



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΣΤΕΛΕΧΗ (Ε-ΜΒΑ)**

Διπλωματική Εργασία

**«Η ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΟ ΣΥΓΧΡΟΝΟ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ»**

Σπυριδοπούλου Ι. Παρασκευή

Πειραιάς, 2011

Η ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΟ ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Σπυριδοπούλου Ι. Παρασκευή

Σημαντικοί όροι: Επιχειρηματικότητα, Γυναίκα, Ελλάδα, Κίνητρα, Εμπόδια

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η σπουδαιότητα της γυναικείας επιχειρηματικότητας για την ανάπτυξη των εθνικών οικονομιών και την εθνική οικονομική μεγέθυνση έχει αναδειχθεί από πολλές μελέτες παγκοσμίως. Στην Ελλάδα τα τελευταία δύο με τρία χρόνια λόγω του εξαιρετικά ασθενούς οικονομικού κλίματος που επικρατεί η ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας αποτελεί από τις πιο σημαντικές πρωτοβουλίες που έχει αναλάβει η χώρα τα τελευταία χρόνια, προκειμένου να βοηθήσει στην ανάπτυξη του εμπορίου και στην επιτάχυνση των ρυθμών της επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Κύριος στόχος της παρούσας εργασίας είναι να περιγράψει και να παρουσιάσει τις πτυχές και τους προσδιοριστικούς παράγοντες της προσπάθειας δημιουργίας μιας νέας επιχείρησης ή την επέκταση μιας υφιστάμενης επιχείρησης από γυναίκες και κυρίως στον ελλαδικό χώρο, μέσω της συλλογής τόσο πρωτογενών (διεξαγωγή έρευνας με την χρήση ερωτηματολογίου) όσο και δευτερογενών (βιβλιογραφία) δεδομένων.

Τα αποτελέσματα καταδεικνύουν ότι η ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας στο σύγχρονο οικονομικό περιβάλλον της Ελλάδας ακολουθεί το υπόδειγμα υστέρησης που εμφανίζει στους περισσότερους τομείς η ελληνική οικονομία έναντι των άλλων ανεπτυγμένων χωρών. Άλλωστε η έννοια της γυναικείας επιχειρηματικότητας αποτελεί την ευαίσθητη πτυχή της ελληνικής οικονομίας καθώς μόλις τις τελευταίες δεκαετίες έχει επιτευχθεί μια ουσιαστική αναγνώριση και αναβάθμιση του ρόλου της γυναίκας.

**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΣΤΕΛΕΧΗ (E-MBA)**

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

«Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, στην Διοίκηση Επιχειρήσεων για Στελέχη: E-MBA» με τίτλο «Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στο Σύγχρονο Οικονομικό Περιβάλλον της Ελλάδας» έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και στο σύνολο της. Δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού 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 διπλωματικής εργασίας, αναφέρονται στο σύνολο 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 του πτυχίου μου».

Υπογραφή Μεταπτυχιακής φοιτήτριας:

Όνοματεπώνυμο: ΣΠΥΡΙΔΟΠΟΥΛΟΥ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ

Ημερομηνία: 1/12/2011

Ευχαριστώ θερμά,

Την καθηγήτρια μου κ. Β. Πέκκα – Οικονόμου για την ευγενική της συνεργασία κατά την διάρκεια εκπόνησης της διπλωματικής μου εργασίας

την οικογένεια μου για την πολύτιμη συμπαράσταση της κατά την διάρκεια των σπουδών μου

