου της μετανάστευσης στην περίπτωση της Ελλάδας	110
4.2. Παρουσίαση Εμπειρικής Έρευνας.....	112
4.3. Υποθέσεις έρευνας.....	115
4.4. Μεθοδολογία της αποτίμησης του φαινομένου της Εθνοτικής Επιχειρηματικότητας	117
4.5. Συλλογή των δεδομένων	119
4.5.1. Επιτόπια παρατήρηση	119
4.6. Αποτελέσματα και συζήτηση έρευνας.....	122
4.6.1. Δημογραφικές πληροφορίες.....	124
4.6.2. Στοιχεία επιχείρησης.....	126

4.6.3. Πώς οι ερωτώμενοι έγιναν επιχειρηματίες.....	127
4.6.4. Μέλη της οικογένειας που συμμετέχουν στην επιχείρηση	128
4.6.5. Κίνητρα / αιτίες εκκίνησης επιχειρηματικής δραστηριότητας	130
4.6.6. Χαρακτηριστικά στοιχεία προσωπικότητας.....	132
4.7. Συμπεράσματα	134
4.7.1. Συνεισφορά της έρευνας.....	137
4.7.2. Προτάσεις για περαιτέρω έρευνα	138
Βιβλιογραφία.....	139
Ερωτηματολόγιο.....	145

1.1. Εισαγωγή

Όσο στο σύγχρονο κόσμο μεγαλώνουν οι κοινωνικοοικονομικές ανισότητες μεταξύ των χωρών, εντείνονται οι δημογραφικές πιέσεις και οι πολιτικοί θεσμοί γίνονται ασταθείς και καταπιεστικοί. Όσο εξαπολύονται πόλεμοι και υπάρχουν συγκρούσεις, τόσο οι πληττόμενοι πληθυσμοί τους θα επιδιώκουν καλύτερο μέλλον σε άλλη χώρα προσδοκώντας την επιβίωση τους, την εύρεση εργασίας και τη βελτίωση του βιοτικού τους επιπέδου. Οι μετανάστες αυτοί προσφέρουν χαμηλά αμειβόμενοι ανειδίκευτη εργασία στη χώρα εγκατάστασής τους. Παράλληλα, η αναδιάρθρωση της οικονομίας συμβάλουν στην ένταση του φαινομένου της απασχόλησης των μεταναστών.

Η διεθνής βιβλιογραφία για τη μεταναστευτική επιχειρηματικότητα είναι πλούσια και ιδιαίτερα ετερογενής, λόγω του ότι η σχετική βιβλιογραφία είναι σχεδόν κατεξοχήν εμπειρική. Οι μελέτες είναι επικεντρωμένες στην επιχειρηματικότητα των μεταναστών που ξεκίνησε στις Ηνωμένες Πολιτείες. Με την πρόσφατη ανάπτυξη των εθνοτικών πληθυσμών στις δυτικές κοινωνίες, οι εθνοτικές επιχειρήσεις δεν αποτελούν πλέον μόνο αμερικανικό φαινόμενο. Στην Ευρώπη, οι επιχειρήσεις που ανήκουν σε άτομα που προέρχονται από μειονοτικές εθνοτικές ομάδες ήταν πάντα παρόντες, αλλά τρεις ιστορικές συνθήκες έχουν αυξήσει τη σημασία τους κατά τις τελευταίες δεκαετίες. Πρώτον, η μαζική μετανάστευση από πρώην αποικίες, τη νότια Ευρώπη και τη Βόρεια Αφρική έχει οδηγήσει σε σημαντικές μεταναστευτικές ροές. Δεύτερον, η οικονομική αναδιάρθρωση στην Ευρώπη οδήγησε στο μετασχηματισμό της αγοράς εργασίας και στη μετατόπιση από την απασχόληση σε μεγάλες επιχειρήσεις στην αυτό-απασχόληση σε μικρές επιχειρήσεις. Αυτή η τάση έχει πλήξει ορισμένες ομάδες μεταναστών πιο έντονα από ότι τους ιθαγενείς πληθυσμούς, κάτι το οποίο αντανακλάται από τα υψηλότερα ποσοστά ανεργίας των μεταναστών (Barrett, G.A., Jones, T.P. and McEvoy, 1996). Τρίτον, η δομή ευκαιριών για εθνοτικές επιχειρήσεις έχει γίνει πιο ευνοϊκή, καθώς η αλλαγή της βιομηχανικής διάρθρωσης της Ευρώπης οδήγησε στην αναζωπύρωση των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων.

Τις τελευταίες δεκαετίες παρατηρήθηκε ανάπτυξη των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που ασκούν οι μετανάστες και οι απόγονοί τους, όπου ο δυναμισμός των επιχειρήσεων έχει βοηθήσει στην κοινωνική, πολιτισμική και οικονομική ενσωμάτωσή τους στις δυτικές κοινωνίες υποδοχής. Η επιχειρηματικότητα των μεταναστών θεωρείται επίσης, ως μια σημαντική αυτο-οργανωτική αρχή μέσω της οποίας οι μεταναστευτικές μειονότητες είναι σε θέση να αποδείξουν την αδύναμη κοινωνικοοικονομική θέση τους. Ερχόμενοι από διαφορετικές κουλτούρες και τρόπο ζωής

προσανατολίζονται κυρίως στα μεταναστευτικά προϊόντα και στους πελάτες μετανάστες, συμμετέχοντας έτσι ενεργά στην οικονομία των χωρών όπου έχουν έδρα οι επιχειρήσεις τους.

Η επιχειρηματικότητα αναγνωρίζεται ευρέως ως ένας τρόπος με τον οποίο οι μετανάστες μπορούν να προσαρμοστούν σε ορισμένες από τις κοινωνικές και οικονομικές τάσεις που επηρεάζουν άμεσα, συμπεριλαμβανομένων των διακρίσεων, της έλλειψης προσόντων, της βιομηχανικής αναδιάρθρωσης, της ανεργίας, της μείωσης της ευημερίας και της απελευθέρωσης της αγοράς εργασίας. Κατά συνέπεια, η μελέτη της επιχειρηματικότητας των μεταναστών αποτελεί πλέον ένα νέο πεδίο που συμπεριλαμβάνει την κοινωνιολογία της εθνότητας και τη μετανάστευση.

Λόγω του ότι οι εθνοτικοί πληθυσμοί έχουν αυξηθεί σε μια εποχή που οι δυτικές οικονομίες βρίσκονται σε φάση ανάπτυξης και μαζικής τεχνολογικής πρόκλησης, η εθνοτική κινητικότητα και προσαρμογή τους στις χώρες υποδοχής, αποτελούν κεντρικά ζητήματα και της οικονομικής έρευνας.

Στο γύρισμα της χιλιετίας, η μετανάστευση στην Ευρώπη χαρακτηρίζεται ως «μεταφορντική», με αναφορά κυρίως στη μετατόπιση της απασχόλησης των μεταναστών: από τους «παραδοσιακούς» βιομηχανικούς κλάδους στις υπηρεσίες, συχνά στη δευτερογενή αγορά εργασίας/παραοικονομία (Χατζηπροκοπίου και Φραγκόπουλος, 2015). Κάτι τέτοιο παρατηρείται κυρίως στις νοτιοευρωπαϊκές οικονομίες, όπως και στην ελληνική αγορά εργασίας.

Η βιβλιογραφία της μεταναστευτικής οικονομίας παρέχει διαφορετικούς και μερικές φορές αντικρουόμενους ορισμούς του πότε και για ποιο λόγο μια επιχείρηση θεωρείται «εθνοτική» και του πώς η εθνότητα σχετίζεται με την επιχειρηματικότητα. Οι περισσότερες θεωρίες που αναπτύχθηκαν αρχικά για την εθνοτική επιχειρηματικότητα προέρχονται από την κοινωνιολογία. Η θεωρία της μειονεκτικής θέσης και η πολιτισμική θεωρία είναι δύο μεγάλες θεωρίες που μπορούν να εξηγήσουν την εθνοτική επιχειρηματικότητα. Η πρώτη οικονομική θεωρία που μελέτησε την εθνοτική επιχειρηματικότητα ήταν η θεωρία μειονοτήτων μεσαζόντων.

Τα επιστημονικά αντικείμενα, λοιπόν ποικίλλουν (κοινωνιολογία, ανθρωπολογία, ανθρωπογεωγραφία, οικονομικά), όπως ποικίλλουν αντίστοιχα οι προσεγγίσεις, οι μέθοδοι ανάλυσης και τα ζητήματα όπου επικεντρώνεται το ενδιαφέρον. Μελέτες επικεντρώνονται στους

κλάδους δραστηριοποίησης και στα χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων των μεταναστών, στους ανθρώπινους ή οικονομικούς πόρους όπου βασίζονται και τα εθνοτικά ή άλλα (πελατειακά ή επιχειρηματικά) δίκτυα που ενεργοποιούν (Χατζηπροκοπίου και Φραγκόπουλος, 2015). Πολλές έρευνες έχουν γίνει σχετικά με τον ρόλο της «εθνότητας» ως οικονομικό πλεονέκτημα, την επέκταση των δραστηριοτήτων τους πέρα από τα όρια της «εθνοτικής» κοινότητας, καθώς και τη βιωσιμότητα και την επιχειρηματική επιτυχία. Η «τέχνη» που ενδεχομένως μεταφέρεται από τις χώρες προέλευσης, η «κουλτούρα» που ενίοτε μετατρέπεται σε εμπορεύσιμη κατηγορία, οι στρατηγικές προσαρμογής στις νέες συνθήκες, οι «προστατευμένες αγορές» που συγκροτούν οι μεταναστευτικές κοινότητες, η εμπειρία της μισθωτής απασχόλησης που ενίοτε αξιοποιείται, η επιλογή της αυτοαπασχόλησης ως λύση ανάγκης ή πρακτική οικονομικής αυτονομίας έχουν, κατά περίπτωση, αναφερθεί ως προσδιοριστικοί παράγοντες του φαινομένου (Χατζηπροκοπίου και Φραγκόπουλος, 2015).

Κάποια από τα παραπάνω στοιχεία μελετήθηκαν και στην περίπτωση της Ελλάδας. Σε μια πρόσφατη έρευνα (Χατζηπροκοπίου, Φραγκόπουλος, 2015) εξετάστηκαν οι όροι της μεταναστευτικής επιχειρηματικότητας στα χρόνια της κρίσης στην Ελλάδα και οι τρόπους που ανέπτυξαν οι αυτοαπασχολούμενοι μετανάστες προκειμένου να ανταπεξέλθουν. Η μελέτη βασίστηκε σε συγκριτική ανάλυση μικρών επιχειρήσεων μεταναστών και γηγενών σε τρεις γειτονίες του κέντρου της Αθήνας. Παρατήρησαν πως η ροπή των μεταναστών προς την αυτοαπασχόληση και τη δημιουργία επιχειρήσεων φαίνεται να εντείνεται την περίοδο ακριβώς που ξετυλίγεται η κρίση και που σημειώνεται σημαντική πτώση της επιχειρηματικής δραστηριότητας (Χατζηπροκοπίου και Φραγκόπουλος, 2015). Την ίδια περίοδο, φυσικά, εκτινάσσεται η ανεργία, επιβαρύνοντας περισσότερο τους μετανάστες. Ωστόσο, οι δύο αυτές τάσεις δεν είναι δυνατό να συσχετιστούν, καθώς στα επίσημα στοιχεία δεν επιτρέπουν βέβαιο συμπέρασμα σχετικά με το αν και κατά πόσο η αύξηση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων των μεταναστών υποκινείται από την απουσία άλλων ευκαιριών απασχόλησης εξαιτίας της κρίσης, ή αν απλά εκφράζει τη συνέχεια κι επισημοποίηση τάσεων και πρακτικών που είχαν ήδη δρομολογηθεί τα προηγούμενα χρόνια (Χατζηπροκοπίου και Φραγκόπουλος, 2015).

Στην έρευνα αυτή, επισημαίνεται ο οικογενειακός χαρακτήρας των επιχειρήσεων, τόσο ως μέσο απόκτησης εισοδήματος για την οικογένεια, όσο και ως συλλογικά εγχειρήματα που βασίζονται στην οικογενειακή εργασία.

Οι μετανάστες επιχειρηματίες τείνουν να έχουν καλύτερη εκπαίδευση από τους γηγενείς, υποδεικνύοντας τη σημασία του ανθρώπινου κεφαλαίου στην περίπτωση της αυτό-απασχόλησης και επιχειρηματικότητας των μεταναστών (Χατζηπροκοπίου και Φραγκόπουλος, 2015). Παρατήρησαν πως οι επιχειρήσεις λειτουργούν σε ένα κορεσμένο τοπικό περιβάλλον με υψηλό ανταγωνισμό μεταξύ πολλών ομοειδών επιχειρήσεων. Οι ιδιοκτήτες τόνισαν την τοπική βάση της πελατείας τους, τις προσωπικές σχέσεις και τους κοινωνικούς δεσμούς με αρκετούς από τους πελάτες τους, ως λόγους που τους προτιμούν οι πελάτες τους. Το είδος των προϊόντων για τους μετανάστες αφορά κυρίως στα εξειδικευμένα «εθνοτικά» προϊόντα που εμπορεύονται και τόνισαν ιδιαίτερα της φθηνές τιμές τους ως βασικό λόγο για την προσέλκυση μεταναστών αλλά και γηγενών πελατών. Η πιο σημαντική διαφοροποίηση μεταξύ μεταναστών και γηγενών επιχειρηματιών αφορά στα ευέλικτα ωράρια εργασίας των επιχειρήσεων των μεταναστών, που μένουν ανοικτές συχνά ως αργά το βράδυ ή και τα Σαββατοκύριακα, κάτι για το οποίο διαμαρτυρήθηκαν ορισμένοι γηγενείς, χαρακτηρίζοντας τέτοιες πρακτικές ως αθέμιτο ανταγωνισμό και αποδίδοντας ευθύνες στο κράτος για ελλειμματικές διαδικασίες διοικητικών ελέγχων (Χατζηπροκοπίου και Φραγκόπουλος, 2015).

Όλα τα παραπάνω στοιχεία θα χρησιμοποιηθούν για την εξέταση της επιτυχίας των εθνοτικών επιχειρήσεων στη σημερινή Ελλάδα, μετά την περίοδο της κρίσης. Αυτό οδηγεί στην ερώτηση της παρούσας έρευνας, γιατί τόσες πολλές εθνοτικές επιχειρήσεις στην Ελλάδα είναι επιτυχημένες και ποιοι είναι οι παράγοντες που συμβάλλουν στην επιτυχία αυτή.

Σε μια χώρα που υποδέχεται και φιλοξενεί όλο και περισσότερους πρόσφυγες, οι οποίοι μετά από κάποια χρόνια θα αποκτήσουν εργασιακά και ιδιοκτησιακά δικαιώματα, είναι αναγκαίο να μελετηθεί σε βάθος το φαινόμενο της εθνοτικής επιχειρηματικότητας και οι παράγοντες που συμβάλλουν στην επιτυχημένη δραστηριότητά τους, ώστε οι τωρινές και επόμενες κυβερνήσεις να συμπεριλάβουν πολιτικές που θα βοηθούν, στηρίζουν και ενισχύουν την επιχειρηματικότητα των εθνοτικών ομάδων της χώρας. Οι πολιτικές αυτές, θα αφορούν τόσο το γενικότερο θεσμικό, οικονομικό και κοινωνικό πλαίσιο, όπου με πρακτικές στραμμένες στις εθνοτικές ομάδες θα παρέχεται η κατάλληλη για παράδειγμα, οικονομική στήριξη για την εκκίνηση της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας. Επίσης, με τη μελέτη των στοιχείων της προσωπικότητας των επιτυχημένων εθνοτικών επιχειρηματιών, οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής θα έχουν μια ολοκληρωμένη εικόνα των χαρακτηριστικών του επιχειρηματία αυτού και το πως αυτά μπορούν να ενισχυθούν σε μια προσπάθεια για παράδειγμα, εκπαίδευσής τους.

1.2. Η έννοια της επιχειρηματικότητας

Η πρώτη ενότητα της βιβλιογραφικής ανασκόπησης εστιάζει στην έννοια της επιχειρηματικότητας, η οποία αποτελεί μια κεντρική ιδέα της παρούσας διπλωματικής εργασίας. Μέσα από τη βιβλιογραφική ανασκόπηση, επιδιώκεται η σκιαγράφηση του ορισμού της επιχειρηματικότητας.

Η επιχειρηματικότητα ως έννοια είναι πολυσύνθετη και επομένως δεν μπορεί να δοθεί ένας ακριβής ορισμός. Ο όρος έχει προσελκύσει το ενδιαφέρον πολλών ακαδημαϊκών με πρώτο τον Alfred Marshall. Το 1980 αναγνώρισε τη σημασία της επιχειρηματικότητας στην παραγωγική διαδικασία, που σύμφωνα με τον οποίο αποτελείται από τρεις παράγοντες: γη, κεφάλαιο, εργασία και που συντονίζονται από τον τέταρτο παράγοντα, την οργάνωση. Επομένως, η επιχειρηματικότητα είναι ο συνδυασμός των τριών συντελεστές στην παραγωγική διαδικασία.

Η έρευνα για την επιχειρηματικότητα χρωστάει πολλά στο θεμελιωτή της έννοιάς της, τον Joseph Schumpeter (1934) ο οποίος συνέβαλε πολλά σε θεωρητικό και εμπειρικό επίπεδο. Στο έργο του υποστήριξε ότι η καινοτομία είναι ο παράγοντας που δίνει ώθηση στην επιχειρηματικότητα. Ο καινοτόμος επιχειρηματίας του Schumpeter είναι αυτός που εισάγει νέα προϊόντα ή υπηρεσίες, χρησιμοποιεί νέες ή βελτιωμένες μεθόδους παραγωγής με χαμηλότερο κόστος, βελτιώνει τις μορφές οργάνωσης της επιχείρησης και δημιουργεί νέες αγορές.

Ο Gartner (1988) αναφέρει πως η έρευνα της επιχειρηματικότητας, πρέπει να επικεντρωθεί περισσότερο στην ίδρυση μιας επιχείρησης, δηλαδή στο «τι πράττει ένας επιχειρηματίας», παρά στο «ποιος είναι ο επιχειρηματίας». Έτσι, σύμφωνα με τη συμπεριφοριστική θεώρηση του Gartner, η επιχειρηματικότητα είναι το φαινόμενο ίδρυσης μιας επιχείρησης (επίσης Vesper 1980, Low και MacMillan 1988).

Ο Timmons (1994) ορίζει την επιχειρηματικότητα με βάση το προϊόν, δηλαδή ως τη δημιουργία ενός πράγματος ή μιας υπηρεσίας, προσδίδοντάς του κάποια αξία. Η αξία αυτή είναι οικονομική και καθορίζεται από την τιμή του. Για τον Timmons η επιχειρηματικότητα είναι ένας τρόπος σκέψης εστιασμένος στην εκμετάλλευση ευκαιριών.

Ο Drucker (1985) ορίζει την επιχειρηματικότητα ως μια πράξη καινοτομίας, ίδρυσης δηλαδή μιας επιχείρησης, διαφορετικής από τις ήδη υπάρχουσες, η οποία θα εισάγει ένα νέο προϊόν ή

υπηρεσία στην αγορά. Αναφέρεται στη επιχειρηματική καινοτομία ως την αναζήτηση και εκμετάλλευση νέων ευκαιριών για την ικανοποίηση των ανθρώπινων αναγκών και επιθυμιών.

Σύμφωνα με τον F. Knight (1921) η επιχειρηματικότητα είναι η ανάληψη κινδύνου που προέρχεται από την αβεβαιότητα της αγοράς. Η αβεβαιότητα αυτή προέρχεται είτε από κοινωνικοοικονομικές μεταβολές είτε από την ατελή γνώση/πληροφόρηση.

Έπειτα ο Stevenson (1989) ορίζει την επιχειρηματικότητα ως την επιδίωξη μιας ευκαιρίας ανεξάρτητα από τους υπάρχοντες πόρους. Εδώ γίνεται και σαφής ο διαχωρισμός μεταξύ ενός επιχειρηματία και ενός διαχειριστή (manager), ο οποίος ακολουθεί πιστά τις ευκαιρίες της αγοράς.

Με τον όρο επιχειρηματικότητα εννοείτε η προσεκτική ανάλυση της διαδικασίας ανακάλυψης ευκαιριών, την αξιολόγηση και την αξιοποίηση τους. Επίσης, επιχειρηματικότητα είναι η διαδικασία υλοποίησης επιχειρηματικών ευκαιριών υπό συνθήκες περιορισμένης διαθεσιμότητας πόρων (Stevenson H.H. and Jarillo J.C. 1990), παρατηρώντας, αναλύοντας και ανακαλύπτοντας κάτι καινούριο (Πετράκης, Π. & Μπουρλετίδης, Κ. 2005), μετατρέποντας τις ιδέες σε δράση (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2006), και μειώνοντας την αβεβαιότητα.

Για παράδειγμα, η επιχειρηματικότητα αναφέρεται σε:

- παραγωγή αξιών για άλλες παραγωγικές μονάδες ή για καταναλωτές
- ανάληψη επιχειρηματικού κινδύνου
- μετατροπή των συντελεστών της παραγωγής σε προϊόντα
- ορθολογική διάθεση των στοιχείων παραγωγής

- πραγματοποίηση νέων συνδυασμών συντελεστών παραγωγής και στη συνεισφορά τους στην οικονομική πρόοδο της επιχείρησης.

Σήμερα όμως η έννοια της επιχειρηματικότητας, έχει επεκταθεί πέρα από την κλασική αντίληψη της δημιουργίας μιας επιχείρησης και περιλαμβάνει επιχειρήσεις και οργανισμούς όλων των τύπων. Έτσι η επιχειρηματικότητα είναι δυνατόν να συμβεί τόσο σε νέες επιχειρήσεις όσο και σε παλιές, από το άτομο ή τα άτομα που έχουν την ευθύνη γι' αυτό, μέσα από την οργάνωση και συντονισμό των συντελεστών παραγωγής καθώς και των σχέσεων με άλλους επιχειρηματίες και

άλλους οικονομικούς παράγοντες. Όπως επίσης και σε επιχειρήσεις ιδιωτικές, μη κερδοσκοπικές, ακόμα και σε επιχειρήσεις του δημοσίου τομέα, σε όλα τα γεωγραφικά σημεία, σε όλα τα στάδια ανάπτυξης μιας χώρας, ανεξάρτητα της πολιτικής κατάστασης. Η επιχειρηματικότητα λοιπόν, θεωρείται ως ένα πολύπλευρο φαινόμενο που καλύπτει ένα μεγάλο εύρος δραστηριοτήτων, από το στήσιμο μιας επιχείρησης μέχρι τη διαχείριση της προσωπικής ζωής. Απαιτεί δε, την διάθεση ενέργειας και πάθους, προς την κατεύθυνση δημιουργίας και εφαρμογής, νέων ιδεών και δημιουργικών λύσεων.

Η επιχειρηματικότητα συνεχίζει να αποτελεί αντικείμενο αυξανόμενου θεωρητικού, ερευνητικού και πολιτικού ενδιαφέροντος, καθώς θεωρείται ότι συμβάλει στην οικονομική μεγέθυνση και ανάπτυξη, στη δημιουργία νέων επιχειρήσεων, στην ανάπτυξη της καινοτομίας σε ήδη υφιστάμενες επιχειρήσεις (Schumpeter, 1934), στη διαμόρφωση ή στην ανάπτυξη της εθνικής ταυτότητας (Bolton, 1971), στην ανταγωνιστικότητα και στην απασχόληση.

Η επιχειρηματικότητα, δηλαδή η προσπάθεια για τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων, προωθεί την τοπική και εθνική οικονομική ανάπτυξη, δημιουργεί θέσεις εργασίας, και βοηθά τις μη προνομιούχες ομάδες, ειδικότερα τους νέους και τις νέες, να βρουν απασχόληση, συμβάλλοντας έτσι στην άρση της περιθωριοποίησης και στην ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής. Πάνω από όλα όμως, η δημιουργία μιας επιχείρησης είναι η ατομική πράξη ενός ανθρώπου που αναλαμβάνει το ρίσκο, ενός ανθρώπου που συχνά είναι απροετοίμαστος.

Η επιτυχία ή η αποτυχία της επιχειρηματικής του δραστηριότητας εξαρτάται κατά κύριο λόγο από τα στοιχεία της προσωπικότητας του, τις δεξιότητες που έχει και τις ικανότητες που αναπτύσσει, τη μεθοδικότητα, την επιμονή, την αισιοδοξία, τη διάθεση για προσωπική δέσμευση και ανάληψη κινδύνων, τη σωστή πληροφόρηση και την καλή γνώση του αντικειμένου.

1.3. Η έννοια του επιχειρηματία

Υπάρχουν πολλοί συγγραφείς που έχουν συνεισφέρει σε θεωρίες σχετικά με τον ορισμό του επιχειρηματία και της επιχειρηματικότητας. Στο κεφάλαιο αυτό θα εξεταστούν κάποιες από τις σημαντικότερες θεωρίες των όρων αυτών.

Στη βασική οικονομική θεωρία ή τη νεοκλασική οικονομική θεωρία ως επιχειρηματίας θεωρείται αυτός που συντονίζει διαφορετικούς συντελεστές παραγωγής. Ο επιχειρηματίας ταυτίζεται με τον καπιταλιστή εργοδότη, τον ιδιοκτήτη-μάντζερ, ο οποίος διαθέτει τον πλούτο για να μπορέσει να υπάρξει παραγωγή, αλλά δεν διαθέτει κάποιο άλλο ιδιαίτερο χαρακτηριστικό. Ο επιχειρηματίας, εδώ λοιπόν, είναι ένα άτομο που αναλαμβάνει κινδύνους με σκοπό να αποκομίσει κέρδη.

Ο όρος επιχειρηματίας έχει γαλλικές ρίζες και σημαίνει "μεσάζοντας", με πρώτο τον οικονομολόγο Catillon στα τέλη του 18ου αιώνα, να κάνει ξεκάθαρη διάκριση ανάμεσα στον επιχειρηματία και τον υπάλληλο. Αναγνώρισε τον επιχειρηματία ως τον καταλύτη της οικονομικής αλλαγής, αυτόν που αναλαμβάνει τον κίνδυνο να συγκεντρώσει και να συνδυάσει τους παραγωγικούς συντελεστές, με σκοπό να του επιφέρουν τα μέγιστα οικονομικά οφέλη. Μαζί με τον Say ανήκουν στη γαλλική σχολή των "Φυσιοκρατών" (Physiocrats), καθώς οι θεωρίες τους αναπτύχθηκαν στα πλαίσια της αγροτικής οικονομίας (David Deakins & Mark Freel, 2015) Για αυτό το λόγο ο ορισμός αυτός του επιχειρηματία δε βρήκε πρόσφορο έδαφος ανάπτυξης στη βιομηχανική οικονομία του επόμενου αιώνα.

Κατά τον Catillon ο «επιχειρηματίας είναι αυτός που οργανώνει κατά άριστο τρόπο τους συντελεστές της παραγωγής, συντονίζει και ιεραρχεί τις εργασίες των ατόμων που αποτελούν την επιχείρηση και επιλέγει τα άτομα της επιχείρησης, ώστε καθένα να αποδώσει τα μέγιστα» (David Deakins & Mark Freel, 2015).

Μετάπειτα αναπτύχθηκε η Αυστριακή σχολή σκέψης (Austrian School of Thought) που συμβαδίζει με τη βιομηχανική κοινωνία και άρα αναπτύχθηκαν πιο σύγχρονες αντιλήψεις της έννοιας του επιχειρηματία. Κατά τον Kirzner ο επιχειρηματίας είναι αυτός που έχει την ικανότητα να εντοπίζει μια ευκαιρία, η οποία υπάρχει λόγω της ανισορροπίας της αγοράς (Kirzner, I.M., 1973). Επομένως, ο επιχειρηματίας εντοπίζει επικερδείς ευκαιρίες συναλλαγής και έτσι ωθεί

την αγορά σε ισορροπία. Δηλαδή η ευκαιρία προϋπάρχει της επιχειρηματικής ενέργειας. Η ευκαιρία αυτή μπορεί να ήταν πάντα διαθέσιμη, όμως ο επιχειρηματίας διαθέτη την επιπλέον γνώση που χρειάζεται και άρα είναι αυτός που είναι ικανός να την εντοπίσει και την εκμεταλλεύεται. Εδώ λοιπόν η πληροφόρηση παίζει σημαντικό ρόλο, διότι δεν έχει κόστος και δίνει τη δυνατότητα σε κάποιους να επωφεληθούν από μια συναλλαγή. Εάν ο επιχειρηματίας καταφέρει να εκμεταλλευτεί την πληροφορία για τις ανισορροπίες της αγοράς, θα αποκτήσει το πλεονέκτημα.

Κατά τον Kirzner «ο επιχειρηματίας είναι αυτός που έχοντας στη διάθεσή του διάφορες ειδικές γνώσεις και πληροφορίες για την αγορά προσπαθεί να αναγνωρίσει και να αξιοποιήσει κάθε ευκαιρία κέρδους που παρουσιάζεται λόγω των διαφόρων ανισορροπιών που κυριαρχούν στην οικονομική ζωή» (David Deakins & Mark Freel, 2015).

Ο Schumpeter (1942) αν και ανήκει και αυτός στην Αυστριακή σχολή, δίνει διαφορετικό ορισμό στον επιχειρηματία από αυτόν του Kirzner. Ο βασικός ρόλος του επιχειρηματία κατά τον Schumpeter είναι να διαταράσσει την ισορροπία της αγοράς με το να καινοτομεί. Ενώ ο Kirzner θεωρεί πως οποιοσδήποτε μπορεί να γίνει επιχειρηματίας, ο Schumpeter υποστηρίζει πως μόνο ορισμένα άτομα μπορούν να γίνουν επιχειρηματίες. Διότι, σύμφωνα με τη θεωρία του "καινοτόμου επιχειρηματία" μόνο αυτά τα ξεχωριστά άτομα συνδυάζουν τους συντελεστές παραγωγής, που ίσως είναι ήδη διαθέσιμοι, με έναν νέο τρόπο ώστε να δημιουργήσουν νέες τεχνολογίες, να εισάγουν νέες διαδικασίες παραγωγής και νέα προϊόντα και άρα να μετακινούν τους περιορισμούς της αγοράς. Επομένως κατά τον Schumpeter ο επιχειρηματίας προκαλεί ανισορροπία στην αγορά, καθώς μέσω της καινοτομίας του δημιουργεί νέες συνθήκες στην αγορά. Οι αλλαγές αυτές ναι μεν προκύπτουν από την εξέλιξη του κοινωνικο-οικονομικού συστήματος, αλλά ο επιχειρηματίας είναι αυτός που τις προκαλεί. Επίσης, ήταν αυτός που προέβλεψε την προσωρινότητα στην ύπαρξη του επιχειρηματία, λόγω της τεχνολογικής προόδου που συνήθως προκαλείται από μεγάλες επιχειρήσεις, οι οποίες και έχουν σημαντικό προβάδισμα στην Έρευνα και Ανάπτυξη έναντι των μικρών επιχειρήσεων (David Deakins & Mark Freel, 2015). Εδώ λοιπόν, εισάγει τον όρο του "εσωτερικού διαχειριστή" (intrapreneur), του επιχειρηματία σε μεγάλες επιχειρήσεις που Αναλαμβάνει τον κίνδυνο, ελέγχει τους πόρους και τις ομάδες, καινοτομεί και επιφέρει αλλαγές.

Η αντίληψη του επιχειρηματία ως κάποιου ξεχωριστού ατόμου, κατά τον Schumpeter, «επιχειρηματίας είναι αυτός που εισάγει διάφορες καινοτόμες», έχει υποστηριχθεί και από άλλους συγγραφείς. Μάλιστα το ξεχωρίζουν στους μεν επιχειρηματίες που επιθυμούν να αναπτύξουν περαιτέρω και να επεκτείνουν την επιχείρησή τους και στους δε που δεν έχουν τέτοιες φιλοδοξίες, παρά μόνο να παραμείνουν αυτοαπασχολούμενοι.

Σύμφωνα με τον Knight ο επιχειρηματίας είναι αυτός που αναλαμβάνει κίνδυνο και η ανταμοιβή του είναι το κέρδος. Η ευκαιρία για την ανταμοιβή από την ανάληψη του κινδύνου αυτού, προκύπτει από την αβεβαιότητα της αγοράς, διότι αν ήταν όλα προβλέψιμα δε θα υπήρχε ευκαιρία για κέρδος. Επομένως, όσο πιο αβέβαιο είναι το αποτέλεσμα της συναλλαγής τόσο αυξάνεται η ευκαιρία για κέρδος. Ο Knight έκανε το σημαντικό διαχωρισμό ανάμεσα στον κίνδυνο και την αβεβαιότητα. Ο κίνδυνος υπάρχει όταν προκύπτει αβέβαιο αποτέλεσμα το οποίο όμως μπορεί να υπολογισθεί με συγκεκριμένη πιθανότητα. Ενώ η αβεβαιότητα υπάρχει όταν δε μπορεί το αποτέλεσμα να υπολογισθεί καθόλου. Για τον Knight ο επιχειρηματίας είναι αυτός που δε φοβάται να αναλάβει το ρίσκο και επιλέγει τον αβέβαιο εισόδημα του επιχειρηματία από το βέβαιο εισόδημα του υπαλλήλου, διότι βλέπει πως τα οφέλη που θα προκύψουν από την ανάληψη του ρίσκου είναι μεγαλύτερα (David Deakins & Mark Freel, 2015)

Και ο Casson αναγνωρίζει πως ο επιχειρηματίας έχει διαφορετικές και ξεχωριστές ικανότητες από τα υπόλοιπα άτομα, όπως ο Schumpeter, «επιχειρηματίας είναι αυτός που φέρει τους κινδύνους οι οποίοι πηγάζουν από την αβεβαιότητα που χαρακτηρίζει την πραγματική οικονομία». Οι ικανότητες αυτές τον βοηθούν να συνδυάσει τους σπάνιους πόρους, αλλά και να τους ελέγξει. Ο Casson τονίζει την ανάγκη ύπαρξης χρηματοοικονομικού κεφαλαίου, προκειμένου να αναπτύξει μια επιτυχημένη επιχείρηση. Άρα ο κύριος ρόλος του επιχειρηματία εδώ είναι να συλλέγει πληροφορίες, που έχουν κόστος και είναι αβέβαιες, ώστε να πάρει αποφάσεις σχετικά με το συντονισμό των σπάνιων πόρων. Επίσης, συμφωνεί με τον Knight πως ο επιχειρηματίας ενεργεί κάτω από συνθήκες τεχνολογικών αλλαγών και με το να αναλαμβάνει κίνδυνο, ανταμείβεται με το κέρδος. Οι αλλαγές αυτές είναι που παρέχουν ευκαιρίες επιχειρηματικότητας, διότι όταν διαταράσσεται το εξωτερικό περιβάλλον (συχνά) ο επιχειρηματίας αντιδρά στις διαταραχές αυτές, αναπτύσσοντας για παράδειγμα νέα προϊόντα. Έτσι υπό τις συνθήκες της αβεβαιότητας του εξωτερικού περιβάλλοντος, ο επιχειρηματίας μπορεί να καθορίσει τη ζήτηση και την προσφορά. Σύμφωνα με αυτόν, η προσφορά των επιχειρηματιών εξαρτάται από την πρόσβασή τους σε πόρους και αντίστοιχα η πρόσβαση αυτή εξαρτάται από διάφορους

παράγοντες όπως η πρόσβαση σε κεφάλαια. Επιπλέον, όσο αυξάνεται ο αριθμός των επιχειρηματιών τόσο αυξάνεται και ο ανταγωνισμός μεταξύ τους. Επομένως, η βασική προσθήκη του Casson είναι η ισχυρή επιρροή του περιβάλλοντος στην επιχειρηματικότητα.

Ενώ για τον Kirzner (1973) ο επιχειρηματίας είναι αυτός που εντοπίζει μια ευκαιρία, για τον Shackle είναι αυτός οραματίζεται μια ευκαιρία, «επιχειρηματίας είναι αυτός που συλλαμβάνει την πρώτη ιδέα για καινοτόμες, για αξιοποίηση των υπαρχουσών ευκαιριών κέρδους, και παίρνει τις κρίσιμες αποφάσεις που αφορούν στον συνδυασμό και συντονισμό των άλλων παραγωγικών συντελεστών». Σκιαγραφεί λοιπόν ένα άτομο με φαντασία και δημιουργικότητα, τα οποία τον βοηθούν να εντοπίσει μια ευκαιρία. Επίσης και το αβέβαιο περιβάλλον βοηθά το δημιουργικό αυτό άτομο να οραματιστεί αυτές τις ευκαιρίες. Πως όμως ένα άτομο αναπτύσσει αυτές τις δημιουργικές του τάσεις και τη φαντασία του? Παράγοντες όπως η μόρφωση, η νοοτροπία, το υπόβαθρο του ατόμου συμβάλλουν σημαντικά. Ενώ η σημασία των προ-επιχειρηματικών εμπειριών, κυρίως για τους νέους επιχειρηματίες, αναγνωρίστηκε πρόσφατα από συγγραφείς (μόρφωση, απασχόληση, μάθηση).

Κατά τον Hayek (1945) η διαφορετική πρόσβαση στην πληροφόρηση δημιουργεί και διαφορετική γνώση και άρα διαφορετικές δυνατότητες αντίληψης και εκμετάλλευσης μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας.

Πίνακας 1. Ορισμοί του επιχειρηματία (David Deakins & Mark Freel, 2015)

Συγγραφέας	Βασικός ρόλος του Επιχειρηματία	Επιπρόσθετη συμβολή
Say	Συνδυάζει τους παραγωγικούς συντελεστές	Καταλύτης οικονομικής αλλαγής
Cantillon	Συνδυάζει τους παραγωγικούς συντελεστές	Καταλύτης οικονομικής αλλαγής
Kirzner	Ικανότητα εντοπισμού των ευκαιριών	Η σημαντικότερη ικανότητα του επιχειρηματία είναι η “δημιουργική” εγρήγορσή του
Schumpeter	Καινοτόμος	Ο Επιχειρηματίας ως “ηρωϊκή” μορφή
Knight	Αναλαμβάνει κινδύνους	Το κέρδος είναι η ανταμοιβή για την ανάληψη κινδύνου
Casson	Συνδυάζει τους παραγωγικούς πόρους	Βασική επιρροή του περιβάλλοντος
Shackle	Δημιουργικότητα	Η αβεβαιότητα δημιουργεί ευκαιρίες για κέρδος
Hayek	Οραματιστής	Αναγνώριση ευκαιριών μέσω της γνώσης

Με βάση την οικονομική προσέγγιση προκύπτουν τα εξής χαρακτηριστικά επιχειρηματικότητας: α) μετατοπίζεται το ενδιαφέρον από τον επιχειρηματία και τις ενέργειές του στον τρόπο που αυτές επιδρούν στο οικονομικό περιβάλλον β) αναγνωρίζονται οι επιχειρηματικές λειτουργίες ως υπεύθυνες για την οικονομική βελτίωση της κοινωνίας μέσω της καινοτομίας γ) δημιουργείται μια βάση για το διαχωρισμό ανάμεσα στους ρόλους του «επενδυτή», του «μάνατζερ» και του «επιχειρηματία» (Γεώργιος Κορρές, Γεώργιος Πολυχρονόπουλος, 2005).

Όλες όμως, οι παραπάνω ερμηνείες του επιχειρηματία βασίζονται σε οικονομικές θεωρίες. Πέρα αυτών σχολές της ψυχολογίας έχουν προσπαθήσει να μελετήσουν τον επιχειρηματία. Αυτή η σχολή σκέψης θεωρεί πως υπάρχουν καθοριστικοί παράγοντες συμπεριφοράς, ανάγκες, στάσεις, πεποιθήσεις και αξίες οι οποίες διαφοροποιούν τους επιχειρηματίες από μη επιχειρηματίες, σύμφωνα με τον Koh (1996). Οι υποστηρικτές της σχολής αυτής μελετούν εάν ο επιχειρηματίας είναι διαφορετικός από τον υπόλοιπο πληθυσμό και εάν είναι αυτός κατέχει προσωπικά χαρακτηριστικά που τον διαφοροποιούν από τους υπόλοιπους ανθρώπους. Μόλις εντοπιστούν αυτά τα χαρακτηριστικά θα είναι δυνατό να ανιχνευθεί η επιχειρηματική πρόθεση και μάλιστα να διακρίνουν την πιθανόν επιτυχημένους από τους μη επιτυχημένους επιχειρηματίες.

Επομένως, η επιχειρηματική συμπεριφορά ή μια νέα επιχείρηση είναι κυρίως αποτέλεσμα της προσωπικότητας κάποιου. Με άλλα λόγια ξεκινώντας μια νέα επιχείρηση είναι πολύ προσωπική απόφαση, όπως αναφέρει ο Littunen. Ως εκ τούτου, στο πλαίσιο της επιχειρηματικότητας, η προσωπικότητα των επιχειρηματιών είναι ένα από τα πιο συνηθισμένα θέματα που έχουν μελετηθεί. Στη βιβλιογραφία, η ανάγκη για επίτευγμα, η ανάγκη για έλεγχο, η διάθεση ανάληψης ρίσκου, η ανοχή προς την αβεβαιότητα, η αυτοπεποίθηση και η καινοτομία είναι εκείνα τα χαρακτηριστικά που έχουν μελετηθεί περισσότερο απ' όλα.

Η σχολή λοιπόν αυτή υποστηρίζει πως τα έξι αυτά ψυχολογικά χαρακτηριστικά μπορούν να κάνουν εύκολη τη διάκριση μεταξύ των ατόμων που είναι πιθανότερο να στραφούν προς την επιχειρηματικότητα και εκείνων που δεν έχουν τέτοια πρόθεση.

Αν και η μελέτη και οι υποθέσεις του Koh (1996) είναι αρκετά παλιές, αυτά τα έξι ψυχολογικά χαρακτηριστικά εξακολουθούν να χρησιμοποιούνται για τον εντοπισμό επιχειρηματιών. Επομένως η κατανόηση των προσωπικοτήτων των επιχειρηματιών είναι εξαιρετικά πολύτιμη.

Οι συγγραφείς λοιπόν της οργανωσιακής θεωρίας/της σχολής των ψυχολογικών χαρακτηριστικών της επιχειρηματικής προσωπικότητας εστιάζουν περισσότερο στη σημασία της συμπεριφοράς, απ' ότι οι οικονομολόγοι όταν ορίζουν την έννοια της επιχειρηματικότητας. Εδώ στο επίκεντρο βρίσκεται η ατομική πρωτοβουλία και οι κουλτούρες που την ευνοούν. Επομένως οι επιχειρηματίες φέρουν κάποιων ξεχωριστών-ιδιαίτερων χαρακτηριστικών. Τα χαρακτηριστικά αυτά θεωρούνται έμφυτα και είναι εκείνα που κάνουν ένα άτομο να ξεχωρίζει από εκείνους που δε διαθέτουν τις ικανότητες αυτές.

Η άποψη αυτή βέβαια αμφισβητήθηκε από πολλούς, καθώς αποκλείει τις τυχόν παρεμβάσεις που υπάρχουν από το περιβάλλον που στοχεύουν στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, όπως για παράδειγμα οι πολιτικές ενθάρρυνσης νέων επιχειρηματιών για την έναρξη δικών τους επιχειρήσεων.

1.3.1. Επιτυχημένος επιχειρηματίας

Κατά τον Timmons (1994) τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας των επιτυχημένων επιχειρηματιών κατηγοριοποιούνται σε επίκτητα και έμφυτα. Τα πρώτα αποκτώνται μέσω της μάθησης ή μέσω της πείρας, αλλά υπάρχουν και κάποια χαρακτηριστικά που δεν μπορούν να αποκτηθούν και έτσι ξεχωρίζουν «οι γεννημένοι επιχειρηματίες» και οι «δημιουργημένοι επιχειρηματίες». Στα επίκτητα χαρακτηριστικά μπορούν επίσης να ενταχθούν η ανάγκη για επιτυχίες/επίτευξη και η δύναμη ελέγχου μαζί με άλλες ηγετικές ικανότητες και προσόντα όπως η ικανότητα για ανάληψη ευθυνών. Πολλά απ' αυτά τα χαρακτηριστικά είναι δεξιότητες μάνατζμεντ. Τα εν λόγω χαρακτηριστικά μπορούν να αποκτηθούν και από τους εν δυνάμει επιχειρηματίες μια και πολλές από αυτές τις ικανότητες μπορούν να τις διδαχθούν. Οι Bergan & Sternberg (2007) Henley (2005) παρατήρησαν πως υπάρχει θετική συσχέτιση μεταξύ μορφωτικού επιπέδου και δημιουργίας νέας επιχείρησης και ότι τα άτομα με υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο είναι πιο επιτυχημένοι επιχειρηματίες.

Οι Hisrich και Peters (1998) κατηγοριοποιούν τις ποικίλες δεξιότητες που απαιτούνται από τους επιχειρηματίες ως εξής:

- σε τεχνικές δεξιότητες, που περιλαμβάνουν τη γραπτή και προφορική επικοινωνία, την τεχνική διαχείριση και τις οργανωτικές δεξιότητες.
- σε επιχειρηματικές δεξιότητες διαχείρισης, που περιλαμβάνουν το σχεδιασμό, τη λήψη αποφάσεων, το μάρκετινγκ και τις λογιστικές ικανότητες.
- σε προσωπικές επιχειρηματικές δεξιότητες, που περιλαμβάνουν τον εσωτερικό έλεγχο, την καινοτομία και την ανάληψη κινδύνου.

Επιπρόσθετα τονίζουν ότι η ανάπτυξη συγκεκριμένων δεξιοτήτων όπως ο εσωτερικός έλεγχος, η ανάληψη κινδύνων, η καινοτομία, η επιμονή και η ηγεσία με όραμα διαφοροποιούν έναν επιχειρηματία από ένα μάνατζερ.

Σύμφωνα με τον Thompson (1999) τα χαρακτηριστικά που διέπουν τη συμπεριφορά του επιτυχημένου επιχειρηματία επικεντρωμένα σε δέκα κύρια σημεία:

- Ο Επιχειρηματίας συγκαταλέγεται στα άτομα που κάνουν τη διαφορά·
- Η Επιχειρηματικότητα επικεντρώνεται στον εντοπισμό και την αξιοποίηση ευκαιριών·
- Οι Επιχειρηματίες στηρίζονται στην ικανότητα να διακρίνουν με ευστροφία τους πόρους που χρειάζονται για την ευόδωση των σχεδίων τους·
- Οι Επιχειρηματίες προσαυξάνουν συνεχώς την αξία των παραγόμενων προϊόντων και υπηρεσιών ώστε να εξυπηρετήσουν τις ανάγκες των πελατών και να ανταποκριθούν στις πολλαπλές απαιτήσεις της αγοράς·
- Οι Επιχειρηματίες συνιστούν καλούς δικτυωτές·
- Διακρίνονται από τεχνογνωσία και γνωρίζουν πού και σε ποιον να απευθυνθούν όταν το απαιτεί η συγκυρία·
- Αντιπροσωπεύουν δημιουργούς κεφαλαίου·
- Οι επιχειρηματίες καταφέρνουν να αναλαμβάνουν ρίσκα·
- Σε πείσμα των αντιξοοτήτων που αναδύονται, κρατούν μια αποφασιστική στάση·
- Η Επιχειρηματικότητα οξύνει τη δημιουργικότητα και επιφέρει σημαντικές καινοτομίες·

Κατά τον Lessem (1986), κανένα άτομο δεν εμφανίζει σε ίσο βαθμό το πλήρες φάσμα των επιχειρηματικών χαρακτηριστικών. Σε αυτή την περίπτωση λοιπόν, είναι πιθανότερο ότι υπάρχουν διαφορετικοί τύποι επιχειρηματιών, ο καθένας με διαφορετικό τύπο προσωπικότητας, χαρακτηριστικών και συμπεριφορών. Στον παρακάτω πίνακα διαφαίνεται η προσωπικότητα και τα χαρακτηριστικά διαφορετικών επιχειρηματικών τύπων κατά τον Lessem:

Πίνακας 2. Επιχειρηματικοί τύποι κατά τον Lessem (David Deakins, Mark Freel, 2015)

Επιχειρηματικός τύπος	Προσωπικότητα	Χαρακτηριστικά
Καινοτόμος	Φαντασία	Πρωτοτυπία, έμπνευση, αγάπη, μετασχηματισμός
Νέος σχεδιαστής	Διαίσθηση	Εξέλιξη, ανάπτυξη, συμβίωση, σύνδεση
Ηγέτης	Εξουσία	Κατεύθυνση, ευθύνη, δομή, έλεγχος
Νέος επιχειρηματίας	Θέληση/βούληση	Επίτευξη, ευκαιρία, ανάληψη κινδύνων, ισχύς
Animateur/Ευχάριστος/Πρόσχαρος	Κοινωνικότητα	Ανεπιστημότητα κοινές αξίες, κοινότητα, κουλτούρα
Εξερευνητής/τυχοδιώκτης	Ενέργεια	Κίνηση, εργασία, υγεία, δραστηριότητα

Συμπερασματικά, τα ψυχολογικά χαρακτηριστικά που χρησιμοποιούνται για την περιγραφή του επιτυχημένου επιχειρηματία, είναι η συναισθηματική σταθερότητα, η ανεξαρτησία, η τάση για ανάληψη κινδύνου, οι προσωπικές αξίες, η καινοτομία, η ευελιξία, η επιμονή και αποφασιστικότητα να πετύχουν το στόχο τους. Έχοντας όμως, ως εφόδιο τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και αναπτύσσοντας τα μέσω της κατάλληλης εκπαίδευσης, θα μπορέσει πιο γρήγορα και αποτελεσματικά, να πραγματοποιήσει τους στόχους που έχει θέσει για την επιχείρησή του.