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΡΡΑΙΑ

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1.1.: Εξέλιξη βασικών δεικτών επιχειρηματικότητας (% πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών	7
Πίνακας 1.2.: Εξέλιξη βασικών δεικτών επιχειρηματικότητας (% πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών	8
Πίνακας 2.1.: Διάρθρωση επίδοξων και νέων επιχειρηματιών ανά φύλο	17
Πίνακας 2.2.: Συνολική απασχόληση και γυναικεία απασχόληση στην Ελλάδα ανά κλάδο το 2005	24
Πίνακας 4.1.: Ηλικιακή κατανομή επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατά φύλο	46
Πίνακας 4.2.: Ηλικιακή κατανομή καθιερωμένης επιχειρηματικότητας κατά φύλο	47
Πίνακας 4.3.: Κατάσταση απασχόλησης ανάλογα με το επίπεδο εκπαίδευσης το 2005	49

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 1.1.: Ποσοστιαία κατανομή της επιχειρηματικής δραστηριότητας στις χώρες καινοτομίας κατά τομέα 2009	11
Διάγραμμα 2.1.: Μέσος όρος τετραετίας 2003-2006	20
Διάγραμμα 2.2.: Κατανομή της γυναικείας επιχειρηματικότητας κατά είδος δραστηριότητας	26
Διάγραμμα 3.1.: Καινοτομία και επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανδρών και γυναικών	32
Διάγραμμα 3.2.: Καινοτομία και καθιερωμένη επιχειρηματικότητα ανδρών και γυναικών	33
Διάγραμμα 3.3.: Νέες τεχνολογίες και επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων κατά φύλο	35
Διάγραμμα 3.4.: Νέες τεχνολογίες και καθιερωμένη επιχειρηματικότητα κατά φύλο	36
Διάγραμμα 3.5.: Ένταση ανταγωνισμού και επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανδρών και γυναικών	39
Διάγραμμα 3.6.: Ένταση ανταγωνισμού και καθιερωμένη επιχειρηματικότητα ανδρών και γυναικών	39
Διάγραμμα 4.1.: Εισοδηματικό επίπεδο και επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων κατά φύλο	50
Διάγραμμα 4.2.: Εισοδηματικό επίπεδο και καθιερωμένη επιχειρηματικότητα κατά φύλο	51

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περίληψη

Ευχαριστίες

Κατάλογος Πινάκων

Κατάλογος Διαγραμμάτων

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Κεφάλαιο 1: ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	1
1.1. Εισαγωγή Κεφαλαίου	1
1.2. Η έννοια της Επιχειρηματικότητας	1
1.3. Τα Κίνητρα για την Ανάληψη Επιχειρηματικότητας	4
1.4. Η Εξέλιξη των Βασικών Δεικτών Επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα	6
1.5. Τα Ποιοτικά Χαρακτηριστικά της Επιχειρηματικότητας	8
1.6. Η Κλαδική Διάσταση της Επιχειρηματικότητας	10
1.7. Επίλογος Κεφαλαίου	11
Κεφάλαιο 2: ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	15
2.1. Εισαγωγή Κεφαλαίου	15
2.2. Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα	15
2.3. Σύγκριση Επιχειρηματικότητας Ανδρών - Γυναικών	16
2.4. Τα Κίνητρα της Επιχειρηματικότητας των Γυναικών	18
2.5. Ανασταλτικοί Παράγοντες Παράγοντες Ανάπτυξης Γυναικείας Επιχειρηματικότητας	20
2.6. Η Κλαδική Διάσταση της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας	23
2.7. Επίλογος Κεφαλαίου	26
Κεφάλαιο 3: ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΕΛΛΗΝΙΔΩΝ	30
3.1. Εισαγωγή Κεφαλαίου	30
3.2. Καινοτομικότητα	30
3.3. Τεχνολογική Αναβάθμιση	33
3.4. Ανταγωνισμός	36
3.5. Θέσεις Εργασίας	40
3.6. Επίλογος Κεφαλαίου	41
Κεφάλαιο 4: ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΔΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ	46
4.1. Εισαγωγή Κεφαλαίου	46
4.2. Ηλικιακή Κατανομή	46
4.3. Επίπεδο Μόρφωσης	48
4.4. Οικογενειακό Εισόδημα	50
4.5. Γνώσεις - Ικανότητες - Φόβος Αποτυχίας	51
4.6. Οικογενειακή Κατάσταση	53
4.7. Επίλογος Κεφαλαίου	59