1.5. Παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματική πρόθεση

Στο κεφάλαιο αυτό θα αναλυθούν οι διάφορες προσεγγίσεις και θεωρίες για την επιχειρηματική πρόθεση, οι οποίες προσπαθούν να εξηγήσουν το φαινόμενό της, γιατί δηλαδή ορισμένα άτομα οδηγούνται στην ίδρυση και ανάπτυξη επιχειρήσεων σε αντίθεση με άλλα.

1.5.1. Οικονομική προσέγγιση (economic approach)

Οι υποστηρικτές αυτής της προσέγγισης προσπαθούν να εξηγήσουν το πεδίο της επιχειρηματικής πρόθεσης από άλλη οπτική γωνία, εστιάζοντας την προσοχή τους στους περιβαλλοντικούς παράγοντες που την επηρεάζουν και υποστηρίζουν ότι το εξωτερικό περιβάλλον δύναται να επηρεάσει το άτομο και να το οδηγήσει ή να το αποτρέψει από την ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών. Παράλληλα, ενώ αποδέχονται ότι οι αντιλήψεις των ατόμων επηρεάζουν την ανακάλυψη, την αξιολόγηση και τη διερεύνηση των επιχειρηματικών ευκαιριών (entrepreneurial opportunities), όμως, υποστηρίζουν ότι αυτό αποτελεί μία αντίδραση στο πλαίσιο ενός ερεθίσματος που προέρχεται από το περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται το άτομο. Σύμφωνα, δηλαδή με τους υποστηρικτές αυτής της θεωρίας, το περιβάλλον είναι αυτό που δίνει τα ερεθίσματα στο άτομο και το οδηγεί στην επιχειρηματικότητα και στην ανακάλυψη επιχειρηματικών ευκαιριών.

Επιπλέον, ο Gartner (1985) αναφέρει τέσσερα χαρακτηριστικά που οδηγούν στη δημιουργία επιχειρήσεων και σχετίζονται με το περιβάλλον και αυτά είναι α) η διαθεσιμότητα πόρων, β) η παρουσία έμπειρων επιχειρηματιών, γ) η διαθεσιμότητα εξειδικευμένου προσωπικού και δ) η πρόσβαση σε προμηθευτές, πελάτες.

Η βασικότερη κριτική που ασκείται αφορά στο γεγονός ότι δεν εξηγούν, επαρκώς, γιατί ορισμένα άτομα γίνονται επιχειρηματίες και άλλα όχι, καθώς στο ίδιο οικονομικό περιβάλλον δεν δύνανται όλοι να ανακαλύψουν και να αξιοποιήσουν επιχειρηματικές ευκαιρίες που παρουσιάζονται, με αποτέλεσμα, να μην γίνονται όλοι επιχειρηματίες. Αποτέλεσμα αυτής της κριτικής ήταν ορισμένοι υποστηρικτές της να δεχθούν τη συμβολή και άλλων παραγόντων στη διαδικασία δημιουργίας μιας επιχείρησης, όπως η προσπάθεια κατανόησης της αλληλεπίδρασης μεταξύ ενδογενών και εξωγενών παραγόντων, δίνοντας έμφαση, αφενός σε εξωγενείς παράγοντες και αφετέρου σε

προσωπικά χαρακτηριστικά και ατομικούς παράγοντες του επιχειρηματία σε αλληλεπίδραση με το εξωγενές περιβάλλον.

1.5.2. Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις

Οι κοινωνιολογικές προσεγγίσεις θεωρούν πως το κοινωνικό περιβάλλον διαδραματίζει πρωταρχικό ρόλο στις επιλογές των ατόμων σχετικά σε σχέση με την επαγγελματική τους ενασχόληση, και στην απόφασή τους να ενασχοληθούν με την επιχειρηματικότητα. Ορισμένοι κοινωνιολόγοι υποστηρίζουν ότι η αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών γίνεται μέσα στο κοινωνικό περιβάλλον, το οποίο επιτρέπει ή προωθεί την επιχειρηματικότητα, δίνοντας επιχειρηματικές ευκαιρίες. Σε αντίθετη περίπτωση, το άτομο δε θα ήταν δυνατό να αναγνωρίζει, αλλά κυρίως να εκμεταλλεύεται επιχειρηματικές ευκαιρίες και για το λόγο αυτό παρατηρούνται διαφορές στην επιχειρηματικότητα πολλών χωρών.

Κατ' επέκταση υποστηρίζεται ότι τα «δημογραφικά» χαρακτηριστικά διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην επιχειρηματική πρόθεση. Ως τέτοια αναφέρονται η ηλικία, το φύλο, το ανθρώπινο κεφάλαιο δηλαδή το μορφωτικό επίπεδο και η εκπαίδευση, η επαγγελματική εμπειρία και η οικογένεια καθώς αυτά προσδιορίζουν ή ενισχύουν την τάση του ατόμου για το επιχειρείν και την ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών (Matthews, Charles H; Moser, Steven B., 1996.).

Σύμφωνα επομένως με αυτή την προσέγγιση συγκεκριμένα δημογραφικά χαρακτηριστικά μπορούν να συμβάλουν στην ενίσχυση ή μη της επιχειρηματικής τάσης ενός ατόμου. Αυτή η προσέγγιση, αν και δύναται να εξηγήσει σε σημαντικό βαθμό τους λόγους για τους οποίους ορισμένα άτομα οδηγούνται στην επιχειρηματικότητα, παραβλέπει όμως άλλους σημαντικούς παράγοντες, όπως το οικονομικό περιβάλλον και τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας του κάθε ατόμου. Παρακάτω αναλύονται μερικοί από αυτούς τους παράγοντες:

1.5.2.1. Το φύλο

Το φύλο θεωρείται ένας από τους πιο καθοριστικούς παράγοντες της επιχειρηματικής πρόθεσης. Εμπειρικές μελέτες σε πολλές χώρες του κόσμου έχουν παρατηρήσει πως οι άνδρες έχουν πιο θετική στάση στο να ανοίξουν τη δική τους επιχείρηση σε σχέση με τις γυναίκες. Μάλιστα, έχει διαπιστωθεί ότι το ενδιαφέρον των ανδρών για την ανάπτυξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων παραμένει αμείωτο, ενώ των γυναικών μειώνεται καθώς αυξάνεται η ηλικία τους

(Matthews, Charles H; Moser, Steven B., 1996.). Επιπλέον, έχουν διαπιστωθεί σημαντικές διαφορές ανάμεσα στην επιτυχία της ανδρικής και γυναικείας επιχειρηματικότητας (Bradley R Schiller and Philip E Crewson, 2007). Αυτό θεωρείται ότι οφείλεται στη στάση των ατόμων απέναντι στον κίνδυνο. Δηλαδή, οι γυναίκες έχουν την τάση να μην παίρνουν υψηλό ρίσκο, λόγω των κοινωνικοοικονομικών τους χαρακτηριστικών.

Παρόλο όμως που το επιχειρηματικό ενδιαφέρον των ανδρών είναι εντονότερο από των γυναικών, η γυναικεία επιχειρηματικότητα έχει αυξηθεί σημαντικά, κυρίως στις χώρες του δυτικού κόσμου, φαινόμενο που μπορεί να οφείλεται: α) στο γεγονός ότι οι γυναίκες είναι πιθανό να αντιμετωπίζουν μισθολογικές διακρίσεις σε βάρος τους στην αγορά εργασίας, β) στο ότι οι γυναίκες στα πλαίσια της μισθωτής εργασίας είναι συχνό φαινόμενο να έχουν μειωμένες ευκαιρίες ανάπτυξης δεξιοτήτων διοίκησης ανάληψης πρωτοβουλιών, επομένως το κόστος ευκαιρίας από την επιλογή της αυτό-απασχόλησης είναι χαμηλό και γ) στο ότι είναι επιφορτισμένες με την γέννηση και ανατροφή των παιδιών και τη φροντίδα του σπιτιού, οπότε προτιμούν την αυτό-απασχόληση, η οποία προσφέρει ευελιξία ωραρίου και επιτρέπει το συνδυασμό της οικογενειακής με την επαγγελματική ζωή (Boden 1999).

1.5.2.2. Η οικογένεια

Η δημιουργία οικογένειας είναι ένας σημαντικός παράγοντας για την ανάληψη μιας επιχειρηματικής πρωτοβουλίας. Ταυτόχρονα, το οικογενειακό υπόβαθρο αποτελεί καθοριστικό παράγοντα που ενθαρρύνει τα μέλη της οικογένειας να ασχοληθούν με την επιχειρηματικότητα.

Έχουν αναπτυχθεί δύο υποδείγματα που ερμηνεύουν τη σημασία του οικογενειακού υπόβαθρου στην επιχειρηματική πρόθεση. Το πρώτο είναι το μοντέλο του γονεϊκού ρόλου (parental role model), σύμφωνα με το οποίο τα άτομα που έχουν αυτοαπασχολούμενους γονείς, έχουν μεγαλύτερη πιθανότητα να αναπτύξουν επιχειρηματική δράση ακολουθώντας το παράδειγμα των γονέων τους (Dunn και Holtz-Eakin 2000), καθώς εκτίθενται στη επιχειρηματικότητα από νεαρή ηλικία (Carr και Sequeira, 2007). Το δεύτερο μοντέλο, της οικογενειακής υποστήριξης (family support model) περιγράφει το σύνθηδες φαινόμενο της οικονομικής και κοινωνικής υποστήριξης των ατόμων που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά από τις οικογένειές τους.

Φαίνεται ότι το επάγγελμα των γονέων διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο, μιας και επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό τις στάσεις και τις προτιμήσεις ενός ατόμου ως προς την επιχειρηματικότητα (Shapiro, 1984). Σε κάποιες από τις μελέτες, βρέθηκε έντονη η θετική επίδραση του γονεϊκού ρόλου, ιδίως του πατέρα (Clement K. Wang, Poh-Kam Wong. 2004). Υπάρχουν αρκετά εμπειρικά δεδομένα που δείχνουν πως οι επιχειρηματίες τείνουν να προέρχονται από οικογένειες που έχουν μια παράδοση στην επιχειρηματική δραστηριότητα, επομένως, ο τρόπος που έχουν μεγαλώσει τους κάνει να σκέφτονται και να αποφασίζουν επιχειρηματικά, με γνώμονα την εμπειρία τους (Hayton, George και Zahra, 2002). Η έκθεση στην επιχειρηματικότητα από νεαρή ηλικία καθορίζει και την προτίμηση των ατόμων να στραφούν στην επιχειρηματικότητα (Carr και Sequeira, 2007).

Ταυτόχρονα όμως, είναι σημαντικό ο επιχειρηματίας να ωθείται και από προσωπική επιθυμία σε επιχειρηματική δραστηριότητα. Παρόλο λοιπόν, που μπορεί να επιβάλλεται η επαγγελματική αυτή επιλογή άμεσα ή έμμεσα είτε από την οικογένεια (κληρονομούν τις επιχειρήσεις από την οικογένειά τους), τελικά μπορεί και να μην αναλαμβάνουν την οικογενειακή επιχείρηση (Kerper, 2004).

Ενώ σε άλλες μελέτες βρέθηκε η σχέση του κοινωνικοοικονομικού οικογενειακού υπόβαθρου με την ανάπτυξη επιχειρηματικότητας από τους νέους, γεγονός που σημαίνει πως η οικονομικοκοινωνική κατάσταση της οικογένειας, μπορεί να επιδράσει ευεργετικά ή ακόμη και ανασταλτικά ως προς την απόφαση του ανθρώπου να εμπλακεί με τις επιχειρηματικές δραστηριότητες (Καραγιάννης, 1999). Εάν ένας νέος ζει σε οικογενειακό περιβάλλον, όπου οι πόροι της οικογένειας είναι χαμηλοί, τότε είναι εξαιρετικά δύσκολο το να ιδρύσει την δική του επιχείρηση, δίχως τα απαραίτητα χρηματικά κεφάλαια (Καραγιάννης, 1999).

1.5.2.3. Το ανθρώπινο κεφάλαιο (μορφωτικό επίπεδο και εκπαίδευση)

Το ανθρώπινο κεφαλαίο περιλαμβάνει το μορφωτικό επίπεδο των ατόμων (ποσότητα και ποιότητα εκπαίδευσης) καθώς και ορισμένα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας, τα οποία δεν μπορούν να εκτιμηθούν ή να μετρηθούν με ακρίβεια ώστε να συμπεριληφθούν σε κάποιο οικονομετρικό υπόδειγμα. Έρευνες που έχουν γίνει από οικονομολόγους και κοινωνιολόγους, υπόκεινται σε πολλούς περιορισμούς. Παρόλα αυτά θεωρείται ότι ορισμένα χαρακτηριστικά προσωπικότητας, όπως η ανάπτυξη πρωτοβουλιών, η εξωστρέφεια, το αίσθημα της

αυτοπεποίθησης, η εφευρετικότητα και η δεκτικότητα απέναντι σε νέες εμπειρίες είναι πιθανό να οδηγούν τα άτομα στην αυτό-απασχόληση.

Το εκπαιδευτικό υπόβαθρο συνιστά έναν ουσιαστικό παράγοντα διαμόρφωσης της επιχειρηματικότητας σε μια κοινωνία (Kolvereid και Moen, 1997). Το επίπεδο εκπαίδευσης, βοηθάει τον επίδοξο επιχειρηματία στο να αναλύσει εάν τα δεδομένα και οι εκτιμήσεις για την επιχειρηματική ιδέα, είναι ρεαλιστικά και αντιπροσωπευτικά της πραγματικότητας (Kolvereid και Moen, 1997).

Εμπειρικές αναλύσεις δεν έχει επιβεβαιώσει κάποια συστηματική σχέση μεταξύ του επιπέδου εκπαίδευσης και της ανάπτυξης επιχειρηματικών πρωτοβουλιών. Αυτό που έχει παρατηρηθεί είναι πως όσο αυξάνεται το μορφωτικό επίπεδο των ατόμων, η απόφαση ανάληψης επιχειρηματικών πρωτοβουλιών εξαρτάται από τη στάση τους απέναντι στον κίνδυνο. Πιο συγκεκριμένα, τα άτομα με υψηλό μορφωτικό επίπεδο, είναι πιθανότερο να αποστρέφονται τον κίνδυνο και άρα να μην επιλέγουν την αυτό-απασχόληση (Francisco Liñán, 2007).

1.5.2.4. Γεωγραφικοί παράγοντες

Δεν είναι όλες οι περιοχές μιας χώρας εξίσου κατάλληλες και ευνοϊκές για τη δημιουργία και εκμετάλλευση επιχειρηματικών ευκαιριών. Σε κάθε περιοχή, οι επιχειρήσεις και οι επιχειρηματίες τείνουν να αναπτύσσουν ένα συγκεκριμένο είδος παραγωγικής δραστηριότητας, το οποίο εξαρτάται μεταξύ άλλων, από τους παραγωγικούς συντελεστές και από τους διαθέσιμους πόρους της περιοχής, ιδιαίτερα τους φυσικούς (Κορρές, 2015). Επίσης, περιφέρειες που καταφέρνουν να χρηματοδοτηθούν και να δημιουργήσουν τις κατάλληλες υποδομές, βελτιώνουν σε σημαντικό βαθμό τις συνθήκες κάτω από τις οποίες θα αναπτύξουν την επιχειρηματικότητα στην περιοχή δραστηριοποίησης τους (Κορρές, 2015).

1.5.2.5. Η εθνικότητα

Ένας εξαιρετικά σημαντικός παράγοντας για την ανάπτυξη επιχειρηματικής δράσης μέσα στα πλαίσια της κοινωνίας, είναι και η εθνικότητα του επιχειρηματία. Υπάρχουν αρκετά δεδομένα που αποδεικνύουν ότι συγκεκριμένες εθνικότητες, παρουσιάζουν ένα πολύ μεγάλο ποσοστό αυτό-απασχόλησης και επιχειρηματικότητας σε σχέση με άλλες (Aldrich και Waldinger, 1990). Ιδιαίτερα όταν αυτές οι εθνικότητες, δραστηριοποιούνται ως μειονότητες ή μετανάστες μέσα σε άλλες

κοινωνίες, επιδεικνύουν αξιοσημείωτες επιχειρηματικές ικανότητες (Aldrich και Waldinger, 1990), όπως για παράδειγμα οι Έλληνες μετανάστες της Αμερικής. Ορισμένες μειονότητες νιώθουν ότι έχουν υποβληθεί κατά κάποιο τρόπο, σε ένα είδος αποκλεισμού από το υπάρχον εργασιακό ρεύμα και έτσι οδηγούνται στην αυτό-απασχόληση (Aldrich και Waldinger, 1990). Επικρατούν επίσης, απόψεις και ερμηνείες, που θεωρούν ότι η τάση για επιχειρηματικότητα σε ορισμένους λαούς, είναι έμφυτη και αποτέλεσμα μιας επιχειρηματικής κουλτούρας, που έχει δημιουργηθεί μέσα στους αιώνες (Light και Bonacich, 1988, Portes και Bach, 1985, Waldinger et al. 1990). Δεν είναι τυχαίο ότι οι Έλληνες για παράδειγμα, δραστηριοποιούνται στο εμπόριο και στη ναυτιλία χιλιάδες χρόνια τώρα και οι λαοί της Ανατολής στο εμπόριο ρούχων.

1.5.3. Γνωστική Προσέγγιση (cognitive approach)

Η γνωστική προσέγγιση (cognitive approach) αποδέχεται την άποψη ότι οι αποφάσεις ενός ατόμου για να δράσει ή όχι επιχειρηματικά, οφείλονται στον τρόπο με τον οποίο το ίδιο αντιλαμβάνεται την πραγματικότητα (Bridge, 2003). Πιο αναλυτικά, εάν το άτομο αντιλαμβάνεται την πραγματικότητα με διαφορετικό τρόπο, αυτό τον οδηγεί και στην αντίστοιχη λήψη απόφασης. Επομένως, η επιλογή της αυτό-απασχόλησης γίνεται με βάση την αξιολόγηση της πραγματικότητας έτσι όπως ο ίδιος την αντιλαμβάνεται και την αξιολόγηση των ικανοτήτων του ίδιου για την επίτευξη του στόχου του, με βάση τις γνώσεις και τις δεξιότητες που απαιτούνται για την πραγματοποίηση αυτής της επιλογής (Dooley, 2004). Άρα μία σημαντική πτυχή της προσέγγισης αυτής αποτελεί το εάν το άτομο κρίνει τον εαυτό του επαρκή και ικανό για να δράσει επιχειρηματικά (Bandura, 1986).

Επίσης, η πρόθεση του ατόμου για αυτό-απασχόληση μπορεί να επηρεάζεται από περιβαλλοντικούς παράγοντες, που αφορούν τις στάσεις και τις αντιλήψεις του περιβάλλοντος απέναντι στην επιχειρηματικότητα (Krueger & Carsrud, 1993). Όταν η επιχειρηματικότητα βρίσκεται ψηλά στην εκτίμηση της κοινωνίας, ευνοείται η ανάπτυξή της (Shane, 1992). Σημαντικό λοιπόν, στοιχείο που επηρεάζει τον τρόπο σκέψης και δράσης του επιχειρηματία, είναι η κοινωνική ελκυστικότητα της απόφασής του να ασχοληθεί με την επιχειρηματικότητα (Delmar, 2000). Η κοινωνική ελκυστικότητα δεν είναι μόνο συνάρτηση της γενικότερης κοινωνικής αποδοχής της πιθανής απόφασής του αλλά και του πόσο απασχολεί τον επιχειρηματία η αποδοχή αυτή (Delmar, 2000).

Κατ' επέκταση, η κοινωνική υποστήριξη μπορεί να αποτελέσει σημαντικό παράγοντα στην ικανότητα των ιδιοκτητών εθνικών μικρών επιχειρήσεων να αντιμετωπίσουν τα εμπόδια και τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν κατά την έναρξη της επιχείρησης.

1.5.4. Θεωρία της Συμπεριφοράς (behavioral theory)

Η θεωρία της συμπεριφοράς μελετά την επιχειρηματική πρόθεση με βάση το περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται το άτομο και άρα εξετάζεται η συμπεριφορά του ατόμου στα πλαίσια του περιβάλλοντος αυτού. Σύμφωνα με αυτή τη θεωρία, ο βασικός παράγοντας που παρακινεί το άτομο να αναπτύξει επιχειρηματική δραστηριότητα είναι η εκδήλωση της επιθυμίας για επιτυχία και επιτεύγματα, σε σχέση με τα προκαθορισμένα πρότυπα (Sexton & Smilor, 1986).

Η θεωρία της συμπεριφοράς έχει δύο όψεις: Η μια λαμβάνει υπόψη τα χαρακτηριστικά του ατόμου που μπορούν να επιδράσουν θετικά ή αρνητικά στην επιχειρηματική του πρόθεση, όπως η εμπιστοσύνη που έχει στον εαυτό του, ο ενθουσιασμός που επιδεικνύει, η διάθεση για ανεξαρτησία, η θετική διάθεση, οι αντιλήψεις και η στάση απέναντι στο ρίσκο (Bridge, 2003). Η άλλη όψη ερμηνεύει την αλλαγή της συμπεριφοράς του ατόμου στα διάφορα επιχειρησιακά στάδια (Bridge, 2003). Δηλαδή, μόνο όταν μεσολαβήσει κάποιο γεγονός (trigger event) οδηγείται το άτομο προς αυτή τη δράση και πως επηρεασθεί από τους πόρους που διαθέτει για το σκοπό αυτό (επιχειρηματικές ιδέες, δίκτυα υποστήριξης, τεχνικές δεξιότητες, εμπειρία και χρηματοδότηση) (Bridge, 2003).

1.5.5. Θεωρία της Προσωπικότητας (Personality Theory)

Η θεωρία της προσωπικότητας υποστηρίζει ότι η επιχειρηματική πρόθεση βασίζεται μεταξύ άλλων και στα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας του ατόμου τα οποία αποτελούν την ειδοποιό διαφορά του (Brockhaus & Horwitz 1986). Πολλές έρευνες λοιπόν έχουν στραφεί στη μελέτη των ενδογενών παραγόντων που οδηγούν ορισμένα άτομα στην επιχειρηματική. Η θεωρία αυτή προτείνει ψυχολογικές μεταβλητές, προσωπικά χαρακτηριστικά και δημογραφικούς παράγοντες ως ερμηνευτικά εργαλεία για τις διαφορές στην επιχειρηματική δραστηριότητα (Brockhaus & Horwitz 1986). Υποστηρίζεται, λοιπόν πως η προσωπικότητα και τα εν γένει

χαρακτηριστικά αυτής μπορούν να εξηγήσουν τους λόγους για τους οποίους ορισμένα άτομα οδηγούνται στην επιχειρηματικότητα, καθώς και γιατί ορισμένοι/ες επιχειρηματίες είναι περισσότερο επιτυχημένοι/ες από άλλους/ες. Οι υποστηρικτές της θεωρίας αυτή πιστεύουν, δηλαδή, ότι η προσωπικότητα του ατόμου είναι πολυδιάστατη και παρουσιάζει ορισμένα κοινά χαρακτηριστικά, μέσω των οποίων μπορούν να ερμηνευτούν οι λόγοι που τα οδηγούν ή όχι στην ίδρυση επιχειρήσεων (Brockhaus & Horwitz 1986).

Ο Rotter (1966) υποστήριξε ότι η ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας προσδιορίζεται από τις ψυχολογικές δυνάμεις των ίδιων των επιχειρηματιών και λιγότερο από εκείνους τους παράγοντες του εξωτερικού περιβάλλοντος, όπως οι οικονομικές, κοινωνικές, πολιτικές και τεχνολογικές δυνάμεις. Ο Rotter τόνισε ότι η ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας οφείλεται κυρίως στα άτομα εκείνα που έχουν μεγάλο βαθμό επιθυμίας και πίστης στις δυνατότητες και στις δυνάμεις τους, δηλαδή μεγαλύτερη εμπιστοσύνη στις «εσωτερικές» τους δυνάμεις και δυνατότητες και λιγότερο στις «εξωτερικές» δυνάμεις του εξωτερικού περιβάλλοντος. Αντίστοιχα, τα άτομα εκείνα που στηρίζονται περισσότερο στο «εξωτερικό περιβάλλον», δεν χρησιμοποιούν ιδιαίτερα τις «εσωτερικές» δυνάμεις τους για την υλοποίηση μιας επιχειρηματικής ιδέας αλλά βασίζονται για παράδειγμα στο οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον, στην υποστήριξη του κράτους, στο θεσμικό και νομοθετικό πλαίσιο κ.λπ..

Ο Timmons (1994) από την πλευρά του διαχωρίζει τα χαρακτηριστικά αυτά σε έμφυτα, όπου δηλαδή κάποιος γεννιέται επιχειρηματίας και σε εκείνα που μπορούν να αποκτηθούν και άρα μπορούν να δημιουργήσουν έναν επιχειρηματία. Θεωρεί τα παραπάνω χαρακτηριστικά πως μπορούν να αποκτηθούν, δηλαδή πολλές από τις ηγετικές ικανότητες, η ανάγκη για επιτυχία, για επίτευξη προσωπικών στόχων και η εσωτερική δύναμη ελέγχου. Αυτά που θεωρεί ως έμφυτα χαρακτηριστικά είναι η δημιουργικότητα και καινοτομία, η διορατικότητα, η ικανότητα να εμπνέει άλλους, η σύλληψη ιδεών και η υψηλή ενεργητικότητα σε συνδυασμό με την συναισθηματική σταθερότητα.

Βέβαια η κριτική που έχει υποστεί η σχολή αυτής της προσέγγισης έγκειται στο γεγονός πως δεν είναι βέβαιο πως και τα χαρακτηριστικά του Timmons (1994) δε μπορούν να αποκτηθούν, αλλά και ότι εκείνα που θεωρούνται έμφυτα δεν κάνουν κατ' ανάγκη ένα άτομο ικανό για την ανάληψη της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Επίσης, δε λαμβάνεται υπόψη το εξωτερικό περιβάλλον του

ατόμου όταν μελετώνται τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας ενός επιχειρηματία, αλλά ούτε και παράγοντες όπως η τύχη και η μάθηση.

Οι Hisrich και Peters (1998) κατηγοριοποιούν τις ποικίλες δεξιότητες που απαιτούνται από τους επιχειρηματίες σε τεχνικές δεξιότητες, που περιλαμβάνουν την τεχνική διαχείριση και τις οργανωτικές δεξιότητες, σε επιχειρηματικές δεξιότητες διαχείρισης, που περιλαμβάνουν το σχεδιασμό, τη λήψη αποφάσεων, το μάρκετινγκ και τις λογιστικές ικανότητες και σε προσωπικές επιχειρηματικές δεξιότητες, που περιλαμβάνουν τον εσωτερικό έλεγχο, την καινοτομία και την ανάληψη κινδύνου.

Παρακάτω θα αναλυθούν τα πιο σημαντικά από τα χαρακτηριστικά αυτά που χρησιμοποιούνται και στις περισσότερες έρευνες.

1.5.5.1 Η ανάγκη για την επίτευξη υψηλών στόχων (need for achievement) (Brockhaus & Horvitz 1986, Smith & Bracker 1994)

Είναι γεγονός ότι οι άνθρωποι οι οποίοι διακατέχονται από την επιθυμία για επίτευξη υψηλών στόχων, προσανατολίζονται σε επαγγελματικές επιλογές που θα αναδείξουν άμεσα το έργο τους. Μια τέτοια επιλογή είναι και η Επιχειρηματικότητα. Σχετικά με αυτό ο McClelland (1961) ανέφερε ότι ο/η επιχειρηματίας είναι άτομο με υψηλή ανάγκη για επίτευξη στόχων και υποκινείται από αυτή εφόσον δεν έχει καλυφθεί. Αντίστοιχα, οι Shaver, Gatewood και Gartner (1991), υποστηρίζουν ότι η υποκίνηση (motivation) για τη δημιουργία μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας στηρίζεται στην άποψη ότι τα άτομα που έχουν το κίνητρο να επιχειρήσουν είναι περισσότερο πιθανό να το πράξουν.

Η έννοια αυτή δέχθηκε σημαντική κριτική καθώς δεν μπορεί από μόνη της να εξηγήσει τις διαφορές μεταξύ επιχειρηματιών και άλλων ομάδων πληθυσμού, που εμφανίζουν σε πολλές περιπτώσεις υψηλά επίπεδα ανάγκης για επίτευξη, όπως τα στελέχη επιχειρήσεων (Gartner W. B., 1989).

1.5.5.2 Επίκεντρο ελέγχου (locus of control)

Το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό πηγάζει από το αίσθημα αυτοπεποίθησης που διακατέχει τον επιχειρηματία και που τον κάνει να πιστεύει πως η επιτυχία εξαρτάται από τις δικές του εσωτερικές

δυνάμεις (Cromie, 2000). Εδώ υπάρχει η κατηγοριοποίηση σε εσωτερική εξωτερική έδρα ελέγχου.

Η «εσωτερικό επίκεντρο ελέγχου» δείχνει ότι το άτομο πιστεύει ότι το ίδιο έχει τον έλεγχο των γεγονότων της ζωής του, βλέπει δηλαδή, τον εαυτό του υπεύθυνο για τα αποτελέσματα των πράξεων του (Rotter, 1966). Τα άτομα που εντάσσονται σ' αυτή την κατηγορία συνήθως πιστεύουν ότι ελέγχουν την τύχη τους και αυτό το αίσθημα εμπιστοσύνης στις δικές τους δυνάμεις, είναι αυτό που τους οδηγεί στην επίτευξη των στόχων τους (Rotter, 1966). Επομένως, λόγω της μεγάλης εσωτερικής δύναμης που διαθέτουν η επιτυχία είναι στο χέρι τους και δεν βασίζεται σε εξωτερικούς παράγοντες. Βασιζόμενος σε αυτές τις δυνάμεις, θεωρεί πως στα πλαίσια των δραστηριοτήτων του, μπορεί να έχει τον απόλυτο έλεγχο και πως δεν επηρεάζεται από την πιθανότητα να παρουσιαστούν δυσμενείς συνθήκες στην προσπάθεια που καταβάλλει για την πραγματοποίηση των στόχων του (Cromie, 2000).

Η «εξωτερικό επίκεντρο ελέγχου» δείχνει ότι το άτομο πιστεύει ότι εξωτερικοί παράγοντες και διάφορες περιβαλλοντικές αιτίες ή περιστασιακοί παράγοντες ασκούν τον έλεγχο. Οι άνθρωποι που πιστεύουν πολύ στην επίδραση των εξωτερικών παραγόντων, όπως του οικονομικού περιβάλλοντος, της διεθνούς συγκυρίας και της τύχης, πιστεύουν γενικά ότι η ζωή τους επηρεάζεται δραστικά από εξωτερικά γεγονότα, και ότι συνεπώς δεν μπορούν να ελέγξουν αποτελεσματικά την πορεία τους, άρα ούτε και τις επιχειρηματικές τους επιλογές (Rotter 1990).

Ο Rotter (1966) καταλήγει στο συμπέρασμα πως συνήθως οι επιχειρηματίες, δε θεωρούν ότι οι πράξεις τους και τα γεγονότα οφείλονται σε παράγοντες που δεν ελέγχουν, αλλά μονάχα σε δικές τους πράξεις. Αυτό σχετίζεται με την ανάγκη για την επίτευξη στόχων και μάλιστα, αυτή η συσχέτιση επιδρά θετικά στην επιχειρηματικότητα (Borland. 1974). Επίσης, οι Nair και Pandey (2006) διαπίστωσαν ότι το 67% των ατόμων που έχουν δημιουργήσει επιχειρήσεις πιστεύουν ότι η εξέλιξη των γεγονότων οφείλεται στους ίδιους.

Και ο Littunen (2000) διατυπώνει αντίστοιχους ισχυρισμούς καθώς υποστηρίζει ότι η έδρα ελέγχου και η ανάγκη για την επίτευξη στόχων είναι παράγοντες που διαφοροποιούν τους επιχειρηματίες από τους υπόλοιπους ανθρώπους.

1.5.5.3 Η ανάληψη ρίσκου (risk taking)

Η επιχειρηματικότητα εμπεριέχει το στοιχείο του κινδύνου. Ο επιχειρηματίας δηλαδή αναπτύσσει τις δραστηριότητές του μέσα σε ένα αβέβαιο περιβάλλον, λαμβάνοντας ρίσκο, όπου οι πιθανότητες επιτυχίας και αποτυχίας είναι μοιρασμένες. Αυτό που τον ενδιαφέρει είναι η απόδοση σε σχέση με το ρίσκο που αναλαμβάνει γι' αυτό και σε κάθε επιχειρηματία η σχέση απόδοσης ρίσκου που επιθυμεί να αναλάβει, διαφέρει (Brockhaus & Horowitz, 1986).

1.5.5.4 Η αυτεπάρκεια (self-efficacy)

Σύμφωνα με τον Bandura (1986), αυτεπάρκεια είναι η πεποίθηση ενός ατόμου για το τι είναι ικανό να κάνει με τις ικανότητες που διαθέτει, είναι η πεποίθηση στις προσωπικές ικανότητές του να επιδείξει αποτελεσματική συμπεριφορά ως προς την επίτευξη κάποιου στόχου, η οποία βασίζεται στην εμπειρία του παρελθόντος. Εδώ διαχωρίζονται οι ικανότητες που πιστεύει πως έχει ένα άτομο από τις πραγματικές του ικανότητες.

1.5.5.5 Η επιχειρηματική κουλτούρα (entrepreneurial culture)

Ερευνητές προτείνουν δύο άξονες για την ερμηνεία της επιχειρηματικής πρόθεσης σε αυτή τη θεωρία. Αναφέρουν ότι τα άτομα υποκινούνται από τη μία από αρνητικούς εξωτερικούς παράγοντες, όπως η δυσαρέσκεια από τη θέση εργασίας, η δυσκολία εύρεσης εργασίας, η μη ευελιξία στο ωράριο εργασίας και από θετικούς εσωτερικούς παράγοντες, όπως η επιθυμία για ανεξαρτησία, η αυτοεκπλήρωση, και υποστηρίζουν ότι οι θετικοί εσωτερικοί παράγοντες είναι αυτοί οι οποίοι οδηγούν ένα άτομο στην επιχειρηματικότητα (Kumar, 2007).

Η προθυμία για επιχειρησιακή δραστηριότητα καθορίζεται ολοένα και περισσότερο από τους παράγοντες «έλξης» ή «ώθησης» κυρίως στην Εποχή της Πληροφορίας (Segal, Borgia & Schoenfeld, 2005).

Θετικά κίνητρα χαρακτηρίζονται όσα ελκύουν το άτομο στην ανάληψη επιχειρηματικής πρωτοβουλίας, ενώ αρνητικά είναι αυτά που ωθούν το άτομο να απομακρυνθεί από άλλες επιλογές και να στραφεί προς την υποαπασχόληση (Kumar, 2007). Οι Amit και Muller (1996) διαπίστωσαν ότι οι επιχειρηματίες που “έλκονται” (pull) έχουν σημαντικά υψηλότερες πιθανότητες επιτυχίας παρά επιχειρηματίες που “ωθούνται” (push).

1.5.5.5.α *Κίνητρα έλξης*

Τα κίνητρα έλξης που συσχετίζονται με την επιλογή της αυτό-απασχόλησης ενός ατόμου, θεωρούνται:

- Η ανάγκη για εκμετάλλευση μίας ευκαιρίας
- Η ανάγκη αξιοποίησης γνώσεων, δεξιοτήτων και εμπειρίας που έχει ένα άτομο
- Το κίνητρο του κέρδους ή του υψηλότερου εισοδήματος
- Το κίνητρο κοινωνικού κύρους
- Το κίνητρο της αυτοεκτίμησης
- Η ανάγκη ανεξαρτησίας
- Η ανάγκη για επίτευγμα

(Kumar, 2007)

1.5.5.5.α *Κίνητρα ώθησης*

Τα κίνητρα ώθησης, τα οποία μπορεί αρχικά να φαίνονται αρνητικά, ωστόσο, αργότερα ενδέχεται να αποδειχθούν θετικά. Αυτά μπορεί να είναι:

- Η απόλυση και η ανεργία
- Η αδυναμία προαγωγής (blocked promotion)
- Η έλλειψη ενδιαφέροντος στο αντικείμενο εργασίας
- Οι προστριβές στο χώρο εργασίας
- Η γενικότερη οικονομική κατάσταση της χώρας (π.χ. ύφεση- αναγκαστική μετανάστευση κ.ο.κ)
- Το διαζύγιο.

(Kumar, 2007).

1.6. Επιχειρηματική επιτυχία

Το σύγχρονο management ασχολείται με την ανάλυση της δομή του επιχειρησιακού περιβάλλοντος, δηλαδή του εσωτερικού και του εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης, που μπορεί εν συνεχεία να αποτυπώσει τις δυνατότητες για την αποτελεσματικότητα και την επιτυχία της επιχειρηματικής δραστηριότητας (Πέκκα-Οικονόμου & Χατζηδημητρίου, 2015). Σημαντικό ρόλο παίζουν η αξιοποίηση των παραγωγικών πόρων και των συντελεστών, για παράδειγμα, των οικονομικών ανθρώπινων, τεχνολογικών, και φυσικών πόρων, με βασικό στόχο της επιχειρηματικής δραστηριότητας να χρησιμοποιήσει και να «ενώσει αρμονικά» τους βασικούς συντελεστές παραγωγής με σκοπό επίτευξη των στόχων της επιχείρησης και επομένως την επιτυχία της επιχειρηματικής και της παραγωγικής δραστηριότητας, (έτσι ώστε να πετύχει ποιοτικό προϊόν, χαμηλού κόστους με προοπτικές υψηλού κέρδους) (Πέκκα-Οικονόμου & Χατζηδημητρίου, 2015).

Μια επιτυχημένη επιχείρηση λοιπόν ορίζεται ως μια επιχείρηση που επιτυγχάνει τους στόχους της εκπληρώνοντας τα καθήκοντά της και τις ευθύνες της έναντι των ιδιοκτητών, των εργαζομένων, των πελατών, των μεσαζόντων και άλλων εταιρειών (Κορρές, 2015).

Ο ορισμός της επιτυχίας των επιχειρήσεων έχει αποδειχθεί αρκετά δύσκολος και περίπλοκος. Οι ερευνητές έχουν καταλήξει πως δεν υπάρχει ένας μοναδικός ορισμός της επιχειρηματικής επιτυχίας, καθώς αυτή μπορεί να ερμηνευθεί με διάφορους τρόπους (Καραγιάννης, 1994).

Για παράδειγμα, η επιτυχία μπορεί συχνά να εξεταστεί από την άποψη της ανάπτυξης και της κερδοφορίας, αλλά γίνεται πολύ περίπλοκη όταν πρέπει να προσδιοριστούν και οι παράγοντες που συμβάλλουν σε αυτή. Σε μια προσπάθεια προσδιορισμού της επιχειρηματικής επιτυχίας στην έρευνα αυτή, θα χρησιμοποιηθούν δύο μεγέθη μέτρησης, το οικονομικό και το μη-οικονομικό.

Πιο συγκεκριμένα, η επιτυχία ορίζεται ως η ανάπτυξη και η οικονομική απόδοση μιας επιχείρησης μετρούμενη σε αύξηση του όγκου, σχετική μεταβολή του καθαρού κύκλου εργασιών, αύξηση της αξίας και σχετική μεταβολή των ιδίων κεφαλαίων (Καραγιάννης, 1994).

Παρακάτω παρουσιάζονται οι δείκτες που μετρούν την επιτυχία μια επιχείρησης (Κορρές, 2005):

1. Θέση στην αγορά: ο δείκτης αυτός καταγράφει λεπτομερώς την ανοδική ή πτωτική πορεία μιας επιχείρησης στην αγορά στην οποία απευθύνεται.

2. Καινοτομίες: με το δείκτη αυτό μελετάται κατά πόσο οι καινοτομίες που ενδεχομένως εφαρμόζει μία επιχείρηση είναι αποδοτικές και ανταγωνιστικές.

3. Ρευστότητα: ο δείκτης ρευστότητας μετράει τις επιπτώσεις που μπορεί να έχουν στις χρηματοοικονομικές ροές μιας επιχείρησης, πιθανές αυξήσεις ή μειώσεις στις τιμές του συγκεκριμένου δείκτη.

4. Κερδοφορία: ο δείκτης αυτός αναφέρεται συγκεκριμένα στην ποιότητα της κερδοφορίας βάσει της οποίας εξάγονται συμπεράσματα σχετικά με την δυνατότητα και την ικανότητα της επιχείρησης να παράγει κέρδη.

5. Παραγωγικότητα: αναφέρεται στο πόσο αποδοτικά και αποτελεσματικά μια επιχείρηση χρησιμοποιεί τους διαθέσιμους πόρους της προκειμένου να παράγει προϊόντα ή υπηρεσίες.

Η επιτυχία καθορίζεται με παραδοσιακά κριτήρια όπως το κέρδος και η ανάπτυξη, αλλά και με εγγενείς παράγοντες όπως η προσωπική ικανοποίηση και το αίσθημα της επίτευξης (Κορρές, 2015). Οι μη χρηματοοικονομικές μετρήσεις της επιτυχίας των επιχειρήσεων είναι πιο προσωπικές. Η κερδοφορία δηλαδή σχετίζεται με την ατομική επιτυχία. Εάν δηλαδή ο επιχειρηματίας νιώθει ικανοποιημένος από το έργο του και τον χρόνο που ο επιχειρηματίας ξοδεύει για να λειτουργήσει την επιχείρηση (Κορρές, 2015). Σε έναν πιθανό κατάλογο μη οικονομικών μέτρων για τον προσδιορισμό της επιτυχίας, συμπεριλαμβάνεται η ικανοποίηση από την εργασία, ανεξαρτησία και η αντιμετώπιση των προκλήσεων που έχει θέσει για τον εαυτό του, οι οποίες είναι πολύ πιο δύσκολο να προσδιοριστούν ποσοτικά.

Η επιχειρηματική επιτυχία σημαίνει παραγωγή κερδών, όμως ως κέρδη δεν συνεπάγονται μόνο οι ταμειακές ροές της επιχείρησης, αλλά περιλαμβάνει και την ικανότητα των επιχειρηματιών να δημιουργούν και να διατηρούν μια θετική σχέση συνεργασίας με πελάτες και ομάδες συμφερόντων (Κορρές, 2015). Η επιτυχία λοιπόν της επιχείρησης είναι συνδεδεμένη και με τον αντίκτυπο που έχει η επιχειρησιακή δραστηριότητα στην κοινωνία στην οποία δραστηριοποιείται, όπως για παράδειγμα η δημιουργία θέσεων εργασίας. Ένας άλλος τρόπος επίσης προσδιορισμού της επιτυχίας μιας επιχείρησης είναι και η περίοδος επιβίωσής της.

Υπάρχει μια σημαντική διακύμανση στα κριτήρια που χρησιμοποιούνται για την αξιολόγηση της επιτυχίας των ΜΜΕ. Ο προσδιορισμός της επιτυχίας των επιχειρήσεων μπορεί να είναι πολυδιάστατο και πολύπλοκο ζήτημα. Πολλοί ερευνητές συμφωνούν ότι δεν υπάρχει ένας ενιαίος ορισμός της επιχειρηματικής επιτυχίας. Ωστόσο, λόγω της φύσης και του περιεχομένου της ίδιας της έννοιας, η οποία αντικατοπτρίζεται στα διαφορετικά κριτήρια αξιολόγησης και αντίληψης, τον τύπο επιχείρησης και του περιβάλλοντος, δεν υπάρχει κοινός ορισμός για την επιτυχία (Κορρές, 2015).

Ωστόσο, η επιτυχία είναι μια επιδιωκόμενη πτυχή της απόδοσης της επιχείρησης. Έτσι, η μέτρηση της απόδοσης είναι απαραίτητη για τη διασφάλιση της επιχειρηματικής επιτυχίας.

Τελικά, τα κριτήρια επιτυχίας συνίστανται στα μέτρα με τα οποία θα κριθεί εάν επιτυγχάνεται η επιτυχία ή η αποτυχία της επιχείρησης. Ο απλούστερος τρόπος για τον ορισμό της επιτυχίας θα ήταν να μετρηθεί εάν οι στόχοι που έχουν τεθεί για την επιτυχία της επιχείρησης πραγματοποιούνται, αλλά δεν λαμβάνει υπόψη την πιθανότητα μη-εφικτών στόχων λόγω έλλειψης επιχειρηματικού σχεδίου.

1.7. Συμπέρασμα

Σε πολλές περιπτώσεις, οι λόγοι που ωθούν ένα άτομο στη δημιουργία δικής του επιχείρησης αποτελούν ένα συνδυασμό των κινήτρων που αναλύθηκαν και μπορεί να μην είναι μεμονωμένη επιλογή της μίας ή της άλλης κατηγορίας κινήτρων. Υπάρχουν και κάποιοι άλλοι ουδέτεροι παράγοντες που μπορούν να επιδράσουν σε σημαντικό βαθμό την διαμόρφωση επιχειρηματικής παρόρμησης. Αυτοί μπορεί να είναι η τυχαία σύλληψη μιας ιδέας, μια γνωριμία ή όπως αναφέρθηκε παραπάνω, στο ευρύτερο οικογενειακό και κοινωνικό περιβάλλον (I. Χασσιδ & A. Καραγιάννης, 1999).

Πολλοί ερευνητές αναφέρουν ότι οι παράγοντες της προσωπικότητας δεν μπορούν να εξηγήσουν την επιχειρηματική δραστηριότητα και ότι θα πρέπει η έρευνα να επικεντρωθεί στους παράγοντες που επιδρούν στη διαδικασία λήψης απόφασης για την εμπλοκή κάποιου/ας στην επιχειρηματική δραστηριότητα. Υποστηρίζουν ότι τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας δεν ισχύουν για όλα τα άτομα και ενδεχομένως μπορεί να αφορούν διάφορες κατηγορίες πληθυσμού. Επίσης, αναφέρουν ότι τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας δεν είναι σταθερά απέναντι στο χρόνο και αυτό δημιουργεί δυσκολίες σε σχέση με την πρόβλεψή τους, ενώ τέλος εμφανίζονται με διαφορετικές «μορφές» στα άτομα, αλλά και σε διαφορετικές καταστάσεις που αυτά βιώνουν, καθώς η προσωπικότητα δεν είναι μονοδιάστατη, αλλά πολυδιάστατη κατασκευή.

Ενώ η θεωρία της προσωπικότητας παραμένει γεμάτη με τη δική της σειρά προβλημάτων, οι ερευνητές έχουν εστιάσει κατά κύριο λόγο τις τελευταίες δεκαετίες στο πρότυπο προσωπικότητας των 5 Μεγάλων Παραγόντων¹. Αρκετά χαρακτηριστικά έχουν προστεθεί στο μοντέλο των 5

¹ The “Big Five Factors” είναι ένα σύστημα ταξινόμησης της προσωπικότητας, που διακρίνει πέντε βασικές διαστάσεις: εξωστρέφεια, συγκαταβατικότητα, ευσυνειδησία, συναισθηματική σταθερότητα και δεκτικότητα σε νέες εμπειρίες. Οι Costa και McCrae (1992) παραθέτουν τις σημαντικότερες πτυχές, που αντιστοιχούν σε κάθε έναν από αυτούς τους παράγοντες: Εξωστρέφεια: Τα άτομα με υψηλή εξωστρέφεια διακρίνονται από ενέργεια, θετικά συναισθήματα, αυτοπεποίθηση, κοινωνικότητα και δυναμισμό. Συγκαταβατικότητα: Χαρακτηρίζεται από πτυχές όπως η εμπιστοσύνη, η ευθύτητα, ο αλτρουισμός, η σεμνότητα, η συμμόρφωση. Ευσυνειδησία: Περιλαμβάνει πτυχές όπως η αποδοτικότητα, η οργάνωση, η προσήλωση στο καθήκον, η προσπάθεια για επίτευξη υψηλών στόχων, η αυτοπειθαρχία. Συναισθηματική σταθερότητα: Αναφέρεται στην ικανότητα των ατόμων να ασχοληθούν με αρνητικές συναισθηματικές εμπειρίες και στρεσογόνους παράγοντες και είναι κεντρικής σημασίας για τη διαχείριση των συναισθημάτων. Η δεκτικότητα σε νέες εμπειρίες: Σχετίζεται με ένα ευρύ φάσμα πτυχών όπως η ευαισθησία στην τέχνη και την ομορφιά, η ανάγκη για πνευματική περιέργεια και ποικιλία δράσεων (OECD, 2015)

Μεγάλων Παραγόντων, συμπεριλαμβανομένης της αυτο-αποτελεσματικότητας, την καινοτομία, τον τόπο ελέγχου και τις στάσεις κινδύνου.