Κεφάλαιο 5: ΚΛΑΔΙΚΗ ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΕΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	64
5.1. Εισαγωγή Κεφαλαίου	64
5.2. Νομική Μορφή	64
5.3. Η Επιχειρηματική Δράση των Γυναικών στις Αγροτικές Περιοχές	65
5.4. Γυναικείοι Συνεταιρισμοί	69
5.5. Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα σε άλλους Κλάδους Οικονομικής Δραστηριότητας	72
5.6. Επίλογος Κεφαλαίου	77
Κεφάλαιο 6: ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΝΙΧΥΣΗΣ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	81
6.1. Εισαγωγή Κεφαλαίου	81
6.2. Φορείς και Υπηρεσίες Υποστήριξης της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας	81
6.3. Προγράμματα και Δράσεις Ενίσχυσης της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας	87
6.4. Επίλογος Κεφαλαίου	90
Κεφάλαιο 7: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ – ΠΑΡΑΘΕΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	92
7.1. Εισαγωγή Κεφαλαίου	92
7.2. Μεθοδολογία Έρευνας	92
7.3. Παράθεση Αποτελεσμάτων Έρευνας	94
7.4. Σχολιασμός Αποτελεσμάτων Έρευνας	114
7.5. Προτεινόμενες Πολιτικές και Μέτρα Ενίσχυσης της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας	119
ΕΠΙΛΟΓΟΣ	125
Βιβλιογραφία	

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στις περισσότερες ανεπτυγμένες χώρες, υπάρχει ένα ευδιάκριτο χάσμα μεταξύ της αντιπροσώπευσης των γυναικών στο συνολικό εργατικό δυναμικό και της αντιπροσώπευσης τους σε θέσεις διοίκησης. Συγκεκριμένα, στην Ευρώπη το ποσοστό των γυναικών που ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα είναι πολύ μικρότερο από το ποσοστό των γυναικών στο εργατικό δυναμικό. Για παράδειγμα, στη Μεγάλη Βρετανία, ενώ το 44% του ανθρώπινου δυναμικού είναι γυναίκες, μόλις το 15% ασκεί επιχειρηματική δραστηριότητα. Τις τελευταίες δεκαετίες η συμμετοχή των γυναικών παρουσιάζει συνεχώς αυξανόμενη δυναμική, καθώς μόνο την περίοδο 2000 – 2005 οι γυναίκες κατέλαβαν το 85% των νέων θέσεων εργασίας, με ταυτόχρονη αύξηση της εκπροσώπησης τους σε επαγγέλματα και ειδικότητες όπου παραδοσιακά κυριαρχούσαν οι άνδρες. Παρ' όλα αυτά, υπάρχει μακρύς ακόμα δρόμος έως ότου οι γυναίκες να εξασφαλίσουν επαρκή συμμετοχή στην επιχειρηματική δραστηριότητα.

Η συμμετοχή των γυναικών στον επιχειρηματικό τομέα εξακολουθεί να είναι χαμηλή, ακόμη και σε χώρες με υψηλό μορφωτικό επίπεδο και οικονομική ανάπτυξη. Το γεγονός αυτό παραμένει στην κορυφή της ατζέντας όλων των πολιτικών, κοινωνικών και οικονομικών φορέων στις προηγμένες χώρες, καθώς συνεπάγεται ελλιπή αξιοποίηση ταλέντων και κατασπατάληση ανθρώπινου δυναμικού. Μια δίκαιη και δημιουργική κοινωνία δεν μπορεί να αποθαρρύνει την ισότιμη συμμετοχή όλων των μελών της στις ευκαιρίες επαγγελματικής εξέλιξης και οφείλει να παραμερίζει όσα εμπόδια παρουσιάζονται ως αποτέλεσμα στερεότυπων αντιλήψεων.

Το δημογραφικό πρόβλημα στην Ευρώπη και η γήρανση του πληθυσμού δημιουργούν στα κράτη την επιτακτική ανάγκη να χρησιμοποιήσουν το ταλέντο όλων ανεξαιρέτως των εργαζομένων τους, χωρίς την παρεμβολή προκαταλήψεων και διακρίσεων. Ωστόσο, και παρά το γεγονός ότι οι γυναίκες στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες αποτελούν τουλάχιστον το 50% των αποφοίτων πανεπιστημίου, υπάρχουν ακόμα σημαντικά εμπόδια και αρνητικά στερεότυπα που συνοδεύουν τις γυναίκες και καθιστούν την επαγγελματική τους ζωή και εξέλιξη δύσκολη.

Τα εμπόδια που εμφανίζονται στη σταδιοδρομία των γυναικών είναι πολλά και έχουν πολλές μορφές. Η αποτελεσματική αντιμετώπιση τους βασίζεται στην ανάλυση των αιτιών, διότι έτσι μόνο θα γίνουν κατανοητές οι ρίζες του προβλήματος και θα βρεθούν λύσεις που να ανταποκρίνονται στην ένταση και στην έκταση των δυσκολιών.

Ως εκ τούτου θα πρέπει να σημειωθεί πως βασικός σκοπός της παρούσας εργασίας, είναι η ανάλυση των χαρακτηριστικών και των δεδομένων της γυναικείας επιχειρηματικότητας στις μέρες μας, καθώς επίσης και των παραγόντων εκείνων που επηρεάζουν τους καταναλωτές στην απόφασή τους για αγορά κάποιων αγαθών και υπηρεσιών. Επιπλέον, στα κεφάλαια που περιλαμβάνονται, παρουσιάζονται η λειτουργία των επιχειρήσεων, ο τρόπος που αυτές διοικούνται κυρίως από τις γυναίκες καθώς και τα βασικά χαρακτηριστικά τους στον Ελλαδικό χώρο και στην εγχώρια αγορά. Όλα αυτά αποτελούν σημεία έρευνας της παρούσας εργασίας, τα συμπεράσματα της οποίας θα βοηθήσουν στην καλύτερη κατανόηση των αντιδράσεων του επιχειρηματικού αλλά και καταναλωτικού κόσμου ως προς την γυναικεία επιχειρηματικότητα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο – ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

1.1. Εισαγωγή Κεφαλαίου

Βασικό αντικείμενο μελέτης στο συγκεκριμένο κεφάλαιο, αποτελεί η μελέτη και ανάλυση των βασικών εννοιών της επιχειρηματικότητας στις μέρες μας και οι οποίες έννοιες σχετίζονται με τα κίνητρα τα οποία προσφέρονται αντίστοιχα σε πολίτες – εμπόρους για δραστηριοποίηση τους στο χώρο του εμπορίου και σε συνδυασμό με τα ποιοτικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας. Επίσης, αναλύεται η εξέλιξη των βασικών δεικτών της επιχειρηματικότητας αλλά και ποια τα ποιοτικά χαρακτηριστικά που αναφέρονται σε συνδυασμό με την κλαδική διάσταση του φαινομένου στη χώρα μας.

1.2. Η Έννοια της Επιχειρηματικότητας

Η επιχειρηματικότητα επιδέχεται πολλών ορισμών και προσεγγίσεων, που εκτείνονται από το δημιουργείν έως το επιβιώνειν, από την ανάληψη ρίσκου έως την άσκηση ηγεσίας για τη πραγμάτωση του στόχου και από την επιθυμία αυτοαπασχόλησης έως την πραγμάτωσή της. Πάνω απ' όλα όμως, η επιχειρηματικότητα είναι νοοτροπία, κυρίως ατόμων που ανήκουν σε μια ετερογενή ομάδα και που έχουν το ταλέντο να αναγνωρίζουν ευκαιρίες εκεί που οι άλλοι δεν τις βλέπουν και να οργανώνονται για να επιτύχουν το τελικά επιδιωκόμενο όφελος.