Η πολυδιάστατη σχολή σκέψης στηρίζεται στην έρευνα των Lumpkin και Dess (1996) και Miller (1987) και υποστηρίζει πως ο επιχειρηματικός προσανατολισμός αποτελείται από πέντε διαστάσεις: την προνοητικότητα, την ανάληψη κινδύνου, την καινοτομία, την αυτονομία και την ανταγωνιστική επιθετικότητα. Οι εν λόγω συγγραφείς, υποστηρίζουν ότι οι εν λόγω διαστάσεις αυτές δύνανται να διαφέρουν ανεξάρτητα η μία από την άλλη, γεγονός το οποίο προκάλεσε προβληματισμούς αναφορικά με τις υφιστάμενες κλίμακες μέτρησης του επιχειρηματικού προσανατολισμού (Lumpkin & Dess, 1996).

Η εννοιολογική προσέγγιση των Lumpkin και Dess (1996) βασίστηκε στην εργασία του Miller (1983) αλλά πρόσθεσε δύο επιπλέον διαστάσεις στις ήδη υπάρχουσες: την αυτονομία και την ανταγωνιστική επιθετικότητα. Σε αυτό το υπόδειγμα, η κάθε διάσταση δύναται να έχει μια μοναδική σχέση με τις επιδόσεις των επιχειρήσεων, λειτουργώντας ανεξάρτητα από τις υπόλοιπες.

Όπως προαναφέρθηκε, η διερεύνηση του επιχειρηματικού προσανατολισμού, με βάση την θέση των Lumpkin και Dess, ενέχει την αξιολόγηση πέντε ανεξάρτητων διαστάσεων που αφορούν στην προνοητικότητα, στην ανάληψη κινδύνου, στην ανταγωνιστική επιθετικότητα, στην αυτονομία και στην καινοτομία (Lumpkin & Dess, 1996). Επειδή η παρούσα διατριβή επιδιώκει την εξέταση και των πέντε διαστάσεων, ο Πίνακας παρακάτω παραθέτει τους επιμέρους ορισμούς του:

Πίνακας 3. Ανασκόπηση των Διαστάσεων του Επιχειρηματικού Προσανατολισμού, πηγή Dess & Lumpkin, 2005.

Διάσταση	Ορισμός
Καινοτομία	Η βούληση να εισαχθεί καινοτομία στην επιχείρηση, μέσω πειραματισμών και δημιουργικών διαδικασιών, με στόχο την ανάπτυξη νέων προϊόντων, υπηρεσιών και διαδικασιών.
Προνοητικότητα	Η μελλοντική προοπτική που χαρακτηρίζει έναν ηγέτη της αγοράς ο οποίος έχει την δυναμική να εκμεταλλευτεί τις ευκαιρίες προβλέποντας τη μελλοντική ζήτηση.
Ανάληψη κινδύνων	Η λήψη αποφάσεων και η ανάληψη δράσης των επιχειρήσεων χωρίς να γνωρίζουν τα πιθανά αποτελέσματα.
Ανταγωνιστική επιθετικότητα	Η έντονη προσπάθεια της επιχείρησης να ξεπεράσει τους ανταγωνιστές της. Χαρακτηρίζεται από μαχητική στάση ή επιθετική αντίδραση η οποία στοχεύει στη βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσης ή στην αντιμετώπιση μιας απειλής.

Αυτονομία

Η ανεξάρτητη δράση ενός ατόμου ή μιας ομάδας η οποία αποσκοπεί στην ανάδειξη και στην υλοποίηση μιας επιχειρησιακή

2.1. Η Μετανάστευση στην Ελλάδα

Ο 20ος αιώνας έχει χαρακτηριστεί ως “ο αιώνας της μετανάστευσης” (Λαζαρίδη & Αμίτσης, 2001, σελ. 258) καθώς οι πολιτικές αλλαγές, η παγκοσμιοποίηση της οικονομίας, οι έντονες κοινωνικές διαφορές και οι ανισότητες, έγιναν οι αφορμές της σημαντικότερης πληθυσμιακής μετακίνησης.

Την εικοσαετία 1900-1920 υπολογίζεται πως περίπου το 8% του συνολικού πληθυσμού της Ελλάδας μετανάστευσε στο εξωτερικό, κυρίως στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής και την Αυστραλία (Castels & Miller, 1998, p.58.) Μετά το Β' Παγκόσμιο Πόλεμο παρατηρήθηκε δεύτερο κύμα υποχρεωτικής μετακίνησης για πολιτικούς λόγους κατά την περίοδο 1945-1950, όπως οι ηττημένοι κομμουνιστές του Εμφυλίου που κατέφυγαν στις σοσιαλιστικές χώρες της ανατολικής Ευρώπης (Laczko, 2003). Τη δεκαετία 1950-1960 παρατηρείται μετακίνηση Ελλήνων μεταναστών σε χώρες της Ευρώπης όπως η Γερμανία, το Βέλγιο, η Σουηδία, αλλά και στον Καναδά και την Αυστραλία, λόγω της ανεργίας και της υποαπασχόλησης στην χώρα, καθιστώντας με τη σειρά τους τα κράτη αυτά ως παγκόσμιες αγορές εργατικής δύναμης (Ινστιτούτο Στρατηγικών και Αναπτυξιακών Μελετών, 2000)

Κατά την περίοδο 1961 – 1975 παρατηρείται μεγάλη μεταναστευτική κίνηση προς την Ευρώπη, καθώς περίπου 965.000 Έλληνες εγκατέλειψαν την χώρα, κατευθυνόμενοι κυρίως προς την Δυτική Γερμανία και κατόπιν στην Σουηδία και το Βέλγιο (Laczko, 2003).

Από τη δεκαετία του 1950 ξεκίνησαν τα πρώτα κύματα παλιννόστησης Ελλήνων από την Αίγυπτο, τη Β. Αφρική και την Κωνσταντινούπολη, ενώ τα τελευταία κύματα παλιννόστησης συνδέονται με τις δύο πετρελαϊκές κρίσεις και την οικονομική ύφεση των χωρών της Δυτικής Ευρώπης. Την ίδια περίοδο καταγράφηκαν επαναπατρισμοί πολιτικών προσφύγων του Εμφυλίου πολέμου. Ο κοινωνικός λοιπόν ιστός της Ελλάδας επαναπροσδιορίζεται και διαμορφώνεται μετά την εισροή διαδοχικών μεταναστευτικών ρευμάτων, αρχικά με την είσοδο και εγκατάσταση των Μικρασιατικών πληθυσμών μετά την Μικρασιατική καταστροφή και Βαλκανικών πληθυσμών μετά τους βαλκανικούς πολέμους (Μαρβάκης & Παρασάνογλου, 2001). Σ' αυτήν την περίπτωση οι περισσότεροι πρόσφυγες ήταν ελληνικής καταγωγής και ενσωματώθηκαν σχετικά γρήγορα στην κοινωνία της χώρας, ασκώντας θετική επίδραση στην οικονομία και το εμπόριο.

Την ίδια περίοδο οι χώρες της βόρειας Ευρώπης υιοθετούν περισσότερο περιοριστικές πολιτικές μετανάστευσης, διακόπτοντας τα μεταναστευτικά ρεύματα, όμως στον αντίποδα αυξήθηκε η παράνομη μετανάστευση και οι αιτήσεις ασύλου. Κατά συνέπεια περιορίστηκε και η μετανάστευση από την Ελλάδα.

Η Ελλάδα από τις αρχές της δεκαετίας του 1970, αρχίζει να γνωρίζει το πρώτο κύμα μεταναστών προς το εσωτερικό της, οι οποίοι ήταν κυρίως Άραβες που εγκαταλείπουν τον τόπο τους, λόγω της κρίσης στη Μέση Ανατολή και εγκαθίστανται στην περιφέρεια της πρωτεύουσας (Μαρβάκης & Παρασάνογλου, 2001). Την ίδια χρονική περίοδο παρατηρείται είσοδος στην Ελλάδα ξένων εργατών από το Πακιστάν, τις Φιλιππίνες, την Αίγυπτο, το Μαρόκο. Οι μετανάστες εγκαθίστανται κυρίως στην πρωτεύουσα και απασχολούνται σε εργασίες τις οποίες απορρίπτουν οι Έλληνες.

Ο μετασχηματισμός της Ελλάδας σε χώρα υποδοχής μεταναστών οφείλεται:

1. Στη γεωγραφική της θέση και μορφολογία των Ελληνικών συνόρων. “Η μεγάλη έκταση των ακτών της (33.000 χιλ.) και η έκταση των περιφερειακών συνόρων της (1.170 χιλ.) δυσκολεύουν τη φύλαξη των συνόρων της, διευκολύνοντας την πρόσβασή τους από άλλες Μεσογειακές χώρες, καθώς και από χώρες της Ασίας και της Αφρικής” (Κατρουγάλος, 1997).
2. Στις ραγδαίες οικονομικές αλλαγές, που μείωσαν την οικονομική και κοινωνική απόσταση της χώρας από τις άλλες βορειο-ευρωπαϊκές χώρες μετά την ένταξη στην ΕΟΚ το 1981. Οι οικονομικοί μετανάστες επιλέγουν την Ελλάδα λόγω των ευνοϊκών συνθηκών εργασίας, της προσφοράς υψηλότερων αμοιβών, της ασφαλιστικής κάλυψης, των οικογενειακών επιδομάτων και της ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης (Αμίτσης & Λαζαρίδης, 2001).
3. Στη βελτίωση του βιοτικού και εκπαιδευτικού επιπέδου των νέων, που οδήγησαν στην απόρριψη των χαμηλού κύρους και χαμηλά αμειβόμενων θέσεων απασχόλησης και την αύξηση ζήτησης ανειδίκευτου εργατικού δυναμικού (Αμίτσης & Λαζαρίδης, 2001).

4. Στο εύρος της παραοικονομίας, των οικογενειακών επιχειρήσεων και στην εποχικότητα των κλάδων του τουρισμός, της γεωργίας και των κατασκευών, αυξάνοντας τη ζήτηση για εργατικό δυναμικό ανεξάρτητο από τη νομοθεσία για τα εργατικά δικαιώματα.

Οι εξελίξεις αυτές δημιούργησαν ένα ξεχωριστό μεταναστευτικό καθεστώς στην Ελλάδα, το οποίο βρίσκει πολλές ομοιότητες με τις χώρες της Νότια Ευρώπης, καθώς μοιράζονται κάποια γενικά χαρακτηριστικά όπως η βιομηχανική υστέρηση, τα υψηλά ποσοστά ανεπίσημων οικονομικών πρακτικών, την οικογενειακή της βάση και τη σημασία των κλάδων του τουρισμού και της γεωργίας στην οικονομία των χωρών αυτών. Αυτό το μεταναστευτικό μοντέλο των χωρών της νότιας Ευρώπης, Ελλάδα, Ιταλία, Ισπανία, διαφέρει ριζικά από το “φορντιστικό” μοντέλο της νόμιμης μετανάστευσης των Βόρειων Ευρωπαϊκών χωρών (Χατζηπροκοπίου, Φραγκόπουλος, 2015). Η “παράνομη” μορφή μετανάστευσης δεν εντοπίζεται τόσο έντονα στο βορρά από ότι στο νότο (Χατζηπροκοπίου, Φραγκόπουλος, 2015). Άλλα χαρακτηριστικά που τη διαφοροποιούν είναι η πολυεθνικότητα και ετερογένεια των μεταναστών, η ασυμμετρία των δύο φύλων (κατά κύριο λόγο άνδρες μετανάστες), καθώς και της διαφοροποίησης της γεωγραφικής, κοινωνικής και πολιτισμικής προέλευσης των μεταναστών (Χατζηπροκοπίου, Φραγκόπουλος, 2015).

Τα Βαλκάνια αποτελούν κατ’ εξοχήν την περιοχή που τροφοδοτούν την μετανάστευση στην Ελλάδα, κυρίως η Αλβανία, η Βουλγαρία καθώς μοιράζονται κοινά σύνορα, γεγονός που εξηγεί και την κυκλικότητα της μετανάστευσης (Υπουργείο Μεταναστευτικής Πολιτικής, 2018).. Ακολουθούν οι χώρες της πρώην Σοβιετικής Ένωσης, κυρίως η Ουκρανία και η Γεωργία (Υπουργείο Μεταναστευτικής Πολιτικής, 2018).

Οι μεταπολεμικές αφίξεις από την ΕΣΣΔ είχαν ήδη ξεκινήσει από το 1950-1960 αλλά αποκτούν μαζικό χαρακτήρα μετά τη διάλυση της (Υπουργείο Μεταναστευτικής Πολιτικής, 2018). Κατά τη δεκαετία 1980-1990 συνυπάρχει το φαινόμενο τόσο της παλιννόστησης των μεταναστών των προηγούμενων δεκαετιών, όσο και των ομογενών και των πολιτικών προσφύγων από την Σοβιετική Ένωση και τις άλλες χώρες του «υπαρκτού σοσιαλισμού». Η πτώση λοιπόν, των σοσιαλιστικών καθεστώτων στην Ανατολική Ευρώπη το 1989, δημιούργησε το πρώτο κύμα οικονομικής μετανάστευσης με προορισμό την Ελλάδα, με μετανάστες κυρίως από την Αλβανία, Βουλγαρία και Ρουμανία (Υπουργείο Μεταναστευτικής Πολιτικής, 2018). Ο αριθμός των Ελλήνων που κατέφτασε στη χώρα ξεπερνά τους 70.000 το 1991.

Κατά τη δεκαετία λοιπόν, του 1990 ενώ με τον καιρό τα ρεύματα παλιννόστησης μειώνονται, αυξάνεται η είσοδος οικονομικών μεταναστών μετά την κατάρρευση των καθεστώτων στην Αν. Ευρώπη και ειδικότερα με τις διαδοχικές κρίσεις στην Αλβανία (Καραμπελιάς, 2015). Το άνοιγμα των συνόρων και η κατάρρευση του πολιτικοοικονομικού συστήματος της Αλβανίας καθιστούν τους αλβανούς ως την πολυπληθέστερη ομάδα μεταναστών στην Ελλάδα (Καραμπελιάς, 2015). Παράλληλα η πολιτική κρίση και ο πόλεμος στη Γιουγκοσλαβία προκαλεί νέο μεταναστευτικό κύμα προς την Ελλάδα (Καραμπελιάς, 2015).

Την ίδια περίοδο μετανάστες εισέρχονται τόσο από χώρες της Κεντρικής Ευρώπης, όπως την Πολωνία, όσο και από χώρες της Ινδοπακιστανικής χερσονήσου, (Ινδία, Πακιστάν, Μπαγκλαντές) με σημαντικότερο το Πακιστάν (Υπουργείο Μεταναστευτικής Πολιτικής, 2018). Τέλος, η ομάδα των Αραβικών χωρών στην οποία συμπεριλαμβάνονται η Αίγυπτος, η Συρία και το Ιράκ, εμφανίζει μία σχετική αξιόλογη συμμετοχή στο μεταναστευτικό πληθυσμό της Ελλάδας.

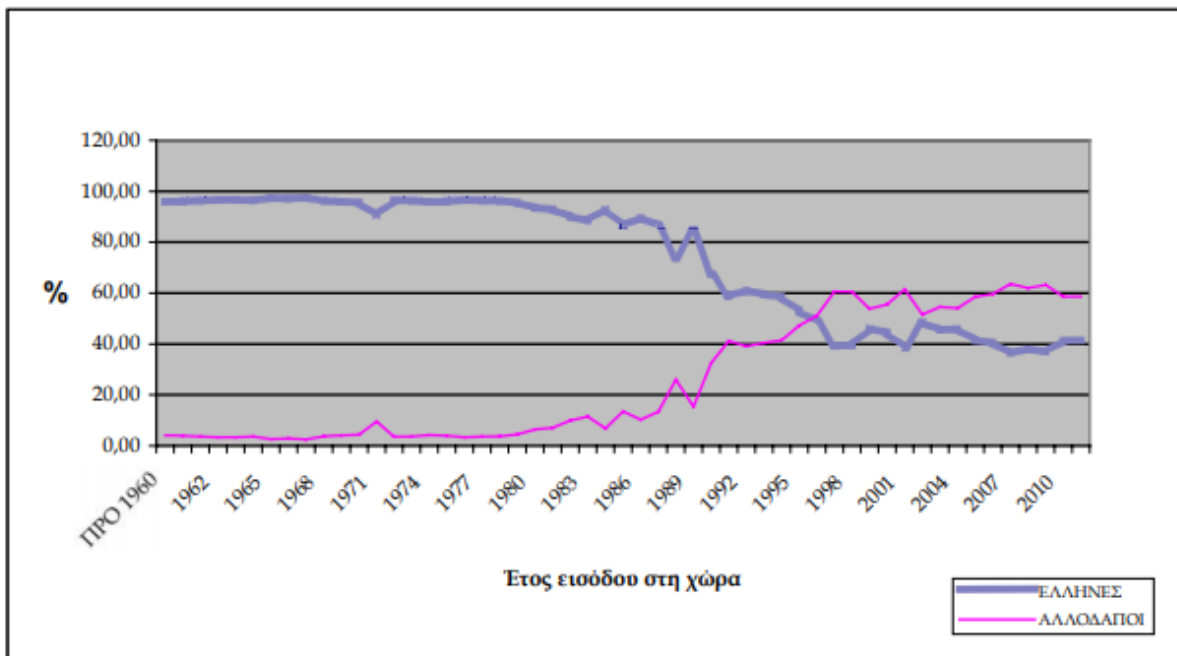
Κατά συνέπεια, οι γεωπολιτικές μεταβολές μετατρέπουν την Ελλάδα σταδιακά από το 1970, με έμφαση το 1990, από χώρα αποστολής μεταναστών σε χώρα υποδοχής μεταναστών κυρίως από την Αλβανία και από τις χώρες της πρώην ΕΣΣΔ. Εντυπωσιακό είναι το γεγονός πως πάνω από το ½ των μεταναστών της χώρας προέρχεται από μία χώρα, την Αλβανία και είναι κυρίως οικογενειακής μορφής (Υπουργείο Μεταναστευτικής Πολιτικής, 2018). Αργότερα, κατά τη δεκαετία 2000-2010 η Ελλάδα έγινε πόλος έλξης μεγάλου αριθμού μεταναστών όχι μόνο από τις πρώην σοβιετικές ώρες αλλά και από ολόκληρο τον κόσμο (Υπουργείο Μεταναστευτικής Πολιτικής, 2018). Η Ελλάδα του 20ου αιώνα, γίνεται πόλος έλξης οικονομικών μεταναστών που προέρχονται από μεσογειακές χώρες, όπως το Μαρόκο, την Τυνησία και το Λίβανο, από την Αφρική, την Τουρκία, την Ασία, κυρίως Κίνα, την Κεντρική και Λατινική Αμερική, την Ανατολική και Κεντρική Ευρώπη και άλλες χώρες της πρώην Σοβιετικής Ένωσης (Υπουργείο Μεταναστευτικής Πολιτικής, 2018).

2.2. Χαρακτηριστικά μεταναστών

Η Ελλάδα, λοιπόν, από παραδοσιακή χώρα αποστολής μεταναστών μετατρέπεται ξαφνικά σε χώρα υποδοχής. Οι μεταναστευτικές εισροές μπορούν να διακριθούν σε τρεις ξεχωριστές κατηγορίες (Υπουργείο Μεταναστευτικής Πολιτικής, 2018):

1. παλιννοστούντες ομογενείς, κυρίως Έλληνες Ποντίους από τις πρώην Σοβιετικές Δημοκρατίες (Γεωργία, Καζακστάν, Ρωσία και Αρμενία),
2. Έλληνες ομογενείς αλβανικής υπηκοότητας (Βορειοηπειρώτες),
3. οικονομικούς μετανάστες από χώρες εκτός Ε.Ε., οι οποίοι δεν εντάσσονται στις δύο προηγούμενες κατηγορίες (τέτοια παραδείγματα αποτελούν οι Αλβανοί, οι Αφρικανοί, οι Ρουμάνοι, οι Βούλγαροι, οι Μπαγκλαντεσιανοί, οι Φιλιππινέζοι και οι Πακιστανοί).

Γράφημα 1. Εισροή μεταναστών στην Ελλάδα, πηγή ΕΛΣΤΑΤ



Βασικό στοιχείο που χαρακτηρίζει το σύγχρονο μεταναστευτικό φαινόμενο, είναι το γεγονός ότι η μετανάστευση δεν έχει τον οργανωμένο χαρακτήρα που είχε σε παλαιότερες εποχές και τα δεδομένα των τελευταίων απογραφών το επιβεβαιώνουν.

Στην απογραφή του 1981, τα άτομα με ξένη υπηκοότητα² ανέρχονται σε 180.000 άτομα, δηλαδή 1,9% του συνολικού πληθυσμού της Ελλάδας (ΕΛΣΤΑΤ). Μια δεκαετία αργότερα, στην απογραφή του 1991, ο πληθυσμός τους δεν μεταβάλλεται σημαντικά αφού οι αλλοδαποί ανέρχονται στους 167.200 (1,6% του συνολικού πληθυσμού).

Η μεγαλύτερη, αύξηση μεταναστών σημειώνεται κατά την κρίσιμη δεκαετία που μεσολάβησε από την απογραφή του 1991 μέχρι εκείνη του 2001 επηρεάζοντας βαθιά την ελληνική κοινωνία και οικονομία, καθώς η χώρα δέχεται το υψηλότερο ποσοστό μεταναστών στην ΕΕ σε σχέση με το μέγεθος του πληθυσμού της και του εργατικού δυναμικού της. Από τα στοιχεία της απογραφής του 2001 ο αριθμός των μεταναστών φαίνεται να υπερτετραπλασιάζεται, καθώς απογράφονται πλέον 762.000 άτομα μη έχοντα την ελληνική υπηκοότητα, δηλαδή το 7% του τότε συνολικού πληθυσμού (ΕΛΣΤΑΤ). Η Αλβανία, η Βουλγαρία και η Ρουμανία αποτελούν τα 2/3 του συνόλου των μεταναστών, αποδεικνύοντας πως η γειτνίαση με αυτές τις χώρες είναι ο καθοριστικός παράγοντας της μαζικής μετανάστευσής τους προς την Ελλάδα (ΕΛΣΤΑΤ).

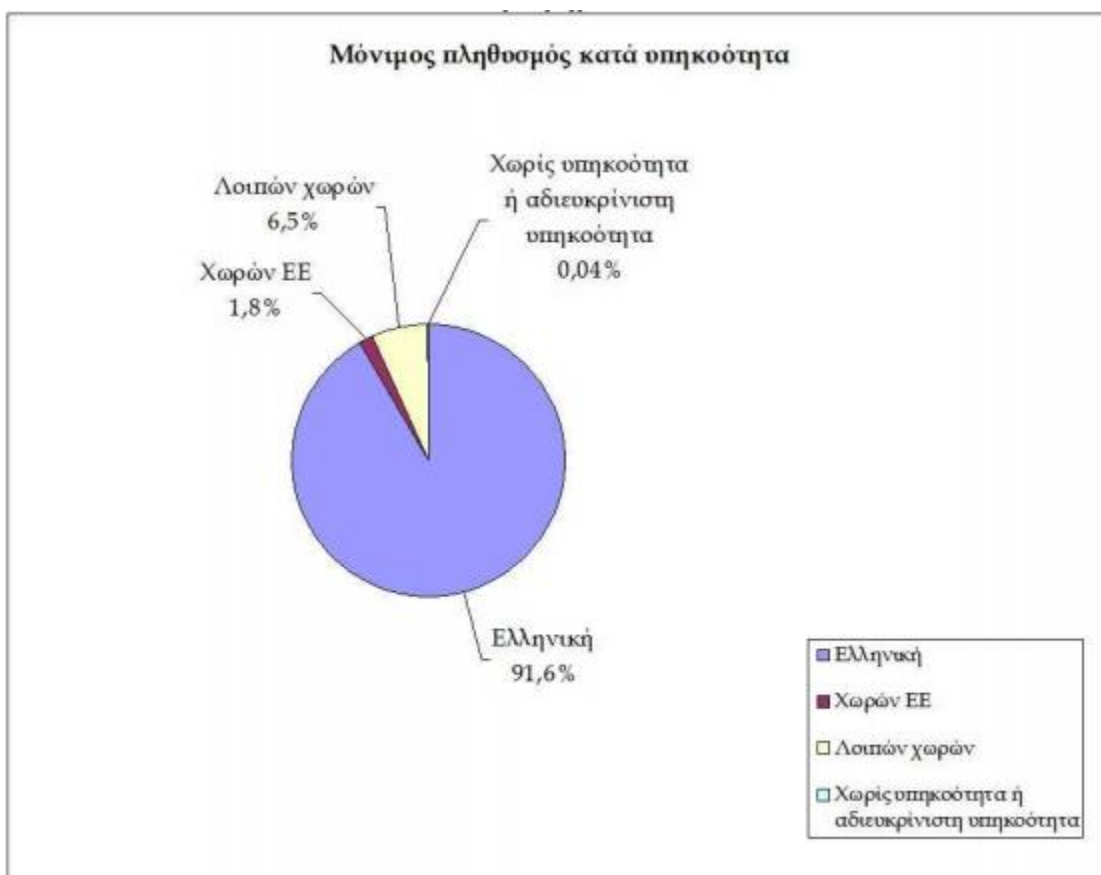
Η μετέπειτα ένταξη των δύο αυτών χωρών (Βουλγαρία και Ρουμανία) στην ΕΕ (2007) φαίνεται να αυξάνει το ποσοστό μετανάστευσης των χωρών αυτών, λόγω της ελεύθερης μετακίνησης των πολιτών στην ΕΕ (ΕΛΣΤΑΤ). Αυτό καταγράφεται και στην τελευταία απογραφή του 2011. Σύμφωνα με αυτή, οι αλλοδαποί ανέρχονται σε 911.929, ποσοστό 8,5% του συνολικού πληθυσμού της χώρας, με τους 199.101 να έχουν υπηκοότητα χωρών της ΕΕ και 708.003 να προέρχονται από άλλες χώρες (ΕΛΣΤΑΤ). Πιο συγκεκριμένα, οι αλλοδαποί που προέρχονται από τα Βαλκάνια αποτελούν το 67,3% (609.00) του συνολικού πληθυσμού των αλλοδαπών στην Ελλάδα, ενώ τα αντίστοιχα ποσοστά για τα άτομα που προέρχονται από πρώην ανατολικές χώρες εκτός των Βαλκανίων αποτελούν το 6,5% (58.600) του πληθυσμού των αλλοδαπών και το ποσοστό των ατόμων που προέρχονται από λοιπές χώρες της Ασίας, Αφρικής, Αμερικής και Ωκεανίας, ανέρχεται στο 18,4% (166.800) (ΕΛΣΤΑΤ).

² συμπεριλαμβάνονται μαζί και οι αδιευκύνηστη/χωρίς υπηκοότητα

Η συντριπτική πλειοψηφία των αλλοδαπών είναι Αλβανοί, με ποσοστό 52,7% (480.824), γεγονός που κάνει τη Ελλάδα τη μοναδική χώρα στην Ευρώπη που πάνω από το μισό του μεταναστευτικού της πληθυσμού προέρχεται από μια χώρα (ΕΛΣΤΑΤ). Ακολουθούν οι Βούλγαροι 8,3% (75.915), οι Ρουμάνοι 5,1% (46.523), οι Πακιστανοί 3,7% (34.177) και οι Γεωργιανοί 3% (27.400) (ΕΛΣΤΑΤ).

Παρόλα αυτά, λόγω της αυξημένης ξενοφοβίας, εκτιμάται πως μεγάλο μέρος των παράνομων μεταναστών δεν απεγράφησαν.

Γράφημα 2. Μόνιμος πληθυσμός στην Ελλάδα κατά υπηκοότητα (2011), πηγή ΕΛΣΤΑΤ, βάσει στοιχείων Απογραφής



Το μεγαλύτερο ποσοστό των μεταναστών ανήκει στην κατηγορία των οικονομικών μεταναστών, οι οποίοι αναζητούν ένα καλύτερο μέλλον για αυτούς και τις οικογένειές τους, καθώς το 39,9% εκείνων με ξένη υπηκοότητα, δήλωσε ότι εγκαταστάθηκε στην Ελλάδα για εργασία (ΕΛΣΤΑΤ).

Όσον αφορά τα χαρακτηριστικά του φύλου, παρατηρείται πως η κατανομή στα δύο φύλα ποικίλει έντονα αναλόγως προς την εθνική προέλευση, κυρίως από χώρες όπως η Αίγυπτος, το Μπαγκλαντές, την Ινδία, το Πακιστάν, όπου υπερिशύουν οι άντρες, ενώ αντίστοιχα τα ποσοστά των γυναικών είναι αρκετά υψηλότερα από χώρες όπως Γεωργία και Φιλιππίνες (Υπουργείο Μεταναστευτικής Πολιτικής, 2018).

Επίσης, ως προς τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, η πλειοψηφία των αλλοδαπών ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 20-40 ετών (ΕΛΣΤΑΤ). Επομένως οι μετανάστες που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα ανήκουν κατά πλειονότητα στις παραγωγικές ηλικίες, ενώ τα ποσοστά ηλικιωμένων είναι ιδιαίτερος χαμηλά.

Όσον αφορά τη γεωγραφική κατανομή των μεταναστών, φαίνεται πως η αστυφιλία χαρακτηρίζει την επιλογή εγκατάστασης τους, διότι οι περισσότεροι από τους μισούς έχουν εγκατασταθεί στα δύο μεγάλα αστικά κέντρα της χώρας. Σύμφωνα με την πιο πρόσφατη πληθυσμιακή καταγραφή του πληθυσμού, εκτός εκείνων που προέρχονται από τις χώρες της Ε.Ε., οι μετανάστες φαίνονται να συγκεντρώνονται σε περιοχές όπου προσφέρονται θέσεις απασχόλησης, στα τουριστικά νησιά (Ιόνιο, Δωδεκάνησα, Κυκλάδες, Κρήτη) και στις περιοχές με αξιοσημείωτη αγροτική ανάπτυξη, όπως η Βοιωτία, η Κορινθία (ΕΛΣΤΑΤ).

Σύμφωνα με την τελευταία απογραφή, το μεγαλύτερο ποσοστό των αλλοδαπών κατοίκων των 16 κυριότερων υπηκοοτήτων, με εξαίρεση το Ηνωμένο Βασίλειο είναι συγκεντρωμένο στις αστικές περιοχές (Υπουργείο Μεταναστευτικής Πολιτικής, 2018). Η κατανομή όμως των μεταναστών στο εσωτερικό των νομών παρουσιάζει σημαντικές διακυμάνσεις καθώς διαπιστώνεται η ύπαρξη θυλάκων. Οι θύλακες αυτοί παρατηρούνται στη μητροπολιτική περιοχή της πρωτεύουσας, στα παράκτια της Πελοποννήσου, στο μεγαλύτερο τμήμα της ανατολικής στερεάς και θεσσαλικής πεδιάδας, στο δυτικό τμήμα των νομών Θεσσαλονίκης και Χαλκιδικής στο τμήμα της ηπείρου που συνορεύει με την Αλβανία, καθώς και στο σύνολο των νησιών των Ιονίων, Κυκλάδων και Δωδεκανήσων (ΕΛΣΤΑΤ).

2.3. Θετικός αντίκτυπος της μετανάστευσης προ κρίσης

Εκτός από την αύξηση του πληθυσμού, η μετανάστευση αποτελεί και τον κύριο παράγοντα της δημογραφικής ανανέωσης της χώρας. Καθώς, η Ελλάδα όπως και οι υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες αντιμετώπιζαν σοβαρά προβλήματα λόγω της υπογεννητικότητας και της γήρανσης (Υπουργείο Μεταναστευτικής Πολιτικής, 2018). Ο θετικός αντίκτυπος της μετανάστευσης στην Ελλάδα αποτυπώνεται επίσης και στην αύξηση των θέσεων εργασίας στη χώρα, στην κάλυψη ελλείψεις σε ειδικότητες, όπως η οικιακή φροντίδα, στην αναζωογόνηση περιοχών της υπαίθρου και καλλιέργειες που ήταν σε μαρασμό (Υπουργείο Μεταναστευτικής Πολιτικής, 2018). Επιπλέον συμβάλλουν στην αύξηση του ΑΕΠ και εισέφεραν σημαντικά ποσά στα ασφαλιστικά ταμεία (Υπουργείο Μεταναστευτικής Πολιτικής, 2018).

Παράλληλα παρατηρούνται πολλές αλλαγές και στον τομέα της απασχόλησης, καθώς από την κρίσιμη δεκαετία του 1990 μέχρι το 2008, η ελληνική οικονομία δημιούργησε χιλιάδες θέσεις απασχόλησης, με αποτέλεσμα να αυξηθεί ο αριθμός μεταναστών που βρήκαν απασχόληση και το ποσοστό των γυναικών που εντάχθηκαν στην αγορά εργασίας (Υπουργείο Μεταναστευτικής Πολιτικής, 2018).

Κατά την περίοδο πριν την κρίση στην Ελλάδα δεν παρατηρείται έντονος ανταγωνισμός για τις θέσεις απασχόλησης μεταξύ Ελλήνων και αλλοδαπών εργαζομένων. Κυρίως λόγω του ότι το ποσοστό της ανεργίας δεν είναι ιδιαίτερα χαμηλό και λόγω του ότι οι μετανάστες παίζουν “συμπληρωματικό ρόλο” καλύπτοντας κενές θέσεις απασχόλησης κυρίως σε αγροτικές και χειρωνακτικές εργασίες, για τους άντρες ενώ οι γυναίκες απασχολούνται ως οικιακοί βοηθοί ή νοσηλεύτριες (Hatziprokoriou & Labrianidis, 2006).

Η συντριπτική πλειοψηφία των μεταναστών απασχολείται στην Ελλάδα ως μισθωτοί, ενώ ταυτόχρονα παρατηρείται η σημαντική διαφοροποίηση της εθνικότητας και του φύλο ανάλογα με τον κλάδο αλλά και την μορφή απασχόλησης (Υπουργείο Μεταναστευτικής Πολιτικής, 2018).

2.4. Οικονομική ύφεση και μετανάστευση

Μετά το 2008 ανοίγει ένας νέος κύκλος με χαρακτηριστικά έντονης ύφεσης και αβεβαιότητας και τα ποσοστά ανεργίας των μεταναστών αυξάνονται ταχύτατα (Υπουργείο Μεταναστευτικής Πολιτικής, 2018). «Σε αυτήν την κατάσταση της μεγάλης αβεβαιότητας και απόγνωσης, οι μετανάστες, προσπαθώντας να προσαρμοστούν στις νέες συνθήκες, προσφέρουν ακόμα μεγαλύτερη ευελιξία και φθηνότερη εργασία, αλλάζουν απασχόληση, αναγκάζονται να απασχοληθούν ανασφάλιστοι είτε επιστρέφουν στις χώρες καταγωγής τους (κυκλικότητα της μετανάστευσης των Αλβανών) 2005». (Hatziprokoriou & Labrianidis, 2006 σελ. 94).

Η οικονομική κρίση έχει σημαντικό αντίκτυπο και στους γηγενείς πληθυσμούς, οι οποίοι αισθάνονται την αυξημένη πίεση ως προς τους μισθούς και την απασχόληση, γεγονός που ενισχύει τις κοινωνικές εντάσεις μεταξύ των γηγενών και των μεταναστών καθώς και τα φαινόμενα ρατσισμού και ξενοφοβίας (Παπαδόπουλος, 2017). Τα αντι-μεταναστευτικά μέτρα των κυβερνήσεων και η αύξηση των ρατσιστικών επιθέσεων, κυρίως στην Αθήνα, προσθέτουν ένα ακόμη εμπόδιο στις προσπάθειες των μεταναστών να επιβιώσουν στη χώρα.

Η εμβάθυνση της πρόσφατης οικονομικής κρίσης και τα εξαιρετικά υψηλά ποσοστά ανεργίας δεν ανακόπτουν τον αριθμό των μεταναστών που έρχονται στην Ελλάδα, η οποία αποτελεί το κύριο δρόμο εισόδου στην Ευρώπη.

Εξαιτίας της έκρυθμης κατάστασης των χωρών γύρω από τη Μεσόγειο, οι εισροές αλλοδαπών στην Ελλάδα συνεχίζονται, αν και με σημαντικές διαφοροποιήσεις σε σχέση με τα προ του 2012 έτη. Οι εισροές προς την Ελλάδα εντείνονται με γρήγορους ρυθμούς, κυρίως με αφορμή την οικονομική και πολιτική κρίση στις χώρες προέλευσης, όπως οι συγκρούσεις στην ευρύτερη περιοχή της Μέσης Ανατολής και σε κάποιες περιοχές της Αφρικής, αυξάνοντας ταυτόχρονα τα ποσοστά των παρατύπως εισερχομένων ατόμων στη Ελλάδα. Αυτό που φαίνεται να διαφοροποιεί τα άτομα αυτά (πρόσφυγες ή/και οικονομικοί μετανάστες), είναι πως δεν είχαν/έχουν στόχο να εγκατασταθούν στην Ελλάδα, αλλά να μετακινηθούν σε σύντομο χρονικό διάστημα σε κάποια από τις «ελκτικές» (βόρειες) χώρες της Ε.Ε. (Hatziprokoriou & Labrianidis, 2006 σελ. 94).

Η κατακόρυφη και απότομη αύξηση των μεταναστών στην Ελλάδα ήταν ένα φαινόμενο που βρήκε απροετοίμαστους τόσο την κυβέρνηση όσο και τους Έλληνες πολίτες (Πάνος Χατζηπροκοπίου,

Γιάννης Φραγκόπουλος, 2015). Η συσσώρευση μεγάλου πλήθους μεταναστών ήταν κυριολεκτικά πρωτόγνωρη για τη χώρα και δημιούργησε μείζον πολιτικό ζήτημα με τελείως διαφορετικές προτάσεις προσέγγισης και επίλυσης από τα ελληνικά πολιτικά κόμματα (Χατζηπροκοπίου, Γιάννης Φραγκόπουλος, 2015). Ως χώρα υποδοχής η Ελλάδα βρίσκεται απροετοίμαστη λόγω της απουσίας ενός νομικού πλαισίου που να προσδιορίζει τους όρους εισόδου και κατάλληλων κανονισμών (Χατζηπροκοπίου, Γιάννης Φραγκόπουλος, 2015). Κρίνεται επιτακτική η ανάγκη να ληφθούν μέτρα ρύθμισης των εισόδων και της παραμονής, να συζητηθεί και να αποφασιστεί κατά πόσο ενδείκνυται η νομιμοποίηση των παράνομων ξένων εργατών, να ορισθεί ενδεχομένως μια πολιτική ενσωμάτωσης και να τεθεί το πρόβλημα των σχέσεων με τις χώρες προέλευσης των μεταναστών (Χατζηπροκοπίου, Γιάννης Φραγκόπουλος, 2015).

2.5. Εθνοτικοί επιχειρηματίες στην Ελλάδα

Η εκτίμηση της συμβολής των μεταναστών στην ανάπτυξη μιας οικονομίας αποτελεί ιδιαίτερα δύσκολο εγχείρημα, καθώς εξίσου δύσκολο είναι να απομονωθεί από τις διάφορες άλλες συγκυρίες που μπορεί να συμβάλλουν στην ανάπτυξη της εκάστοτε οικονομίας. Οι σχετικές έρευνες στην Ελλάδα είναι λιγοστές και ελάχιστα γνωστές. Όσον αφορά τις σημαντικότερες μεταναστευτικές εισροές, από την παραπάνω σύντομη ιστορική αναδρομή, προκύπτει ότι αυτές αφορούν κυρίως την υποδοχή μεταναστών από τα Βαλκάνια, λόγω των Βαλκανικών πολέμων, και προσφύγων από τη Μικρά Ασία.

Η εργασία και η κοινωνικοοικονομική κατάσταση είναι οι βασικές αιτίες μετανάστευσης, με εξαίρεση τους πρόσφυγες οι οποίοι αναγκάζονται να ξενιτευτούν. Στις περισσότερες περιπτώσεις οι μετανάστες δεν αποδημούν για μόνιμη εγκατάσταση, αλλά σκοπεύουν να παλινοστήσουν (Χατζηπροκοπίου, 2006).

Η μετανάστευση όμως, δεν είναι αποκλειστικά προϊόν φτώχειας και οικονομικής στασιμότητας, αλλά και αλλαγής του τρόπου παραγωγής των οικονομιών (Χατζηπροκοπίου, Φραγκόπουλος, 2015). Κανένα ευρωπαϊκό κράτος δεν ολοκλήρωσε την εκβιομηχάνισή του χωρίς να δεχθεί αλλά και να εξάγει ένα μεγάλο αριθμό μεταναστών (Χατζηπροκοπίου, Φραγκόπουλος, 2015). Οι μετανάστες κατευθύνονται εκεί που υπάρχουν δίκτυα ομοεθνών που διευκολύνουν την ενσωμάτωσή τους. Επιπλέον, επιλέγουν κράτη όπου υπάρχει πραγματική ζήτηση υπηρεσιών, και κατά κανόνα συμβάλλουν στην ανάπτυξη μιας χώρας, καλύπτοντας κενές θέσεις εργασίας, ενώ ταυτόχρονα ζωντανεύουν και τις δημογραφικά γερασμένες κοινωνίες. Εν μέσω οικονομικής κρίσης, λιτότητας η Ελλάδα διανύει μια εποχή πτώσης της αγοράς και ενός συνολικά αρνητικού κοινωνικού και πολιτικού κλίματος.

Ο μεταναστευτικός πληθυσμός στην Ελλάδα είναι, κατά κύριο λόγο, εργατικός πληθυσμός, που συμμετέχει στην αγορά εργασίας από τη θέση του πωλητή εργατικής δύναμης και ως εκ τούτου αποτελεί σημαντικό τμήμα των στρωμάτων της εργατικής τάξης στη χώρα. Μετανάστες συνιστούν (στοιχεία από το 2011) το 13,1% των μισθωτών στην Ελλάδα, αλλά μόνο το 3% των εργοδοτών και το 5,3% των αυτοαπασχολουμένων (ΕΛΣΤΑΤ). Η κοινωνική θέση των περισσότερων μεταναστών εξηγεί καταρχήν και το γιατί χτυπήθηκαν σε μεγαλύτερο βαθμό από τις επιπτώσεις

της οικονομικής κρίσης, αφού αυτή πλήττει, πιο βαριά και κατά κύριο λόγο, τη μισθωτή εργασία και ιδιαίτερα στον ιδιωτικό τομέα της οικονομίας.

Πίνακας 4. Έρευνα Εργατικού Δυναμικού - Ετήσιες εκτιμήσεις για τους αυτοαπασχολούμενους & βοηθούς στην οικογενειακή επιχείρηση αλλοδαπής υπηκοότητας (2017), πηγή ΕΛΣΤΑΤ

ΘΕΣΗ ΣΤΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ	ΣΥΝΟΛΟ
Αυτοαπασχολούμενος με προσωπικό	9522
Αυτοαπασχολούμενος χωρίς προσωπικό	3448
Μισθωτός	18158
Βοηθός στην οικογενειακή επιχείρηση	2624

Πίνακας 5. Έρευνα Εργατικού Δυναμικού - Ετήσιες εκτιμήσεις για το φύλο των εργαζόμενων ατόμων αλλοδαπής υπηκοότητας (2017), πηγή ΕΛΣΤΑΤ

ΦΥΛΟ	ΣΥΝΟΛΟ
ΑΡΡΕΝΕΣ	24230
ΘΗΛΕΙΣ	14708

Πίνακας 6. Έρευνα Εργατικού Δυναμικού - Ετήσιες εκτιμήσεις για τα εργαζόμενα άτομα αλλοδαπής υπηκοότητας (2017), πηγή ΕΛΣΤΑΤ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
ΑΝΑΤ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ ΘΡΑΚΗ	178
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	1936
ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	529
ΗΠΕΙΡΟΣ	423
ΘΕΣΣΑΛΙΑ	1482
ΙΟΝΙΟΙ ΝΗΣΟΙ	1532
ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΣ	1057
ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΣ	1870
ΑΤΤΙΚΗ	10167
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	2571
ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	391
ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	816
ΚΡΗΤΗ	1277

ΧΩΡΑ ΥΠΗΚΟΟΤΗΤΑΣ	ΣΥΝΟΛΟ
Χώρες ΕΕ	38306
Αλβανοί	123995
Λοιπές χώρες Ευρώπης	21286
Αφρική	1692
Ασία	23398

Αμερική	2364
Υπόλοιπες Αδιευκρίνιστες χώρες	773

Τα στοιχεία της Έρευνας Εργατικού Δυναμικού (ΕΕΔ) αποτελούν την πιο έγκυρη πηγή του ποσοστού της ανεξάρτητης οικονομικής δραστηριότητας στην Ελλάδα. Σύμφωνα με αυτά, οι μετανάστες αποτελούσαν το 5.56% του συνολικού εργατικού δυναμικού στην Ελλάδα το 2017. Σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ το σύνολο των αυτό-απασχολούμενων με προσωπικό στην Ελλάδα αποτελεί το 7,6%, ενώ το ποσοστό εκείνων χωρίς προσωπικό είναι 21,8% και εκείνων που απασχολούνται ως βοηθοί σε οικογενειακή επιχείρηση είναι 3,5%.

Παρατηρείται λοιπόν, πως οι μετανάστες είναι δυσανάλογα μισθωτοί, ενώ οι Έλληνες είναι δυσανάλογα εργοδότες (Cavounidis, 2006), γεγονός που τεκμηριώνεται από την έρευνα του ΟΟΣΑ (2017), όπου η Ελλάδα βρίσκεται στη δεύτερη θέση σε ποσοστό αυτό-απασχολούμενων μετά την Κολομβία. Επίσης, συνολικά, η αυτό-απασχόληση είναι πιο διαδεδομένη μεταξύ των μεταναστών σε σχέση με τους γηγενείς κυρίως στις βόρειες Ευρωπαϊκές χώρες όπως Αγγλία, Γερμανία και Ιρλανδία, με εξαίρεση εκείνες του νότου.

3.1. Η έννοια της επιχειρηματικότητας και του εθνοτικού επιχειρηματία

Τις τελευταίες δεκαετίες παρουσιάζεται έντονο το ενδιαφέρον για την ανάπτυξη και ενίσχυση της επιχειρηματικής δράσης των μεταναστών. Ο λόγος είναι ότι η αποτελεί στόχο και μέσο για την αύξηση της απασχόλησης, της καταπολέμησης της ανεργίας και της θέσπισης πολιτικών για την προώθηση της ισότητας στην αγορά εργασίας.

Στο παρό κεφάλαιο παρουσιάζεται μια θεωρική προσέγγιση της εθνοτικής επιχειρηματικότητας. Αρχικά, εξετάζεται η έννοια της εθνοτικής μειονότητας και της επιχειρηματικότητας των εθνοτικών μειονοτήτων. Έπειτα, γίνεται αναφορά σε προσεγγίσεις και μοντέλα που έχουν αναπτυχθεί αναφορικά με την εθνοτική επιχειρηματικότητα. Τέλος, γίνεται μια ιστορική αναδρομή στη αυτό-απασχόληση των μεταναστών η οποία μας οδηγεί στο σήμερα και στον ρόλο των εθνοτικών επιχειρηματιών στο σύγχρονο επιχειρείν της Ελλάδας.

Ο κύριος στόχος αυτού του κεφαλαίου είναι να γίνει κατανοητή η διάσταση της εθνοτικής επιχειρηματικότητας. Το κεφάλαιο αυτό αρχίζει με μια εννοιολογική εξέταση της μεταναστευτικής / εθνοτικής επιχειρηματικότητας και του μετανάστη / εθνοτικού επιχειρηματία και εξετάζει τον ορισμό και την εξέλιξη της εθνοτικής επιχειρηματικότητας. Έπειτα αναφέρονται οι διάφορες θεωρίες που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να πλαισιώσουν το πεδίο.

Με την εκτεταμένη μετανάστευση σε όλο τον πλανήτη και με αυξανόμενες ανησυχίες σχετικά με την ένταξη των μεταναστών στις κοινωνίες υποδοχής και τις οικονομικές προοπτικές των μεταναστών, το θέμα της επιχειρηματικότητας των μεταναστών έχει αυξηθεί κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών. Γενικές εκφράσεις όπως το μεταναστευτικό, εθνοτικό³, μειονοτικό, ξένο ή πρόσφυγο επιχειρηματία φαίνεται να καλύπτουν το ασαφές θέμα των επιχειρήσεων ανθρώπων που δεν προέρχονται από τη χώρα όπου ιδρύονται οι οργανώσεις. Το φαινόμενο αυτό περιλαμβάνει ξένους και ξένους γεννημένους στη χώρα υποδοχής, οι οποίοι είναι άτομα χωρίς ιθαγένεια της χώρας υποδοχής.

³ Ο όρος ethnicity έχει μεταφραστεί κατά καιρούς ως ιθαγένεια, εθνισμός και εθνοτικότητα. Η έννοια της ιθαγένειας συγγενεύει σαφώς με το νόημα του όρου ethnicity.

Η βιβλιογραφία της μεταναστευτικής οικονομίας παρέχει διαφορετικούς και μερικές φορές αντικρουόμενους ορισμούς του πότε και για ποιο λόγο μια επιχείρηση θεωρείται «εθνοτική» και του πώς η εθνότητα σχετίζεται με την επιχειρηματικότητα.

Οι επιχειρήσεις των μεταναστών στη βιβλιογραφία της μεταναστευτικής οικονομίας χαρακτηρίζονται πολύ συχνά ως «εθνοτικές». Μερικές από τις βασικές έννοιες που συζητούνται στη βιβλιογραφία είναι οι εθνοτικοί θύλακες⁴, εθνοτικές κόγχες ή εθνοτικές οικονομίες, ενώ οι σημαντικές δημοσιεύσεις είναι, μεταξύ άλλων, οι εθνοτικές επιχειρήσεις στην Αμερική (Light 1972), οι εθνοτικές κοινότητες στις επιχειρήσεις (των Jenkins and Ward 1984) και οι εθνοτικοί επιχειρηματίες (Aldrich & Ward 1990).