Η επιχειρηματικότητα είναι στενά συνδεδεμένη με την καινοτομία, που αναζητά διαρκώς κάτι νέο, το οποίο να ανταποκρίνεται στις εξελισσόμενες (ή και τεχνητές) ανάγκες του ανθρώπου και για το σκοπό αυτό αναπλάθει το παλιό. Οφείλει όμως να είναι το ίδιο συνδεδεμένη και με τη κοινωνική υπευθυνότητα και το σεβασμό στη οικολογική ισορροπία, προκειμένου να παραμείνει ωφέλιμη και επομένως βιώσιμη. Η επιχειρηματικότητα μπορεί έτσι να συμβάλλει στη δημιουργία θέσεων εργασίας και πλούτου, απελευθερώνοντας εν γένει το ανθρώπινο δυναμικό, επιτρέποντας την μετατροπή νέων ιδεών σε επιτυχημένες προσπάθειες και συσσωρεύοντας σχετική γνώση.

Είναι όμως σημαντικό να επισημανθεί και η αντίληψη σχετικά με τον σύγχρονο επιχειρηματία που φυσικά δεν έχει μόνο φωτεινές πλευρές, αλλά και αρκετές σκοτεινές, ιδίως σε μεταβατικές εποχές σαν τη σημερινή. Από τη μια, πολλές μεσαίες και μικρές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν επί πολλά έτη σοβαρότατα προβλήματα επιβίωσης, λόγω

του ισχυρού πλέον ανταγωνισμού, της συχνά γραφειοκρατικής μεταχείρισης και της παραμορφωμένης αντίληψης για την αγορά, αλλά και λόγω της έλλειψης ουσιαστικών διοικητικών γνώσεων και επιχειρηματικής στρατηγικής από τους ιδρυτές – ιδιοκτήτες – διευθυντές τους. Από την άλλη όμως και η κοινωνία στέκεται ιδιαίτερα επιφυλακτική ως προς το ήθος και τις πρακτικές που αρκετοί επιχειρηματίες μετέρχονται, άλλοι για να επιβιώσουν και άλλοι για να συσσωρεύσουν πλούτο. Το δίπολο αυτό δημιουργεί σημαντικές στρεβλώσεις και εμπόδια στις προσπάθειες για την υγιή ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας.

Η κυρίαρχη άποψη των ειδικών σήμερα είναι ότι οι επιχειρηματίες γίνονται μέσα από τις εμπειρίες της ζωής τους και μάλιστα σε κάθε στιγμή αυτής. Τονίζουν ότι το μεν ταλέντο και η προδιάθεση είναι έμφυτα, χρειάζεται όμως να υπάρχουν και οι απαραίτητες συνθήκες για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Στην αρχή της προσπάθειάς τους οι επιχειρηματίες έχουν το όραμα να ιδρύσουν μια επιχείρηση, που θα τους ανήκει και θα την διευθύνουν. Πρόκειται λοιπόν για ένα τρίπτυχο δημιουργίας – ιδιοκτησίας – διοίκησης, που προϋποθέτει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, γνώσεις και δεξιότητες.