Ωστόσο, η έννοια του εθνοτικού στην εθνοτική οικονομία δεν είναι εντελώς ξεκάθαρη και έχει ερμηνευτεί με πολύ διαφορετικούς τρόπους σε πολλές φιλόδοξες αναλυτικές προσεγγίσεις της σχέσης μεταξύ εθνότητας και επιχειρηματικότητας.

Η ανάλυση του όρου εθνοτική επιχειρηματικότητα είναι χρήσιμο να ξεκινήσει από την εξέταση μιας γενικότερης έννοιας πρώτα, αυτής της «εθνοτικής ομάδας». Σύμφωνα με τον Yinger (1985) μια εθνοτική ομάδα⁵ είναι «ένα τμήμα μιας μεγαλύτερης κοινωνίας των οποίων τα μέλη θεωρούνται, είτε από τους ίδιους είτε από άλλους, ότι έχουν κοινή προέλευση και μοιράζονται μια κοινή κουλτούρα και να συμμετέχουν επιπλέον κοινές δραστηριότητες στις οποίες η κοινή προέλευση και ο πολιτισμός αποτελούν σημαντικά συστατικά στοιχεία».

Ο όρος εθνοτική ομάδα (ethnic group) εμφανίζεται ουσιαστικά στα μέσα της δεκαετίας του '50 στην Αμερικανική Κοινωνιολογία, όταν αυτός χρησιμοποιείται από τον Αμερικανό κοινωνιολόγο David Riesman το 1953, ενώ προηγούμενες αναφορές είναι σπάνιες και επιλεκτικές. Ο όρος εμφανίζεται αργότερα στα γαλλικά, καθώς και στις υπόλοιπες γλώσσες. Από τα τέλη της δεκαετίας του '60 και μετά, ο όρος αποτελεί καθιερωμένο εργαλείο των κοινωνικών επιστημών, ιδιαίτερα όμως της κοινωνικής ανθρωπολογίας. Σημαντική σ' αυτή την εξέλιξη είναι η

⁴ Οι «εθνοτικοί θύλακες» (ethnic enclaves) έχουν αποδοθεί στα ελληνικά ως «εθνοτικές νησίδες», ενώ οι όροι «μεικτή εμπέδωση / ενσωμάτωση» (mixed embeddedness) και «αποκλεισμένη κινητικότητα» (blocked mobility), που αναφέρονται πιο κάτω, έχουν επίσης μεταφραστεί ως «μεικτή έδραση» και «ανακοπείσα κοινωνική κινητικότητα»

⁵ Ο όρος ethnic group έχει μεταφραστεί στα ελληνικά ως εθνότητα και ως εθνοτική ομάδα. Σε πολλές περιπτώσεις όμως ο όρος εθνότητα παραπέμπει στο έθνος, δημιουργώντας συγχύσεις ως προς την έννοιά του.

συμβολή του έργου του F. Barth. Οι κοινωνικές αλλαγές του μετα-πολεμικού κόσμου οδήγησαν σε μια μεταμόρφωση των παραδοσιακών ανθρωπολογικών αντικειμένων. Φυλές, απομονωμένα χωριά και αυστηρά κλειστές συντεχνίες παύουν σταδιακά να υπάρχουν. Η μεταναστευτική έκρηξη και η κατάργηση της αποικιοκρατίας οδηγούν σε ανακατατάξεις όχι μόνο στην «περιφέρεια» αλλά και στο δυτικό βιομηχανικό «κέντρο». Οι νέες κοινωνικές πραγματικότητες απαιτούν τη δημιουργία νέων όρων που υπερβαίνουν την αποικιοκρατική ορολογία (π.χ. τον όρο "φυλές"). Ο όρος εθνοτική ομάδα καλείται να καλύψει αυτές τις ανάγκες και εμφανίζεται ως πιο «ουδέτερος» πολιτικά και πιο μοντέρνος (Williams,σελ. 401 - 444, 1989).

Ο σκοπός λοιπόν, αυτής της διπλωματικής εργασίας είναι αρχικά να συζητηθεί ο «εθνοτικός» χαρακτήρας της επιχειρηματικότητας των μεταναστών, να εξεταστούν δηλαδή οι συγκλίσεις και οι αντιφάσεις ανάμεσα σε ορισμένους από τους υπάρχοντες ορισμούς των «εθνοτικών» οικονομιών που σκιαγραφούν ένα βασικό χαρακτηριστικό της «εθνοτικής επιχείρησης», δηλαδή την οικονομική χρησιμότητα της εθνότητας. Τα ευρήματα αυτά θα συσχετιστούν αργότερα με εμπειρικά στοιχεία για τους μετανάστες επιχειρηματίες στην Ελλάδα.

Οι Light and Gold (1999) όταν μιλούν για την «εθνοτική οικονομία», ορίζουν ως τέτοια «κάθε αυτοαπασχολούμενη εθνοτική ή μεταναστευτική ομάδα, όπου οι εργοδότες της, οι ομοεθνείς υπάλληλοι τους και οι μη αμειβόμενοι οικογενειακοί εργάτες» (Light & Gold, 1999). Εισάγουν δηλαδή την έννοια της εθνοτικής οικονομίας η οποία διαφέρει από την εγχώρια "mainstream" οικονομία.

Η μεταναστευτική/εθνοτική επιχειρηματικότητα είναι η ίδρυση, ιδιοκτησία και λειτουργία των μεταναστών σε μια χώρα υποδοχής (Aldrich και Waldinger, 1990; Teixeira, 2001; Valdez, 2008; Waldinger et al., 1990; Zhou, 2004). Είναι διαφορετικό από το επιχειρηματικό πνεύμα από τα άτομα που γεννιούνται εκεί που συνήθως δεν χρειάζεται να ξεπεράσουν τις προκλήσεις της μετανάστευσης.

Ενώ η οικονομία εθνοτικής ιδιοκτησίας αποτελείται από μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις που ανήκουν σε εθνοτικούς ή μετανάστες επιχειρηματίες και τους ομοεθνείς βοηθούς και εργαζόμενους, η εγχώρια οικονομία αναφέρεται στις βιομηχανίες, στα επαγγέλματα και στην οργάνωση γενικότερα της αγοράς εργασίας στην οποία απασχολούνται οι ομοεθνείς εργαζόμενοι (όχι οι ιδιοκτήτες).

Σε αυτήν τη βάση, περιγράφονται τρεις κύριοι παράγοντες που αμφισβητούν την εθνοτική προσέγγιση της επιχειρηματικότητας των μεταναστών: η πολυπλοκότητα της λήψης εθνικών συνόρων, η ποικιλομορφία των μεταναστών και των οικονομιών, και το θεσμικό και πολιτικό πλαίσιο στο οποίο αναπτύσσεται το επιχειρηματικό πνεύμα (Volery, 2007).

Παρακάτω είναι ο κατάλογος των ορισμών,

1. Ως εθνοτικό σε μια εθνοτική επιχείρηση να μπορεί να χαρακτηριστεί ένα σύνολο συνδέσεων και τακτικών προτύπων αλληλεπιδράσεων μεταξύ ανθρώπων που έχουν κοινό εθνικό υπόβαθρο ή εμπειρίες μετανάστευσης (Waldinger et al., 1990)
2. Μια εθνοτική οικονομία θα μπορούσε να οριστεί ως οποιαδήποτε κατάσταση στην οποία η κοινή εθνικότητα παρέχει οικονομικό πλεονέκτημα (Logan et al., 1994)
3. Μια εθνοτική οικονομία αποτελείται από τους αυτοαπασχολούμενους, τους εργοδότες, τους ομοεθνείς εργαζόμενους και τους μη αμειβόμενους οικογενειακούς εργάτες (Light, 1994).
4. Η εθνική οικονομία συμπεριλαμβάνει όχι μόνο τους συμμετέχοντες σε εθνοτικές επιχειρήσεις, αλλά και τους ομοεθνείς πελάτες και τους εργαζόμενους. Η διαθεσιμότητα και η συγκέντρωση και των πελατών και εργαζομένων στην κοινότητα μπορεί να συμβάλει στη βιωσιμότητα της επιχείρησης αυτής (Spenner and Bean 1999)
5. Μια οικονομία είναι εθνοτική, διότι το προσωπικό της αποτελείται από ομοεθνείς (Light & Gold, 2000)
6. Ο όρος «εθνοτική οικονομία» χρησιμοποιείται για να περιγράψει τις επιχειρήσεις από την ίδια εθνοτική ομάδα, χωρίς να υποθέτει πως προλαμβάνονται άτομα μόνο από τη δική τους κοινότητα (Light and Gold 2000).
7. Επιχειρηματίες εθνικής μειονότητας είναι οι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων ή οι αυτοαπασχολούμενοι που αυτό-προσδιορίζονται ή μπορούν να ταυτιστούν με μια ιδιαίτερη (γεωγραφικά ή θρησκευτικά) ομάδα (Menzies et al., 2003)

8. Οι εθνοτικοί επιχειρηματίες συχνά αναφέρονται ως ταυτόχρονα ιδιοκτήτες και διευθυντές (ή φορείς εκμετάλλευσης) δικών τους επιχειρήσεων και οι οποίοι ανήκουν σε μια ομάδα τα μέλη της οποίας συνδέονται μεταξύ τους με μια κοινή πολιτιστική κληρονομιά ή προέλευση. Το πιο σημαντικό είναι ότι είναι εγγενώς ενταγμένες σε συγκεκριμένες κοινωνικές δομές στις οποίες περιορίζεται η ατομική συμπεριφορά, οι κοινωνικές σχέσεις και οι οικονομικές συναλλαγές (Zhou 2004).

Όλοι οι παραπάνω ορισμοί εξετάζουν τόσο περιγραφικά όσο και αναλυτικά τον όρο της «εθνοτικός» που, ενώ συγχέονται, αξίζει να τους προσεγγίσουμε ξεχωριστά. Μια οικονομία μπορεί να είναι «εθνοτική» είτε επειδή τα μέλη της ανήκουν σε μια εθνοτική ομάδα είτε επειδή η φύση και η λειτουργία τους διαμορφώνονται από την κοινή εθνικότητα και τα κοινωνικοπολιτιστικά χαρακτηριστικά των μελών της. Στον ορισμό που έδωσε ο Waldinger (ορισμός 1) δίνεται έμφαση στα πρότυπα αλληλεπίδρασης και το επίκεντρο αποτελεί η εθνοτική ομάδα. Στο δεύτερο (αναλυτικό) ορισμό (και όπως δείχνει ο ορισμός 2), η εθνικότητα θεωρείται πως συμβάλλει θετικά στις επιχειρηματικές προσπάθειες των μεταναστών. Αυτή είναι ίσως η βασική θεωρητική φιλοδοξία της λογοτεχνίας για τις «εθνοτικές» οικονομίες.

Οι διάφορες προσπάθειες ερμηνείας του όρου των «εθνοτικών» οικονομιών μπορούν να περιγραφούν από το παραπάνω δείγμα. Οι ορισμοί 7 και 8 υποδηλώνουν ότι οι επιχειρηματίες χαρακτηρίζονται ως εθνοτικοί επειδή ανήκουν σε μια συγκεκριμένη εθνοτική ομάδα, είτε επειδή έτσι αυτο-προσδιορίζονται είτε επειδή τους αποδίδονται συγκεκριμένα χαρακτηριστικά από τρίτους. Οι ομάδες αυτές ορίζονται σύμφωνα με γεωγραφικά και θρησκευτικά κριτήρια (ορισμός 7) ή την κουλτούρα (ορισμός 8). Τα γεωγραφικά κριτήρια περιλαμβάνουν πιθανώς και τις δύο χώρες / περιφέρειες προέλευσης (π.χ. ασιατικές οικονομίες) και τις χωρικές μονάδες εντός των χωρών υποδοχής / πόλεων (Chinatown, Little Italy κ.λπ.) (Min Zhou. 2009). Κάποιος θα μπορούσε ίσως να προσθέσει τη φυλή, όπως φαίνεται από τις έννοιες όπως η «αφρικανική-αμερικανική» ή η «μαύρη» αυτό-απασχόληση.

Οι ορισμοί 3 έως 5 μάλλον δίνουν έμφαση στην κοινή εθνότητα των ανθρώπων που δραστηριοποιούνται στις «εθνικές» οικονομίες. Μια επιχείρηση είναι «εθνοτική» όχι μόνο επειδή ο ιδιοκτήτης της ανήκει σε μια εθνοτική ομάδα, αλλά και λόγω της κοινής προέλευσης των εργοδοτών και των εργαζομένων (ορισμοί 3 και 5) και ενδεχομένως των πελατών (ορισμός 4). Ο ορισμός 6, από την άλλη, δεν συμπεριλαμβάνει ομοεθνείς υπαλλήλους. Ο ορισμός 1 υποδεικνύει

επίσης το γενικότερο υπόβαθρο των επιχειρηματικών παραγόντων, αν και με πιο χαλαρό τρόπο, καθώς δεν διευκρινίζει ποια άτομα περιλαμβάνονται και πώς συνδέονται μεταξύ τους.

Αυτοί οι ορισμοί είναι εν μέρει αντιφατικοί, καθώς μια επιχείρηση μπορεί να είναι «εθνική» με βάση ορισμένους από τους ορισμούς αυτούς αλλά όχι για όλους. Οι ασιατικές επιχειρήσεις που απασχολούν εργαζόμενους πακιστανούς, ανήκουν, για παράδειγμα, στις κορεατικές ή κινεζικές ομάδες και μπορούν επομένως να θεωρηθούν ως εθνοτικές επιχειρήσεις (ορισμοί 7 και 8) ωστόσο, δεν προσλαμβάνουν ομοεθνείς και επομένως δε μπορούν να θεωρηθούν ως εθνοτικές με βάση τους τον ορισμούς 6, 5. Επίσης, ο ορισμός 1, για παράδειγμα, αναφέρεται σε «εμπειρίες κοινής μετανάστευσης» και, ως εκ τούτου, είναι πιθανότερο να είναι πιο περιεκτική από τα πιο πολύπλοκα και φιλόδοξα κριτήρια που περιλαμβάνονται στον ορισμό 8.

Επιπλέον, οι ορισμοί περιέχουν τόσο περιγραφικά όσο και αναλυτικά στοιχεία. Στους ορισμούς 3 και 5, μια οικονομία είναι «εθνοτική», επειδή οι εργαζόμενοι και οι εργοδότες ανήκουν στην ίδια ομάδα και δεν αναφέρουν τίποτα σχετικά με τη φύση ή τη λειτουργία μιας τέτοιας οικονομίας και, με αυτή την έννοια, το «εθνοτικό» απλώς αναφέρεται στην μεταναστευτική προέλευση των ανθρώπων που συμμετέχουν στην οικονομία αυτή. Οι περιγραφικοί ορισμοί δεν είναι ουδέτεροι: ο προσδιορισμός ενός ατόμου ή κάποιου άλλου στοιχείου από την ξένη προέλευση είναι από μόνη της επιλογή, ειδικά επειδή δεν όλοι οι αλλοδαποί δε χαρακτηρίζονται ως εθνοτικοί. Παρόλα αυτά, στους ορισμούς αυτούς δε φαίνονται ή ξεχωρίζουν οι διαφορές στη φύση μεταξύ εθνοτικών και μη εθνοτικών επιχειρήσεων.

Αντίθετα, στον ορισμό 8 οι εθνοτικές οικονομίες χαρακτηρίζονται από την ενσωμάτωση της «ατομικής συμπεριφοράς, των κοινωνικών σχέσεων και των οικονομικών συναλλαγών» στις δομές των κοινωνικών ομάδων. Ως εκ τούτου, οι εθνοτικές οικονομίες διαμορφώνονται από τα ιδιαίτερα κοινωνικοπολιτιστικά χαρακτηριστικά της ομάδας στην οποία ανήκουν που τις επιτρέπουν να διαφέρουν τόσο μεταξύ τους όσο και σε σχέση με τις μη εθνοτικές οικονομίες. Ο ορισμός 2 αναφέρει περαιτέρω ότι μια οικονομία είναι εθνοτική μόνο όταν οι επιχειρηματίες επωφελούνται από την προέλευσή τους, γεγονός που συνεπάγεται επίσης σε μια διαφορετική φύση μεταξύ εθνοτικών και μη εθνοτικών οικονομιών, καθώς οι επιχειρηματίες στις τελευταίες δεν θα χρησιμοποιήσουν την εθνικότητα ως στοιχείο που θα τους προσδίδει πλεονέκτημα ή θα κάνει την επιχείρησή τους να διαφέρει.

Τέλος, ορισμένους από τους ορισμούς αυτούς θα μπορούσαν παράδοξα να ισχύουν και για τους μη μετανάστες επιχειρηματίες. Εάν μια εθνική οικονομία αποτελείται από ομοεθνείς εργαζομένους (ορισμός 5), οι επιχειρήσεις που απασχολούν μόνο ή κατά πλειοψηφία λευκούς εργαζόμενους είναι «εθνοτικές». Ομοίως, εάν οι επιχειρηματίες χαρακτηρίζονται από την εμπιστοσύνη τους στα δίκτυα εντός της ομάδας τους (ορισμός 2), πολλές εταιρείες mainstream μπορούν να θεωρηθούν ως «εθνοτικές». Οι Gold και Light (1999) σημειώνουν έτσι ότι «κάθε ομάδα έχει μια εθνοτική οικονομία, ακόμη και οι εθνοτικές ομάδες των λευκών», αλλά αναγνωρίζουν πως «αυτή η ομάδα (λευκοί) είναι οι λιγότερο κατανοητοί εθνοτικοί επιχειρηματίες» (Light & Gold, 1999, 9-10). Σε αυτή τη βάση, μεγάλα τμήματα της οικονομίας θα ήταν τότε «εθνοτικά», καθιστώντας την έννοια των «εθνοτικών οικονομιών» πολύ λιγότερο σημαντική.

Το ενδιαφέρον για την εθνοτική επιχειρηματικότητα επικεντρώνεται σε διάφορα ζητήματα, όπως η ανάλυση των κλάδων δραστηριοποίησης, τα χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών των εθνοτικών μειονοτήτων, τη χρηματοδότηση των επιχειρήσεων αυτών, τη βιωσιμότητα, την επιτυχία των εθνοτικών επιχειρήσεων και τα επιχειρηματικά και πελατειακά δίκτυα. Τα τελευταία αποτελούν πλεονέκτημα στην επέκταση των δραστηριοτήτων των εθνοτικών επιχειρήσεων, πέρα των ορίων της εθνοτικής κοινότητας. Τα επιστημονικά πεδία που έχουν αναπτύξει διάφορες προσεγγίσεις περί του ζητήματος, είναι η κοινωνιολογία, η ανθρωπολογία, η ανθρωπογεωγραφία και φυσικά τα οικονομικά. Ως προσδιοριστικοί παράγοντες του φαινομένου αναφέρονται οι εξής:

- η «τέχνη/γνώση» που ενδεχομένως μεταφέρεται από τις χώρες προέλευσης,
- η «κουλτούρα» που ενίοτε μετατρέπεται σε επιχειρηματική ιδέα, δηλαδή εμπορευματοποιείται,
- οι στρατηγικές προσαρμογής στις νέες συνθήκες της χώρας υποδοχής,
- οι «προστατευμένες αγορές» που συγκροτούν οι μεταναστευτικές κοινότητες,
- η εμπειρία της μισθωτής απασχόλησης που ενίοτε αξιοποιείται στην ανάπτυξη επιχειρησιακής δραστηριότητας,
- η επιλογή της αυτό-απασχόλησης ως λύση ανάγκης ή πρακτική οικονομικής αυτονομίας των ομάδων αυτών.

Ένας εναλλακτικός ορισμός που χρησιμοποιείται για την «εθνοτική» είναι οι «μετανάστες επιχειρηματίες», ο οποίος όμως συμπεριλαμβάνει μόνο τα άτομα που έχουν μεταναστεύσει κατά τις τελευταίες δεκαετίες. Αποκλείει, δηλαδή, τα μέλη των ομάδων των εθνοτικών μειονοτήτων που

ζουν στην περιοχή για αρκετές δεκαετίες, όπως είναι οι Αφρο-Αμερικανοί στις ΗΠΑ και οι Εβραίοι στην Ευρώπη. Η έννοια του «εθνοτικού» αντίθετα δεν αποκλείει τον ούτε τον μετανάστη ούτε τις μειονοτικές ομάδες. Ωστόσο, ο όρος «μετανάστες» θα χρησιμοποιηθεί στη συνέχεια, όταν μιλάμε ειδικά για τα αρχικά στάδια της διαδικασίας της εθνοτικής επιχειρηματικότητας, δηλαδή όταν μια εθνοτική ομάδα είναι νέα σε μια κοινωνία υποδοχής και τα μέλη της μπορούν αρχικά να θεωρηθούν ως «μετανάστες».

Στο πλαίσιο αυτό, οι Chaganti και Greene (2002) κάνουν την ακόλουθη διάκριση σε τρεις ομάδες μεταναστών επιχειρηματιών και επιχειρηματιών:

- επιχειρηματίες μετανάστες:

άτομα που αναγκάζονται να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση ως στρατηγική οικονομική επιβίωση.

Οι μετανάστες επιχειρηματίες είναι άτομα τα οποία, ως πρόσφατες αφίξεις στη χώρα, έπρεπε να ξεκινήσουν μια επιχείρηση ως μέσο οικονομικής επιβίωσης (Butler, Greene, 1997). Οι μετανάστες ορίζονται ως πρόσωπα που έχουν γεννηθεί στο εξωτερικό, ανεξάρτητα από την εθνικότητά τους και το αν θεωρούνται ή όχι εθνικές μειονότητες στις χώρες υποδοχής. Στους «μετανάστες» συμπεριλαμβάνονται επίσης οι απογόνους τους, η δευτερογενή γενιά (τα παιδιά που γεννήθηκαν από την πρώτη γενιά μεταναστών). Στην πράξη βέβαια, τα μέτρα πολιτικής και τα συστήματα στήριξης σπάνια διακρίνουν τις γενιές των μεταναστών.

- μετανάστες επιχειρηματίες:

μετανάστες που μοιράζονται κοινωνικοπολιτισμικές συνδέσεις και κοινά πρότυπα αλληλεπίδρασης, συχνά βασισμένα σε ένα κοινό εθνικό υπόβαθρο ή κοινές εμπειρίες μετανάστευσης.

Οι μετανάστες επιχειρηματίες ενώνονται σε ένα σύνολο κοινωνικο-πολιτιστικών διασυνδέσεων και αλληλοεπιδρούν με ανθρώπους που μοιράζονται ένα κοινό εθνικό ιστορικό ή εμπειρίες μετανάστευσης⁶.

- επιχειρηματίες μειοψηφίας:

ιδιοκτήτες επιχειρήσεων που ανήκουν σε εθνοτικές ομάδες που δεν αντιπροσωπεύουν την πλειοψηφία του πληθυσμού (Υπουργείο Εμπορίου των ΗΠΑ το 1997).

Πρέπει να προστεθεί ότι τα τελευταία χρόνια έχει σημειωθεί σταδιακή μετάβαση στο προφίλ των μεταναστών επιχειρηματιών, ιδίως εκείνων που ανήκουν στη δεύτερη γενιά μεταναστών.

3.3. Τα εθνικά σύνορα και οι επιχειρηματικές αλληλεπιδράσεις μεταξύ των ομάδων

Στην πραγματικότητα, λίγες μελέτες λαμβάνουν υπόψη την πολυπλοκότητα των εθνικών συνόρων, ιδίως σε σχέση με τις επιχειρηματικές αλληλεπιδράσεις. Η επιχειρηματική δραστηριότητα έχει αναγνωριστεί πως δε λαμβάνει υπόψη τα όρια των ομάδων. Στην περιγραφή της «πλουραλιστικής κοινωνίας» της Ολλανδίας και της Ινδίας, ο Furnivall γράφει: «Κάθε ομάδα κατέχει τη δική της θρησκεία, τον πολιτισμό και τη γλώσσα της, τις δικές της ιδέες και συμπεριφορές. Ως άτομα συναντιούνται, αλλά μόνο στην αγορά, κατά τη διαδικασία της αγοράς και πώλησης» (Furnivall, 1944, 304). Υπογραμμίζει λοιπόν την «ουδετερότητα» ή τον απρόσωπο χαρακτήρα των αγορών, καθώς το εμπόριο είναι σε μεγάλο βαθμό απαλλαγμένο από τα εμπόδια των διάφορων πολιτιστικών κανόνων.

3.3.1. Η ποικιλομορφία των μεταναστευτικών οικονομιών

Σύμφωνα με τον Vertovec (2007), ορισμένες χώρες όπως η Βρετανία χαρακτηρίζονται από την «υπερ-ποικιλομορφία» (super-diversity), δηλαδή από ένα υψηλότερο επίπεδο πολυπλοκότητας των μεταναστευτικών πληθυσμών. Τόσο όμως οι έρευνες όσο και οι διάφορες πολιτικές μέχρι τώρα λαμβάνουν υπόψη τις μειονότητες που είναι ξεκάθαρα προσδιορισμένες παρά τις ποικιλόμορφες. Πλέον όμως η εθνικότητα είναι μόνο μια από τις ποικίλες μεταβλητές που χαρακτηρίζουν τους μεταναστευτικούς πληθυσμούς. Παράγοντες όπως το καθεστώς του μετανάστη, οι διαφορετικές εμπειρίες στην αγορά εργασίας, το προφίλ του μετανάστη ως προς το φύλο, την ηλικία κλπ. θα πρέπει πλέον να συμπεριλαμβάνονται.

Σε αυτό το κεφάλαιο, περιγράφονται τρεις πηγές ετερογένειας στις μεταναστευτικές οικονομίες του επηρεάζουν την συνοχή της ομάδας και την εξάρτηση της από τους «εθνοτικούς» πόρους: την κατάσταση, την τάξη / κοινωνική κινητικότητα, το φύλο και τις γενεαλογικές διαφορές.

3.3.1.1 Καθεστώς του μετανάστη

Στα περισσότερα κράτη υποδοχής, το άνοιγμα μιας επιχείρησης απαιτεί νόμιμη και συνεχή διαμονή σε αυτή για κάποιο συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Οι σημερινοί όμως μετανάστες χαρακτηρίζονται από ετερογένεια των μεταναστευτικών τους καθεστώτων, που συνεπάγονται στην ύπαρξη και διαφορετικών δικαιωμάτων. Ως αποτέλεσμα, ακόμη και μεταξύ εκείνων που ζουν νόμιμα στις χώρες υποδοχής τους δε δικαιούνται όλοι να γίνουν επιχειρηματίες.

Οι μετανάστες χωρίς άδεια και αιτούντες άσυλο σε ορισμένες χώρες δεν έχουν δικαίωμα στην εργασία και συνεπώς απαγορεύονται να είναι και αυτοαπασχολούμενοι. Αυτό ισχύει και για άλλες κατηγορίες μεταναστών, όπως οι φοιτητές ή οι προσωρινά απασχολούμενοι. Ωστόσο, οι μετανάστες αυτοί μπορεί να δραστηριοποιηθούν μέσα στα πλαίσια της εθνικής οικονομίας, ως αδήλωτοι εργαζόμενοι ή ως άτυποι επιχειρηματίες.

Αντίθετα, σε πολλές μελέτες για την “εθνική επιχείρηση” υιοθετείται ένα συγκεκριμένο μοντέλο μεταναστευσης το οποίο βασίζεται στην υπόθεση πως όλοι οι νεοεισερχόμενοι μετανάστες έχουν τα ίδια δικαιώματα. Σε εθνοτικούς θύλακες, οι νεοεισερχόμενοι αρχίζουν ως εργαζόμενοι ενός ομοεθνούς εργοδότη και, αργότερα, γίνονται επιχειρηματίες, καταλήγουν να απασχολούν μετανάστες που έφτασαν πρόσφατα, οι οποίοι τελικά γίνονται επιχειρηματίες οι ίδιοι και ούτω καθεξής.

Σύμφωνα με το «παιχνίδι των εθνικών μουσικών καρεκλών» του Waldinger (1996), οι εθνοτικές ομάδες ακολουθούν ο ένας τον άλλο στις κόγχες της αγοράς, καθώς εκείνοι που κινούνται προς τα πάνω αφήνουν χώρο για τους νεοφερμένους.

Αν και διαφορετικά, τα μοντέλα του Portes (1985) και του Waldinger (1996) παρουσιάζουν μια συνεχή ροή νεοεισερχομένων, η οποία διατηρεί την ελκυστικότητα των εθνοτικών οικονομιών: ενώ οι επιχειρηματίες (ή οι απόγονοί τους) ενδέχεται με την πάροδο του χρόνου να βρουν πιο εναλλακτικούς τρόπους ενσωμάτωσης στη χώρα υποδοχής, οι νεοεισερχόμενοι δεν κατέχουν ακόμη αυτήν την ικανότητα και επομένως αναγκάζονται να εισέλθουν στις εθνοτικές οικονομίες διαιωνίζοντας έτσι την χρησιμότητα των εθνοτικών δεσμών.

Εάν η μεταναστευτική ροή σταματήσει ή εάν η φύση της αλλάξει με τέτοιο τρόπο ώστε οι νεοφερμένοι να μην ακολουθήσουν την ίδια πορεία με τους προκατόχους τους, η συνέχεια αυτή

καθίσταται αδύνατη και η οικονομία των μεταναστών είναι πιθανό να κατακερματιστεί και να γίνει πολωμένη. Στο ευρωπαϊκό πλαίσιο των αυστηρών μεταναστευτικών πολιτικών, πολλές επιχειρήσεις ανήκουν σήμερα σε πρώην οικονομικούς μετανάστες οι οποίες συνυπάρχουν με άλλες μορφές επιχειρηματικότητας όπως τα παζάρια που δημιουργήθηκαν από τους ίδιους μετανάστες μετά το Ψυχρό Πόλεμο και χαρακτηρίζονται από άτυπες σχέσεις και κινητικότητα.

3.3.1.2 Το Φύλο

Το φύλο αποτελεί τη μοναδική μεταβλητή της εθνοτικής επιχειρηματικότητας που δεν έχει εξεταστεί και αναλυθεί επαρκώς, καθώς υπάρχουν πολύ λίγες αναφορές στο φύλο σε σχετικές έρευνες και δημοσιεύσεις (στις περισσότερες δεν γίνεται καμία αναφορά). Οι γυναίκες έχουν περιγραφεί ως “ήσυχη δύναμη” καθώς συνεισφέρουν σιωπηλά στις εθνοτικές οικογενειακές επιχειρήσεις που ανήκουν κυρίως στους άντρες της οικογένειας, παρέχοντας μη αμειβόμενη εργασία και φροντίζοντας ταυτόχρονα την οικογένεια τους (Zhou, 1992, 152-184). Με τον τρόπο αυτό και καθιστούν δυνατή την επιτυχία της επιχείρησής τους. Αυτή όμως η κατάσταση έχει γίνει αφορμή για πολλές συζητήσεις και έχει καταγγεληθεί είτε ως εκμετάλλευση είτε εξηγείται ως η «παραδοσιακή» θέση των γυναικών σε μερικές κουλτούρες των μεταναστών (Zhou, 1992, 152-184).

Όσον αφορά τις γυναίκες επιχειρηματίες, ο Morokvasic (1991) παρατηρεί ότι τα εθνικά δίκτυα κυριαρχούνται από άνδρες. Οι μετανάστριες αποτελούν μειοψηφία εντός των μειονοτήτων και έχουν μικρή πρόσβαση σε πόρους της ομάδας τους (Kupferberg, 2003, 93). Σε αντίθεση με τους άνδρες, θα πρέπει να αναπτύξουν δίκτυα εκτός της ομάδας για να γίνουν καταφέρουν να δημιουργήσουν μια επιχείρηση και επομένως η γυναικεία εθνοτική επιχειρηματικότητα συνεπάγεται από αναγκαστική απομάκρυνση από την εθνοτική τους ομάδα (Kupferberg, 2003, 93). Επομένως, η γυναικεία εθνοτική επιχειρηματικότητα γίνεται αντιληπτή μέσα από ένα πλαίσιο χειραφέτησης και αυτονομίας. Η αυτό-απασχόληση για τις γυναίκες σημαίνει ικανοποίηση των προσωπικών τους προσδοκιών και διασφάλιση μιας καθημερινότητας που συνδυάζει την οικογενειακή και την επαγγελματική ζωή (Kupferberg, 2003, 93). Ο Aritzsch (2003) προσθέτει ότι το παραπάνω επιχειρηματικό πρότυπο των γυναικών μπορεί να εγκλωβίσει τη δραστηριότητά τους σε συγκεκριμένα όρια χωρίς τη δυνατότητα επέκτασης, καθώς η ανάπτυξη και το κέρδος δεν είναι ο κύριος στόχος τους. Επίσης, ο τρόπος με τον οποίο

η εθνοτική οικονομία έχει αναλυθεί και οριστεί στην υπάρχουσα βιβλιογραφία αντανακλά κυρίως τις εμπειρίες και τις επιχειρήσεις των ανδρών. Η άνοδος της γυναικείας επιχειρηματικότητας τα τελευταία χρόνια έχει καταστήσει απαραίτητη την αναθεώρηση των έρευνα για την εθνοτική επιχειρηματικότητα και την (επαν)εισαγωγή των προσωπικών παραγόντων στην ανάλυση, χωρίς όμως να προσκολλώνται στις ιδιαιτερότητες της νεοκλασικής θεωρίας. Αυτή η προσπάθεια ταιριάζει με τις πρόσφατες συζητήσεις της οικονομικής κοινωνιολογίας, οι οποίες προσπαθούν να αναπτύξουν μια κοινωνιολογική διάσταση στους οργανισμούς και τα ατομικά ενδιαφέροντα.

3.3.1.3 Διαφορές γενεών

Ο αντίκτυπος της αυτό-απασχόλησης στη δεύτερη γενιά έχει γίνει αντιληπτός με διάφορους τρόπους. Στα πλαίσια μιας μειονοτικής ομάδας τα παιδιά συγκαταλέγονται στον μεταναστευτικό πληθυσμό και ότι είναι επωφελές για την ομάδα θεωρείται ότι είναι επωφελής και για αυτούς. Οι «εθνοτικές» οικονομίες τους παρέχουν θέσεις εργασίας και ευκαιρίες κατάρτισης και οι επιχειρήσεις των γονέων τους αποτελούν ένα εφελκυστικό που διευκολύνει την κοινωνική τους ένταξη και κινητικότητα.

Σύμφωνα με κάποιες μελέτες η αφομοίωση της δεύτερης γενιάς από τη χώρα υποδοχής συνεπάγεται στην προς τα κάτω κοινωνική τους κινητικότητα και επομένως είναι καλύτερη η διατήρηση της εθνικότητάς τους και η ανάπτυξη των πόρων εντός της ομάδας τους (Portes & Min Zhou, 1996). Μια αντίθετη οπτική υποστηρίζει πως οι «εθνοτικές» επιχειρήσεις μπορεί να βοηθήσουν τους μετανάστες πρώτης γενιάς, αλλά θα παγιεύσουν τα παιδιά τους σε θέσεις που δεν έχουν προοπτική εξέλιξης. Σε μια ενδιαμέση προσέγγιση, η επιχειρηματικότητα των μεταναστών θα μπορούσε να λειτουργήσει ως ένα δίκτυο ασφάλειας, επιτρέποντας στα παιδιά τους να αντιμετωπίσουν τις δυσκολίες στην αγορά εργασίας και την έλλειψη εναλλακτικών ευκαιριών.

Αυτές οι διαφορετικές εκτιμήσεις για το πώς η δεύτερη γενιά σχετίζεται με τις επιχειρηματικές δραστηριότητες απεικονίζουν τη συνεκτικότητα της εθνοτικής ομάδας και την εξέλιξη των παιδιών των μεταναστών επιχειρηματιών. Έχοντας μια μεγαλύτερη εμπειρία στη χώρα υποδοχής, εκτίθενται σε μια πιθανή επιθυμία για χειραφέτηση, καθώς και σε ενδεχομένως πιο ελκυστικές ευκαιρίες απασχόλησης εκτός της ομάδας τους ακόμη και αν τα αυτά τα δύο δεν συμπίπτουν πάντοτε. Επίσης, τα παιδιά της πρώτης μεταναστευτικής γενιάς πετυχαίνουν ένα υψηλότερο

επίπεδο εκπαίδευσης από τους γονείς τους και έτσι έχουν περισσότερες ευκαιρίες (Waldinger, et al., 2000) και μετακινούνται στην κύρια ροή της οικονομίας και της αγοράς εργασίας.

3.3.2. Η εθνικότητα ως επιχειρηματικό πλεονέκτημα - οι εθνοτικοί πόροι

Σε μια εποχή οικονομικής παγκοσμιοποίησης, οι εθνοτικοί δεσμοί επιτρέπουν στους μετανάστες να χρησιμοποιούν τις γνώσεις τους για άλλες κοινωνίες και τα διακρατικά τους δίκτυα για να αναπτύξουν την επιχείρησή τους στο εξωτερικό (Portes; Alejandro; Luis Eduardo Guarnizo; William J. Haller, 2002, 278–98). Η επιχειρησιακή χρησιμότητα της εθνότητας προέρχεται από αυτό που ονομάζεται συνήθως «εθνοτικοί πόροι». «Οι εθνοτικοί πόροι είναι κοινωνικά χαρακτηριστικά μιας ομάδας τα οποία χρησιμοποιούν οι ομοεθνείς επιχειρηματίες στην επιχείρησή τους ή από τους οποίους ωφελούνται παθητικά οι επιχειρήσεις τους. Οι εθνοτικοί πόροι περιλαμβάνουν αξίες, γνώσεις, δεξιότητες, πληροφορίες, στάσεις, ηγεσία, αλληλεγγύη...» (Light, & Bonacich, 1988, pp 18-19). Ειδικότερα, η αλληλεγγύη νοείται ως βασικό επιχειρηματικό πλεονέκτημα. Οι Light και Rosenstein (1995, σελ. 19) υποστηρίζουν ότι «η ίδια η εθνότητα αποτελεί ιδεολογία αλληλεγγύης» και ότι η κοινή εθνότητα απορρίπτει τον ανταγωνισμό και ενθαρρύνει την υποστήριξη μεταξύ των επιχειρηματιών. Αυτό επιτρέπει τη μείωση του κόστους των συναλλαγών, την κυκλοφορία και την ανταλλαγή πληροφορίας, καθώς και την πρόσβαση σε απομακρυσμένους αλλά αξιόπιστους επιχειρηματικούς εταίρους.

Αυτή η θεωρία έχει κατακριθεί επειδή εξιδανικεύει την ομαδική αλληλεγγύη και δεν λαμβάνει υπόψη τις συγκρούσεις, τον ανταγωνισμό και την εκμετάλλευση μεταξύ των εθνοτικών οικονομιών. Κατ' επέκταση κάποιοι μελετητές δεν αντιλαμβάνονται τους εθνοτικούς πόρους ως εγγενές χαρακτηριστικό των μεταναστευτικών ομάδων, αλλά ως επακόλουθο των αντιθέσεων που υποκινούν τους μετανάστες να αναπτύξουν τη συνείδηση της ομάδας τους, την οριοθετημένη αλληλεγγύη και την επιβαλλόμενη εμπιστοσύνη (Portes; Alejandro; Luis Eduardo Guarnizo; William J. Haller, 2002, 278–98).

Επίσης, η εθνότητα έχει μια αμφίροπη σχέση με τον πολιτισμό ως προς τις μεταναστευτικές οικονομίες και ως προς τους μελετητές της επιχειρηματικότητας και της διοίκησης. Για ορισμένους τα πολιτισμικά χαρακτηριστικά μπορούν επίσης να συμπεριληφθούν στους εθνοτικούς πόρους:

κατά τον Weber, οι αξίες, η νοοτροπία ή οι πεποιθήσεις των μεταναστών μερικές φορές ερμηνεύονται ως παράγοντες που ευνοούν την επιχειρηματική επιτυχία. Οι κοινότητες που εκτιμούν την αλληλεγγύη, τις συνεκτικές οικογενειακές δομές και τη συλλογική ευημερία θα καλλιεργήσουν τους πόρους εντός της ομάδας τους.

Τα πολιτιστικά επιχειρήματα απορρίπτονται από άλλους που υπογραμμίζουν την «αντιδραστική» φύση της εθνότητας, που δεν βασίζεται σε προκαθορισμένα πολιτιστικά αγαθά αλλά στη συλλογική δράση των μεταναστών έναντι της μειονεκτούσας θέσης τους (Min Zhou, 1996, 219–30).

Η γραμμή μεταξύ των πολιτισμικών και εθνοτικών επιχειρημάτων είναι επομένως λεπτή και οι κοινωνικές προσεγγίσεις αποφεύγουν τις παγίδες και τις αδυναμίες του πολιτισμικού, η δημοτικότητα του παραδείγματος της «εθνοτικής επιχείρησης» μπορεί εν μέρει να οφείλεται στην ικανότητά του να αποτυπώνει την εθνο-πολιτισμική ιδιαιτερότητα των μεταναστών επιχειρηματιών χωρίς να τονίζει την πολιτιστική τους διαφορά.

Τέλος, σύμφωνα με τους κοινωνιολόγους η εθνότητα έχει αποδειχθεί ότι αντιπροσωπεύει ένα κοινωνικό κεφάλαιο που θέτει υπό αμφισβήτηση τις ταξικές σχέσεις επιτρέποντας την κοινωνική κινητικότητα στους μειονεκτούντες μετανάστες με λίγα χρήματα ή δεξιότητες (Waldinger και συν. 2000). Αυτό απεικονίζεται ως μια ιδιαίτερα ωραία εικόνα του τρόπου με τον οποίο η οικονομική ζωή ενσωματώνεται στα κοινωνικά δίκτυα, ένα βασικό ζήτημα στην οικονομική κοινωνιολογία.

Αντίθετα, οι πόροι της τάξης είναι το αγαπημένο επιχείρημα των οικονομολόγων, οι οποίοι υποστηρίζουν ότι η επιχείρηση πετυχαίνει μόνο στην περίπτωση που οι μετανάστες διαθέτουν χρηματοπιστωτικό και ανθρώπινο κεφάλαιο και ότι συνεπώς η αυτό-απασχόληση δεν θα τροποποιήσει τις κοινωνικοοικονομικές συνθήκες των μεταναστών (Bates 1997, Borjas 1999). «Δεδομένου ότι οι επιχειρηματίες χρειάζονται ανθρώπινο και χρηματοπιστωτικό κεφάλαιο για να ανοίξουν μια επιχείρηση και μόνο όσοι διαθέτουν αυτούς τους πόρους θα επιτύχουν το εγχείρημά τους» (Light, Min Zhou, Rebecca Kim, 2002, 702–2).

3.4. Εθνοτικές κοινότητες και δίκτυα

Σχεδόν όλοι οι εθνοτικοί επιχειρηματίες κάνουν εκτεταμένη χρήση των κοινωνικών τους δικτύων, διότι αποτελούν κεντρική πηγή του «κοινωνικού κεφαλαίου». Τα δίκτυα μετανάστευσης μπορούν να οριστούν ως σύνολα διαπροσωπικών δεσμών που συνδέουν τους μετανάστες και μη μετανάστες στις περιοχές προέλευσης και προορισμού μέσω των δεσμών συγγένειας, της φιλίας και της κοινής κοινοτικής προέλευσης.

Η επιρροή ενός εθνοτικού δικτύου είναι συχνά έντονη και αποτελεσματική. Η απόφαση να μεταναστεύσουν ή να παραμείνουν, η επιλογή ενός προορισμού και η διαδικασία προσαρμογής στην χώρα προορισμού επηρεάζονται από τα δίκτυα εθνοτικής συγγένειας και φιλίας μεταξύ των ανθρώπων.

Ακόμη και σε κοινωνίες όπου υπάρχουν περιορισμένες ευκαιρίες, ένα στενό εθνοτικό δίκτυο μπορεί να επιτρέψει ή τουλάχιστον να διευκολύνει την αναζήτηση εργασίας, τη μίσθωση, την πρόσληψη και την κατάρτιση και, το πιο σημαντικό, την οργάνωση της ροής πληροφοριών μεταξύ των νεοαφιχθέντων και των μεταναστών που ήδη κατοικούν στην χώρα υποδοχής (Waldinger, 1994).

Τα δίκτυα μπορούν να βοηθήσουν σημαντικά τους μετανάστες επιτρέποντας τους να βρουν πιο γρήγορα θέσεις εργασίας και στέγασης. Η κοινότητα που περιβάλλει έναν εθνοτικό επιχειρηματία είναι ικανή να προσφέρει αρκετούς σημαντικούς πόρους για την εκκίνηση και την ανάπτυξη μιας επιχείρησης, όπως η φθηνή εργασία και το κεφάλαιο. Ωστόσο, ακόμη και η ισχυρότερη κοινοτική στήριξη μπορεί μόνο να συμβάλλει στη βελτίωση καθώς δεν εγγυάται τη βιωσιμότητα της επιχείρησης όταν αντιμετωπίζει τις σκληρές συνθήκες της αγοράς (Jones και Ram, 1998).

Τα εθνοτικά δίκτυα μπορούν επίσης, να μειώσουν τους οικονομικούς κινδύνους που συνδέονται με τη δημιουργία μιας νέας επιχείρησης, καθιστώντας έτσι την απόφαση να γίνει ένας μετανάστης αυτοαπασχολούμενος ελκυστικότερη από την άποψη του κινδύνου. Είναι λοιπόν συχνά το δίκτυο κοινωνικής στήριξης μιας εθνοτικής κοινότητας και το πολιτιστικό τους υπόβαθρο που δίνει την απαιτούμενη ώθηση για να ξεκινήσουν μια επιχείρηση. Παρόλα αυτά οι εθνοτικοί δεσμοί ενδέχεται να επιβαρύνουν τους επιχειρηματίες που προσπαθούν να μεγαλώσουν την επιχείρηση τους. Αν δηλαδή ο επιτυχημένος εθνοτικός επιχειρηματίας επιθυμεί και προσπαθεί να αναπτύξει

περισσότερο την επιχείρηση του και να ξεφύγει από την εθνοτική αγορά όπου εξυπηρετεί μόνο τις ανάγκες της κοινότητας του, αυτά τα εθνοτικά δίκτυα και οι στενές σχέσεις που τις διέπουν μπορεί να παρουσιάσουν έναν σοβαρό περιορισμό. Η πρόσβαση σε “μη εθνοτικούς” πελάτες αποτελεί συχνά κεντρικό παράγοντα που παρακινεί τους επιχειρηματίες να υιοθετήσουν στρατηγικές προς το άνοιγμά τους.

Κατ’ επέκταση η αναζήτηση επιχειρηματικών ευκαιριών και κέρδους έχουν την ισχύ να επαναπροσδιορίσουν την πίστη στις παραδόσεις και να παρακινήσουν τους επιχειρηματίες να εγκαταλείψουν την ομάδα τους: «Οι εθνοτικοί επιχειρηματίες και εργαζόμενοι μπορούν να αναζητήσουν ευνοϊκότερες σχέσεις με τους εργοδότες καθώς και στην αγορά εργασίας ή με τους καταναλωτές πέρα από τη δική τους κοινότητα»⁷.

Αυτό είναι επίσης σύμφωνο με το επιχείρημα της «ισχύς των ασθενών δεσμών» (Granovetter 1973, 1983), το οποίο υποδηλώνει ότι οι αδύναμοι δεσμοί μεταξύ των ομάδων επιτρέπουν περισσότερες ευκαιρίες στην επιχείρηση από ότι οι ισχυροί δεσμοί. Σύμφωνα με τη θεωρία δηλαδή του Granovetter, υπάρχουν ασθενείς και ισχυροί δεσμοί, που αντιστοιχούν στις σχέσεις που έχει κανείς με τους γνωστούς των γνωστών του ή στους δεσμούς ανάμεσα στα μέλη μιας οικογένειας ή σε στενούς φίλους, και μόνο αυτοί οι αδύναμοι δεσμοί μπορούν να γεφυρώσουν την απόσταση μεταξύ διαφορετικών ομάδων.

Κατά συνέπεια ορισμένες επιχειρήσεις είναι πλήρως ενσωματωμένες στο εθνοτικό τους περιβάλλον, ενώ άλλες σταδιακά χάνουν όλες τις επαφές με το εθνικό τους υπόβαθρο. Μεταξύ αυτών των δύο άκρων μπορεί να βρεθεί αυτό που οι Nee και συν. (1994) ονομάζουν μια «μικτή οικονομία», στην οποία οι επιχειρηματίες ξεπερνούν πολλές φορές τα εθνοτικά τους σύνορα και χρησιμοποιούν τόσο εθνοτικούς όσο και μη εθνοτικούς πόρους. Αυτό δείχνει τη δυσκολία απομόνωσης των οικονομιών όπως στην περίπτωση της Chinatown (Min Zhou. 2009), όπου οι επιχειρηματίες-ιδιοκτήτες δεν κατάγονται από την Κίνα, η επιχείρηση τους όμως βρίσκεται στην κινέζικη γειτονιά και έχουν κινέζους εργαζόμενους και κινέζους πελάτες, αλλά τους αποκλείουμε από την ανάλυση. Αυτό βέβαια υπογραμμίζει την αναπόφευκτη ύπαρξη ανθρώπων και επιχειρήσεων που δεν μπορούν εύκολα να κατηγοριοποιηθούν: ένα μειονέκτημα της προσέγγισης της εθνοτικής οικονομίας είναι ότι αγνοεί εκείνους που βρίσκονται κάπου στο ενδιάμεσο - (the inbetweens) (Min Zhou. 2009).

Εάν κάποιος υποθέσει ότι οι επιχειρηματίες είναι από τη φύση τους προσανατολισμένοι στην καινοτομία, είναι λογικό πως θα αναπτύξουν επαφές έξω από την ομάδα τους, οι οποίες μπορεί να είναι αποδοτικές και αποτελεσματικές οικονομικά, κοινωνικά ή ψυχολογικά. «Όλοι οι Κινέζοι δεν θέλουν να περάσουν όλη τους τη ζωή στην Chinatown, ούτε οι Ινδοί επιθυμούν να παραμείνουν κοντά στους αδελφούς τους, ούτε όλοι οι Εβραίοι πιστεύουν ότι η αφοσίωση στην ανάπτυξη των σχέσεων με άλλους εβραίους και η οικογενειακή τους ζωής είναι ο στόχος τους» (Kupferberg, 2003, 93). Η Kontos (2003) υποστηρίζει περαιτέρω ότι οι εθνοτικοί πόροι είναι πολύ συλλογική και στατική, και έτσι δεν είναι σε θέση να λάβει υπόψη τα προσωπικά κίνητρα και την πρακτική των ανθρώπων. Η επιχειρηματική λοιπόν δραστηριότητα εμφανίζεται ως ζήτημα «πολιτικής ταυτότητας», δηλαδή μιας στρατηγικής για τη διαφυγή από μια προκαθορισμένη κοινωνική κατάσταση.

Η χρησιμότητα της εθνότητας στην επιχείρηση αντιφάσκει με την αφομοιωτική διατριβή σύμφωνα με την οποία οι μετανάστες πρέπει να χάσουν την εθνο-πολιτισμική τους ιδιαιτερότητα για να απολαμβάνουν την κοινωνική κινητικότητα. Αξιολογεί τον διακριτικό χαρακτήρα των ομάδων και τη σημασία των «κοινοτήτων» των μεταναστών στην ενσωμάτωσή τους. Οι μετανάστες, αντί να τηρούν τους κανόνες και τις αξίες της χώρας προορισμού, βρίσκουν μέσα στην ομάδα τους πολύτιμες οικονομικές ευκαιρίες που σέβονται τις κοινωνικοπολιτισμικά τους στοιχεία και διαφορές και συμβάλλουν στην αντοχή τους με την πάροδο του χρόνου. Η ζωή στην κοινότητα δεν αποτελεί εμπόδιο στην κοινωνική κινητικότητα τους ούτε παγιδεύει τους σε κάποιο γκέτο με αρνητικές συνέπειες όπως η ανομία. Θα μπορούσε να υποστηριχθεί πως βοηθά στην εξισορρόπηση της μειονεκτούσας κατάστασής τους μέσω συλλογικής δράσης. Ενώ φτωχοί και καταπιεσμένοι, οι μετανάστες βρίσκουν με την αίσθηση της πολιτιστικής ταυτότητάς τους, τους πόρους για να δημιουργήσουν ευκαιρίες και ξεφεύγουν από τον κοινωνικό ντετερμινισμό (Min Zhou. 2009).

3.5. Η εθνικότητα και το θεσμικό πλαίσιο

Η εθνοτική επιχειρηματικότητα αποτελεί ένα ακριβές παράδειγμα της ενσωμάτωσης των οικονομικών δραστηριοτήτων στα κοινωνικά δίκτυα (Kloosterman 2000). Ωστόσο, για πολλούς ερευνητές η ενσωμάτωση τους και η διαμόρφωση της οικονομικής ζωής είχε συνδεθεί αρχικά με το ευρύτερο πολιτικό και θεσμικό πλαίσιο. Τα τελευταία χρόνια, το μακρο-περιβάλλον ή η «μικτή ενσωμάτωση» της επιχειρηματικότητας των μεταναστών αποτέλεσε το επίκεντρο πολλών ερευνών, οδηγώντας σε τουλάχιστον δύο βασικές ιδέες (Kloosterman 2000).

Η πρώτη ισχυρίζεται πως οι επιχειρηματικές δραστηριότητες δεν πραγματοποιούνται σε νομικό / πολιτικό / θεσμικό όφελος, αλλά σε κανονιστικό πλαίσιο που καθορίζεται και επιβάλλεται από δημόσιες αρχές και άλλες ομάδες συμφερόντων (ενώσεις εργοδοτών κλπ.) (Kloosterman 2000). Συνεπώς, οι εθνοτικές επιχειρήσεις, ακόμη και όταν βρίσκονται σε «κόγχες», επηρεάζονται από το συνολικό οικονομικό, κοινωνικό και πολιτικό πλαίσιο (Kloosterman 2000). Η φύση του ευρύτερου πλαισίου αποτελεί βασικό παράγοντα που βοηθά στην κατανόηση της εθνοτικής επιχειρηματικότητας.

Η δεύτερη υποστηρίζει πως οι δυτικές χώρες διαφέρουν σημαντικά όσον αφορά τον τρόπο ρύθμισης των οικονομικών δραστηριοτήτων σε αυτές. Έρευνα των πολιτικών οικονομολόγων σχετικά με την ποικιλομορφία του σύγχρονου καπιταλισμού έχει δείξει πως η ρύθμιση των αγορών εργασίας, ειδικότερα, μέσω της κρατικής παρέμβασης είναι ισχυρότερη στην Ευρώπη από ό, τι στη Βόρεια Αμερική.

Οι διαφορές μεταξύ των δύο πλευρών του Ατλαντικού υποστηρίζεται από τον Engelen (2001) σύμφωνα με τον οποίο οι «εθνοτικές» οικονομίες έχουν τις ρίζες τους σε ένα συγκεκριμένο αγγλοσαξονικό πλαίσιο που χαρακτηρίζεται από τον οικονομικό φιλελευθερισμό και την αξιοποίηση της επιχειρηματικότητας. Οι Hillmann και Rudolph (1997) αναρωτιούνται επίσης κατά πόσο η ίδια η έννοια της «εθνοτικής επιχείρησης» είναι συμβατή με το αυστηρό νομοθετικό πλαίσιο της αγοράς εργασίας της Γερμανίας, στην οποία για παράδειγμα η δημιουργία επιχειρήσεων απαιτεί την ολοκλήρωση αναγνωρισμένης κατάρτισης.

Σύμφωνα με τον Kloosterman (2000), η δημιουργία επιχειρήσεων είναι ευκολότερη στο χαλαρά ρυθμισμένο πλαίσιο και με λιγότερους κανονισμούς της Νότιας Αμερικής. Κατά συνέπεια εκεί είναι

πιο εύκολη η δημιουργία επιχειρήσεων, άρα και η ανοδική κοινωνική κινητικότητα. Στην Ευρώπη, οι αποδόσεις της αυτό-απασχόλησης είναι λιγότερο ελκυστικές και μόνο όσοι δεν έχουν άλλη επιλογή απευθύνονται στην επιχειρηματικότητα, καθώς το πιο ελκυστικό μέσο οικονομικής ενσωμάτωσης είναι οι μισθοί και η πιο αποδοτική επιλογή των μεταναστών είναι να βρουν δουλειά στην mainstream οικονομία της αγοράς. «Επίσης, ακόμη και στο εσωτερικό της Ευρώπης υπάρχουν σημαντικές θεσμικές διαφορές, καθώς η μεγάλη έλλειψη νομιμότητας που χαρακτηρίζει τις οικονομίες της Νότιας Ευρώπης παρέχει στους μετανάστες επιχειρηματίες ευκαιρίες που δεν είναι διαθέσιμες στη Βόρεια Ευρώπη» (Felicitas Hillmann, 2000, 7-9).

Από την άποψη αυτή, ο ρόλος του γενικότερου θεσμικού πλαισίου επηρεάζει την μεταναστευτική επιχειρηματικότητα, καθώς η λιγότερο κρατική ρύθμιση παρέχει περισσότερες ευκαιρίες στη δραστηριότητα των μεταναστών. Η σημασία των κοινωνικών δικτύων και των εθνοτικών πόρων δεν είναι, επομένως, ένα καθολικό χαρακτηριστικό της επιχειρηματικότητας των μεταναστών, αλλά εξαρτάται περισσότερο από τα χαρακτηριστικά του θεσμικού πλαισίου (Kloosterman 2000). «Η εθνοτική διάσταση των μεταναστευτικών οικονομιών δεν είναι μόνο το αποτέλεσμα της συλλογικής δραστηριότητας των μεταναστών, αλλά και η επιρροή και το αποτέλεσμα του εξωτερικού περιβάλλοντος που ίσως θα πρέπει να είναι η βασική μεταβλητή. Ενώ ο Martinelli (2004) μιλά για την «διπλή ενσωμάτωση» των μεταναστών επιχειρηματιών στο πολιτικό / θεσμικό και το κοινωνικό / πολιτισμικό περιβάλλον αντίστοιχα, οι Kloosterman και Rath (2001) θεωρούν το κοινωνικό/ πολιτισμικό πλαίσιο ως αναλυτικά δευτερογενή σε σύγκριση με το πρώτο» (Pirropoulos, P. 2010, 139-158).

«Η επικέντρωση στο θεσμικό πλαίσιο ανανεώνει τη συζήτηση και τη διαμάχη γύρω από τα χαρακτηριστικά του ευρύτερου πλαισίου (διακρίσεις, ανεργία κ.λπ.), διευρύνοντας το φάσμα των περιβαλλοντικών παραγόντων και επιτρέποντας ταυτόχρονα μια πιο διαλεκτική κατανόηση του τρόπου συμπεριφοράς των επιχειρηματιών μέσα στους περιορισμούς και τις ευκαιρίες του μακρο-πλαισίου όπου εξελίσσονται» (Pirropoulos, P. 2010, 139-158).

3.6. Εθνοτικές στρατηγικές

Είναι σύνηθες για τους εθνοτικούς επιχειρηματίες να δημιουργούν μια επιχείρηση που μπορούν να μεταφέρουν εύκολα και που τους επιτρέπει να επιστρέψουν στις πατρίδες τους οποιαδήποτε στιγμή το θελήσουν. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με την απόκτηση δεξιοτήτων ή περιουσιακών στοιχείων που μπορούν εύκολα να μεταφερθούν σε άλλες γεωγραφικές περιοχές.

Η εθνοτική επιχείρηση συνήθως χαρακτηρίζεται από χαμηλή καινοτομία. Συνήθως, οι μετανάστες αποκτούν τις δεξιότητες και τα κεφάλαια που απαιτούνται για την έναρξη μιας επιχείρησης ενώ απασχολούνται σε μια άλλη επιχείρηση είτε έχουν ήδη αποκτήσει τις απαραίτητες δεξιότητες στη χώρα καταγωγής τους. Στη συνέχεια, όταν τους το επιτρέπουν οι συνθήκες και αισθάνονται σίγουροι για τις ικανότητές τους, κάνουν το βήμα της ίδρυσης της δικής τους επιχείρησης. «Επομένως, οι εθνοτικοί επιχειρηματίες εκτελούν μια οικεία δραστηριότητα και προσπαθούν να προσφέρουν προστιθέμενη αξία στις υπηρεσίες ή στα προϊόντα τους μέσω επιχειρησιακής δραστηριότητας» (Iyer και Shapiro, 1999, 95). Η θεωρία αυτή αποτυπώνει μια στερεότυπη πορεία των μεταναστών που θέλουν να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά.

Οι εθνοτικοί επιχειρηματίες έχουν κάποια πλεονεκτήματα έναντι των εγχώριων επιχειρηματιών. Ενώ λαμβάνοντας υπόψη τους κινδύνους που συνήθως αντιμετωπίζει ένας επιχειρηματίας, όπως για παράδειγμα οι οικονομικοί κίνδυνοι, οι κίνδυνοι για την υγεία τους, οι κοινωνικοί και οικογενειακοί κίνδυνοι, στην περίπτωση των εθνοτικών επιχειρηματιών οι επαγγελματικοί και κοινωνικοί κίνδυνοι είναι πολύ λιγότερο διακριτικοί.

Πρώτον, οι αποτυχημένοι εθνοτικοί επιχειρηματίες, λόγω των δύσκολων περιστάσεων που αντιμετωπίζουν στην αρχή της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας είναι πιο πιθανό να δείξουν καλύτερη κατανόηση από τον εγχώριο επιχειρηματία που απέτυχε (Iyer και Shapiro, 1999).

Δεύτερον, οι θέσεις εργασίας όπου απασχολούνται οι μετανάστες δεν απαιτούν ιδιαίτερες δεξιότητες και έτσι είναι εύκολο να επαναποκτηθούν (Iyer και Shapiro, 1999).

Τρίτον, εάν τα μέλη της οικογένειας εργάζονται στην επιχείρηση, όπως συνηθίζεται μεταξύ των Ασιατών επιχειρηματιών, ο επιχειρηματίας θα είναι ακόμα σε θέση να περάσει αρκετό χρόνο με τους αγαπημένους του (Iyer και Shapiro, 1999).

3.7. Κίνητρα ανάληψης επιχειρηματικής δράσεις των εθνοτικών επιχειρηματιών

Η ανάγκη επίτευξης, η ανάγκη για προσωπική επιτυχία, για ανεξαρτησία (να είναι το μοναδικό αφεντικό του εαυτού τους και να αναλαμβάνουν οι ίδιοι πρωτοβουλίες και αποφάσεις αντί να ακολουθούν τις υποδείξεις άλλων), για εξουσία και αύξηση πλούτου είναι τα βασικά κίνητρα ενός επιχειρηματία ανεξαρτήτως καταγωγής (Waldinger και συν. 2000)

Η κοινωνιολογία, η ανθρωπολογία και η οικονομία της εργασίας συνέβαλαν ξεχωριστά η κάθε μία στην ανάπτυξη ενός θεωρητικού πλαισίου για την ερμηνεία του φαινομένου της εθνικότητας και της εθνοτικής επιχειρηματικότητας. Η απόφαση και επιλογή της αυτο-απασχόλησης έχει μεγάλη σημασία στην ανάπτυξη των θεωριών εθνοτικής επιχειρηματικότητας στην Ευρώπη (European Commission, 2016). Ένα μεγάλο ερώτημα που απασχολεί τους ερευνητές είναι εάν οι διαρθρωτικοί παράγοντες ή τα πολιτιστικά στοιχεία των μεταναστών επηρεάζουν την απόφαση τους και ως εκ τούτου είναι υπεύθυνοι για την αύξηση της εθνοτικής επιχειρηματικότητας.

Σε αυτή τη βάση οι διάφορες θεωρίες που έχουν αναπτυχθεί ταξινομούνται σε διάφορες προσεγγίσεις ανάλογα με το αν εστιάζουν στην προς φορά ή τη ζήτηση.

Το αποτέλεσμα, που εξετάζεται από μακροοικονομική άποψη, παρουσιάζει ένα πολύ περίπλοκο και δυναμικό ψηφιδωτό, το οποίο συνήθως αλλάζει πολύ γρήγορα για να μπορέσουν να συμβαδίσουν τα στατιστικά στοιχεία (European Commission, 2016).

Οι πολιτιστικοί παράγοντες περιλαμβάνουν την εκπαίδευση, τη γενιά, την οικονομική και οικογενειακή κατάσταση του εθνοτικού επιχειρηματία, την κουλτούρα της επιχειρηματικότητάς του (European Commission, 2016). Ενώ οι διαρθρωτικοί περιλαμβάνουν τον τοπικό πληθυσμό, τις ευκαιρίες απασχόλησης, την τοποθεσία, τις πολιτιστικές και θρησκευτικές διαφορές και την πρόελευση τους (Baycan-Levent και συν. 2003).

Κίνητρα των εθνοτικών επιχειρηματιών επίσης, θα μπορούσε να είναι η επιθυμία να προσφέρουν εργασία στους ομοεθνείς τους, είτε θα μπορούσε να παρακινείται από την ανάγκη ενίσχυσης της κοινωνικής και οικονομικής του θέσεις μέσα στην εθνοτική του κοινότητα (Baycan-Levent και συν. 2003). Επίσης, μπορεί να αντιλαμβάνονται την αυτο-απασχόληση ως ευκαιρία να εκμεταλλευτούν τις αντίστοιχες γνώσεις και δεξιότητες που έχουν, ή και τους χρηματικούς πόρους

που διαθέτουν (European Commission, 2016). Άρα να παρακινούνται από την ανάγκη που έχουν να συνεχίσουν το επάγγελμα που έκαναν ήδη στην χώρα καταγωγής τους. Επίσης, η επένδυση στο ανθρώπινο κεφάλαιο όπως είναι οι εκπαίδευση και η κατάρτιση έχει πολύ σημαντικό αντίκτυπο στην ανάπτυξη της επιχείρησης μακροπρόθεσμα (Kloosterman και Rath, 2002).

Πολύ σημαντικά επίσης είναι αυτά που αφορούν την οικογένεια του εθνοτικού επιχειρηματία, όπως η επιβίωση και η δημιουργία θέσεων για τα μέλη της. Από την πλευρά της η έλλειψη οικογενειακής στήριξης αποτελεί σοβαρό μειονέκτημα και αυτό μπορεί να είναι και καταστροφικό για όσους ιδιοκτήτες έχουν μεγάλες οικογενειακές ευθύνες, ευθύνες που αφορούν κυρίως γυναίκες (Kloosterman και Rath, 2002). Αυτό έχει ως αποτέλεσμα γυναίκες επιχειρηματίες να εργάζονται λιγότερες ώρες από τους άνδρες και λειτουργούν μικρότερες επιχειρήσεις.

Στη συγκεκριμένη περίπτωση των εθνοτικών μειονοτήτων είναι πιθανό οι ίδιες οι κοινότητες να δημιουργούν συγκεκριμένες ανάγκες οι οποίες μπορούν να ικανοποιηθούν μονάχα από άτομα που ανήκουν στην ίδια εθνοτική ή θρησκευτική ομάδα (Kloosterman και Rath, 2002). Με τον όρο “δομές των ευκαιριών” ο Waldinger αναφέρεται στη διαμόρφωση της ζήτησης για προϊόντα ή υπηρεσίες που απευθύνονται αποκλειστικά σε μεταναστευτικές κοινότητες ή στον ευρύτερο πληθυσμό, αλλά και στο κοινωνικο-οικονομικό και θεσμικό πλαίσιο που καθορίζει τις δυνατότητες πρόσβασης των μεταναστών στην ιδιοκτησία και την επιχειρηματική δραστηριότητα (Kloosterman και Rath, 2002). Επιπλέον, Waldinger και συν. (1990) δηλώνουν ότι οι πολιτιστικοί και κοινωνικοί παράγοντες έχουν κεντρικό ρόλο στην εξήγηση της ανάπτυξης των εθνοτικών επιχειρήσεων.

Επομένως, η εκμετάλλευση των πόρων, όπως γνωριμίες, η εύκολη πρόσβαση σε αγορές, σε υπαλλήλους, η εγγύηση στους προμηθευτές, η εύκολη πρόσβαση και ανταλλαγή πληροφοριών, αλλά και η εκμετάλλευση των εμπορικών σχέσεων μεταξύ της χώρα καταγωγής και της χώρα προέλευσης είναι επηρεάζουν την εγκαθίδρυση της επιχείρησης των εθνοτικών μειονοτήτων (Kloosterman και Rath, 2002).

Πιο πρόσφατες όμως μελέτες απορρίπτουν αυτήν την ιδέα. Οι Basu και Goswami (1999) χρησιμοποίησαν ένα πολυπαραγοντικό μοντέλο που περιλαμβάνει οικονομικές, πολιτισμικές, κοινωνικές και διαχειριστικές μεταβλητές για τον προσδιορισμό των καθοριστικών παραγόντων της επιχειρηματικής ανάπτυξης των Ασιατών επιχειρηματιών στη Μεγάλη Βρετανία. Τα

αποτελέσματά τους δείχνουν ότι κάποια μεμονωμένα πολιτιστικά χαρακτηριστικά μπορεί να εμποδίσουν την ανάπτυξη τους. Για παράδειγμα, η μη ανάθεση ευθυνών στους υπαλλήλους παρά μόνο στα μέλη της οικογένειας τους είναι ένα μόνο παράδειγμα. Επιπλέον η σκληρή εργασία αποτελεί μια αρετή χαρακτηριστική του ασιατικού λαού και είναι καθοριστική κυρίως κατά τη διάρκεια της διαδικασίας εκκίνησης της επιχείρησής τους.

«Συνήθως τα άτομα που δεν έχουν καμία πραγματική πιθανότητα να προσληφθούν από κάποια επιχείρηση ή και λόγω του υψηλού ποσοστού ανεργίας, “ωθούνται” στην αυτό-απασχόληση ως λύση ανάγκης. Ενώ αντιθέτως υπάρχουν άτομα που τους “τραβάει” η αυτό-απασχόληση. Στη δεύτερη περίπτωση, ενδεχομένως προσελκύνονται από τις ανταμοιβές και την ανεξαρτησία που προσφέρει η αυτο-απασχόληση» (Borooah και Hart, M. 1999, 111-129.).

Παρακάτω θα αναλυθούν θεωρίες σχετικές με τα κίνητρα και τις αιτίες ανάληψης επιχειρηματικής δράσεις από μετανάστες:

3.7.1. Η θεωρία της αποκλεισμένης κινητικότητας ή των μειονεκτημάτων

Η θεωρία της αποκλεισμένης κινητικότητας ή της θεωρίας των μειονεκτημάτων δείχνει ότι οι περισσότεροι μετανάστες αντιμετωπίζουν σημαντικά εμπόδια κατά την άφιξη τους στη χώρα υποδοχής, τα οποία ταυτόχρονα καθορίζουν και τη συμπεριφορά τους (Kloosterman και Rath, 2002). Υποστηρίζεται πως οι εξωτερικοί παράγοντες στη χώρα υποδοχής, όπως οι διακρίσεις ή τα εμπόδια εισόδου στην αγορά εργασίας εξαιτίας, για παράδειγμα του μορφωτικού επιπέδου και των γλωσσικών προβλημάτων, ωθούν τους αλλοδαπούς στην αυτό-απασχόληση (Χατζηπροκοπίου και Φραγκόπουλος, 2015).

Η θεωρία της αποκλεισμένης κινητικότητας ή της θεωρίας των μειονεκτημάτων μελετά τις φυλετικές διακρίσεις και τα εμπόδια που σχετίζονται με την εθνότητα και τον πολιτισμό που εμποδίζουν την ένταξη των μεταναστών στην οικονομική αγορά (Waldinger και συν., 1990, Zhou, 2004). Οι συγγραφείς αυτής της θεωρίας πιστεύουν ότι οι διαρθρωτικοί παράγοντες ή οι παράγοντες μακροοικονομικού επιπέδου τους επηρεάζουν στην ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας και ο βαθμός επιρροής τους ποικίλλει ανάλογα με τα χαρακτηριστικά του οργανισμού και της αγοράς (Kloosterman και Rath, 2002). Ο κοινωνικός αποκλεισμός και οι

διακρίσεις, η δυσκολία πρόσβασης στις αγορές ή τα υψηλά ποσοστά ανεργίας, αποτελούν παραδείγματα των παραγόντων της δομικής αντίδρασης (Kloosterman και Rath, 2002).

Άρα η έλλειψη κινητικότητας λόγω της φτώχειας, των διακρίσεων και της περιορισμένης γνώσης του τοπικού πολιτισμού μπορεί να οδηγήσει τις εθνοτικές μειονότητες να αναζητήσουν την αυτό-απασχόληση (Kloosterman και Rath, 2002). Επομένως, ένας μετανάστης μπορεί να αντιμετωπίζει αυτούς τους φραγμούς, αλλά και να παρακινείται καθαρά από οικονομικές ανάγκες (Kloosterman και Rath, 2002). Αυτή η θεωρία αναγνωρίζει δηλαδή, την επιχειρηματικότητα όχι ως ένα δείγμα επιτυχίας, αλλά απλά ως μια εναλλακτική λύση στην ανεργία (Kloosterman και Rath, 2002). Οι παράγοντες που προδιαθέτουν την επιχειρηματική δράση του μετανάστη βάσει της θεωρίας της αποκλεισμένης κοινωνικής κινητικότητας, οφείλονται επίσης και σε γλωσσικά εμπόδια, διακρίσεις ή έλλειψη δεξιοτήτων (Kloosterman και Rath, 2002). Οι μετανάστες που δεν διαθέτουν ανθρώπινο κεφάλαιο, όπως γλωσσικές δεξιότητες, την απαραίτητη εκπαίδευση και εμπειρία, γεγονός που τους εμποδίζει να εργαστούν ως μισθωτοί, η αυτό-απασχόληση καταλήγει να είναι η μοναδική τους επιλογή, ή αλλιώς η λύση ανάγκης. Οι μετανάστες γίνονται επιχειρηματίες για να βρουν εναλλακτικές λύσεις στις παραδοσιακές - μη ελκυστικές επιλογές απασχόλησης για τους μετανάστες.

Ένας άλλος παράγοντας είναι η ανοχή κινδύνου πολλών μεταναστών, που είναι συνήθως υψηλότερη από των κατοίκων της κοινωνίας υποδοχής, δεδομένου ότι έχουν ήδη πάρει το ρίσκο αφήνοντας την πατρίδα τους και ερχόμενοι σε μια νέα χώρα (Waldinger και συν., 2000). Ως εκ τούτου, πολλοί οι μετανάστες είναι πιο πρόθυμοι να αναλάβουν επιχειρηματικούς κινδύνους, αναλαμβάνοντας δηλαδή το ρίσκο εκκίνησης της δικής τους επιχειρηματικής δραστηριότητας. Επιπλέον, η επιχειρηματικότητα θεωρείται ως μια ευκαιρία να ενσωματωθεί και αναρριχηθεί στην κοινωνία υποδοχής (Waldinger και συν., 2000).

Οι κοινωνικοοικονομικές μετατοπίσεις, οι γειτονίες και οι κυβερνητικές πολιτικές είναι συχνά κρίσιμοι παράγοντες στη δημιουργία επιχειρηματικών δομών ευκαιριών για τους μετανάστες.

«Πιο συγκεκριμένα, ένας παράγοντας που προδιαθέτει έναν μετανάστη προς την αυτοαπασχόληση είναι οι επιχειρηματικές ευκαιρίες που προκύπτουν επειδή οι ίδιοι τείνουν να εγκαθίστανται σε περιοχές όπου πολιτιστικοί δεσμοί που συχνά έχουν τους παρέχουν δίκτυα

υποστήριξης και πόρους που ευνοούν την επιχειρηματικότητα» (Aldrich, Howard E., και Roger Waldinger. 1990, 135).

Αυτό είναι σύμφωνο και με τη θεωρία που αναπτύξαμε παραπάνω, αυτή των εθνοτικών θυλάκων (Portes και Wilson, 1980) μια επιχείρηση μπορεί να χαρακτηριστεί εθνοτική όταν αρχίζει ο επιχειρηματίας να εξυπηρετεί τα μέλη της εθνικής κοινότητας ικανοποιώντας τις ιδιαίτερες εθνοτικές τους ανάγκες. Η διαδικασία αυτή διευκολύνεται όταν μεγάλες εθνοτικές ομάδες είναι συγκεντρωμένες σε μια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή.

Από την πλευρά τους, οι κυβερνητικές πολιτικές επηρεάζουν τις επιχειρηματικές ευκαιρίες που προσφέρονται στους μετανάστες. Κατά τα πρώτα χρόνια της διαμονής τους, όταν η μειονεκτική θέση των μεταναστών είναι μεγαλύτερη και πιο έντονη, οι κυβερνήσεις στις χώρες υποδοχής δεν προβλέπουν είτε και απαγορεύουν, σε κάποιες περιπτώσεις την αυτό-απασχόληση (νόμιμη) (Kloosterman και Rath, 2002). Δεν διευκολύνουν επομένως, τους νεοεισερχόμενους μετανάστες δίνοντάς τους την επιλογή μιας διεξόδου διαφυγής από την ανεργία, αυτήν της αυτό-απασχόλησης (Χατζηπροκοπίου και Φραγκόπουλος, 2015). Επίσης, σε κάποιες χώρες, είναι εξαιρετικά δύσκολο το να ξεκινήσει ένας μετανάστης μια επιχειρηματική δραστηριότητα καθώς πολλές φορές απαραίτητη προϋπόθεση αποτελεί η απόκτηση της ιθαγένειας, το οποίο με τη σειρά του απαιτεί ένα μεγάλο χρονικό διάστημα.

Λόγω του ότι η θεωρία αυτή μελετά το φαινόμενο και τις συνθήκες που υπάρχουν κατά τα πρώτα χρόνια της εγκατάστασης των μεταναστών στη χώρα υποδοχής, θα μπορούσε να σχολιάσει κανείς πως η θεωρία αυτή είναι καταλληλότερη στο να εξηγήσει την ανάπτυξη άτυπων και παράνομων δραστηριοτήτων μέσα σε ένα τέτοιο πλαίσιο, παρά να εξηγήσει την εξάπλωση του φαινομένου των μεταναστευτικών επιχειρήσεων (Ward & Jenkins 1984). Η θεωρία αυτή δίνει έμφαση επίσης, στους αρνητικούς παράγοντες που οδηγούν τους μετανάστες σε μειονεκτούσα θέση στην αγορά εργασίας και στην περιορισμένη δυνατότητα κοινωνικής κινητικότητας όπου η αυτό-απασχόληση ανάγεται σε λύση ανάγκης (Ward & Jenkins 1984).

3.7.2. Η πολιτισμική θεωρία

Οι υποστηρικτές της πολιτισμικής προσέγγισης υποστηρίζουν ότι οι ομάδες μεταναστών έχουν πολιτισμικά καθορισμένα, έμφυτα χαρακτηριστικά που εξηγούν την τάση τους για αυτό-απασχόληση (Barret και συν., 1996; Kloosterman και Rath, 2003; Volery, 2007; Nestorowicz, 2011; Pécoud, 2012).

Η πολιτισμική θεωρία υποστηρίζει πως οι μεταναστευτικές ομάδες είναι εξοπλισμένες με χαρακτηριστικά στοιχεία που εντοπίζονται στον πολιτισμό τους, όπως η αφοσίωση στη σκληρή δουλειά, η ένταξη σε μια ισχυρή εθνοτική κοινότητα, οικονομική διαβίωση, αποδοχή κινδύνου, συμμόρφωση με τις κοινωνικές αξίες και πρότυπα, την αλληλεγγύη, την αφοσίωση και την τάση προς την αυτοαπασχόληση (Barrett και συν. 1996). Αυτά τα χαρακτηριστικά αποτελούν εθνοτικούς πόρους που μπορούν να διευκολύνουν αλλά και να ενισχύσουν την επιχειρηματική συμπεριφορά και να υποστηρίξουν τους εθνοτικούς επιχειρηματίες (Piperopoulos, 2010).

Οι διαφορές στους εθνοτικούς πόρους μεταξύ των εθνοτικών ομάδων εξηγεί τη διαφοροποίησή τους στα ποσοστά αυτό-απασχόληση τους (Aldrich, Howard E., και Roger Waldinger, 1990). Για παράδειγμα, η τάση των Ασιατών προς την αυτο-απασχόληση αποδίδεται και εξηγείται από κάποια πολιτιστικά τους χαρακτηριστικά και η ισχυρή παρουσία των Κινέζων στον κλάδο της τροφοδοσίας αποδίδεται από πολλούς παρατηρητές σε μια συγκεκριμένη προδιάθεση του κινεζικού πολιτισμού (Aldrich, Howard E., και Roger Waldinger, 1990). Επίσης, οι μετανάστες συχνά αναγνωρίζουν τα πλεονεκτήματα που τους προσφέρει η δική τους κουλτούρα μόνο όταν βρίσκονται σε ένα ξένο περιβάλλον (Waldinger και συν. 2000).

Ωστόσο, πιο πρόσφατες μελέτες, παρατηρούν μια σταδιακή απομάκρυνση από το στερεότυπο των μικρών γωνιακών καταστημάτων, οι εθνοτικοί επιχειρηματίες έχουν αρχίσει να δραστηριοποιούνται σε νέους τομείς (για την εθνοτική οικονομία) όπως οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές, το παγκόσμιο εμπόριο, τα καταστήματα αναψυχής και ψυχαγωγίας, οι εταιρείες ακινήτων και οι πολιτιστικές επιχειρήσεις (Kloosterman και Rath, 2002).

3.7.3. Η θεωρία των μειονοτήτων μεσαζόντων

Όσον αφορά τις οικονομικές ερμηνείες του φαινομένου η θεωρία της μειονότητας μεσαζόντων εξήγησε πρώτη την εθνοτική επιχειρηματικότητα (Χατζηπροκοπίου και Φραγκόπουλος, 2015).

Η θεωρία των μειονοτήτων μεσαζόντων (middleman minorities) (Bonacich, 1973) εστιάζει σε εθνοπολιτισμικά χαρακτηριστικά των μεταναστευτικών κοινοτήτων και ανάγεται στη βεμπεριανή παράδοση (Χατζηπροκοπίου και Φραγκόπουλος, 2015). Εδώ δίνεται έμφαση κυρίως στην κουλτούρα και τα χαρακτηριστικά της μεταναστευτικής ομάδας. Οι εθνοτικές επιχειρήσεις εμφανίζονται γρήγορα με την επέκταση και ανάπτυξη των εθνοτικών κοινοτήτων και περιλαμβάνουν επιχειρήσεις, όπως ταξιδιωτικά πρακτορεία, καταστήματα ένδυσης, εξειδικευμένα καταστήματα τροφίμων και καταστήματα γρήγορου φαγητού (Kloosterman και Rath, 2002). Σημαντική προϋπόθεση για την ανάπτυξη των εθνοτικών επιχειρήσεων σε μια κοινότητα είναι ο επαρκής αριθμός των δυνητικών καταναλωτών των εθνοτικών προϊόντων, αφενός, και η μόνιμη διαμονή στη χώρα υποδοχής (Kloosterman και Rath, 2002).

Η θεωρία αυτή υποστηρίζει πως πολλοί μετανάστες ξεκινούν ως προσωρινοί κάτοικοι στη χώρα υποδοχής, καθώς σχεδιάζουν να επιστρέψουν στην πατρίδα τους. Ο κύριος δηλαδή στόχος του μετανάστη είναι να κερδίσει χρήματα γρήγορα και είτε να στείλετε πίσω στο σπίτι στην οικογένειά του είτε να του εξασφαλίσουν μια καλή ζωή επιστρέφοντας πίσω στην πατρίδα του (Kloosterman και Rath, 2002). Σύμφωνα με την τελευταία άποψη ο επιχειρηματίας θα πρέπει να φέρνουν και την οικογένειά τους μαζί και αυτό θα πρέπει να συμβαίνει κυρίως για δύο λόγους: αρχικά η κοινότητα τους θα είναι πολύ μικρή οπότε δε θα υπάρχει και η απαιτούμενη ζήτηση για τα εθνοτικά αγαθά, και ένας επιπλέον παράγοντας που θα παρεμποδίζει τη δημιουργία επιχειρήσεων είναι τα μεγάλα χρηματικά ποσά που θα στέλνονται στην πατρίδα τους σε οικογένειες και συγγενείς και επομένως δεν θα διατίθενται για κεφάλαιο εκκίνησης της επιχείρησης (Kloosterman και Rath, 2002). Αυτό η συνθήκη εντοπίστηκε στη στροφή του εικοστού αιώνα όταν συγκρίθηκαν οι εβραίοι με τους Ιταλούς μετανάστες στη Νέα Υόρκη, με την τελευταία ομάδα να μην διαθέτει επαρκή κεφάλαια για νέες επενδύσεις (Aldrich, Howard E., και Roger Waldinger, 1990)

Σύμφωνα με αυτή τη θεωρία, οι εθνοτικοί επιχειρηματίες επιλέγουν αστικά κέντρα, διαμένουν σε ένα είδος εθνοτικής γειτονιάς, διατηρούν τα πολιτιστικά και θρησκευτικά χαρακτηριστικά της ομάδας τους (Aldrich, Howard E., και Roger Waldinger, 1990). Επίσης, τα χαρακτηριστικά της εθνοτικής επιχειρηματικότητας είναι πως απασχολούν κυρίως ομοεθνείς εργαζομένους ή μέλη της οικογένειας, με χαμηλούς μισθούς καθώς στόχος της επιχείρησης είναι η αύξηση του οικογενειακού εισοδήματος στο σύνολό του (Kloosterman και Rath, 2002). Το χαμηλό κόστος εργασίας επιτρέπει στις εθνοτικές επιχειρήσεις να είναι πιο ανταγωνιστικές από ό,τι οι γηγενείς επιχειρήσεις (Kloosterman και Rath, 2002). Μάλιστα, καθώς οι εθνοτικές επιχειρήσεις γίνονται όλο και πιο πετυχημένες, αναπτύσσεται έντονος ανταγωνισμός όχι μόνο στα συγκεκριμένα εθνοτικά πλαίσια, αλλά και στον ευρύτερο επιχειρησιακό κλάδο (Min Zhou, 2009).

Επίσης, έχουν την τάση να αποφεύγουν την ενεργό συμμετοχή στην πολιτική της χώρας υποδοχής γεγονός που οδηγεί στην απομόνωση από την ευρύτερη κοινωνία υποδοχής (Kloosterman και Rath, 2002). Επομένως, οι μετανάστες επιχειρηματίες συχνά τείνουν να αποστασιοποιούνται από την ευρύτερη κοινότητα στην οποία ζουν και λειτουργούν την επιχείρησή τους (Kloosterman και Rath, 2002).

Μετά από λίγο χρονικό διάστημα, οι εθνοτικές επιχειρήσεις μπορούν να αρχίσουν να μεγαλώνουν συμμετέχοντας στο εμπόριο με επιχειρηματίες από άλλες εθνοτικές ομάδες και συναλλάσσονται επιχειρηματικά τόσο με εθνοτικούς όσο και με γηγενείς πληθυσμούς (Kloosterman και Rath, 2002). Εφόσον γίνουν αποδεκτοί από τους ιθαγενείς του πληθυσμού, η επιχείρησή τους μπορεί να θεωρηθεί βιώσιμη και αργότερα να επεκταθεί σε αγορές υψηλότερης δυναμικής (Waldinger και συν. 2000).

3.7.4. Η θεωρία των εθνοτικών θυλάκων/νησίδων οικονομίας

Η θεωρία των εθνοτικών θυλάκων/νησίδων οικονομίας βασίζεται στην υπόθεση πως οι μετανάστες επιχειρηματίες συνήθως βρίσκουν ευκαιρίες εκκίνησης επιχειρηματικής δραστηριότητας μέσα σε κοινότητες μεταναστών και στους παραμελημένους επιχειρηματικούς τομείς του ευρύτερου οικονομικού πλαισίου της χώρας υποδοχής (Portes and Wilson, 1980). Όταν οι ιδιοκτήτες, οι εργαζόμενοι και οι πελάτες προέρχονται από την ίδια εθνοτική ομάδα και καθώς συγκεντρώνονται σε μια γειτονιά, τη μετατρέπουν σε μια μορφή εθνοτικής γειτονιάς

(Light και Gold, 2000). Έτσι με την ανάπτυξη μιας νέας εθνοτικής κοινότητας, προκύπτουν νέες ευκαιρίες (Kloosterman και Rath, 2002). Αυτές οι κοινότητες έχουν ειδικές ανάγκες τις οποίες μόνο οι ομοεθνείς τους είναι ικανοί να ικανοποιήσουν. Όσο μεγαλύτερη είναι η πολιτισμικές διαφορές μεταξύ της εθνοτικής ομάδας και της χώρας υποδοχής, τόσο μεγαλύτερη είναι η ανάγκη για τα εθνοτικά αγαθά και τόσο μεγαλύτερη είναι η πιθανότητα δημιουργίας κόγχης αγοράς (Singh και DeNoble, 2004; Corsino και Soto, 2005).

Όμως ανεξαρτήτως του μεγέθους της εξειδικευμένης αυτής αγοράς, οι ευκαιρίες που προσφέρει είναι περιορισμένες (Χατζηπροκοπίου και Φραγκόπουλος, 2015). Η πρόσβαση σε ανοιχτές αγορές οι οποίες κατά κανόνα απασχολούνται από τοπικούς επιχειρηματίες, συχνά παρεμποδίζεται από τα υψηλά εμπόδια εισόδου, χρηματοοικονομική ή γνώσεων (Kloosterman και Rath, 2002). Αλλά δεν χαρακτηρίζονται όλες οι βιομηχανίες στις δυτικές οικονομίες από μαζική παραγωγή ή ανέφικτη τεχνογνωσία, και ειδικά όπου δεν υπάρχουν οικονομίες κλίμακας, εκεί υπάρχουν ευκαιρίες για τους μετανάστες επιχειρηματίες (Kloosterman και Rath, 2002). Περαιτέρω ευκαιρίες υπάρχουν σε αγορές που συνήθως έχουν εγκαταλειφθεί από τους ντόπιους, λόγω ανεπαρκών αποδόσεων και δύσκολων συνθηκών εργασίας (Kloosterman και Rath, 2002).

Οι μετανάστες επιχειρηματίες συχνά επιλέγουν να δραστηριοποιούνται σε λαϊκές συνοικίες, συχνά παρηκμασμένες ή και υποβαθμισμένες, σε εγκαταλελειμμένους κλάδους, σε αγορές με χαμηλές οικονομίες κλίμακας, ασταθείς αγορές ή αγορές εξειδικευμένες στην παροχή εθνοτικών αγαθών ή υπηρεσιών (Kloosterman και Rath, 2002). Για παράδειγμα, ένας μετανάστης επιχειρηματίας μπορεί να ανοίξει ένα παντοπωλείο σε μια περιοχή όπου τα μεγάλα παντοπωλεία ή οι αλυσίδες επιλέγουν να μην δραστηριοποιηθούν. Δεν είναι λίγες όμως, οι περιπτώσεις όπου η συγκέντρωση επιχειρήσεων μεταναστών οδηγεί στην αναζωογόνησή του αστικού περιβάλλοντος (Χατζηπροκοπίου και Φραγκόπουλος, 2015). Πρόσφατα μάλιστα, έχουν επισημανθεί τάσεις ανατίμησης άλλοτε υποβαθμισμένων (εθνοτικών) γειτονιών, όπου η μεταναστευτική επιχειρηματικότητα έχει αποτελέσει αφορμή ανάπτυξης και εξευγενισμού του αστικού χώρου, μετατρέποντας τέτοιες συνοικίες σε τόπους κατανάλωσης και τουριστικού ενδιαφέροντος (Χατζηπροκοπίου και Φραγκόπουλος, 2015).

Εδώ δηλαδή η γεωγραφική διάσταση της “δομής ευκαιριών” συνδέεται με τις στρατηγικές ανάπτυξης των επιχειρήσεων:

1. Περιοχές όπου συγκεντρώνονται μετανάστες της ίδιας προέλευσης προσφέρουν ευκαιρίες επιχειρηματικότητας με χαμηλή συνήθως εξειδίκευση (Kloosterman και Rath, 2002).
2. Δημιουργείται πρόσφορο έδαφος που επιτρέπουν στους μετανάστες να εξειδικευτούν, είτε σε συγκεκριμένες αγορές «αιχμής» (niche markets), είτε με την ανάδυση εθνοτικών «νησίδων» ή «θυλάκων» (ethnic economic enclaves) (Χατζηπροκοπίου και Φραγκόπουλος, 2015).
3. Από τη στιγμή που οι εθνοτικές επιχειρήσεις ξεπερνούν τα όρια τέτοιων νησίδων, διαμορφώνεται σταδιακά μια αγορά «μεσαζόντων» η οποία απευθύνεται στο ευρύτερο κοινό (Χατζηπροκοπίου και Φραγκόπουλος, 2015).
4. Τέλος, η πλήρης ενσωμάτωση των επιχειρήσεων των μεταναστών στην ευρύτερη οικονομία ενσωμάτωσης, αποτελεί ένδειξη οικονομικής ενσωμάτωσης (Χατζηπροκοπίου και Φραγκόπουλος, 2015).

Οι υποστηρικτές του μοντέλου αυτού αναφέρουν πως η ανάπτυξη μιας εθνοτικής επιχείρησης δεν μπορεί να στηριχθεί και να εξηγηθεί μόνο σε ένα χαρακτηριστικό που είναι υπεύθυνο για την επιχειρηματική επιτυχία μιας εθνοτικής ομάδας.

Αντ' αυτού, η επιτυχία μιας εθνοτικής επιχείρησης εξαρτάται από μια σύνθετη αλληλεπίδραση μεταξύ δομών ευκαιριών και των πόρων της ομάδας αυτής (Kloosterman και Rath, 2002). Αυτές οι δύο διαστάσεις κατευθύνουν τις στρατηγικές τις οποίες ένας επιχειρηματίας πρέπει να εφαρμόσει προκειμένου να δημιουργήσει μια βιώσιμη επιχείρηση σε ένα ξένο περιβάλλον.

3.8. Μοντέλα

Πολλές από τις θεωρίες που περιγράφηκαν προηγουμένως έχουν ενσωματωθεί σε διάφορα μοντέλα που επιχειρούν να εξηγήσουν το φαινόμενο στο σύνολο του. Δύο πιο ευρέως διαδεδομένα μοντέλα θα αναλυθούν σε αυτήν την ενότητα.

8.8.1. Το διαδραστικό μοντέλο

Το πρώτο, που αναπτύχθηκε κυρίως από Βρετανούς μελετητές, θεωρεί την αυτό-απασχόληση ως προϊόν του πλαισίου στο οποίο ζουν και εργάζονται οι μετανάστες: οι αποκλεισμοί, η ανεργία ή οι διακρίσεις δεν αφήνουν καμία επιλογή στους μετανάστες πέραν της αυτο-απασχόλησης (Barrett και συν., 1996). Επίσης, παρατηρείται πως πολλοί ιδιοκτήτες καταστημάτων εγκαταλείπουν μεταναστευτικές γειτονίες, αφήνοντας το έδαφος ελεύθερο για την εγκατάσταση των μεταναστών, μια διαδικασία που ενισχύεται περαιτέρω από την «δύνητική αγορά» που δημιουργείται από τις ειδικές ανάγκες των μεταναστών (Aldrich και συν., 1989). Οι μετανάστες επενδύουν επίσης σε τομείς των οποίων οι μη ελκυστικές συνθήκες (μακρά ωράρια εργασίας, χαμηλή απόδοση επενδύσεων κ.λπ.) οι οποίες αποθαρρύνουν τους πιθανούς επιχειρηματίες, που είτε προέρχονται από πλουσιότερες μεταναστευτικές ομάδες είτε από τη μη μεταναστευτικές ομάδες, να επενδύσουν εκεί (Aldrich, Howard E., και Roger Waldinger, 1990). Τέλος, οι επιχειρηματικές ευκαιρίες των μεταναστών μπορεί να είναι αποτέλεσμα των κυβερνητικών πολιτικών που αντιμετωπίζουν φιλικά τους μετανάστες ή τις επιχειρήσεις ή την -πιθανώς- σημαντική ιστορία τους (Waldinger, Aldrich and Ward 1990, Gold and Light, 2000)

Το γνωστό «διαδραστικό μοντέλο» δηλώνει ότι η επιχειρηματικότητα απορρέει από το συνδυασμό των εξωτερικών ευκαιριών και των «εθνοτικών» πόρων των μεταναστών που τους βοηθάει στο να εκμεταλλευτούν τις ευκαιρίες (Aldrich, Howard E., και Roger Waldinger, 1990). Ωστόσο, έχει συζητηθεί η αντίστοιχη σημασία των ευκαιριών και των πόρων. Πολλοί ερευνητές υποστηρίζουν ότι τα δίκτυα δημιουργούν επιχειρηματικές ευκαιρίες: οι εθνοτικές οικονομίες επιτρέπουν, για παράδειγμα, τις γυναίκες να δουλέψουν στην οικογενειακή επιχείρηση, φροντίζοντας παράλληλα τα παιδιά τους, κάτι αδύνατο στην επικρατούσα οικονομία (Aldrich, Howard E., και Roger Waldinger, 1990). Αντίθετα, με πιο ντετερμινιστικό τρόπο, άλλοι θεωρούν ότι οι μετανάστες

απλώς αντιδρούν στις ευκαιρίες της αγοράς, ανεξάρτητα από τους εθνοτικούς τους πόρους ή τα δίκτυα (Aldrich, Howard E., και Roger Waldinger, 1990).

Η δεύτερη διάσταση του μοντέλου αυτού επικεντρώνεται στους πόρους που διαθέτουν οι μετανάστες. Μπορούν να αξιοποιήσουν τους πόρους που προσφέρονται από τις πολιτιστικές τους παραδόσεις και τα εθνοτικά κοινωνικά τους δίκτυα (Hatziprokoriou, και Frangopoulos, 2013). Η σημασία της πολιτιστικής παράδοσης βασίζεται στην υπόθεση ότι η αυτό-απασχόληση ορισμένων ομάδων μεταναστών αποδίδεται σε ένα είδος πολιτιστικής προδιάθεσης (Barrett και συν., 1996). Η οικογένεια και τα εθνικά δίκτυα θεωρούνται ωστόσο, αδιαμφισβήτητοι πόροι των εθνοτικών επιχειρηματιών. Αυτές οι σχέσεις και διασυνδέσεις παίζουν ένα κρίσιμο ρόλο στην επιτυχία μιας εθνοτικής επιχείρησης και μπορεί να αντισταθμίσουν τα πολλά μειονεκτήματα που αντιμετωπίζουν οι αλλοδαποί σε ένα ξένο περιβάλλον (Barrett και συν., 1996).

Τα προβλήματα τα οποία έρχονται να αντιμετωπίσουν οι εθνοτικοί επιχειρηματίες συμπεριλάβουν τη συλλογή πληροφοριών, κεφαλαίων, την κατάρτιση και τις δεξιότητες, τους ανθρώπινους πόρους, τους πελάτες και τους προμηθευτές, τον ανταγωνισμό και την πολιτική της χώρας υποδοχής (Kloosterman και Rath, 2002). Οι εθνικές στρατηγικές από την πλευρά τους είναι υποχρεωμένες να βρίσκουν λύσεις στα συγκεκριμένα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι εθνοτικοί επιχειρηματίες που προκύπτουν από την αλληλεπίδραση μεταξύ των δομών ευκαιριών της κοινωνίας υποδοχής και των χαρακτηριστικών της ομάδας των μεταναστών (Hatziprokoriou, και Frangopoulos, 2013).

3.8.2. Το μοντέλο της μεικτής ενσωμάτωσης

«Οι Ολλανδοί Kloosterman and Rath (2001) προώθησαν τη θεωρία της λεγόμενης “μεικτής ενσωμάτωσης” (mixed embeddedness), όπου όμως δίνουν σημασία στο θεσμικό πλαίσιο, σε αντίθεση με τις αμερικανικές προσεγγίσεις» (Hatziprokoriou, P. and Frangopoulos, Y. 2013, 38). Η θεωρία της “μεικτής ενσωμάτωσης” (mixed embeddedness), υποστηρίζει ότι οι μετανάστες ενσωματώνονται τόσο σε κοινωνικά δίκτυα, όσο και στις ευρύτερες κοινωνικοοικονομικές δομές αλλά και το πολιτικό-θεσμικό περιβάλλον του τόπου που εγκαταλείπουν και κυρίως αυτού που εγκαθίστανται (Hatziprokoriou, P. and Frangopoulos, Y. 2013, 38).

Η έννοια της μικτής ενσωμάτωσης είναι μια περαιτέρω ανάπτυξη των εθνικών πόρων και των δομών ευκαιριών. Το μοντέλο αυτό αναγνωρίζει ότι οι δομές μιας τοπικής οικονομίας αλλά και το νομικό και θεσμικό περιβάλλον ασκούν ισχυρή επιρροή στη δημιουργία και την ύπαρξη της οικονομίας μικρών επιχειρήσεων γενικότερα (Hatziprokoriou, και Frangoroulos, 2013). Η επίδραση αυτών των παραγόντων στην πρόσβαση των μεταναστών στην επιχειρηματική δραστηριότητα είναι ακόμη μεγαλύτερη.

Το οικονομικό περιβάλλον, ωστόσο, διαφέρει σε εθνική κλίμακα, προσφέροντας ουσιαστικά διαφορετικές ευκαιρίες από περιοχή σε περιοχή. Αυτό το φαινόμενο τονίστηκε από τον Razin και τον Light (1998), οι οποίοι παρέχουν στοιχεία για διακυμάνσεις μεταξύ των ίδιων ομάδων μεταναστών σε διαφορετικές περιοχές και αποκλίσεις μεταξύ διαφορετικών εθνοτικών ομάδων στο ίδιο οικονομικό περιβάλλον. Η επιρροή αυτή σε τοπικό επίπεδο δεν εξαρτάται μόνο από τη δομή της τοπικής οικονομίας, αλλά και από τα χαρακτηριστικά της τοπικής εθνοτικής κοινότητας, όπως η συγκεκριμένη θέση των εθνοτικών δικτύων (Hatziprokoriou, και Frangoroulos, 2013). Ένα άλλο χαρακτηριστικό είναι η διάκριση μέσω του απορροφητικού περιβάλλοντος αλλά και μέσω της τοπικής κοινότητας.

Επομένως, οι ευκαιρίες πρέπει να αναλύονται σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο. Στην ανάλυσή τους λοιπόν οι Ολλανδοί Kloosterman και Rath (2003) συμπεριέλαβαν τρία αλληλεξαρτώμενα γεωγραφικά επίπεδα: εθνικό, περιφερειακό-αστικό και τοπικό-γειτονιά. Παρατήρησαν πως στις χώρες της ηπειρωτικής Ευρώπης το κράτος πρόνοιας και οι πολιτικές ρύθμισης της αγοράς επηρεάζουν διαφορετικά το εύρος και το χαρακτήρα της επιχειρηματικής συμπεριφοράς των μεταναστών. Θα ήταν λοιπόν σφάλμα να υιοθετηθούν άκριτα θεωρίες που διατυπώθηκαν στις ΗΠΑ σε μια προσπάθεια κατανόησης του φαινομένου αλλού, όπως αναφέρει ο Pécoud (2005).

Το μοντέλο μικτής ενσωμάτωσης βασίζεται σε τρεις παραδοχές (Kloosterman και Rath 2003):

1. Οι ευκαιρίες δεν πρέπει να παρεμποδίζονται από υπερβολικά υψηλά εμπόδια εισόδου ή κυβερνητικούς κανονισμούς.
2. Μια ευκαιρία πρέπει να αναγνωρίζεται από τα μάτια ενός δυνητικού επιχειρηματία που μπορεί να προσφέρει επαρκείς αποδόσεις.

3. Ο επιχειρηματίας πρέπει να είναι σε θέση να εκμεταλλεύεται μια ευκαιρία με συγκεκριμένο τρόπο.

Η κύρια αδυναμία αυτού του μοντέλου είναι ότι βρίσκεται ακόμη σε πειραματική φάση, καθώς το υπό μελέτη φαινόμενο δεν έχει ακόμη υπερβεί περιγραφικές περιπτωσιολογικές μελέτες.

3.9. Η εξέλιξη της εθνοτικής επιχειρηματικότητας στην Ευρώπη

Η εθνοτική επιχειρηματικότητα δεν αποτελεί σε καμία περίπτωση νέο φαινόμενο, καθώς είναι ένα σταθερό χαρακτηριστικό στοιχείο της μετανάστευσης, που παρατηρήθηκε αρχικά στις Ηνωμένες Πολιτείες, λόγω της έντονης και σημαντικής παρουσίας των ατόμων με ξενική καταγωγή στις μικρές επιχειρήσεις ήδη από το 1880. Η μακρά ιστορία της εθνοτικής επιχειρηματικότητας στις ΗΠΑ εξηγεί επίσης γιατί η έρευνα στο θέμα αυτό έχει ρίζες εκεί.

Οι περισσότερες λοιπόν, σχετικές μελέτες προέρχονται από την αμερικανική εμπειρία. Όπως επισημαίνει ο Volery (2007), η μεταναστευτική επιχειρηματικότητα εντοπίζεται στις ΗΠΑ ήδη από τον 19ο αιώνα, με τα μετέπειτα διαδοχικά κύματα μετανάστευσης και η πρώιμη επιστημονική έρευνα προέρχεται από τη σχολή του Σικάγου. Στην περίπτωση των ΗΠΑ, η εθνοτική επιχειρηματικότητα ευνοείται από τις χαλαρά ρυθμισμένες αγορές και από το γενικότερο οικονομικό περιβάλλον, όπου οι επιχειρηματικές προσπάθειες των μεταναστών αποτελούν μέρος ενός ευρύτερου πλαισίου κοινωνικής κινητικότητας, όπου τα άτομα αναζητούν ευκαιρίες για την εκπλήρωση του «αμερικανικού ονείρου» (Χατζηπροκοπίου και Φραγκόπουλος, 2016.)

Η Ευρώπη, αντίθετα, ήταν στη στροφή του αιώνα μια ήπειρος μετανάστευσης και παρέμεινε πολύ ομοιογενής μέχρι το τέλος του Δεύτερου Παγκοσμίου Πολέμου, όταν και δημιουργήθηκε η ανάγκη για περισσότερο εργατικό δυναμικό από τις όλο και αναπτυσσόμενες βιομηχανικές εταιρείες. Εντοπίζονται τέσσερις ροές εισόδου μεταναστών: μετανάστευση εργατικού δυναμικού, οικογενειακή επανένωση, εργαζόμενοι χωρίς νόμιμα έγγραφα (παράνομη μετανάστευση,) και αιτούντες άσυλο (Stalker, 2002). Με τον αυξανόμενο αριθμό μεταναστών επιχειρηματιών, η βιβλιογραφία από μελετητές και κυβερνητικούς οργανισμούς, όπως η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ή τα δεδομένα που δημοσιεύονται από ιδιωτικές έρευνες έχουν αυξηθεί σημαντικά.

Από τη δεκαετία του 1980, η αυτό-απασχόληση στις μεταναστευτικές ομάδες έχει αυξηθεί σημαντικά στην Ευρώπη. Οι Ward και Jenkis (1984) καλύπτουν την περαιτέρω εξέλιξη των ερευνών της μεταναστευτικής επιχειρηματικότητας στη Δυτική Ευρώπη, με μελέτες στο Ηνωμένο Βασίλειο και στη Γαλλία (Simon 1993). Το κύριο συμπέρασμα αυτών των ερευνών είναι ότι οι μετανάστες κατέχουν μεγάλο μερίδιο στις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις. Τα νομικά και διοικητικά εμπόδια στη μετανάστευση στο πλαίσιο της Ενωσιακής αναδιάρθρωσης τις τελευταίες δεκαετίες

ήταν η σημαντική μεταστροφή από την απασχόληση στις μεγάλες επιχειρήσεις στην αυτό-απασχόληση στις μικρές επιχειρήσεις. Γενικά, οι μετανάστες είναι πιο πιθανό να είναι αυτοαπασχολούμενοι από ό, τι οι εξειδικευμένοι εγγενείς εργάτες.

Οι Kloosterman και Rath (2002) ερμηνεύουν την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας των μεταναστών στην Ευρώπη στο πλαίσιο της «μεταφορντικής» / «μεταβιομηχανικής» μετάβασης. Οι πετρελαϊκές κρίσεις της δεκαετίας του 1970, και οι διαδικασίες οικονομικής αναδιάρθρωσης οδήγησαν σταδιακά προς ένα νέο τεράστιο κύμα αποβιομηχάνισης στις οικονομίες του ύστερου καπιταλισμού και, κατά συνέπεια, στη ραγδαία αύξηση της ανεργίας (Piperopoulos, 2010).

«Οι κλάδοι που υπέφεραν περισσότερο ήταν αυτοί του πυρήνα της «φορντικής» βιομηχανίας, της μεταποίησης και των υποδομών, οι οποίοι υπήρξαν οι βασικοί τομείς απασχόλησης μεταναστών στη μεταπολεμική περίοδο» (Piperopoulos, P. 2010, 139). Επομένως, παράλληλα με την «ωρίμανση» του μεταναστευτικού φαινομένου και τη συγκρότηση εθνοτικών κοινοτήτων, για παράδειγμα μέσω της οικογενειακής επανένωσης και την είσοδο στο προσκήνιο της «δεύτερης γενιάς», την αύξηση της ανεργίας και τον περιορισμό των θέσεων εργασίας στους «παραδοσιακούς» βιομηχανικούς κλάδους υπήρξαν βασικοί ιστορικοί παράγοντες που εξηγούν την επέκταση της αυτό-απασχόλησης και της μικρής επιχειρηματικής δραστηριότητας μεταξύ των μεταναστών της μεταπολεμικής περιόδου στην Ευρώπη (Volery, 2007).

Στο πλαίσιο της αναδιάρθρωσης των υφιστάμενων οικονομικών δομών της μεταβιομηχανικής περιόδου παρατηρείται η μετατόπιση της απασχόλησης, από μεγάλες εταιρείες και εργοστάσια σε μικρές ή μεσαίες επιχειρήσεις και τον δημόσιο τομέα, με παράλληλη αύξηση της αυτο-απασχόλησης (Baycant-Levent και Nijkamp, 2009). Επομένως, οι μαζικές μετακινήσεις των μεταναστευτικών ρευμάτων ευνοούνται από αυτήν την αναβίωση της αυτο-απασχόλησης και των μικρών επιχειρήσεων. Σε κάποιες περιπτώσεις μάλιστα παρατηρείται και η υιοθέτηση μέτρων που δημιουργούν κίνητρα και διευκολύνουν την ανεξάρτητη οικονομική δραστηριότητα. (π.χ. στη Βρετανία της Thatcher).

Τα παραπάνω υποδεικνύουν ότι οι συνθήκες οικονομικής κρίσης και αναδιάρθρωσης έπαιξαν καθοριστικό ρόλο στη μαζική μετάβαση της απασχόλησης των μεταναστών προς την αυτοαπασχόληση και τη μικροεπιχειρηματικότητα. Ωστόσο, η υπόθεση της αυτοαπασχόλησης ως λύση ανάγκης, εστιάζει μονάχα στις γενικές αιτίες που καθόρισαν τη

μειονεκτική θέση των μεταναστών στην αγορά εργασίας παραλείποντας τις εκάστοτε εθνικές και τοπικές, πολιτικο-θεσμικές και χωρο-κοινωνικές ιδιαιτερότητες (Kloosterman και Rath, 2002). Παρέχει μια οπτική μόνο από την πλευρά της ζήτησης ενώ αγνοεί το ρόλο της ανθρώπινης δράσης (agency), τις ατομικές ή συλλογικές στρατηγικές, τις καθημερινές πρακτικές και σχέσεις μεταξύ μεταναστών-γηγενών σε εντοπισμένα πλαίσια (εθνικό, περιφερειακό, τοπικό) (Kloosterman και Rath, 2002). Στοιχεία και παράγοντες που είναι κρίσιμοι στην περίπτωση της εξέτασης της τρέχουσας ελληνικής πραγματικότητας.

Στην Ευρώπη αρχικά, οι μετανάστες ήρθαν ως προσωρινό εργατικό δυναμικό, που κάλυπταν τις θέσεις εργασίας που δεν απαιτούσαν ιδιαίτερες ικανότητες και έπειτα καθώς άρχισαν να εγκαθίστανται, άρχισαν να δημιουργούνται σιγά-σιγά, με τον καιρό και οι προϋποθέσεις για τις εθνοτικές επιχειρήσεις (Aldrich, Howard E., και Roger Waldinger, 1990).

Στις περισσότερες περιπτώσεις, η εθνοτική κοινότητα ήταν εκείνη που δημιουργούσε τη ζήτηση ειδικών εθνοτικών αγαθών και υπηρεσιών και η οποία ανάγκη θα μπορούσε να ικανοποιηθεί μόνο από τους ομογενείς τους, καθώς αυτοί είχαν τις απαραίτητες γνώσεις σχετικά με προτιμήσεις και τις αγοραστικές συνήθειες των ομοεθνών τους (Aldrich, Howard E., και Roger Waldinger, 1990).

Οι αγορές στις οποίες δραστηριοποιούνται οι εθνοτικοί επιχειρηματίες χαρακτηρίζονται συνήθως από χαμηλά εμπόδια εισόδου από πλευράς απαιτούμενου κεφαλαίου και εκπαιδευτικών προσόντων, από τη μικρή κλίμακα παραγωγή, από την υψηλή ένταση εργατικού δυναμικού και από τη χαμηλή προστιθέμενη αξία, ενώ κυριαρχεί ο ελεγχόμενος ανταγωνισμός (Aldrich, Howard E., και Roger Waldinger, 1990). Το αποτέλεσμα των συνθηκών μιας τέτοιας αγοράς είναι η ανάδυση μεγάλου αριθμού νεοσύστατων επιχειρήσεων που με τη σειρά του οδηγεί σε υψηλό ποσοστό αποτυχίας.

Προκειμένου να παραμείνουν ανταγωνιστικοί υπό αυτές τις συνθήκες, ο πειρασμός να εφαρμόζουν ανεπίσημες πρακτικές όσον αφορά τους φόρους, τους κανονισμούς εργασίας, τους κατώτατους μισθούς και την απασχόληση ανηλίκων και μεταναστών εργαζομένων χωρίς τα απαραίτητα έγγραφα είναι αρκετά μεγάλος (Kloosterman και Rath, 2001). Η έκταση των άτυπων οικονομικών διευθετήσεων που παρατηρείται στις επιχειρήσεις των μεταναστών, δεν αποδίδεται σε κάποια προδιάθεση, αλλά συνδέεται με πρακτικές οικονομικής επιβίωσης και γίνεται

κατανοητή μέσα στο συνολικό οικονομικό πλαίσιο (Aldrich, Howard E., και Roger Waldinger, 1990).

Τις τελευταίες δεκαετίες οι μεταναστευτικές επιχειρήσεις έχουν ενσωματωθεί στην ευρωπαϊκή αστική οικονομία και ως εκ τούτου οι μεγαλύτερες πόλεις στην Ευρώπη γίνονται δυναμικές πολυπολιτισμικές οικονομίες (Kloosterman και Rath, 2003). Αυτές οι αλλαγές χαρακτηρίζονται από την παρουσία μεταναστών που δημιουργούν μια πολυπολιτισμική κοινωνία με νέες μορφές ενσωμάτωσης μεταξύ αλλοδαπών και τοπικών πληθυσμών (Kloosterman και Rath, 2003).

Οι εθνοτικές λοιπόν αυτές οικονομίες οδηγούν σε κοινωνικές και οικονομικές αλλαγές στις ευρωπαϊκές πόλεις. Η ένταξη των μεταναστών στην εργασία προσφέρει ευκαιρίες για τις πόλεις λόγω της αναζωογόνησης παλαιότερων και εγκαταλελειμμένων εμπορικών δρόμων, της εισαγωγής νέων προϊόντων και ανοίγοντας εμπορικούς δεσμούς μεταξύ απομακρυσμένων περιοχών και ενθαρρύνοντας την εμφάνιση νέων χωρικών μορφών κοινωνικής συνοχής (Kloosterman και Rath, 2001).

Η σημασία της επιχειρηματικότητας των μεταναστών για την Ευρώπη αναγνωρίζεται από πολλούς μελετητές και υπεύθυνους χάραξης πολιτικής και μια αξιολογη βιβλιογραφία καλύπτει το θέμα. Ο Kloosterman (2010) αναπτύσσει ένα καινοτόμο αναλυτικό πλαίσιο «Μοντέλο της δομής ευκαιριών» για την ανάλυση της επιχειρηματικότητας των μεταναστών. Τονίζει τη σχέση μεταξύ ευκαιριών και πρόσβασης στις αγορές. Λόγω του ανοίγματος της αγοράς για νέες επιχειρήσεις, οι επιχειρηματίες έχουν επαρκή ζήτηση για μια συγκεκριμένη ομάδα προϊόντων. Η σχέση των ευκαιριών, των πόρων και των αποτελεσμάτων της επιχειρηματικότητας των μεταναστών φαίνεται να εξαρτάται από τις επιχειρήσεις και την αγορά (Hatziprokoriou και Frangopoulos, 2013).

Η μετανάστευση προσφέρει πολλά οφέλη και συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη και στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Οι ευκαιρίες αυτές συνδέονται στενά με την προθυμία να αναλάβουν τις ευκαιρίες στις διάφορες περιοχές, ενώ ταυτόχρονα η προσφορά θέσεων εργασίας ρυθμίζει τη ροή των ατόμων που αναζητούν εργασία (Hatziprokoriou και Frangopoulos, 2013). Δεδομένου ότι η επιχειρηματικότητα είναι ένας από τους συχνά χρησιμοποιούμενους τρόπους για την αποφυγή της ανεργίας σε μια χώρα υποδοχής, αναμένεται ότι οι μετανάστες θα προσπαθήσουν να επιλέξουν την αυτο-απασχόληση (Hatziprokoriou και Frangopoulos, 2013).

Μια θεωρία που άρχισε να αναπτύσσεται ήδη από την εμφάνιση του φαινομένου της εθνοτικής επιχειρηματικότητας έδειξε ότι οι εθνοτικές επιχειρήσεις αποτελούν μια προφανή αντίδραση στις αποκλεισμένες ευκαιρίες στην αγορά εργασίας, φαινόμενο το οποίο σε πολλές περιπτώσεις εξακολουθεί να ισχύει ακόμη σήμερα.

Η επιχειρηματικότητα των μεταναστών χαρακτηρίζεται από πολυάριθμες περιπτώσιολογικές μελέτες σχετικά με τις καθορισμένες οικονομίες («πακιστανικά», «κορεάτικα», «κινέζικα», «εβραϊκά» ή «μαύρα»), οι οποίες βασίζονται στα εθνοτικά τους στοιχεία από τη χώρα προέλευσης τους (ή, σε μεμονωμένες περιπτώσεις, μια φυλής ή μια θρησκείας), στη μειονοτική ομάδα τους και σε μια σειρά επιχειρηματικών δραστηριοτήτων (Hatziprokoriou και Frangopoulos, 2013). Οι στενά ορισμένες ομάδες έχουν τη δική τους οικονομία, σε αντίθεση με μια (προβληματική) μη εθνοτική 'mainstream' «πλειοψηφία» ή «λευκή» οικονομία (Zhou, 2004).

Όπως ο Zhou (2004) επισημαίνει, πολλοί ακαδημαϊκοί τείνουν να κατηγοριοποιούν μόνο τις «μέτριες», επιχειρήσεις ως εθνοτικές, ενώ τις επιτυχημένες θεωρούνται ότι ανήκουν στην mainstream-αποδεκτή οικονομία, μια προκατάληψη που απηχεί τόσο στις κοινωνικές τάξεις των μεταναστών όσο και στους κόλπους των εθνοτικών πόρων.

Αυτό όμως, υποδηλώνει τη δυσκολία να συμπεριληφθούν οι εθνοτικοί επιχειρηματίες των ανώτερων κοινωνικών στρωμάτων στο παράδειγμα της «εθνοτικής επιχειρηματικότητας». Οι Marger και Hoffman (1992) εστιάζουν στις μεταναστευτικές πολιτικές της κυβέρνησης του Καναδά που ενθαρρύνουν τους ειδικευμένοι μετανάστες να δημιουργήσουν επιχειρήσεις κατά την άφιξή τους εκεί (Hatziprokoriou και Frangopoulos, 2013). Ενώ οι επιχειρήσεις αυτές μπορεί να επικεντρώνονται σε κόγχες αγοράς, βασίζονται περισσότερο στο ανθρώπινο κεφάλαιο τους παρά στους εθνοτικούς πόρους και εξυπηρετούν την μη εθνοτική αγορά. Αυτοί οι επιχειρηματίες ενώ ξεκινούν από μια «μέτρια», εθνοτική επιχείρηση αργότερα καταφέρνουν να εξελιχθούν ασκώντας μια επιτυχημένη επιχειρηματική δραστηριότητα, όπου όμως η εθνικότητα είναι μόνο ένα πιθανό και όχι απαραίτητο στοιχείο της επιχείρησής τους (Zhou, 2004).

Λόγω των διαφορετικών δομών της παραγωγής και της απασχόλησης στις σημερινές ευρωπαϊκές οικονομίες, τις διαφορετικές αιτίες της κρίσης στην Ευρωζώνη, καθώς και πιο σιγκεκριμένα τις ελληνικές ιδιαιτερότητες, δύο αντιφατικές αντιλήψεις κυριαρχούν στην ποικιλομορφία των σημερινών μητροπόλεων (Hatziprokoriou και Frangopoulos, 2013).

Από τη μία πλευρά, οι πολυεθνικές πόλεις θεωρούνται ως τόποι ανισοτήτων, όπου η ποικιλομορφία συχνά θεωρείται πρόβλημα. Από την άλλη, φαντάζουν ως κοσμοπολίτικα κέντρα, όπου η διαφορετικότητα θεωρείται πλεονέκτημα (Hatziprokoriou και Frangopoulos, 2013).

Η πρώτη θεωρία υπήρξε αντικείμενο των κοινωνικών επιστημών, στις μελέτες διακρίσεων ή κοινωνικού αποκλεισμού. Η δεύτερη θεωρία κυριαρχεί ειδικά στις μεγάλες πόλεις του κόσμου, η οικονομική δυναμική της οποίας γιορτάζεται στο πλαίσιο της νεοφιλελεύθερης αστικής αναδιάρθρωσης (Hatziprokoriou και Frangopoulos, 2013). Και τις δύο περιπτώσεις οι πολυπολιτισμικές πόλεις φιλοξενούν εξωτικά «εθνοτικά» εστιατόρια ή αγορές και επιχειρήσεις και τα καταστήματα σε μειονεκτούσες περιφέρειες όπου παρατηρείται έντονη συγκέντρωση μεταναστών και εθνικών μειονοτήτων (Hatziprokoriou και Frangopoulos, 2013).

3.10 Στατιστικά στοιχεία επιχειρηματικότητας των μεταναστών στην Ευρώπη

Στην ετήσια έκθεση του ΟΟΣΑ το 2006 παρουσιάζονται τα στοιχεία που δείχνουν την αναλογία μεταξύ της απασχόλησης των αυτοχθόνων και των αλλοδαπών κατά τα έτη 1995, 2000, 2003 και 2004. Η τελευταία έκθεση, του 2016 δείχνει πως περίπου το 10% των αυτο-απασχολούμενων (συνολικά πάνω από 2 εκατμ.) στην Ευρωπαϊκή ένωση έχουν γεννηθεί σε άλλη χώρα από αυτήν που κατοικούν και το 47% αυτών κατάγεται από χώρες εκτός της Ένωσης. Στα περισσότερα κράτη-μέλη το ποσοστό των αυτο-απασχολούμενων μεταναστών που έχουν γεννηθεί εκτός Ε.Ε. υπερβαίνει εκείνο των αυτο-απασχολούμενων μεταναστών που έχουν γεννηθεί εντός Ε.Ε., με εξαίρεση την Αυστρία, το Βέλγιο, την Ιρλανδία και την Σλοβακία.

Σύμφωνα με την ίδια έρευνα το 2016 το ποσοστό των αυτο-απασχολούμενων μεταναστών είναι μεγαλύτερο σε σχέση με εκείνο των ιθαγενών, 18,8% και 14,1% αντίστοιχα. Επίσης, οι μετανάστες είναι πιο πιθανό να είναι αυτο-απασχολούμενοι στην Πολωνία, Τσεχία, Σλοβακία, Μάλτα, Ηνωμένο Βασίλειο, Κροατία και Λιθουανία. Ενώ είναι λιγότερο πιθανό να είναι αυτο-απασχολούμενοι στην Ιταλία και Ελλάδα.

Την τελευταία δεκαετία της έρευνας το ποσοστό των μεταναστών που αυτο-απασχολούνται έχει αυξηθεί συνολικά στην Ε.Ε. και ειδικότερα το ποσοστό την πρώτης γενιάς μεταναστών από χώρες εκτός της Ε.Ε. σε αντίθεση με το ποσοστό της δεύτερης γενιάς μεταναστών που έχει μειωθεί. Στις περισσότερες περιπτώσεις των κρατών-μελών οι μετανάστες δεύτερης γενιάς είναι λιγότερο πιθανό να αυτο-απασχολούνται από ότι της πρώτης γενιάς. Εξάιρεση αποτελούν η Κύπρος, η Ελλάδα και το Ηνωμένο Βασίλειο, όπου δηλαδή η δεύτερη γενιά είναι πιθανό να είναι αυτο-απασχολούμενη σε σύγκριση με την πρώτη.

Επίσης, η έρευνα αυτή έχει δείξει πως οι μετανάστες και οι ιθαγενείς είναι το ίδιο πιθανό να έχουν υπαλλήλους. Το 28% των αυτο-απασχολούμενων στη Ε.Ε. έχει υπαλλήλους ανεξαρτήτως καταγωγής. όμως εκείνοι που κατάγονται από χώρες εκτός Ε.Ε. είναι πιθανό να έχουν υπαλλήλους σε σύγκριση με εκείνους που έχουν γεννηθεί εντός αυτής.

Το μερίδιο των ξένων στην ανεργία είναι το υψηλότερο στο Ολλανδία, αλλά είναι επίσης σημαντική στη Δανία και το Βέλγιο.

Όπως αναφέρει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή στην έκθεσή της «Συμπεράσματα και συστάσεις του Δικτύου της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τις επιχειρήσεις των εθνοτικών μειονοτήτων», τα προβλήματα της ανάλυσης της επιχειρηματικότητας των μεταναστών και των εθνοτικών μειονοτήτων επιδεινώνονται από το γεγονός ότι οι στατιστικές πληροφορίες είναι «σπάνιες και δεν είναι πλήρως συγκρίσιμες μεταξύ των χωρών. Υπάρχουν μερικά βασικά στοιχεία για ορισμένες χώρες (π.χ. ποσοστά αυτό-απασχόλησης) και εκτιμήσεις, αλλά δεν υπάρχουν ολοκληρωμένες επίσημες στατιστικές, πόσο μάλλον στατιστικά στοιχεία που θα μπορούσαν να συγκριθούν σε διεθνές επίπεδο. "Σε ορισμένες περιπτώσεις, τα δεδομένα δεν είναι διαθέσιμα διότι μια εθνική διαφοροποίηση δεν είναι νόμιμη που επιτρέπεται στην συλλογή στοιχείων ή, συχνότερα, το φαινόμενο της εθνοτικής επιχειρηματικότητας, συγχέεται με ζητήματα εθνικότητας (π.χ. δεν μπορούν να εντοπιστούν τα πολιτογραφημένα άτομα)" (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2008).

3.11. Η Επιχειρηματικότητα των Μεταναστών στην Ελλάδα

Η επιχειρηματικότητα των μεταναστών στην Ελλάδα είναι σχετικά πρόσφατη και ως εκ τούτου δεν έχει μελετηθεί αρκετά, αν και αναπτύσσεται πολύ γρήγορα. Η επιχειρηματικότητα των μεταναστών στην Ελλάδα προσεγγίζεται ως ιστορικό φαινόμενο, αναγνωρίζεται επομένως η δυναμική της. Η αύξηση των εθνοτικών επιχειρήσεις, ιδίως στις μεγάλες πόλεις της χώρας, Αθήνα και Θεσσαλονίκη, αντικατοπτρίζει μια πραγματικότητα η οποία γίνεται όλο και περισσότερο και πιο συνηθισμένη.

Ωστόσο, η εθνοτική επιχειρηματικότητα σπάνια αποτελεί θέμα συζήτησης πολιτικών ή ακαδημαϊκών (Χριστόπουλος, 2008). Η ακαδημαϊκή έρευνα για το θέμα αυτό είναι μέχρι και σήμερα περιορισμένη και περισσότερες δημοσιεύσεις υπάρχουν μόνο τα τελευταία δύο περίπου έτη. Επομένως, λόγω της έλλειψης εμπειρικών μελετών είναι ίσως πολύ νωρίς να αναλυθεί η διαδικασία διαμόρφωσης της επιχειρηματικής δραστηριότητας των μεταναστών με ακριβή λεπτομέρεια (Χατζηπροκοπίου και Φραγκόπουλος, 2013). Ωστόσο, είναι δυνατόν να περιγράψουμε τα στοιχεία που χαρακτηρίζουν την επιχειρηματικότητα των μεταναστών στην Ελλάδα μέσω μιας κριτικής ανάλυσης της τρέχουσας κατάστασης, σκιαγραφώντας τη συνολική εικόνα και εντοπίζοντας τις αναδυόμενες τάσεις.

Όπως θα φανεί, συγκεκριμένα μέτρα που διέπουν την επιχειρηματικότητα των μεταναστών είναι σπάνιες και πολύ πρόσφατες. Από την αρχή, οι πολιτικές στον τομέα αυτόν, συμβαδίζουν με το γενικό πλαίσιο της μεταναστευτικής πολιτικής. Μια επισκόπηση των εξελίξεων στον τομέα αυτό από τις αρχές της δεκαετίας του 1990 είναι συνεπώς χρήσιμη.

Η ύφεση έχει μεταμορφώσει ριζικά τις συνθήκες και το πλαίσιο στο οποίο διαμορφώνεται η επιχειρηματική δραστηριότητα των μεταναστών κατά τη διάρκεια των τελευταίων δύο δεκαετιών.

Η οικονομική κρίση της Ελλάδας από το 2008 και η πολιτική λιτότητας που της επιβλήθηκε από την εποπτεία του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου (ΔΝΤ), της Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ) και της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας (ΕΚΤ), έχουν επηρεάσει το περιβάλλον της αγοράς και το θεσμικό πλαίσιο, επηρεάζοντας με τη σειρά τους τόσο τους μετανάστες όσο και τους ιθαγενείς, αν και με διαφορετικούς τρόπους.

Ωστόσο, μπορεί κανείς να μιλήσει για τρεις παράλληλες «Κρίσεις» που προηγήθηκαν της τρέχουσας.

Η πρώτη από αυτές τις κρίσεις είναι η «μεταναστευτική κρίση», η οποία επηρέασε τις κρατικές πολιτικές διαχείρισης των μεταναστών που εγκαθίστανται στη χώρα από τις αρχές της δεκαετίας του 1990. Ακόμη και αν η μαζική εισροή του μεταναστών κυρίως από τα Βαλκάνια (ιδίως η Αλβανία) βρήκε το κράτος εντελώς απροετοίμαστο. Καθώς, οι μετέπειτα απαιτήσει ως προς την αστυνόμευση και τις διαδικασίες νομιμοποίησης οδήγησαν σε σοβαρά προβλήματα, κυρίως στο να βρεθεί η χρυσή τομή μεταξύ της εγκατάστασης των μεταναστών και της κοινωνικής συνοχής,

Η ζήτηση εργασίας, οι θυσίες και η προσαρμοστικότητα των μεταναστών, παράλληλα με τον ανασχηματισμό της μεταναστευτικής πολιτικής και της εισαγωγής μέτρων ενσωμάτωσης, οδήγησαν σε μια βραχύβια περίοδο "εξομάλυνσης" κατά το πρώτο ήμισυ της δεκαετίας του 2000 (Χριστόπουλος, 2008). Ωστόσο, αυτό ανατράπηκε εν μέσω των εξελίξεων τα τελευταία χρόνια όπου το κράτος ήταν και πάλι απροετοίμαστο ή απρόθυμο να αντιμετωπίσει αποτελεσματικά μεταναστευτικά ζητήματα. Δημιουργήθηκε σύγχυση μεταξύ ζητημάτων που αφορούν μετανάστες ή παιδιά που γεννήθηκαν στην Ελλάδα από άτομα που έχουν μεταναστεύσει πρόσφατα και οι οποίοι, από το 2009, έχουν συγκεντρωθεί στην Αθήνα σε μια εποχή που η ανεργία έχει αυξηθεί δραματικά.

«Η δεύτερη είναι η κρίση των μικρομεσαίου μεγέθους επιχειρήσεων (ΜΜΕ), οι οποίες αποτελούσαν τη ραχοκοκαλιά της ελληνικής παραγωγικής δύναμης κατά τις μεταπολεμικές δεκαετίες καθώς και τον κύριο εργοδότη του μεταναστευτικού εργατικού δυναμικού» (Χατζηπροκοπίου και Φραγκόπουλος, 2015, 54). Η τυπική οικογενειακή επιχείρηση στα αστικά κέντρα της χώρας δέχτηκε πολλαπλές πιέσεις λόγω κοινωνικοοικονομικών και χωροταξικών αλλαγών. «Μεταξύ αυτών, υπήρξε μια αναμόρφωση τις σχέσεις μεταξύ των τοπικών και των υπεραστικών επιχειρήσεων, σε σχέση με τον ανταγωνισμό και το εμπόριο στην πόλη, ιδιαίτερα σχετικά με τη μεταφορά πολλών εμπορικών δραστηριοτήτων από το κέντρο προς τα προάστια και από δραστηριότητες μικρής κλίμακας έως μεγάλες αλυσίδες, πολυκαταστήματα και εμπορικά κέντρα» (Χατζηπροκοπίου και Φραγκόπουλος, 2015, 54). Ακόμη και πριν την κρίση, οι ελληνικές ΜΜΕ στην κεντρική Αθήνα αντιλαμβάνονταν την αδράνεια του κράτος ως σκόπιμη διευκόλυνση ενός σχεδίου υποβάθμισης του κέντρου της πόλης με την εκεί συγκέντρωση των μεταναστών και των οικονομικών τους δραστηριοτήτων, οι οποίες θεωρούνται ταυτόχρονα και ανταγωνιστικές,

αλλά και απειλή που συμβάλλει στην αύξηση της εγκληματικότητας και της ανασφάλειας στην περιοχή (Χατζηπροκοπίου και Φραγκόπουλος, 2015).

Τρίτον, μπορούμε να μιλήσουμε για μια «αστική κρίση» της Αθήνας, η οποία αφορά διαδικασίες αστικής ανάπτυξης, ειδικότερα σε ότι έχει να κάνει με την κοινωνική κινητικότητα και τις αλλαγές των οικιστικών γεωγραφιών (Χατζηπροκοπίου και Φραγκόπουλος, 2015).

Η προαστικοποίηση του πληθυσμού της πρωτεύουσας τις τελευταίες τρεις δεκαετίες, ιδιαίτερα μεταξύ του μεσαίου και του ανώτερου στρώματος, συνέβαλε στην υποτίμηση της στέγασης σε μέρη της κεντρικής Αθήνας, και σε ένα κενό στέγασης το οποίο όμως κάλυψαν οι μετανάστες και τις οικογένειές τους (Kandyliis και Kanoulakos, 2011).

Ως αποτέλεσμα, το «παραδοσιακό» κοινωνικό μείγμα της αστικής Αθήνας μετά τον πόλεμο, που χαρακτηριζόταν από χαμηλά επίπεδα κοινωνικού διαχωρισμού και υψηλά ποσοστά ιδιοκτησίας, αντικαταστάθηκε από ένα κοινωνικο-εθνοτικό μίγμα που χαρακτηρίζεται από σοβαρές ανισότητες (Χατζηπροκοπίου και Φραγκόπουλος, 2015).

Ωστόσο, και παρά τις συγκεντρώσεις συγκεκριμένων ομάδων σε συγκεκριμένες περιοχές, στις περιοχές που επηρεάστηκαν περισσότερο από αυτές οι πληθυσμιακές μετατοπίσεις δεν κυριαρχεί καμία ομάδα μεταναστών ούτε και συνιστά καμιά πλειοψηφία (Kandyliis και Kanoulakos, 2011). Ακόμα, τη σύγχρονη Αθήνα οι κοινωνικοοικονομικές δομές και τα πρότυπα ανισότητας φαίνεται να τροφοδοτούν τις συγκρούσεις και τον ανταγωνισμό στην πόλη, η οποία τα τελευταία χρόνια έχει εμπλακεί ανοιχτά ρατσιστική κινητοποίηση εναντίον των μεταναστών (Kandyliis και Kanoulakos, 2011).

Μεταξύ άλλων, ο ρατσισμός και η ξеноφοβία έχουν καλλιεργηθεί στα πλαίσια της κρίσης, καθώς κυριαρχούν ανοιχτά στον πολιτικό λόγο επίσημων ομιλιών κάποιων πολιτικών, κυβερνητικών αξιωματούχους ή και από τα μέσα ενημέρωσης (Χατζηπροκοπίου και Φραγκόπουλος, 2015). Υπό το πρίσμα αυτών των πολιτικών συζητήσεων η αυτό-απασχόληση των μεταναστών τοποθετείτε αποκλειστικά ως η αιτία της εξάπλωσης του παρεμπορίου, με τις φερόμενες αρνητικές οικονομικές επιπτώσεις της. Τέτοιες συζητήσεις ίσως εν μέρει να σχετίζονται με το γεγονός πως οι επιχειρηματικές δραστηριότητες των μεταναστών φαίνεται να αναπαράγουν

οικονομικές πρακτικές που είναι ευρέως διαδεδομένες μεταξύ των ιθαγενών (Χατζηπροκοπίου και Φραγκόπουλος, 2015).

Σε γενικές γραμμές, η εγκαθίδρυση μεταναστευτικών-εθνοτικών κοινοτήτων έχει προκαλέσει την απρόσμενη ζήτηση ειδικών προϊόντων ή υπηρεσιών, διαμορφώνοντας ένα κοινωνικό περιβάλλον αλλά και πολλές αγορές κόγχες (niche) λόγω της ανάδειξης της μεταναστευτικής οικονομίας (Χατζηπροκοπίου και Φραγκόπουλος, 2015). Αυτό όμως δε σημαίνει πως κάθε είδος δραστηριότητας, κάθε γειτονιάς, ή μεταναστευτική κοινότητα, για παράδειγμα στην Αθήνα ακολουθεί αυστηρά αυτό το μοτίβο (Χατζηπροκοπίου και Φραγκόπουλος, 2015).

Για παράδειγμα, η αυτό-απασχόληση μεταξύ Αλβανών μεταναστών συχνά δεν εμφανίζει κανένα «εθνοτικό» χαρακτηριστικό, το οποίο αντικατοπτρίζεται και στο γεγονός πως ο αλβανικός πληθυσμός είναι διασπαρμένος σε ολόκληρη την πόλη (Χατζηπροκοπίου και Φραγκόπουλος, 2015). Από την άλλη πλευρά, η συγκέντρωση των κινεζικών καταστημάτων στην περιοχή του Μεταξουργείου είναι προϊόν της παγκόσμιας μετανάστευσης με επιχειρηματικό προσανατολισμό. Έτσι έχει δημιουργηθεί ένας ιδιόμορφος εθνοτικός «θύλακα» που επικεντρώνεται γύρω από τα κινεζική εμπορική δραστηριότητα σε τομείς της χονδρικής και λιανικής πώλησης ενδυμάτων μια ευρεία πελατεία, ενώ άλλα καταστήματα ικανοποιούν τις εξειδικευμένες απαιτήσεις της δραστήριας τοπικής κινεζικής κοινότητας (Χατζηπροκοπίου και Φραγκόπουλος, 2015). Αντίθετα, στη γειτονιά της Κυψέλης η οποία επηρεάστηκε περισσότερο από την προαστιακοποίηση και την εγκατάσταση των μεταναστών και που χαρακτηρίζεται από κοινωνικό και εθνοτικό μίγμα, μπορεί κανείς να συναντήσει Αφρικανές γυναίκες σε κομμωτήρια που παρέχουν στους Έλληνες «εθνοτικά» κουρέματα (Χατζηπροκοπίου και Φραγκόπουλος, 2015). Τέλος, μέρος του κέντρου της Αθήνας (γύρω από την πλατεία Ομονοίας) αποτελεί ένα εξαιρετικό διαφορετικό πολυεθνικό εμπορικό χώρο, όπου ένα ευρύ φάσμα εθνοτικών επιχειρήσεων που ανήκουν και / ή εξυπηρετούν μετανάστες διαφορετικής προέλευσης, συνυπάρχουν δίπλα σε πολύ παλιά καταστήματα ελληνικής ιδιοκτησίας και πολλά έχουν έναν παρόμοιο υπερ-τοπικό χαρακτήρα προσελκύοντας πελάτες από όλη την πόλη (Χατζηπροκοπίου και Φραγκόπουλος, 2015).

3.12. Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις στην Ελλάδα

Ως επιχείρηση ορίζεται κάθε μονάδα, ανεξάρτητα νομικής υπόστασης, που έχει οικονομική δραστηριότητα (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2003). Τέτοιες νοούνται κυρίως οι μονάδες που ασκούν βιοτεχνική ή άλλη δραστηριότητα, ατομικά ή οικογενειακά, προσωπικές εταιρείες ή ενώσεις προσώπων που ασκούν τακτικά μια οικονομική δραστηριότητα με σκοπό το κέρδος.

Αν και δεν υφίσταται ένας ευρέως αποδεκτός ορισμός της μικρομεσαίας επιχείρησης, και τείνει να εφαρμόζεται συνεχώς ένας τροποποιημένος ορισμός σε σχέση με τις συγκεκριμένες οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες κάθε χώρας και τις εφαρμοζόμενες πολιτικές, έχουν γίνει προσπάθειες να θεσπιστεί ένα γενικό πλαίσιο που θα περικλείει τις επιχειρήσεις αυτές. Οι βασικές διαφορές εντοπίζονται κυρίως στον ορισμό του μεγέθους μιας μικρομεσαίας επιχείρησης και προκαλούνται από γεωγραφικές παραμέτρους και κυρίως από τις διαστάσεις των αγορών στις οποίες δραστηριοποιούνται. Σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία, τα περισσότερο χρησιμοποιούμενα ποσοτικά κριτήρια για τον ορισμό μιας επιχείρησης ως μικρομεσαίας είναι πρωτίστως ο αριθμός των απασχολούμενων και κατά δεύτερον ο κύκλος εργασιών.

Βάσει Ευρωπαϊκής Ένωσης και σύμφωνα με την Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, τα απαραίτητα κριτήρια για να υποδειχθεί αν μία επιχείρηση ανήκει στην κατηγορία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι:

- ο αριθμός των υπαλλήλων και
- ο κύκλος εργασιών ή
- το σύνολο του ισολογισμού (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2003).

Αναφερόμενοι, λοιπόν, στο μέγεθος των επιχειρήσεων και για να προσδιορίσουμε πότε μια επιχείρηση είναι μεγάλη, μεσαία ή μικρή, τείνουν να χρησιμοποιούνται τα ακόλουθα κριτήρια:

- Η αξία του ενεργητικού
- Το μέγεθος των ιδίων κεφαλαίων
- Αριθμός εργαζομένων
- Ο ετήσιος κύκλος εργασιών (τζίρος)
- Μερίδιο της αγοράς

Όταν λοιπόν σε μία επιχείρηση η διοίκηση και ο ιδιοκτήτης ταυτίζονται στο ίδιο πρόσωπο και ο απόλυτος έλεγχος ασκείται από αυτό το άτομο ενώ παράλληλα έχει μικρό μερίδιο αγοράς, περιορισμένους οικονομικούς πόρους και απασχολεί σχετικά μικρό αριθμό εργαζομένων, τότε αυτή η επιχείρηση μπορεί να θεωρηθεί μικρομεσαία επιχείρηση.

Σύμφωνα με τη Σύσταση 2003/361/ΕΚ της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις ορίζονται ως εξής: "Η κατηγορία των πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων αποτελείται από επιχειρήσεις που απασχολούν λιγότερους από 250 εργαζομένους και των οποίων ο ετήσιος κύκλος εργασιών δεν υπερβαίνει τα 50 εκ. ευρώ ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 43 εκ. ευρώ". Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις χωρίζονται σε τρεις υποκατηγορίες, τις μεσαίες, τις μικρές και τις πολύ μικρές επιχειρήσεις και πάλι βάση των προαναφερθέντων χαρακτηριστικών (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2003). Η προϋπόθεση για να αναγνωριστεί ως ΜΜΕ μία επιχείρηση είναι να τηρεί τα όρια αναφορικά με τον αριθμό του προσωπικού και, είτε τα όρια του συνόλου του ισολογισμού, είτε εκείνα του κύκλου εργασιών. Πιο αναλυτικά:

- Ως πολύ μικρές επιχειρήσεις ορίζονται οι επιχειρήσεις που απασχολούν λιγότερους από 10 εργαζόμενους και των οποίων ο ετήσιος κύκλος εργασιών ή το ετήσιο σύνολο ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 2 εκατομμύρια ευρώ.
- Ως μικρές επιχειρήσεις ορίζονται οι επιχειρήσεις που απασχολούν λιγότερους από 50 εργαζόμενους και των οποίων ο ετήσιος κύκλος εργασιών ή το ετήσιο σύνολο ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 10 εκατομμύρια ευρώ.
- Ως μεσαίες επιχειρήσεις ορίζονται οι επιχειρήσεις που απασχολούν προσωπικό μεταξύ 50 έως 249 ατόμων και είτε ο ετήσιος κύκλος εργασιών είναι έως 50 εκατομμύρια είτε το σύνολο του οργανισμού είναι έως 43 εκατομμύρια ευρώ. (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2003).

Η οικονομική θεωρία μέχρι τα μέσα του 1970 θεωρούσε ότι η επιτυχία μίας επιχείρησης συμβαδίζει με την τάξη μεγέθους της. Το μέγεθος παραγωγής και οι οικονομίες κλίμακας θεωρούνταν καθοριστικά στοιχεία για την ανταγωνιστικότητα και την επιβίωση μιας επιχείρησης, προβλέποντας έτσι την επικράτηση των μεγάλων επιχειρήσεων και την εξαφάνιση των μικρομεσαίων. Τα εμπειρικά όμως στοιχεία διεθνώς δείχνουν ότι τα οικονομικά αποτελέσματα δε συμβαδίζουν με το μέγεθος των επιχειρήσεων.

Με βάση τον ορισμό της ΕΕ και σύμφωνα με στοιχεία της ετήσιας Ευρωπαϊκής Έκθεσης για τα έτη 2010-2014, οι πολύ μικρές επιχειρήσεις στην Ελλάδα ξεπερνούν το μέσο όρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης στο σύνολο των επιχειρήσεων (96,5% για την Ελλάδα και 92,1% για την Ευρωπαϊκή Ένωση), ενώ αποτελούσαν το 96,6% των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Το ποσοστό αυτό είναι 4 περίπου ποσοστιαίες μονάδες υψηλότερο από τον αντίστοιχο μέσο όρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Η Ελλάδα λοιπόν, χαρακτηρίζεται ως η χώρα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων δεδομένου ότι οι επιχειρήσεις με λιγότερα από 100 άτομα προσωπικό αποτελούν το 99,8% του συνόλου των επιχειρήσεων και απασχολούν περίπου 60% του εργατικού δυναμικού του δευτερογενή και τριτογενή τομέα. Σύμφωνα με τον ΕΟΜΜΕΧ (Ελληνικός Οργανισμός για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις και Χειροτεχνίας, 2006), το 96,3% των επιχειρήσεων απασχολούν έως 10 άτομα πράγμα που τις κατατάσσει στις μικρές επιχειρήσεις και αυτό τις κάνει τον σπουδαιότερο πυλώνα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Στην Ελλάδα σύμφωνα με τον ΕΟΜΜΕΧ, 2006, θεωρούνται ως ΜΜΕ όσες επιχειρήσεις απασχολούν μέχρι 100 εργαζομένους και είναι συνήθως μία οικογενειακή επιχείρηση της οποίας η διοίκηση ταυτίζεται με τη κυριότητα και η καθημερινή διαχείριση εξασφαλίζεται συνήθως από τον ίδιο τον επιχειρηματία. Η Τράπεζα της Ελλάδος για λόγους χρηματοδότησης χαρακτηρίζει ως μεταποιητική ΜΜΕ την επιχείρηση αυτή που το ανώτατο ύψος του μέσου κύκλου εργασιών της τελευταίας τριετίας δεν υπερβαίνει τα 2,5 εκατομμύρια ευρώ.

3.12.1. Ο Ρόλος των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων στην Ελλάδα

Οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις αποτελούν την κινητήριου δύναμη της οικονομίας, τόσο σε εθνικό όσο και σε ευρωπαϊκό επίπεδο (Σύνδεσμος Επιχειρήσεων και Βιομηχανιών, SEV, 2017). Εμφανίζονται να απασχολούν το περισσότερο εργατικό δυναμικό, συμβάλουν σημαντικά στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, στην παραγωγή προστιθέμενης αξίας και έχουν σημαντική συνεισφορά στο ΑΕΠ (SEV, 2017). Έτσι προτρέπουν τη δημιουργία ενός θετικού κλίματος για το ρόλο και τη σημασία τους στην ανάπτυξη της οικονομίας. Διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην ενίσχυση της απασχόλησης, της ανταγωνιστικότητας και της καινοτομίας, ενώ εξασφαλίζουν την κοινωνική σταθερότητα.

Η επιβίωσή τους, ωστόσο, δεν είναι εύκολη υπόθεση στο σημερινό παγκόσμιο ανταγωνιστικό περιβάλλον. Απαιτείται συνεχής εκσυγχρονισμός στην παραγωγή και τη διαχείριση, καινοτόμες υπηρεσίες και προϊόντα, πρόσβαση σε σχετική πληροφόρηση και χρηματοδότηση, υιοθέτηση προηγμένων τεχνολογιών, αξιοποίηση δεδομένων, δικτύωση και συνεργασίες (SEV, 2017). Καθοριστικός είναι ο ρόλος της Πολιτείας για τη στήριξη της μικρομεσαίας επιχειρηματικότητας, μέσα από τη διαμόρφωση ευνοϊκού περιβάλλοντος και με τη δημιουργία δομών στήριξης.

Μια πρόσφατη μελέτη του ΣΕΒ και της ΕΥ Ελλάδος, 2017, εξετάζει τη συμβολή των ΜΜΕ στην ελληνική οικονομία. Όπως επισημαίνεται στη μελέτη, οι μεσαίες και μικρές επιχειρήσεις αποτελούν σημαντικό πυλώνα της ελληνικής παραγωγικής διαδικασίας και μπορούν να έχουν κεντρικό ρόλο στην ανάπτυξη και τον παραγωγικό μετασχηματισμό της οικονομίας και στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Όμως, οι πιέσεις που ασκήθηκαν κατά την κρίση έχουν αφήσει έντονο το αποτύπωμά τους (SEV, 2017). Σήμερα στην Ευρώπη, ο αριθμός των ΜΜΕ, η απασχόληση σε αυτές, και η παραγόμενη προστιθέμενη αξία έχουν επιστρέψει στα προ κρίσης επίπεδα, με λίγες μόνο εξαιρέσεις, μία εκ των οποίων είναι και η Ελλάδα (SEV, 2017). Παρόλα αυτά, υπάρχει ένα επιχειρηματικό προφίλ μεσαίων και μικρών επιχειρήσεων που αντέχει στην κρίση και που μπορεί να οδηγήσει και στην ανάκαμψη.

Σύμφωνα με τη μελέτη αυτή, η κρίση ανέδειξε τα πλεονεκτήματα και την ταχεία προσαρμοστικότητα επιχειρήσεων που έχουν ένα ή/και περισσότερα από τα παρακάτω χαρακτηριστικά:

- Μέγεθος, ανθεκτικότητα και συνεισφορά στην οικονομία,
- Δημιουργία θέσεων εργασίας σε δραστηριότητες με αξία,
- Προσαρμοστικότητα και αντοχή αξιοποιώντας οικονομίες κλίμακας,
- Βελτίωση της εξωστρέφειας,
- Βελτίωση των εταιρικών δεξιοτήτων (SEV, 2017).

Ιδιαίτερα "ανθεκτικός" είναι ο κλάδος των μεταποιητικών επιχειρήσεων οι οποίες συνεχίζουν να συνεισφέρουν πολλαπλάσια στην οικονομία, και μάλιστα όσες αξιοποιούν την τεχνολογία ανακάμπτουν ταχύτερα (SEV, 2017).

4.1. Ερευνητικοί παράμετροι για την αποτίμηση του φαινομένου της μετανάστευσης στην περίπτωση της Ελλάδας

Για την αποτίμηση του φαινομένου και των βασικών χαρακτηριστικών της μεταναστευτικής επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα και ιδιαίτερα στην εποχή της κρίσης, θα πρέπει να ληφθούν υπόψη τέσσερις ερευνητικοί παράμετροι.

Αρχικά θα πρέπει να ληφθεί υπόψη η μεταναστευτική ιστορία και οι ιδιαιτερότητες της Ελλάδας. Με δεδομένο το γεγονός ότι η μετανάστευση στην Ελλάδα είναι σχετικά νέο φαινόμενο, οι όποιες διαδικασίες και φαινόμενα, όπως είναι και η μεταναστευτική επιχειρηματικότητα, θεωρούνται επίσης νέα φαινόμενα καθώς βρίσκονται ακόμη σε διαδικασία εξέλιξης. Επομένως, μεταξύ των λίγων ερευνών που έχουν γίνει σχετικά με τη μεταναστευτική επιχειρηματικότητα, υπάρχουν κι εκείνες που τονίζουν ότι η μεταναστευτική επιχειρηματικότητα αναπτύσσεται σε συνάρτηση με τη δυναμική της εγκατάστασης και ένταξης των μεταναστών και του σχηματισμού μεταναστευτικών κοινοτήτων (Hatziprokoriou και Frangoroulos, 2013).

Οι θεωρητικές προσεγγίσεις της εθνοτικής οικονομίας και επιχειρηματικότητας, εμπνέουν αρκετές από τις πρόσφατες ελληνικές μελέτες, όπου γίνεται προσπάθεια να περιγραφεί η πολυπλοκότητα και ποικιλομορφία της επιχειρηματικότητας των μεταναστών στην Ελλάδα (Hatziprokoriou και Frangoroulos, 2013). Αναγνωρίζεται η ιστορικότητα του φαινομένου, η δυναμική του και πώς αυτό εμπλέκεται με ευρύτερες διαδικασίες κοινωνικής αλλαγής (Hatziprokoriou και Frangoroulos, 2013).

Η τελευταία αυτή παρατήρηση θα μπορούσε να οδηγήσει σε μια ερμηνεία που υπονοεί μια υστέρηση της Ελλάδας σε σύγκριση με τους παραδοσιακούς βορειοευρωπαϊκούς προορισμούς της μεταπολεμικής μετανάστευσης (Hatziprokoriou και Frangoroulos, 2013). Εδώ λοιπόν, θα πρέπει να ληφθούν υπόψη οι δομές της απασχόλησης των μεταναστών στην Ελλάδα, διότι ήδη από το μεγάλο μεταναστευτικό ρεύμα τις αρχές του 1990, οι μετανάστες φαίνεται να ανταποκρίνονται στη ζήτηση για εργατικό δυναμικό. Αυξανόμενη ζήτηση παρατηρείται κυρίως από μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) και νοικοκυριά, για φθηνή και ευέλικτη εργασία σε τομείς όπως οι κατασκευές, ο τουρισμός, η γεωργία, οι υπηρεσίες φροντίδας και καθαριότητας (Cavounidis, 2006). Επομένως, η έκταση της μισθωτής εργασίας στους μετανάστες και της περιορισμένης επιχειρηματικής τους δραστηριότητας μπορούν να ερμηνευθούν από τα υψηλά

ποσοστά αυτό-απασχόλησης των Ελλήνων, δυσανάλογα σε σχέση με τους μετανάστες και συγκριτικά με άλλες ευρωπαϊκές χώρες (Cavounidis, 2006).

Τρίτον, η ιδιαιτερότητα αυτή των παραγωγικών δομών της Ελλάδας, ίσως ερμηνεύει και το γεγονός πως κάποια από τα χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας των μεταναστών (ατομικές επιχειρήσεις ή επιχειρήσεις με ελάχιστο προσωπικό, οικογενειακές επιχειρήσεις και άτυπες διευθετήσεις) δε διαφέρουν απόλυτα από τις επικρατούσες πρακτικές των γηγενών. Γεγονός που τη διαφοροποιεί από τις χώρες της βόρειας Ευρώπης, όπου τα χαρακτηριστικά των εθνοτικών επιχειρήσεων διαφέρουν ριζικά από τις επικρατούσες πρακτικές. Πρέπει να επισημανθεί πως το πρόσημο «εθνοτικό» δεν αφορά μόνο στα χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων, αλλά και στην προέλευση των ιδιοκτητών τους, στις δραστηριότητες, τα προϊόντα, ή το κύριο σώμα της πελατείας τους. Παρόλα αυτά σε πολλές περιπτώσεις παρατηρείται πως αποδίδεται ο προσδιορισμός «εθνοτική» επιχείρηση σε κινέζικα καταστήματα ένδυσης, αλλά όχι σε καταστήματα ιταλικής ένδυσης, σε καταστήματα τροφίμων που προέρχονται από τη μέση ανατολή, όχι όμως σε κατάστημα ευρωπαϊκών (Hatziprokopiou και Frangopoulos, 2013).

Τέταρτον, η μεταναστευτική επιχειρηματικότητα αποτελεί, σε μεγάλο βαθμό, αστικό φαινόμενο, καθώς είναι εντονότερη στην Αθήνα. Επιχειρήσεις μεταναστών εντοπίζονται σε πολλά σημεία της πόλης, αλλά συχνότερα συγκεντρώνονται σε περιοχές όπου υπάρχει μεγάλη συγκέντρωση μεταναστευτικών πληθυσμών, ή και ομάδων (Hatziprokopiou και Frangopoulos, 2013). Η παρουσία των εθνοτικών συνοικιακών αγορών παρατηρείται έντονα, πέρα από τον εμπορικό πυρήνα της Αθήνας και στο αστικό τοπίο συγκεκριμένων περιοχών της πόλης. Η κεντρικότητα δηλαδή αποτελεί χαρακτηριστικό των επιχειρήσεων και καταστημάτων των μεταναστών. Επομένως, είναι σημαντικό να ληφθούν υπόψη η κλίμακα ή και ο αντίκτυπος της μεταναστευτικής επιχειρηματικότητας αρχικά στο τοπικό πλαίσιο της γειτονιάς, σε σχέση δηλαδή με τους κατοίκους της και έπειτα σε εθνικό επίπεδο.

4.2. Παρουσίαση Εμπειρικής Έρευνας

Όπως αναφέρθηκε στα προηγούμενα κεφάλαια, η επιχειρηματικότητα αποτελεί το κλειδί για οικονομική ανάπτυξη και μεγέθυνση σε τοπικό αλλά και εθνικό επίπεδο. Η επιχειρηματικότητα δίνει ώθηση στην αύξηση της παραγωγικότητας και, συνεπώς, της αποδοτικότητας και μπορεί να απογειώσει την πορεία μίας επιχείρησης, είτε μέσω της καινοτομικής δραστηριότητας, είτε μέσω της δημιουργίας μίας νέας επιχείρησης. Παρά το γεγονός αυτό όμως, φαίνεται να υπάρχει μεγάλη άγνοια από την πλευρά των επιχειρήσεων, του κράτους και διάφορων οργανισμών όχι μόνο για την επιχειρηματικότητα σαν διαδικασία, αλλά και τα στοιχεία εκείνα που συμβάλλουν στην επιβίωση και επιτυχή λειτουργία των επιχειρήσεων.

Στα πλαίσια της διπλωματικής αυτής εργασίας πραγματοποιήθηκε μία έρευνα σχετικά με την επιχειρηματικότητα των εθνοτικών μειονοτήτων στην Ελλάδα, ώστε να γίνουν γνωστοί οι παράγοντες τα στοιχεία εκείνα που συμβάλλουν στην επιτυχία των συγκεκριμένων επιχειρήσεων. Η δομή της έρευνας αναλύεται παρακάτω. Αρχικά, έγινε ετοιμασία των ερωτηματολογίων, τα οποία παρουσιάζονται στο τέλος της εργασίας αυτής. Η επιλογή των επιχειρηματιών έγινε τυχαία στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη. Πιο συγκεκριμένα έγινε προσέγγιση των επιχειρήσεων που φαίνονται πως ανήκουν σε εθνοτικές ομάδες/μετανάστες, είτε με βάση την ονομασία ή τις επιγραφές της επιχείρησης είτε με βάση τα εμφανισιακά χαρακτηριστικά των ιδιοκτητών. Πραγματοποιήθηκε επίσκεψη και συνέντευξη με καθέναν ξεχωριστά στο χώρο της επιχείρησής του, όπου έγινε η συλλογή των στοιχείων που παρουσιάζονται στη συνέχεια. Τέλος, έγινε η επεξεργασία των δεδομένων και η εξαγωγή των συμπερασμάτων που παρουσιάζονται παρακάτω.

Η έρευνα αυτή επιχειρεί να κατανοήσει το προφίλ των επιχειρηματιών, τα κριτήρια αναφορικά με την επιλογή τους να απασχοληθούν στη δική τους επιχείρηση καθώς. Επίσης, γίνεται προσπάθεια για κατανόηση του τρόπου με τον οποίο απέκτησαν την επιχείρησή τους, καθώς και τους εσωτερικούς και εξωτερικούς παράγοντες που επηρέασαν την έναρξη της επιχείρησης, αλλά και τους παράγοντες που επηρεάζουν σήμερα την επιχειρηματική τους δραστηριότητα (Ζαφειρόπουλος, 2015). Η ποιοτική έρευνα είναι πιο αποδοτική στην προσπάθεια κατανόησης καταστάσεων στις οποίες παίζουν ρόλο συμπεριφορές και περιβάλλοντα (Ζαφειρόπουλος, 2015). Δεδομένων των παραπάνω, είναι περισσότερο κατάλληλο να πραγματοποιηθούν οι συνεντεύξεις

πρόσωπο με πρόσωπο με τους επιχειρηματίες καθώς με τον τρόπο αυτό θα γίνει η καλύτερη συλλογή των πληροφοριών.

Από την βιβλιογραφική ανασκόπηση προκύπτει πως η επιτυχία μιας επιχείρησης εξαρτάται από κοινωνιολογικούς, οικονομικούς, περιβαλλοντικούς, δημογραφικούς, πολιτισμικούς, πολιτικούς, ψυχολογικούς και μη οικονομικούς παράγοντες. Επίσης, πολλοί μελετητές έχουν συμπεράνει πως οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες φαίνεται να έχουν ορισμένα κοινά αναγνωρίσιμα χαρακτηριστικά, είτε είναι αυτά έμφυτα είτε επίκτητα.

Παρά τις ερευνητικές προσπάθειες (Barret και συν.,1996; Kloosterman και Rath, 2003; Volery, 2007; Nestorowicz, 2011; Pécoud, 2012; Aldrich, Howard E., και Roger Waldinger, 1990) που έχουν γίνει για να αποτυπωθούν τα σαφή χαρακτηριστικά που διακρίνουν τον επιτυχημένο επιχειρηματία, δεν υπάρχει ένα απλό πρότυπο, αλλά ένα σύνολο παραγόντων που αυξάνουν ή μειώνουν την πιθανότητα μιας επιχείρησης και άρα ενός επιχειρηματία να επιτύχει. Οι περισσότερες έρευνες επικεντρώνονται στα δημογραφικά στοιχεία και τα χαρακτηριστικά προσωπικότητας του επιχειρηματία.

Όσον αφορά τα δημογραφικά στοιχεία οι έρευνες αυτές (Barret και συν.,1996; Kloosterman και Rath, 2003; Volery, 2007; Nestorowicz, 2011; Pécoud, 2012; Aldrich, Howard E., και Roger Waldinger, 1990; Hatziprokopiou, και Frangopoulos, 2013) εξετάζουν την τάξη, το εκπαιδευτικό υπόβαθρο, το φύλο και την ηλικία και έχουν δείξει πως υπάρχει θετική συσχέτιση μεταξύ του μορφωτικού επιπέδου του επιχειρηματία και της πορείας της επιχείρησής του.

Επίσης, πολλές έρευνες σχετικά με την εθνοτική επιχειρηματικότητα (Barret και συν.,1996; Kloosterman και Rath, 2003; Volery, 2007; Nestorowicz, 2011; Pécoud, 2012; Aldrich, Howard E., και Roger Waldinger, 1990; Hatziprokopiou, και Frangopoulos, 2013) έχουν τονίσει την επιρροή της κουλτούρας, των δικτύων, του εξωτερικού και εσωτερικού περιβάλλοντος στην εκκίνηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας του εθνοτικού επιχειρηματία και στην επιτυχία της επιχείρησής του.

Οι μελέτες αυτές (Barret και συν.,1996; Kloosterman και Rath, 2001; 2002; 2003; Volery, 2007; Nestorowicz, 2011; Pécoud, 2012; Aldrich, Howard E., και Roger Waldinger,

1990; Hatziprokopiou, και Frangopoulos, 2013; 2015) είναι αρκετά εκτενείς και τα κίνητρα συνδέεται άμεσα με την επιτυχία της επιχείρησης. Επομένως το πόσο αποφασιστικά επηρέασε τους εθνοτικούς επιχειρηματίες στην απόφασή τους για αυτο-απασχόληση και στην πορεία της επιχείρησής του, μπορεί να οδηγήσει σε κάποιο συμπέρασμα σχετικά με το πώς μπορεί να επηρεάσουν τα κίνητρα αυτά την επιτυχία της εθνοτικής επιχείρησης.

Από σχετικές έρευνες (Barret και συν., 1996; Kloosterman και Rath, 2001; 2002; 2003 Volery, 2007; Nestorowicz, 2011; Pécoud, 2012 Aldrich, Howard E., και Roger Waldinger, 1990; Hatziprokopiou, και Frangopoulos, 2013) έχει αποδειχθεί πως η ανάγκη εκκίνησης μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας αλλά και η επιτυχία της συνδέεται με την εθνοτική κοινότητα στην οποία ανήκουν οι επιχειρηματίες. Κάποιες θεωρίες όπως έχουν αναπτυχθεί σε προηγούμενα κεφάλαια υποστηρίζουν πως υπάρχει θετική σχέση μεταξύ καταγωγής π.χ. κινεζικής του ιδιοκτήτη και πορείας της επιχειρησιακής δραστηριότητας.

4.3. Υποθέσεις έρευνας

Οι ακόλουθες υποθέσεις εξετάζονται προκειμένου να εξεταστεί και να απαντηθεί το ερώτημα της παρούσας διπλωματικής έρευνας, ποια είναι δηλαδή τα κριτήρια επιτυχίας μιας επιχείρησης που ανήκει σε εθνοτική μειονότητα στην Ελλάδα.

- Η επιτυχία μιας εθνοτικής επιχείρησης βασίζεται σε κίνητρα «έλξης» και όχι «ώθησης».
- Η συμμετοχή της οικογένειας στη λειτουργία της επιχείρησης συμβάλλει θετικά στην επιτυχία των υπό εξέταση επιχειρήσεων.
- Οι ιδιοκτήτες των επιτυχημένων εθνοτικών επιχειρήσεων έχουν ορισμένα κοινά στοιχεία προσωπικότητας.

Υπόθεση1.

Η επιτυχία μιας εθνοτικής επιχείρησης βασίζεται σε κίνητρα «έλξης» και όχι «ώθησης».

Όπως έχει αναφερθεί και στη βιβλιογραφική ανασκόπηση, τα κίνητρα που παρακινούν το άτομο να ξεκινήσει τη δική του επιχείρηση ποικίλουν και μπορούν να ταξινομηθούν σε 2 κατηγορίες: «έλξης» και «ώθησης».

Επειδή τα κριτήρια αυτά είναι πολλά, έχει επιλεχθεί η αξιοποίηση και μετατροπή της προηγούμενης επαγγελματικής εμπειρίας σε επιχειρησιακή δραστηριότητα, σύμφωνα με την υπόθεση ότι παρακινούνται από κριτήρια έλξης.

Υπόθεση 2.

Η συμμετοχή της οικογένειας στη λειτουργία της επιχείρησης συμβάλλει θετικά στην επιτυχία των υπό εξέταση επιχειρήσεων.

Η υπόθεση αυτή θα εξετάσει μόνο τις επιχειρήσεις στις οποίες συμμετέχουν μέλη της οικογένειας του εθνοτικού επιχειρηματία. Έπειτα, θα εξεταστεί ο βαθμός στον οποίο οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες εξαρτώνται από τα μέλη της οικογένειας τους προκειμένου να διατηρηθεί η επιχείρηση ζωντανή και να αναπτυχθεί.

Υπόθεση 3.

Οι ιδιοκτήτες των επιτυχημένων εθνικών επιχειρήσεων έχουν ορισμένα κοινά στοιχεία προσωπικότητας.

Στα πλαίσια της ερευνητικής αυτής εργασίας η μελέτη των στοιχείων της προσωπικότητας που κάνουν έναν εθνικό επιχειρηματία επιτυχημένο θα βασιστεί στην ψυχολογική προσέγγιση της θεωρίας για την προσωπικότητα του επιχειρηματία και πιο συγκεκριμένα στο μοντέλο των “5 μεγάλων παραγόντων”.

Τα βασικά αυτά στοιχεία προσωπικότητας ερωτώνται απευθείας στους συμμετέχοντες, εάν πιστεύουν ότι τους εκφράζουν και τους χαρακτηρίζουν. Με τον τρόπο αυτό θα εξεταστεί ποιο/α από τα 5 στοιχεία προσωπικότητας είναι κοινό/ά μεταξύ των εθνικών ιδιοκτητών επιτυχημένων εθνικών επιχειρήσεων.

4.4. Μεθοδολογία της αποτίμησης του φαινομένου της Εθνοτικής Επιχειρηματικότητας

Εφόσον έχει αποτιμηθεί το υπό εξέταση φαινόμενο σε Ευρωπαϊκό και εγχώριο πλαίσιο σε συνδυασμό με την εξέλιξη του γενικότερου επιχειρησιακού και οικονομικού περιβάλλοντος και του φαινομένου της μετανάστευσης στην Ελλάδα, σε αυτήν την ενότητα θα εξεταστεί το φαινόμενο της εθνοτικής επιχειρηματικότητας στη Ελλάδα.

Με βάση τα ευρήματα της εκτεταμένης βιβλιογραφικής ανασκόπησης και προηγούμενων ερευνών αναπτύχθηκε ένα ερωτηματολόγιο που απευθύνεται άμεσα στον ιδιοκτήτη της εθνοτικής επιχείρησης. Στο πλαίσιο της έρευνας αυτής εθνοτική επιχείρηση θεωρείται εκείνη που ανήκει σε επιχειρηματία αλλοεθνούς καταγωγής και θεωρείται μειονότητα στη Ελλάδα, ανεξαρτήτως των προϊόντων ή υπηρεσιών της επιχείρησης ή της εθνικότητας των πελατών και των υπαλλήλων.

Χρησιμοποιήθηκε η ποιοτική προσέγγιση για την αποτίμηση της επιτυχίας των εθνοτικών επιχειρήσεων στην Ελλάδα. Η δομή της έρευνας αναλύεται ως ακολούθως:

Αρχικά, έγινε ετοιμασία των ερωτηματολογίων και διεξήχθη έρευνα με βάση τυχαία δειγματοληψία. Πραγματοποιήθηκε επίσκεψη σε εθνοτικές γειτονιές, όπου αναγνωρίστηκαν οι εθνοτικές επιχειρήσεις, με βάση την ονομασία, τις επιγραφές της επιχείρησης και των εξωτερικών χαρακτηριστικών των επιχειρηματιών. Έτσι, επιλέχθηκαν 23 επιχειρήσεις σε Αθήνα (13) και Θεσσαλονίκη (10) σε διάφορους τομείς. Τα ερωτηματολόγια παρουσιάζονται στο τέλος της εργασίας αυτής.

Πριν από κάθε συνέντευξη, οι συμμετέχοντες ενημερώθηκαν σχετικά με τη φύση της έρευνας, το σκοπό της συμμετοχής τους και την προοριζόμενη χρήση των πληροφοριών. Για την τόνωση της σχέσης με τους συμμετέχοντες και την ενθάρρυνση της από κοινού ανταλλαγής εμπειριών, όλοι οι συμμετέχοντες διαβεβαιώθηκαν για την εμπιστευτικότητα των δεδομένων τους και στην παρούσα έρευνα δε χρησιμοποιούνται αναγνωριστικά συγκεκριμένων τοποθεσιών ή προσωπικά στοιχεία. Οι συνεντεύξεις καταγράφηκαν με προσωπική συγκατάθεση των συμμετεχόντων. Κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων ελήφθησαν προσωπικές σημειώσεις για να περιγράψουν συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και να συμπληρωθούν περεταίρω πληροφορίες.

Η έρευνα διεξήχθη μέσω προσωπικών συνεντεύξεων, ερωτηματολογίων και παρατήρησης, συνδυασμός γνωστός ως τριγωνισμός. Οι ερωτήσεις και οι συνεντεύξεις απευθύνθηκαν στους ιδιοκτήτες των εθνικών επιχειρήσεων αυτοπροσώπως και διαχωρίζονται σε 4 βασικές κατηγορίες/ενότητες: τα δημογραφικά χαρακτηριστικά και τα στοιχεία της προσωπικότητας του μετανάστη επιχειρηματία, τα κίνητρα εκκίνησης της επιχειρησιακής τους δραστηριότητας, τα οικονομικά στοιχεία της επιχείρησή τους και τέλος το εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης.

Οι επιτόπιες επισκέψεις σε εθνικές επιχειρήσεις βοήθησαν στην απευθείας παρατήρηση της επιχειρησιακής δραστηριότητας, οι επιτόπιες συνεντεύξεις βοήθησαν και στους διάφορους γλωσσικούς φραγμούς.

Τέλος, έγινε η επεξεργασία των δεδομένων και η εξαγωγή των συμπερασμάτων που παρουσιάζονται παρακάτω.

4.5. Συλλογή των δεδομένων

Η διαδικασία πραγματοποιήθηκε με αυστηρά κριτήρια με σκοπό την καλύτερη συλλογή των δεδομένων. Συγκεκριμένα, οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν πρόσωπο με πρόσωπο με τους επιχειρηματίες της περιοχής με σκοπό την καθυσύχασή τους και την ελαχιστοποίηση της πίεσης και των προσωπικών ανησυχιών, όπως η διαβεβαίωσή τους πως τα στοιχεία δε θα δημοσιοποιηθούν αλλά θα χρησιμοποιηθούν ανώνυμα και αποκλειστικά για ερευνητικούς σκοπούς. Ακόμα, οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν στο χώρο της επιχείρησης του καθενός. Το οικείο περιβάλλον και η χαλαρή ατμόσφαιρα συμβάλλουν στην ενθάρρυνση των ερωτηθέντων να απαντούν με ειλικρίνεια και να είναι άνετοι. Πριν την πραγματοποίηση των συνεντεύξεων, έγινε γνωστό στους επιχειρηματίες πως το κέντρο της έρευνας είναι η διερεύνηση της επιλογής τους να γίνουν επιχειρηματίες, τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν με τη λειτουργία των επιχειρήσεων τους, οι στόχοι που έχουν θέσει και κατά πόσο τους έχουν πραγματοποιήσει καθώς και άλλα στοιχεία τα οποία θα παρουσιαστούν παρακάτω. Για τις ερωτήσεις οι οποίες απαιτούσαν έναν ιδιαίτερο τρόπο απάντησης, είχε προβλεφθεί η ύπαρξη πινάκων και η χρήση αριθμών, οι οποίοι δηλώνουν την προτεραιότητα προτίμησης για την κάθε απάντηση. Δεδομένων των παραπάνω, θεωρούμε πως η έρευνα έγινε όσο το δυνατόν πιο ορθά και οι συνεντευζιαζόμενοι απάντησαν με ειλικρίνεια και εντιμότητα.

4.5.1. Επιτόπια παρατήρηση

Τα σχόλια και οι παρατηρήσεις βοήθησαν στην καλύτερη κατανόηση αφενός της λειτουργίας της επιχείρησης και αφετέρου στα στοιχεία της προσωπικότητας του μετανάστη επιχειρηματία.

Ως προς τη επιχείρηση και την απόδοσή της παρατηρήθηκαν:

Η συχνότητα που οι πελάτες μπαίνουν στο κατάστημα κατά το χρονικό διάστημα παραμονής σε αυτό, το οποίο συνδέεται άμεσα με τις πωλήσεις της επιχείρησης, καθώς και με τη σύγκριση μεταξύ των ανταγωνιστών, τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των πελατών, εάν δηλαδή οι επιχειρήσεις στηρίζονται από μόνο ή κυρίως από ομοεθνείς.

Ως προς τα στοιχεία προσωπικότητας παρατηρήθηκαν:

Η αλληλεπίδραση του ιδιοκτήτη με τους πελάτες του, η συμπεριφορά του ιδιοκτήτη με τους υπαλλήλους του (σε περίπτωση που υπάρχουν υπάλληλοι)

Για τη μέτρηση των επιτυχημένων επιχειρηματιών υπάρχουν διάφορες μέθοδοι όπως το καθαρό κέρδος, ο δείκτης κυκλοφορούντων περιουσιακών στοιχείων, πωλήσεις. Στην έρευνα αυτή λόγω δυσκολίας πρόσβασης σε όλες αυτές τις πληροφορίες και δεδομένα, λόγω της διστακτικότητας και επιφυλακτικότητας των ερωτηθέντων, η επιτυχία των επιχειρήσεων θα κριθεί με βάση ποιοτικών χαρακτηριστικών.

Στα πλαίσια αυτής της έρευνας, επιτυχημένη θα θεωρηθεί η επιχείρηση που επιτυγχάνει τους στόχους της εκπληρώνοντας τα καθήκοντά της και τις ευθύνες της έναντι των ιδιοκτητών, των εργαζομένων, των πελατών, των μεσαζόντων και άλλων εταιρειών.

Επομένως, οι συνεντευξιαζόμενοι εθνοτικοί επιχειρηματίες θα ερωτηθούν εάν πιστεύουν πως η επιχείρησή τους έχει εκπληρώσει τους στόχους της. Για μια επιχείρηση η οποία λειτουργεί για ένα αρκετά μεγάλο διάστημα δηλαδή πάνω από 5 χρόνια, θεωρείται εύκολο από τον επιχειρηματία να έχει μια καθαρή εικόνα και εκτίμηση της πορείας της επιχείρησής του. Πιο συγκεκριμένα, εάν ο επιχειρηματίας λειτουργεί μια επιχείρηση πάνω από 5 χρόνια και δηλώσει πως έχει πετύχει το στόχο της, τότε θα θεωρηθεί επιτυχημένη.

Σε περιπτώσεις όπου η επιχείρηση λειτουργεί για λιγότερα χρόνια, εξετάστηκαν και άλλα στοιχεία προκειμένου να γίνει σωστή εκτίμηση της πορείας της επιχείρησης. Σε περιπτώσεις που η επιχείρηση λειτουργεί για λιγότερα χρόνια, θα εξεταστούν όλα τα παρακάτω μέσω μιας ανοιχτής συνέντευξης:

1. Τα μελλοντικά τους σχέδια.

Η εξέταση της επιτυχίας μια επιχείρησης θα γίνει μέσω ανοιχτού ερωτηματολογίου προκειμένου να εξεταστούν όλα τα ενδεχόμενα μελλοντικά σχέδια του εθνοτικού επιχειρηματία.

Σε περίπτωση που στα μελλοντικά σχέδια του ιδιοκτήτη είναι η επέκταση και ανάπτυξη της υπάρχουσας επιχείρησης, τότε αυτή θα θεωρηθεί επιτυχημένη. Για παράδειγμα, η πρόσληψη επιπλέον υπαλλήλων, επέκταση της επιχείρησης είναι κάποια πιθανά πλάνα σε περιπτώσεις επιτυχημένων επιχειρήσεων.

Σε περίπτωση που οι επιχειρηματίες δηλώσουν πως στοχεύουν να παραμείνει σταθερή η επιχείρησή τους, θα θεωρηθεί επιτυχημένη η επιχείρηση.

Στην αντίθετη όμως περίπτωση που μια επιχείρηση δε θα θεωρηθεί επιτυχημένη εάν ο ιδιοκτήτης της έχει πρόθεση να την πουλήσει- λόγω μη κερδοφορίας- ή να την κλείσει. Επίσης, η απόλυση υπαλλήλων είναι δείγματα επιχείρησης η οποία δεν αποδίδει ικανοποιητικά.

2. Η απόδοση σε σχέση με τον ανταγωνισμό

Επιτυχημένη θα θεωρηθεί και η επιχείρηση η οποία σύμφωνα με το τον ιδιοκτήτη της είναι πιο αποδοτική και κερδοφόρα σε σύγκριση με τον ανταγωνιστή της. Μέσω της επιτόπιας παρατήρησης η άποψη αυτή θα μπορεί να διασταυρωθεί.

3. Η ικανοποίηση του επιχειρηματία

Στο τέλος της ενότητας αυτών των ερωτήσεων οι επιχειρηματίες θα ερωτηθούν εάν είναι ικανοποιημένοι ή όχι με την απόδοση της επιχείρησής τους.

Το συμπέρασμα για το αν είναι επιτυχημένη ή όχι μια επιχείρηση η οποία λειτουργεί για λιγότερο από 5 χρόνια θα ληφθεί σε συνδυασμό όλων των παραπάνω ποιοτικών χαρακτηριστικών.

4.6. Αποτελέσματα και συζήτηση έρευνας

Το παρόν κεφάλαιο αποσκοπεί στην εξέταση των αποτελεσμάτων που συγκεντρώθηκαν από τα ερωτηματολόγια, τις συνεντεύξεις και την παρατήρηση με βάση το ερευνητικό πρόβλημα που αναφέρθηκε και θα συνεχίσει να απαντά στην ερώτηση της παρούσας έρευνας. Τα περιγραφικά στατιστικά στοιχεία παρακάτω θα δείξουν πώς οι πληροφορίες αναλύθηκαν και τα συμπεράσματα που αντλήθηκαν από αυτές.

Αρχικά, για την εξέταση των υποθέσεων της έρευνας θα πρέπει να χωρίσουμε το δείγμα μας σε δύο ομάδες, στις επιτυχημένες και τις λιγότερο επιτυχημένες επιχειρήσεις. Για το σκοπό αυτό οι επιχειρηματίες των οποίων η επιχείρηση λειτουργεί τουλάχιστον 5 χρόνια ερωτήθηκαν εάν έχουν επιτύχει τους στόχους που είχαν θέσει εκπληρώνοντας τα καθήκοντά τους και τις ευθύνες τους έναντι των ιδιοκτητών, των εργαζομένων, των πελατών, των μεσαζόντων και άλλων εταιρειών.

Από τις 23 (13 στην Αθήνα, 10 στην Θεσσαλονίκη) εθνοτικές επιχειρήσεις μόνο οι 2 λειτουργούν λιγότερο από 5 χρόνια. Η πλειοψηφία λοιπόν των εθνοτικών επιχειρηματιών λειτουργούν περισσότερα χρόνια από αυτά που έχουν τεθεί στα πλαίσια αυτής της έρευνας για την εξέταση της πραγματοποίησης των στόχων τους.

Πιο συγκεκριμένα το 80% των εθνοτικών επιχειρηματιών δήλωσε πως έχει πραγματοποιήσει τους στόχους που είχε θέσει τους στόχους που έχει θέσει για την επιχείρησή του. Επομένως, οι 4 εθνοτικές επιχειρήσεις που δήλωσαν πως στα 5 χρόνια λειτουργίας της επιχείρησής τους δεν έχουν πραγματοποιήσει τους στόχους τους κατατάσσονται στην ομάδα με τους λιγότερο επιτυχημένους επιχειρηματίες. Επομένως, το 20% των εθνοτικών επιχειρηματιών των οποίων η επιχείρηση λειτουργεί περισσότερο από 5 έτη δήλωσε πως δεν είναι καθόλου ικανοποιημένο από την πορεία της επιχείρησης και οι ιδιοκτήτες θεωρούν πως είναι λιγότερο κερδοφόρες οι επιχειρήσεις τους σε σύγκριση με τον ανταγωνισμό.

Τα παραπάνω συμπεράσματα εξακριβώθηκαν και από την επιτόπια παρατήρηση στις επιχειρήσεις, μέσω της οποίας παρατηρήθηκε η συχνότητα εισόδου πελατών στις παραπάνω επιχειρήσεις και το γενικότερο κλίμα σε αυτές. Αυτό που παρατηρήθηκε είναι η μειωμένη επισημότητα στα καταστήματα όπου οι επιχειρηματίες έχουν δηλώσει πως δεν είναι

ικανοποιημένη με την απόδοση της επιχείρησής τους, καθώς αυτή δεν έχει επιτύχει τους σκοπούς της.

Για την εξέταση του βαθμού επιτυχίας των επιχειρήσεων οι οποίες λειτουργούν λιγότερο από το πενταετές όριο που έχει τεθεί για τους σκοπούς της παρούσας έρευνας, οι εθνοτικοί ιδιοκτήτες ερωτήθηκαν για τα επαγγελματικά τους σχέδια. Πραγματοποιήθηκε δηλαδή μια ανοιχτή συζήτηση σχετικά με υποδείξει τις προσδοκίες των επιχειρηματιών για τις επιχειρήσεις τους αλλά και τα προβλήματα των επιχειρήσεών τους. Η συζήτηση περιλάμβανε ερωτήσεις σχετικά με το αν στοχεύουν να παραμείνει σταθερή η λειτουργία της επιχείρησης, εάν στοχεύουν στην ανάπτυξη και επέκταση της επιχείρησης (για παράδειγμα πρόσληψη προσωπικού) ή πώληση της επιχείρησης και επανεπένδυση ή τερματισμός της λειτουργίας της επιχείρησης λόγω μη ικανοποιητικών αποδοχών. Το αποτέλεσμα των απαντήσεων ως προς τα μελλοντικά τους σχέδια και το βαθμό ικανοποίησης τους για την απόδοση της επιχείρησής τους έδειξε πως και οι 2 εθνοτικοί επιχειρηματίες επιθυμούν να παραμείνει σταθερή η λειτουργία της επιχείρησής τους δηλώνοντας ταυτόχρονα απόλυτα ικανοποιημένοι με την απόδοσή της. Επομένως το 100% των εθνοτικών επιχειρηματιών των οποίων η επιχείρηση λειτουργεί λιγότερο από 5 έτη δηλώνει ικανοποιημένο με την από την πορεία της επιχείρησής τους. Επίσης, η ικανοποίηση αυτή πηγάζει και από το γεγονός πως οι ίδιοι οι ιδιοκτήτες θεωρούν πως οι επιχειρήσεις τους αποδίδουν καλύτερα από εκείνες των ανταγωνιστών τους.

Τα αποτελέσματα αυτά εξακριβώθηκαν και από την επιτόπια παρατήρηση, μέσω της οποίας διαπιστώθηκε υψηλή επισκεψιμότητα από πελάτες και ένα πολύ θερμό και ευχάριστο κλίμα.

Εν κατακλείδι, τα αποτελέσματα των δύο ομάδων με τους επιτυχημένους και τους λιγότερο επιτυχημένους εθνοτικούς επιχειρηματίες φαίνονται παρακάτω:

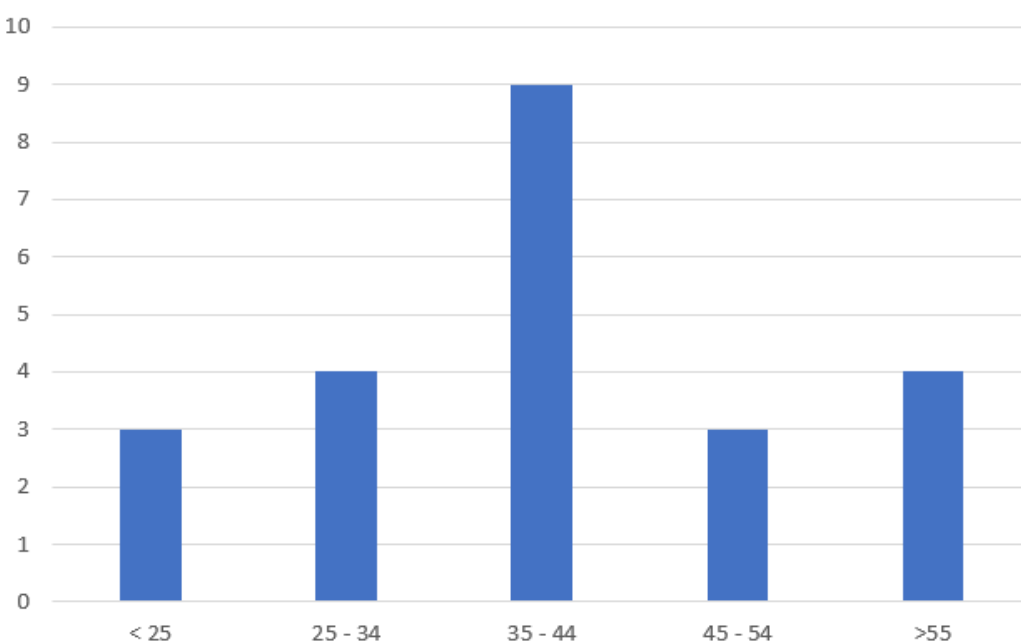
- Επιτυχημένοι Εθνοτικοί Επιχειρηματίες 82%
- Λιγότερο Επιτυχημένοι Εθνοτικοί Επιχειρηματίες 18%

4.6.1. Δημογραφικές πληροφορίες

Το δείγμα της παρούσας έρευνας είναι 23 εθνοτικοί επιχειρηματίες. Από τους 23 επιχειρηματίες οι 2 είναι γυναίκες και οι 21 είναι άνδρες. Το 40% (9 άτομα) των επιχειρηματιών ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα 35-46. Τρεις επιχειρηματίες ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα < 25 και ακόμη τρεις μεταξύ 45 – 54. Τέσσερις επιχειρηματίες ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα 45-54 και και ακόμη τέσσερις είναι ηλικίας πάνω των 55.

Τα αποτελέσματα απεικονίζονται στο παρακάτω γράφημα:

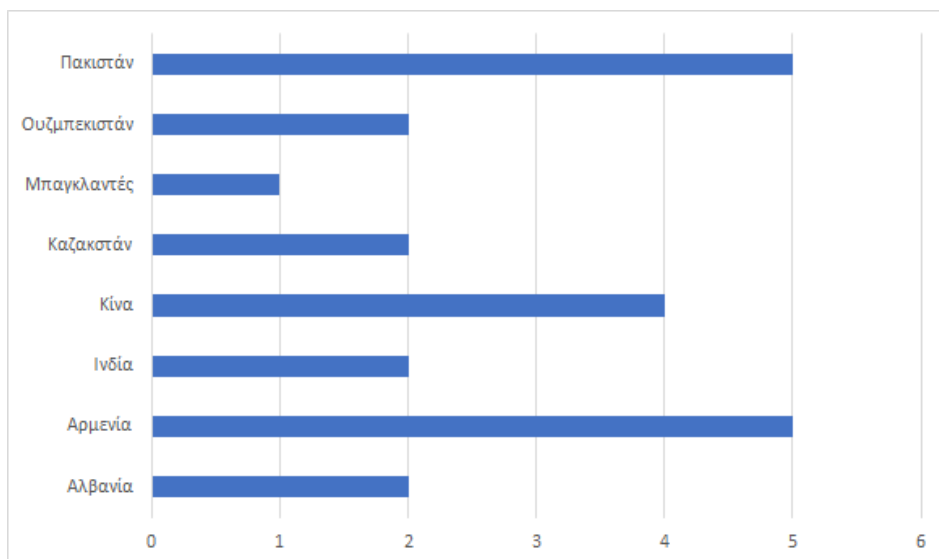
Γράφημα 3. Ηλικία των επιχειρηματιών



Όλο το δείγμα αποτελείται από μετανάστες πρώτης γενιάς και το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών κατάγονται από την Αρμενία (5 επιχειρηματίες) και το Πακιστάν (5 επιχειρηματίες). Ένας μόνο επιχειρηματίας προέρχεται από το Μπαγκλαντές επιχειρηματίες. Σύμφωνα λοιπόν, με τα στοιχεία της έρευνας οι εθνοτικοί επιχειρηματίες προέρχονται από χώρες της Νότιας Ασίας και τις χώρες της Πρώην Σοβιετικής Ένωσης.

Τα αποτελέσματα απεικονίζονται στο παρακάτω γράφημα:

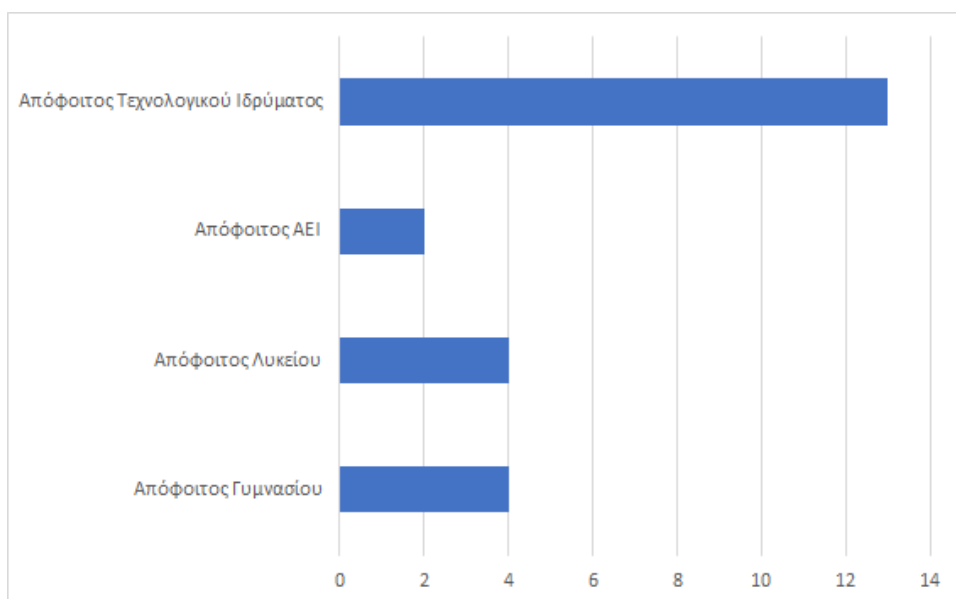
Γράφημα 4. Εθνικότητα των επιχειρηματιών



Οι συνεντευξιζόμενοι ρωτήθηκαν για το μορφωτικό τους επίπεδο και προέκυψε πως το 13 από αυτούς είναι απόφοιτοι Τεχνολογικού Ιδρύματος, δηλαδή σχεδόν το 60% των επιχειρηματιών. Συνολικά 8 επιχειρηματίες είναι απόφοιτοι Γυμνασίου και Λυκείου και μόνο 2 είναι απόφοιτοι ΑΕΙ.

Τα αποτελέσματα απεικονίζονται στο παρακάτω γράφημα:

Γράφημα 5. Μορφωτικό επίπεδο των επιχειρηματιών



Ο λόγος μετανάστευσης στην Ελλάδα φαίνεται να είναι κυρίως ένας, οι οικονομικοί λόγοι.

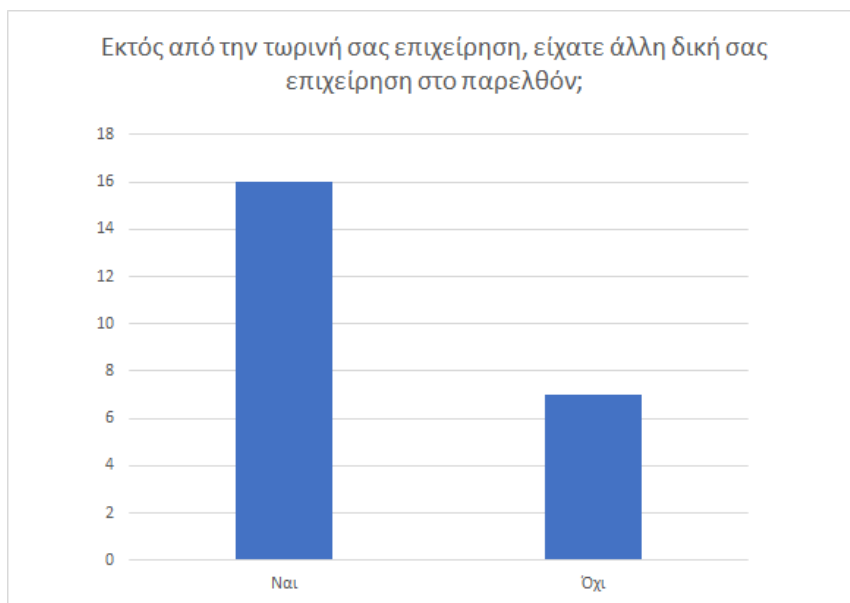
4.6.2. Στοιχεία επιχείρησης

Κατά μέσο όρο, οι επιχειρήσεις λειτουργούν 8 χρόνια στην Ελλάδα. Η νεότερη επιχείρηση έκανε έναρξη εργασιών πριν από 2 έτη και η παλαιότερη λειτουργεί 18 έτη.

Το 70% των ερωτηθέντων (16 επιχειρηματίες) δήλωσαν ότι οι επιχειρήσεις που κατέχουν σήμερα δεν είναι η πρώτη τους επιχείρηση, ενώ οι υπόλοιποι 7 επιχειρηματίες δήλωσαν πως η τωρινή τους επιχείρηση αποτελεί την πρώτη τους επιχειρηματική πρωτοβουλία. Από εκείνους που είχαν ήδη ξεκινήσει άλλη επιχείρηση παλαιότερα, το 95% των επιχειρηματιών δήλωσε πως η προηγούμενη επιχειρηματική τους δράση ήταν στη χώρα καταγωγής τους, ενώ μόνο ένας επιχειρηματίας δήλωσε πως η προηγούμενη του επιχείρηση βρισκόταν εκτός της Ελλάδας ή της χώρας καταγωγής του, πιο συγκεκριμένα δραστηριοποιούνταν στη Ρωσία.

Τα αποτελέσματα απεικονίζονται στο παρακάτω γράφημα:

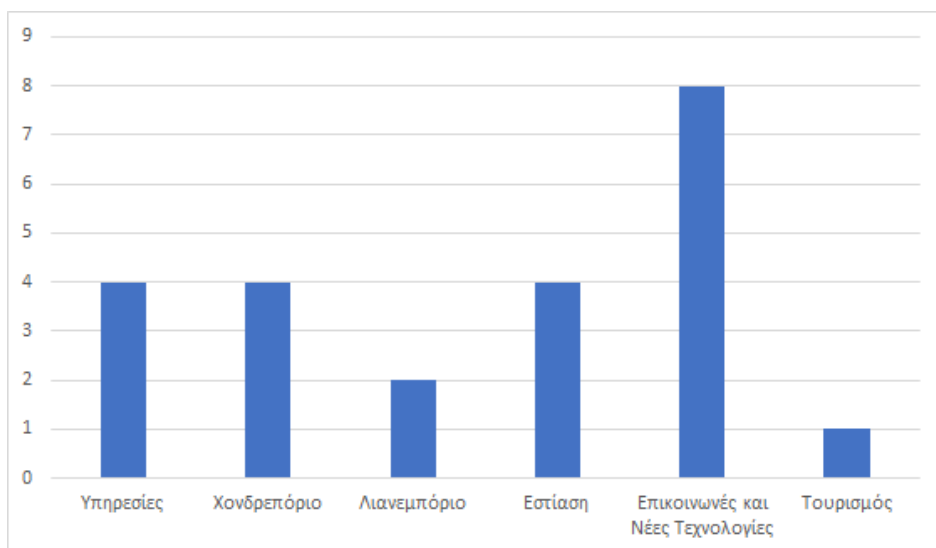
Γράφημα 6. Πόσοι από τους επιχειρηματίες ήταν ιδιοκτήτες άλλης επιχείρησης και στο παρελθόν



Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων (8) έχουν επιχειρήσεις που ανήκουν στον τομέα των Επικοινωνιών και Νέων Τεχνολογιών, ακολουθούν η Προσφορά Υπηρεσιών, το Χονδρεμπόριο και η Εστίαση (από 4 επιχειρηματίες ο κάθε κλάδος). Δυο μόνο επιχειρηματίες βρέθηκαν να απασχολούνται με το λιανεμπόριο και μόνο ένας είναι ιδιοκτήτης Τουριστικής επιχείρησης.

Τα αποτελέσματα απεικονίζονται στο παρακάτω γράφημα:

Γράφημα 7. Τομέας επιχειρηματικής δραστηριότητας των επιχειρήσεων



4.6.3. Πώς οι ερωτώμενοι έγιναν επιχειρηματίες

Το 95% των εθνοτικών επιχειρηματιών ίδρυσαν τις επιχειρήσεις τους, ενώ μόνο ένας την κληρονόμησε. Δεν υπάρχει λοιπόν, καμία περίπτωση από τους εθνοτικούς επιχειρηματίες που να εργάστηκε στην επιχείρηση για να κερδίσει ίδια κεφάλαια, είτε για να γίνει συνέταιρος με σκοπό αργότερα να την αγοράσει. Στη μοναδική περίπτωση όπου ο επιχειρηματίας κληρονόμησε την επιχείρησή του όταν ερωτήθηκε κατά πόσο μοιάζει η τωρινή επιχείρηση σε σύγκριση με το πως ήταν όταν την παρέλαβε, απάντησε πως την έχει ανανεώσει αρκετά.

4.6.4. Μέλη της οικογένειας που συμμετέχουν στην επιχείρηση

Οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να αξιολογήσουν το βαθμό στον οποίο τα μέλη της οικογένειας βοηθούν στη λειτουργία της επιχείρησης τους σε κλίμακα από 1 έως 5, όπου 1 διαφωνούσε έντονα (δε βοηθάνε καθόλου) και 5 συμφωνούσε έντονα (βοηθάνε πάρα πολύ). Η δειγματοληπτική δοκιμή πραγματοποιήθηκε έναντι του μέσου σημείου της κλίμακας (3). Η μηδενική υπόθεση για το βαθμό βοήθειας ήταν ότι οι ερωτηθέντες ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν με αυτή (μέσο όρο του χαρακτηριστικό = 3) και η εναλλακτική υπόθεση ήταν ότι οι ερωτηθέντες είτε συμφωνούν είτε διαφωνούν. Εμφανίζονται τα αποτελέσματα παρακάτω:

Πίνακας 7. Συμμετοχή μελών της οικογένειας στην επιχείρηση επιτυχημένων και λιγότερο επιτυχημένων εθνοτικών επιχειρηματιών.

		Σύνολο	Μέση τιμή	t	Τιμή σημαντικότητας
Συμμετοχή μελών της οικογένειας στην επιχείρηση	Επιτυχημένοι	19	3,5	0,41	0,68
	Λιγότερο επιτυχημένοι	4	2,6		

Συμπερασματικά δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά, σε επίπεδο σημαντικότητας 0,05, ανάμεσα στην επιτυχία μιας εθνοτικής επιχείρησης και στη συμμετοχή των μελών της οικογένειας στην επιχείρηση. Επομένως, δε μπορούμε να απορρίψουμε τη μηδενική υπόθεση.

Αξίζει να αναφερθεί πως το 60,8% των επιχειρηματιών δήλωσε πως τα μέλη της οικογένειάς τους συμμετέχουν στη λειτουργία της επιχείρησης και το υπόλοιπο 39,2% δήλωσε ότι τα μέλη της οικογένειά τους δεν συμμετέχουν στην επιχείρησή τους. Πιο συγκεκριμένα οι επιχειρηματίες κινεζικής καταγωγής απασχολούν μέλη της οικογένειάς τους στην επιχείρηση.

Όλοι οι Κινέζοι επιχειρηματίες δήλωσαν πως εξαρτώνται μετρίως από τα μέλη της οικογένειας τους για τη διαχείριση της επιχείρησης τους.

Όλοι οι επιχειρηματίες αρμενικής, ινδικής και αλβανικής καταγωγής δήλωσαν πως η οικογένειά τους, τους βοηθούν στην επιχείρηση. Στην περίπτωση των Αρμενίων αυτοί δήλωσαν πως εξαρτώνται πλήρως, ενώ οι Αλβανοί και οι Ινδοί επιχειρηματίες δήλωσαν πως εξαρτάται αρκετά από τα μέλη της οικογένειάς του στη λειτουργία της επιχείρησης.

Ενώ ένας μόνο επιχειρηματίας με καταγωγή από το Καζακιστάν δήλωσε πως εξαρτάται λίγο από την οικογένειά του.

Πίνακας 8. Ποσοστά και συχνότητα συμμετοχής μελών της οικογένειας στην επιχείρηση επιτυχημένων και λιγότερο επιτυχημένων εθνοτικών επιχειρηματιών.

		Επιτυχημένοι		Λιγότερο Επιτυχημένοι		Σύνολο	
		συχνότητα	ποσοστό	συχνότητα	ποσοστό	συχνότητα	ποσοστό
Συμμετοχή οικογένειας	όχι	7	37%	2	50%	9	39%
	ναι	12	63%	2	50%	14	61%
Σύνολο		19		4		23	

Η επιτυχημένη ομάδα των ερωτηθέντων ανέφερε υψηλότερη συμμετοχή της οικογένειας (63%) σε σύγκριση με τους λιγότερο επιτυχημένους επιχειρηματίες, όπου το αντίστοιχο ποσοστό είναι 50%.

Έτσι, τα δεδομένα δείχνουν ότι οι πιο επιτυχημένες επιχειρήσεις εθνοτικών μειονοτήτων έχουν υψηλό επίπεδο οικογενειακής συμμετοχής.

Τώρα που υπάρχει άμεσος σύνδεσμος μεταξύ αυτών των μεταβλητών θα πρέπει να μελετήσουμε το επίπεδο συμμετοχής των μελών της οικογένειας σε σχέση με το επίπεδο επιτυχίας των εθνοτικών επιχειρήσεων.

Πίνακας 9. Βαθμός εξάρτησης από τα μέλη της οικογένειας για τη λειτουργία της επιχείρησης επιτυχημένων και λιγότερο επιτυχημένων εθνοτικών επιχειρηματιών

		Επιτυχημένοι		Λιγότερο Επιτυχημένοι		Σύνολο	
		συχνότητα	ποσοστό	συχνότητα	ποσοστό		
Εξάρτηση	καθόλου	7	37%	3	75%	10	43%
	λίγο	0	0%	1	25%	1	4%
Σύνολο	μέτρια	4	21%	0	0%	4	17%
	πολύ	4	21%	0	0%	4	17%
	πάρα πολύ	4	21%	0	0%	4	17%
		19		4		23	

Τα αποτελέσματα δείχνουν πως η ομάδα των λιγότερο επιτυχημένων εθνοτικών επιχειρηματιών δεν εξαρτάται καθόλου από την οικογενειακή βοήθεια για τη λειτουργία της επιχείρησής τους, με ποσοστό 75% σε σύγκριση με το 37% της ομάδας με τους επιτυχημένους επιχειρηματίες.

Η επιτυχημένη ομάδα ανέφερε υψηλότερα την εξάρτηση από την οικογενειακή βοήθεια για τη λειτουργία της επιχείρησης (21%) από ότι οι επιχειρηματίες της λιγότερο επιτυχημένης ομάδας (0%).

Επιπλέον, τα δεδομένα δείχνουν θετική συσχέτιση μεταξύ της συμμετοχής της οικογένειας στην επιχείρηση και του σημαντικού βαθμού εξάρτησης της οικογένειας στη λειτουργία αλλά και επιτυχία αυτών των επιχειρήσεων.

4.6.5. Κίνητρα / αιτίες εκκίνησης επιχειρηματικής δραστηριότητας

Προκειμένου να αξιολογηθούν οι αιτίες εκκίνησης της επιχειρηματικής δραστηριότητας των εθνοτικών επιχειρηματιών καταγράφονται οι απόψεις του δείγματος $n=23$ και η απόκριση στις ερωτήσεις σημειώνεται σε μία κλίμακα 5 χαρακτηρισμών τα οποία αποτυπώνονται με βάση την κλίμακα Likert. Οι επιμέρους χαρακτηρισμοί συντίθενται από δύο αντίρροπες κατευθύνσεις μεταβολής (καθόλου – πάρα πολύ). Η δειγματοληπτική δοκιμή πραγματοποιήθηκε έναντι του μέσου σημείου της κλίμακας (3) για κάθε ένα κριτήριο. Η μηδενική υπόθεση για κάθε χαρακτηριστικό ήταν ότι οι ερωτηθέντες ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν με το χαρακτηριστικό (μέσο όρο του χαρακτηριστικού = 3) και η εναλλακτική υπόθεση ήταν ότι οι ερωτηθέντες είτε συμφωνούν είτε διαφωνούν.

Πραγματοποιήθηκαν επομένως ανεξάρτητες δειγματοληπτικές δοκιμές για να εκτιμηθεί εάν υπάρχει σημαντική διαφορά μεταξύ των κινήτρων για την έναρξη μιας επιχείρησης για επιτυχημένους εθνοτικούς επιχειρηματίες σε σχέση με τους λιγότερο επιτυχημένους. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται παρακάτω:

Πίνακας 10. Κίνητρα έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας επιτυχημένων και λιγότερο επιτυχημένων εθνοτικών επιχειρηματιών

		Σύνολο	Μέση τιμή	t	Τιμή σημαντικότητας
ανεξαρτησία (μοναδικό αφεντικό του εαυτού μου)	Επιτυχημένοι	19	1,4	0,45	0,66
	Λιγότερο επιτυχημένοι	4	1,2		
ανάγκη για επίτευγμα	Επιτυχημένοι	19	2,6	0,9	0,4
	Λιγότερο επιτυχημένοι	4	2		
σχετική γνώση	Επιτυχημένοι	19	4,8	3,7	0,01
	Λιγότερο επιτυχημένοι	4	1,75		
απόκτηση πλούτου και εξουσίας	Επιτυχημένοι	19	4	2,8	0,07
	Λιγότερο επιτυχημένοι	4	2		
προσωπικοί στόχοι	Επιτυχημένοι	19	2,6	1	0,35
	Λιγότερο επιτυχημένοι	4	1,75		
μη ικανοποιητικές αποδοχές	Επιτυχημένοι	19	1,7	-0,2	0,98
	Λιγότερο επιτυχημένοι	4	1,75		
ανεργία	Επιτυχημένοι	19	2,1	1,2	0,2
	Λιγότερο επιτυχημένοι	4	1,5		
Διακρίσεις/ ρατσισμός στην αγορά εργασίας	Επιτυχημένοι	19	1,3	-0,9	0,44
	Λιγότερο επιτυχημένοι	4	1,75		
δυσκολία πρόσβασης στην αγορά εργασίας (λόγω γλώσσας, θρησκείας, μορφωτικού επιπέδου)	Επιτυχημένοι	19	2,4	1,9	0,07
	Λιγότερο επιτυχημένοι	4	1,5		

Η μόνη σημαντική διαφορά που υπάρχει ανάμεσα στις δύο ομάδες είναι πως οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες δήλωσαν πως το γεγονός ότι είχαν σχετική γνώση πάνω στο αντικείμενο επιχειρησιακής τους δραστηριότητας, είτε επειδή άσκησαν το ίδιο επάγγελμα ως υπάλληλοι είτε είχαν και παλαιότερα παρόμοια επιχείρηση ήταν σημαντικό κριτήριο για την εκκίνηση της τωρινής επιχείρησης. Αυτό συμβαίνει διότι η τιμή σημαντικότητας (p-value) είναι μικρότερη από την τιμή 0,05 (επίπεδο σημαντικότητας) επομένως δε μπορούμε να δεχτούμε την μηδενική υπόθεση.

Συμπερασματικά υπάρχει σημαντική διαφορά ανάμεσα στην επιτυχία μιας εθνοτικής επιχείρησης και στην ύπαρξη σχετικής γνώσης του αντικειμένου.

Παρατηρείται επίσης πως οι λιγότερο επιτυχημένοι επιχειρηματίες συμφώνησαν με το αίτιο των μη ικανοποιητικών αποδοχών στην προηγούμενη εργασία τους και την ύπαρξη του ρατσισμού περισσότερο από τους επιτυχημένους επιχειρηματίες. Αυτό συμβαίνει λόγω της αρνητικής τιμής t.

4.6.6. Χαρακτηριστικά στοιχεία προσωπικότητας

Οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να αξιολογήσουν κατάλογο προσωπικών χαρακτηριστικών (5 big personality dimension) σε κλίμακα από 1 έως 5, όπου 1 διαφωνούσε έντονα και 5 συμφωνούσε έντονα. Η δειγματοληπτική δοκιμή πραγματοποιήθηκε έναντι του μέσου σημείου της κλίμακας (3) για κάθε ένα χαρακτηριστικό γνώρισμα. Η μηδενική υπόθεση για κάθε χαρακτηριστικό ήταν ότι οι ερωτηθέντες ούτε συμφωνούν ούτε διαφωνούν με το χαρακτηριστικό (μέσο όρο του χαρακτηριστικού = 3) και η εναλλακτική υπόθεση ήταν ότι οι ερωτηθέντες είτε συμφωνούν είτε διαφωνούν.

Διεξήχθη ανεξάρτητο t-test για να εκτιμηθεί το επίπεδο σημαντικότητας μεταξύ των προσωπικών χαρακτηριστικών των υπο-εξέταση επιχειρηματιών σε σύγκριση με τους λιγότερο επιτυχημένους. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται παρακάτω:

Πίνακας 11. Στοιχεία προσωπικότητας επιτυχημένων και λιγότερο επιτυχημένων εθνοτικών επιχειρηματιών.

		Σύνολο	Μέση τιμή	Τυπική α πόκλιση	t	Τιμή σημαντι κότητας
ανάγκη για επίτευξη	επιτυχημένοι	19	2.2	1.27	-0,82	0.46
	λιγότερο επιτυχημένοι	4	3	1.83		
ανάγκη για αυτονομία	επιτυχημένοι	19	2.3	0.75	0,71	0.52
	λιγότερο επιτυχημένοι	4	2	0.82		
πλήρης έλεγχος	επιτυχημένοι	19	1.6	1.07	0,24	0,82
	λιγότερο επιτυχημένοι	4	1.5	1		
διάθεση για ανάληψη ρίσκου	επιτυχημένοι	19	2.1	0.81	-0,22	0,84
	λιγότερο επιτυχημένοι	4		1.26		
			2.25			

αποφασιστικότητα	επιτυχημένοι	19	3.4	1.17	4,56	0,00
	λιγότερο επιτυχημένοι	4	1.75	0.50		

Μια αρνητική τιμή t δείχνει ότι οι λιγότερο επιτυχημένοι επιχειρηματίες συμφωνούν με τα χαρακτηριστικά περισσότερο από τους επιτυχείς και μια θετική τιμή t δείχνει ότι η επιτυχής συμφωνούν περισσότερο από ό, τι λιγότερο επιτυχημένη.

Μια τιμή p μικρότερη από 0,05 δείχνει ότι η διαφορά μεταξύ των επιτυχημένων εθνοτικών επιχειρηματιών και λιγότερο επιτυχημένων είναι σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5% και μια τιμή p μεγαλύτερη από 0,05 υποδεικνύει ότι η διαφορά δεν είναι σημαντική.

Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι οι λιγότερο επιτυχημένοι επιχειρηματίες επιθυμούν να παίρνουν μεγάλο ρίσκο περισσότερο από τους επιτυχημένους επιχειρηματίες.

Παρόλα αυτά, παρατηρείται πως δεν υπάρχει σημαντική διαφορά μεταξύ της σημασίας που αποδίδεται στα περισσότερα στοιχεία προσωπικότητας μεταξύ των επιτυχημένων και των λιγότερο επιτυχημένων επιχειρηματιών, καθώς οι περισσότερες τιμές p των δοκιμών t ήταν μεγαλύτερες από 0,05. Υποδηλώνοντας ότι το οι ερωτηθέντες δεν ήταν σίγουροι για αυτά τα χαρακτηριστικά.

Οι ερωτηθέντες συμφώνησαν με το χαρακτηριστικό αποφασιστικότητα εφόσον είναι το μοναδικό χαρακτηριστικό που έχει p -value του t -test μικρότερο από 0,05. Αυτό σημαίνει ότι η μηδενική υπόθεση είναι απορρίφθηκε υπέρ της εναλλακτικής υπόθεσης σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Το μοναδικό στοιχείο προσωπικότητας λοιπόν, είναι η αποφασιστικότητα και εφόσον παίρνει θετική τιμή, αυτό σημαίνει πως είναι το μοναδικό χαρακτηριστικό που ξεχωρίζει και επομένως καθιστά τους εθνοτικούς επιχειρηματίες επιτυχημένους.

4.7. Συμπεράσματα

Οι υποθέσεις που εξετάστηκαν στο πλαίσιο της παρούσας διπλωματικής έρευνας, είχαν ως στόχο να βρεθούν οι παράγοντες επιτυχίας των επιχειρήσεων που ανήκουν σε εθνοτικές μειονότητες στην Ελλάδα. Για τους σκοπούς της παρούσας διπλωματικής εργασίας εξετάστηκαν οι παρακάτω ερευνητικές υποθέσεις:

- Η επιτυχία μιας εθνοτικής επιχείρησης βασίζεται σε κίνητρα «έλξης» και όχι «ώθησης».
- Η συμμετοχή της οικογένειας στη λειτουργία της επιχείρησης συμβάλλει θετικά στην επιτυχία των υπό εξέταση επιχειρήσεων.
- Οι ιδιοκτήτες των επιτυχημένων εθνοτικών επιχειρήσεων έχουν ορισμένα κοινά στοιχεία προσωπικότητας.

Μέσω ερωτηματολογίου συλλέχθηκαν πληροφορίες για τα ερωτήματα που προκύπτουν από τις παραπάνω υποθέσεις.

Τα δεδομένα δείχνουν ότι οι πιο επιτυχημένες επιχειρήσεις εθνοτικών μειονοτήτων έχουν υψηλό επίπεδο οικογενειακής συμμετοχής και υψηλότερο βαθμό εξάρτηση από την οικογενειακή βοήθεια για την εκτέλεση της επιχείρησης από ό, τι οι επιχειρηματίες της λιγότερο επιτυχημένης ομάδας. Τα δεδομένα λοιπόν, δείχνουν τη θετική συσχέτιση μεταξύ της συμμετοχής της οικογένειας στην επιχείρηση και του σημαντικού βαθμού εξάρτησης της οικογένειας που στη λειτουργία αλλά και επιτυχία αυτών των επιχειρήσεων.

Επομένως, ένα στοιχείο της επιτυχίας των εθνοτικών μειονοτήτων στην Ελλάδα είναι η συμμετοχή της οικογένειας στη λειτουργία της επιχείρησης. Όσο πιο πολύ βοηθούν τα μέλη μιας οικογένειας στην επιχείρηση τόσο πιο πετυχημένη θα είναι αυτή η συλλογική προσπάθεια.

Εκείνο λοιπόν, που θα μπορούσαν να κάνουν οι εθνοτικοί επιχειρηματίες ώστε να αυξήσουν τα έσοδα της επιχείρησης στη σημερινή ελληνική οικονομία είναι να επιτρέψουν τα μέλη της οικογένειάς τους να συμμετέχουν στην επιχείρηση.

Ως προς τα στοιχεία προσωπικότητας, τα δεδομένα δείχνουν πως μοναδικό χαρακτηριστικό που ξεχωρίζει και επομένως καθιστά τους εθνοτικούς επιχειρηματίες επιτυχημένους είναι η αποφασιστικότητα. Όλοι επιχειρηματίες δήλωσαν πως πιστεύουν στις δυνάμεις και τις ικανότητές

τους και πως αυτά τα στοιχεία τους βοήθησαν να πετύχουν ως επιχειρηματίες. Το στοιχείο αυτό της προσωπικότητας, η αποφασιστικότητα και η εμπιστοσύνη στον εαυτό τους φάνηκε πως είναι κάτι έμφυτο.

Η αποφασιστικότητα αφορά τους ίδιους και είναι ένας παράγοντας και αποτελεί χαρακτηριστικό «εσωτερικού επικέντρου ελέγχου». Αυτό σημαίνει πως οι εθνοτικοί επιχειρηματίες είναι άτομα που πιστεύουν πως οι ίδιοι έχουν στα χέρια τους τον έλεγχο των γεγονότων της ζωής του. Βλέπουν δηλαδή, τον εαυτό τους υπεύθυνο για τα αποτελέσματα των πράξεών τους. Πιστεύουν ότι ελέγχουν την τύχη τους και αυτό το αίσθημα εμπιστοσύνης στις δικές τους δυνάμεις φαίνεται να τους οδηγεί στην επίτευξη των στόχων τους. Επομένως, λόγω της μεγάλης εσωτερικής δύναμης που διαθέτουν, η επιτυχία είναι στο χέρι τους και δεν βασίζονται σε εξωτερικούς παράγοντες. Βασιζόμενοι μόνο στην εσωτερική τους δύναμη, δε θεωρούν πως πρέπει να έχουν τον απόλυτο έλεγχο των πραγμάτων.

Επίσης, παρατηρείται, πως ενώ οι λιγότερο επιτυχημένοι επιχειρηματίες επιθυμούν να παίρνουν μεγάλο ρίσκο, σε μια πετυχημένη εθνοτική επιχείρηση, ο ιδιοκτήτης της είναι μετριοπαθής, καθώς δε θέλει να παίρνει μεγάλο ρίσκο. Θεωρεί πως εάν βασιστεί στις δυνάμεις του θα καταφέρει να διατηρήσει μια καλή επιχείρηση, χωρίς να χρειαστεί να πάρει κάποιο μεγάλο ρίσκο. Πράγμα που φαίνεται και να έχει αποτέλεσμα.

Επιπλέον, η επιτυχία μιας εθνοτικής επιχείρησης στην Ελλάδα, φαίνεται από τα δεδομένα πως βασίζεται σε κριτήρια έλξης, καθώς με την εξέταση των αιτιών εκκίνησης επιχειρηματικής δραστηριότητας, διαπιστώθηκε πως οι επιτυχημένοι εθνοτικοί επιχειρηματίες διέθεταν ήδη μια σχετική γνώση πάνω στο αντικείμενο της τωρινής τους επιχειρησιακής τους δραστηριότητας, είτε λόγω άσκησης του ίδιου επαγγέλματος ως υπάλληλοι στο παρελθόν, είτε επειδή είχαν παλαιότερα παρόμοια επιχείρηση.

Φαίνεται λοιπόν, να μην τους έχουν επηρεάσει αρνητικοί εξωτερικοί παράγοντες, παράγοντες “ώθησης”, στο να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση.

Εφόσον λοιπόν, όταν ερωτήθηκαν για τα κίνητρα που ξεκίνησαν την επιχείρησή τους, δεν τους επηρέασε σημαντικά κανένας εξωτερικός παράγοντας, ίσως σημαίνει πως οι μετανάστες επιχειρηματίες δεν έχουν ενεργό συμμετοχή στην πολιτική της Ελλάδας. Φαίνεται λοιπόν, να

αποστασιοποιούνται από την ευρύτερη κοινότητα της χώρας υποδοχής, όπως έχουν παρατηρήσει και οι Kloosterman και Rath (2002).

Αυτό που επίσης, παρατηρήθηκε σχετικά με τις γειτονίες που δραστηριοποιούνται οι εθνοτικοί επιχειρηματίες, επιβεβαιώνει τις έρευνες των Kloosterman και Rath (2002, 2003) στις Ευρωπαϊκές χώρες, καθώς οι επιχειρήσεις αυτές συνεχίζουν να βρίσκονται σε υποανάπτυκτες γειτονίες. Για παράδειγμα, οι εθνοτικές επιχειρήσεις που εξετάστηκαν στην Αθήνα βρίσκονται στην Ομόνοια και το Μεταξουργείο και της Θεσσαλονίκης βρίσκονται στην οδό Μοναστηρίου και στον Βαρδάρη. Αυτές λοιπόν, οι γειτονίες ήταν παραμελημένες από τους ντόπιους γηγενείς πληθυσμούς και τους επιχειρηματίες και έτσι μετανάστες εκμεταλλεύτηκαν την ευκαιρία να ξεκινήσουν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα σε και μεν υποβαθμισμένες περιοχές, αλλά πολύ κεντρικά σημεία των δυο μεγάλων πόλεων της χώρας.

Με την επίσκεψη στις εθνοτικές επιχειρήσεις στις περιοχές αυτές, είναι αδιαμφισβήτητη η έντονη παρουσία των εθνοτικών ομάδων. Γεγονός που επιβεβαιώνεται και από τις έρευνες των Kloosterman και Rath (2002, 2003) και τις θεωρίες των Zhou. (2004). Όπως αναφέρει και ο Zhou (2004) ενώ οι επιχειρήσεις αυτές μπορεί να επικεντρώνονται σε κόγχες αγοράς, βασίζονται περισσότερο στο ανθρώπινο κεφάλαιο τους παρά στους εθνοτικούς πόρους και εξυπηρετούν την μη εθνοτική αγορά και να μη βασίζονται τόσο πολύ στις εθνοτικές τους ομάδες. Αυτό φαίνεται να ισχύει και στην περίπτωση των εθνοτικών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα. Από την επίσκεψη και την παραμονή στις επιχειρήσεις αυτές, κατά τη διάρκεια της συνέντευξης, παρατηρήθηκε πως οι πελάτες που εξυπηρετούσαν οι επιχειρηματίες ήταν μόνο ελληνικής καταγωγής.

Αυτό αποδεικνύει αρχικά την αποδοχή των εθνοτικών επιχειρήσεων από τους γηγενείς πληθυσμούς αλλά και το γεγονός ότι οι εθνοτικοί επιχειρηματίες δε βασίζονται ή δεν έχουν μόνο ομοεθνείς πελάτες. Εφόσον γίνουν αποδεκτοί από τους ιθαγενείς, η επιχείρησή τους μπορεί να θεωρηθεί βιώσιμη και αργότερα να επεκταθεί σε αγορές υψηλότερης δυναμικής (Waldinger και συν. 2000) και εφόσον δε βασίζονται μόνο στους ομοεθνείς πελάτες μπορούν να κάνουν πιο ανταγωνιστικές τις επιχειρήσεις τους.

Κατά συνέπεια, θα μπορούσαμε να δεχτούμε τον όρο της εθνοτικής επιχείρησης έτσι όπως διατυπώνεται από τον Zhou (2004), πως είναι δηλαδή οι επιχειρηματίες που ενώ μπορεί να

ξεκινούν από μια “εθνοτική” επιχείρηση αργότερα καταφέρνουν να εξελιχθούν ασκώντας μια επιτυχημένη επιχειρηματική δραστηριότητα, όπου όμως η εθνικότητα είναι μόνο ένα πιθανό και όχι απαραίτητο στοιχείο της επιχείρησής τους.

Κατ’ επέκταση, αναπτύσσεται έντονος ανταγωνισμός των εθνοτικών επιχειρήσεων και όχι μόνο στα συγκεκριμένα εθνοτικά πλαίσια. Οι εθνοτικές επιχειρήσεις στη Ελλάδα φαίνεται πως έχουν αρχίσει να έχουν σημαντικό ρόλο στην εγχώρια οικονομία, καθώς συναλλάσσονται επιχειρηματικά τόσο με εθνοτικούς αλλά και με γηγενείς πληθυσμούς.

Απ’ όλα τα παραπάνω καθώς και από τις συνεντεύξεις πως οι εθνοτικές επιχειρήσεις στην Ελλάδα ενώ έχουν εγκατασταθεί σε υποανάπτυκτες περιοχές τις χώρες, έχουν καταφέρει να αναπτυχθούν, να γίνουν αποδεκτές από τους ντόπιους κατοίκους της χώρας, να συναλλάσσονται επιχειρηματικά με γηγενείς πληθυσμούς και μην περιορίζονται μόνο σε ομοεθνείς πελάτες.

Τα δύο πιο σημαντικά στοιχεία της επιτυχίας ενός εθνοτικού επιχειρηματία είναι η αποφασιστικότητά τους και η συμμετοχή της οικογένειάς του στην επιχείρηση, ενώ φαίνεται στην αρχή τουλάχιστον της εγκατάστασής τους στην Ελλάδα να έχουν αποστασιοποιηθεί από την πολιτική και κοινωνική συμμετοχή της χώρας υποδοχής.

4.7.1. Συνεισφορά της έρευνας

Μέσα από αυτή τη μελέτη υπήρξε μια συμβολή στο πεδίο της επιχειρηματικότητας και των μεταναστών στην Ελλάδα σε συγκεκριμένα στοιχεία όπως:

- Ο ρόλος και η επίδραση που έχουν τα μέλη της οικογένειας στην επιτυχία του εθνοτικού επιχειρηματία την Ελλάδα
- Πως τα δημογραφία στοιχεία, η εκπαίδευση, τα κίνητρα των εθνοτικών επιχειρηματιών να ξεκινήσουν μια επιχείρηση συμβάλλουν στην επιτυχία της επιχείρησής τους.
- Τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας αυτών των εθνοτικών επιχειρηματιών και το πώς επιδρούν στην ικανότητά τους να οργανώσουν μια επιτυχημένη επιχείρηση.

4.7.2. Προτάσεις για περαιτέρω έρευνα

Μέσα από την παρούσα έρευνα προέκυψαν κάποια νέα ζητήματα που αφορούν την εθνική επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα. Θα πρέπει λοιπόν, να διεξαχθούν περαιτέρω έρευνες στους ακόλουθους τομείς:

- Περαιτέρω έρευνα πρέπει να γίνει ώστε να απαντηθεί το ερώτημα εάν θα μπορούσαν οι εθνικές επιχειρήσεις στην Ελλάδα να γίνουν αποδεκτές από τους ντόπιους εάν αυτές εγκαθίστανται σε ανεπτυγμένες, κεντρικές περιοχές της χώρας.
- Περαιτέρω έρευνα πρέπει να γίνει σε ποιοτική μορφή για να επιτευχθεί μεγαλύτερη γνώση του επιχειρηματία και του τρόπου διοίκησης της επιχείρησής του.
- Περαιτέρω έρευνα πρέπει να γίνει σχετικά με τη γυναικεία επιχειρηματικότητα σε εθνικές επιχειρήσεις στην Ελλάδα.

Βιβλιογραφία

Ελληνική

Αμίτσης Γ., Λαζαρίδη Γ., 2001, Νομικές και κοινωνικοπολιτικές διαστάσεις τηςμετανάστευσης στην Ελλάδα, Αθήνα, Παπαζήσης.

Ζαφειρόπουλος. 2015. Πως γίνεται μια ποιοτική έρευνα, Εκδόσεις Κριτική, β' έκδοση, Αθήνα

Ι. Χασσίδ και Α. Καραγιάννης. 1999. Η επιχειρηματικότητα στην ελληνική οικονομία: Οικονομική και κοινωνική προσέγγιση. Interbooks. Αθήνα

ΙΟΒΕ. 2019. Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2018-2019.

Καβουνίδη Τζ.. 2002. Χαρακτηριστικά μεταναστών: Το ελληνικό Πρόγραμμα νομιμοποίησης του 1998. Αθήνα. Σάκκουλας.

Καραγιάννης, Α.Δ. 1994. Οι βάσεις της Επιχειρηματικής Επιτυχίας. Αθήνα: εκδόσεις Interbooks

Καραμπελιάς, Γ. 2015. Παγκοσμιοποίηση και μετανάστευση. Η Ελλάδα ανάμεσα στο μεταναστευτικό και τη δημογραφική κατάρρευση. Αθήνα : Εναλλακτικές Εκδόσεις.

Κωνσταντίνος Μπουρλετίδης. 2005. Επιχειρηματικότητα και κοινωνία. Επιθεώρηση Οικονομικών Επιστημών. Τεύχος 8. 191-212. Αθήνα.

Λαζαρίδη, Γ. - Αμίτσης, Γ. 2001. Νομικές και κοινωνικοπολιτικές διαστάσεις της μετανάστευσης στην Ελλάδα. Παπαζήση. Αθήνα.

Μαρβάκης, Αθ.-Παρασάνογλου Δ.-Παυλου Μ. 2001. Μετανάστες στην Ελλάδα. Ελληνικά Γράμματα. Αθήνα.

Μουσούρου, Λ. 1991. Μετανάστευση και Μεταναστευτική Πολιτική στην Ελλάδα και στην Ευρώπη. GUTENBERG. Αθήνα

Πέκκα - Οικονόμου Β., Χατζηδημητρίου Ι. 2017. Επιχειρηματικότητα και μικρές επιχειρήσεις. Αθήνα: Rosili.

Πετράκης, Π., 2004. Επιχειρηματικότητα. Εκδόσεις Πανεπιστημίου Αθηνών.

Υπουργείο Μεταναστευτικής Πολιτικής. Ιούνιος 2018. Εθνική Στρατηγική για την Ένταξη.

Χατζηπροκοπίου, Π., & Φραγκόπουλος, Γ. 2016. Αντιμέτωποι με την κρίση: προκλήσεις για τη μεταναστευτική επιχειρηματικότητα στην Αθήνα σε μια εποχή ύφεσης και λιτότητας. Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών, pp. 29-59.

Χριστόπουλος Δ. 2008. Το ανομολόγητο ζητημάτων μειονοτήτων στην Ελλάδα. α' έκδοση. Αθήνα: Κριτική

Ξενόγλωσση

Aldrich, Howard E., and Roger Waldinger. 1990. Ethnicity and Entrepreneurship. *Annual Review of Sociology*.

Baycan-Levent, T. and Nijkamp, P. 2009. Characteristics of migrant entrepreneurship in Europe. *Entrepreneurship and Regional Development*.

Bonacich, E. 1973. A theory of middleman minorities. *American Sociological Review*.

Borooah, V.K and Hart, M. 1999, Factors affecting self-employment among Indian and black Caribbean men in Britain, *Small Business Economics*.

Bridge, S., O'Neill, K. and Cromie, S. 2003. *Understanding Enterprise, Entrepreneurship and Small Business*, Second Edition, Basingstoke: Palgrave Macmillan

Cavounidis, J., 2006. Labour market impact of migration: employment structures and the case of Greece. *International Migration Review*.

Felicitas Hillmann, 2000. Redistributing the cake? Ethnicisation processes in the Berlin food sector, Academia.edu.

Furnivall, J. 1944. Netherlands India: A Study of Plural Economy, Cambridge: Cambridge University press.

G.A. Antonopoulos, J. Winterdyk, 2006. The Smuggling of Migrants in Greece: An Examination of its social organization. *European Journal of Criminology*. vol. 3, no 4.

Halkias, D., Harkiolakis, N., Thurman, P., Rishi, M., Economou, L., Caracatsanis, S. M. and Akrivos, P.D. 2009. Economic and social characteristics of Albanian Immigrant Entrepreneurship in Greece. *Journal of Developmental Entrepreneurship*.

Hatziprokopiou, P. and Frangopoulos, Y. 2013. Immigrants' entrepreneurship in Greece at times of crisis: ambivalent paths and the persistence of institutional barriers. In Ramadani V., Schneider R.C. (ed.), *Entrepreneurship in the Balkans: Diversity, support and prospects*. Heidelberg & New York: Springer.

Hatziprokopiou P., Labrianidis L. 2005. "The Albanian migration cycle: migrants tend to return to their country of origin after all". In: King R., Mai N. and Schwandner-Sievers S. (eds.) *The new Albanian migration*. Sussex Academic Press, Brighton.

Kandylis, G. and Kavoulakos, K.I. 2011. Framing urban inequalities: racist mobilization against immigrants in Athens. *The Greek Review of Social Research*, 136, C', Athens: EKKE

Kloosterman, R. and Rath, J. 2003. Introduction. In Kloosterman R., Rath J. (eds), *Immigrant Entrepreneurs: Venturing Abroad in the Age of Globalisation* (pp. 1-16). Oxford: Berg.

Kloosterman, R. and Rath, J. 2001. Immigrant Entrepreneurs in Advanced Economies: Mixed Embeddedness Further Explored. *Journal of Ethnic and Migration Studies*.

Light, I. and Gold, S.J. 1999. *Ethnic Economies*. San Diego: Academic Press.

Light, Min Zhou, and Rebecca Kim. 2002. Transnationalism and American Exports in an English-Speaking World. *The International Migration Review*.

Light, I., & Bonacich, E. W., Immigrant entrepreneurs Koreans in Los Angeles. Berkeley and Los Angeles University of California Press, 1988, pp 18-19, (Google books)

Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. 1996. Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *The Academy of Management Review*.

Maloutas, Th. 2004. Segregation and residential mobility: spatially entrapped social mobility and its impact on segregation in Athens. *European Urban & Regional Studies*.

Mingione, E. 1995. «Labour market segmentation and informal work in Southern Europe», *European Urban and Regional Studies*.

Piperopoulos, P. 2010. Ethnic minority businesses and immigrant entrepreneurship in Greece. *Journal of Small Business and Enterprise Development*.

Piperopoulos, P. and Ikonomu, Th. 2007. Entrepreneurship in ethnic groups. *International Journal of Business and Globalisation*.

Portes, Alejandro, Luis Eduardo Guarnizo, and William J. Haller. 2002. "Transnational Entrepreneurs: An Alternative Form of Immigrant Economic Adaptation." *American Sociological Review*.

Portes and Min Zhou, Self-Employment and the Earnings of Immigrants. 1996. *American Sociological Review*

Skandalis, K. S. 2012. Immigration and Entrepreneurial Diversification in Contemporary Greece. *Mediterranean Quarterly*.

Stevenson H.H. and Jarillo J.C. 1990. A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*, Vol. 11

Volery, T. (2007). Ethnic entrepreneurship: A theoretical framework. In Dana L.P. (ed.), *Handbook of research on ethnic minority entrepreneurship: a co-evolutionary view on resource management* (pp. 30-41). Cheltenham: Edward Elgar.

Waldinger, R., Aldrich, R., Ward, R., Associates 1990. Ethnic Entrepreneurs. Immigrant business in industrial societies. Newbury Park: Sage.

Werbner, P. 1999. What Colour "Success"? Distorting Value in Studies of Ethnic Entrepreneurship. The Sociological Review.

Wilson, K. L. and Portes, A. 1980. An analysis of the Labor Market Experiences of Cubans in Miami. The American Journal of Sociology.

Williams, A Class Anthropology and the Race to Nation Across Ethnic Terrain, Annual Review of Anthropology.

Zhou. 2009. Contemporary Chinese America: Immigration, Ethnicity, and Community Transformation. Temple University Press.

Zhou. 1996. "Self-Employment and the Earnings of Immigrants." American Sociological Review 61.

Zhou, 1992. Chinatown, The Socio-Economic Potential of an Urban Enclave. Philadelphia, PA: Temple University Press.

Ιστότοποι

https://www.researchgate.net/publication/222552011_Prior_Family_Business_Exposure_as_Intergenerational_Influence_and_Entrepreneurial_Intent_A_Theory_of_Planned_Behavior_Approach

https://www.researchgate.net/publication/225799881_Parental_Role_Models_and_the_Decision_to_Become_Self-Employed_The_Moderating_Effect_of_Personality

https://www.researchgate.net/publication/229763098_The_Family_and_the_Firm_A_Coevolutionary_Perspective

<https://www.researchgate.net/publication/228270788> The Established and the Newcomers
What Makes Immigrant and Women Entrepreneurs so Special

<https://www.researchgate.net/publication/237360637> ' Who Is an Entrepreneur Is the Wrong Question

<https://www.researchgate.net/publication/233604498> Ethnic Minority Graduate Entrepreneurs
in the UK Characteristics Motivation and Access to Finance

<https://www.researchgate.net/publication/235265215> Ethnic minority businesses and immigrant entrepreneurship in Greece

www.researchgate.net/publication/36397502 Ethnic Entrepreneurship A Theoretical Framework

<https://www.sev.org.gr/tomeis-drason/tomeas-viomichanias-anaptyxiakon-politikon-diktyon/ mesaies-kai-mikres-epicheiriseis/>

<https://www.researchgate.net/publication/235937889> The Role of Entrepreneurship Education in the Entrepreneurial Process

<https://www.researchgate.net/publication/299562692> Kumar Munish Explaining entrepreneurial success A conceptual model Academy of Entrepreneurship Journal 131 2007 57

<https://www.researchgate.net/publication/320183810> E 'metanasteutike krise' sten Ellada tes oikonomikes ypheses Anazetontas ena neo plaisio gia ten prosengise tou phainomenou

Παράγοντες Επιτυχίας Εθνοτικής Επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα

Ποιοι είναι οι παράγοντες που συμβάλλουν στην επιτυχία των επιχειρήσεων που ανήκουν σε εθνοτικές μειονότητες στην Ελλάδα

1. Εθνικότητα *

2. Ηλικία *

<25

26-34

35-46

45-54

>55

3. Φύλο *

Γυναίκα

Άνδρας

Άλλο: _____

4. Τομέας επιχειρηματικής δραστηριότητας *

- εστίαση
- χονδρεμπόριο
- λιανεμπόριο
- επικοινωνίες και νέες τεχνολογίες
- τουρισμός
- Υπηρεσίες

5. Μορφωτικό επίπεδο

- απόφοιτος γυμνασίου
- απόφοιτος λυκείου απόφοιτος
- ΑΕΙ
- απόφοιτος τεχνολογικού ιδρύματος
- Άλλο: _____

6. Κίνητρα μετανάστευσης

- οικονομικά
- πολιτικά
- κοινωνικά
- θρησκευτικά
- Επιχειρηματικά
- Ανήκω σε δεύτερη γενιά μεταναστών
- _____

7. Εκτός από την τωρινή σας επιχείρηση, είχατε άλλη δική σας επιχείρηση στο παρελθόν? *

ναι

όχι

8. Εκτός από την τωρινή σας επιχείρηση, είχατε άλλη δική σας επιχείρηση στο παρελθόν? *

ναι

όχι

9. Εάν είχατε και παλιότερα δική σας επιχείρηση, που βρισκόταν αυτή?

στην Ελλάδα

στη χώρα καταγωγής μου

Άλλο: _____

10. Εάν συνεχίζεται την οικογενειακή σας επιχείρηση, πόσο μοιάζει η επιχείρησή σας σήμερα σε σύγκριση με όταν την αναλάβατε?

1 2 3 4 5

καθόλου ίδια πάρα πολύ ίδια

11. Πόσα χρόνια λειτουργεί η επιχείρησή σας?

Κίνητρα / αιτίες εκκίνησης επιχειρηματικής δραστηριότητας:

Σημειώστε πόσο σημαντικό ήταν το καθένα από αυτά τα κριτήρια στην απόφασή σας να ιδρύσετε τη δική σας επιχείρηση.

12. Ανάγκη ανεξαρτησίας (μοναδικό αφεντικό του εαυτού μου) *

	1	2	3	4	5	
καθόλου σημαντικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	πολύ σημαντικό

13. Η εκμετάλλευση της σχετικής γνώσης και των δεξιοτήτων μου *

	1	2	3	4	5	
καθόλου σημαντικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	πολύ σημαντικό

14. Η επιθυμία απόκτησης πλούτου και εξουσίας *

	1	2	3	4	5	
καθόλου σημαντικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	πολύ σημαντικό

15. Οι μη ικανοποιητικές αποδοχές από τη μισθωτή εργασία *

	1	2	3	4	5	
καθόλου σημαντικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	πολύ σημαντικό

16. Η δυσκολία πρόσβασης στην αγορά εργασίας (λόγω γλώσσας, θρησκείας, μορφωτικού επιπέδου) *

	1	2	3	4	5	
καθόλου σημαντικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	πολύ σημαντικό

17. Η ανάγκη για επίτευγμα *

	1	2	3	4	5	
καθόλου σημαντικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	πολύ σημαντικό

18. Η ανάγκη εκπλήρωσης προσωπικών μου στόχων και προσδοκιών

	1	2	3	4	5	
καθόλου σημαντικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	πολύ σημαντικό

19. Ανεργία *

	1	2	3	4	5	
καθόλου σημαντικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	πολύ σημαντικό

20. Διακρίσεις/ ρατσισμός στην αγορά εργασίας *

	1	2	3	4	5	
καθόλου σημαντικό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	πολύ σημαντικό

21. Πόσα άτομα από την οικογένεια σας απασχολούνται στην επιχείρησή σας? *

22. Πόσο σας βοηθάνε τα μέλη της οικογένειάς σας στην επιχείρησή σας?

	1	2	3	4	5	
καθόλου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	πάρα πολύ

23. Ποιά είναι τα μελλοντικά σας σχέδια για την επιχείρησή σας? *

- να παραμείνει σταθερή
- ανάπτυξη και επέκταση της επιχείρησης τερματισμός
- λειτουργίας ή πώληση της επιχείρησης Άλλο:
-

24. Ποια από τα παρακάτω χαρακτηριστικά σας εκφράζει? *

Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.

- είμαι αποφασιστικός
- έχω ανάγκη για επίτευξη (θέλω να πετύχω κάτι σημαντικό στη ζωή μου) μου
- αρέσει να παίρνω μεγάλο ρίσκο
- είμαι αυτονομός/η
- μου αρέσει να έχω τον έλεγχο

25. Τι πιστεύετε πως σας έχει βοηθήσει να πετύχετε ως επιχειρηματίας? *

Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.

- οι οικονομικοί μου πόροι η
- οικογένειά μου
- η τοποθεσία της επιχείρησης
- το αντικείμενο και ο κλάδος της επιχείρησης μου η
- εθνικότητά μου
- η θρησκεία μου
- η ξενική προφορά μου
- οι γνωριμίες μου στην Ελλάδα
- Οι επαφές μου/ συνεργασία με επιχειρήσεις / προμηθευτές από τη χώρα καταγωγής μου

Άλλο: _____