Σε όλη τη διάρκεια της επιχειρηματικής πρωτοβουλίας τους και ιδιαίτερα μπροστά στη λήψη αποφάσεων και την επιλογή ανάμεσα σε εναλλακτικές λύσεις, οι επιχειρηματίες πρέπει να συνδυάζουν τέσσερα στοιχεία:

1. την ικανότητα να «ακούν» και να «βλέπουν» τις συλλογικές ανάγκες και να είναι δεκτικοί στο καινούργιο,
2. τη δυνατότητα να συνθέτουν τις υπάρχουσες γνώσεις και τις νέες ιδέες, προκειμένου να ανταποκριθούν στις επερχόμενες συλλογικές ανάγκες,
3. την καλλιέργεια της διαίσθησής τους που θα τους επιτρέψει να σταθμίζουν τα δεδομένα πέρα από τις όποιες αναλύσεις και
4. την πρακτικότητά τους που θα τους εφοδιάζει με τα απαραίτητα εργαλεία και μέσα για την εφαρμογή των στόχων που βάζουν.

Στα κοινά χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών περιλαμβάνονται ο κατά τεκμήριο ευφάνταστος και δημιουργικός χαρακτήρας τους, η επιθυμία τους για ανεξαρτησία και αυτοπραγμάτωση, η αποφασιστικότητά τους για σκληρή και πειθαρχημένη εργασία και η ετοιμότητά τους για ανάληψη ρίσκου. Οι επιχειρηματίες είναι πρόσωπα που αντιλαμβάνονται μια ευκαιρία και δημιουργούν μια οργάνωση για να την προωθήσουν με επιτυχία. Έχουν την ικανότητα να μαθαίνουν από τις εμπειρίες του πραγματικού κόσμου και να μετασχηματίζουν αυτή τη γνώση σε νέες καταστάσεις, προϊόντα και

υπηρεσίες. Χαρακτηρίζονται από καινοτομικές ιδέες και τρόπο σκέψης που τους επιτρέπει να συσχετίζουν τις προσωπικές τους γνώσεις με πρακτικές εφαρμογές, που ανταποκρίνονται σε υπαρκτές ανάγκες και επιλύουν πρακτικά προβλήματα. Είναι επίμονοι και αποφασιστικοί στο κυνήγι των στόχων τους και στην επίλυση των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν κατά τη διάρκεια του αγώνα τους. Είναι ακόμη δημιουργικοί που τους επιτρέπει να επικεντρώνουν και να αξιοποιούν τα ισχυρά τους σημεία, παρά να εγκλωβίζονται στις αδυναμίες τους. Οι επιχειρηματίες έχουν μάθει να παίρνουν την εξέλιξη της καριέρας τους στα ίδια τους τα χέρια. Έτσι πολλές φορές, ενώ σκέφτονται μια ιδέα, δεν διστάζουν να συνεχίσουν την ήδη υπάρχουσα απασχόληση τους, που τους εξασφαλίζει τον απαραίτητο χρόνο και χρήμα προκειμένου να ωριμάσει η επιχειρηματική τους ιδέα.

Από την άλλη, ως άνθρωποι της πράξης, είναι έτοιμοι να αναλάβουν το ρίσκο να εγκαταλείψουν την ασφάλεια της σταθερής τους εργασίας, όταν νοιώσουν ότι είναι έτοιμοι να επιδιώξουν το στόχο τους, ή ακόμα κι όταν αισθανθούν ότι η παρούσα απασχόληση τους αυτή είναι ανιαρή, τους «πνίγει» και δεν τους βοηθά στην εξέλιξη τους. Έχουν επίσης τη δυνατότητα να ανοίγουν νέους δρόμους, έχοντας μεγάλη αυτοπεποίθηση και εμπιστοσύνη στις ικανότητές τους, γεγονός όμως που συχνά τους οδηγεί στη παγίδα της ψευδαίσθησης ότι «ξέρουν καλύτερα απ' τον καθένα» να κάνουν κάτι. Γι' αυτό και σχεδόν πάντα επιζητούν και αναγνωρίζουν ένα άτομο έμπιστο, για να παίξει το ρόλο του μέντορά τους. Είναι ακόμη ευέλικτοι, ενθουσιώδεις και εξωστρεφείς και δίνουν μεγάλη σημασία στην αξιοποίηση της δυναμικής των ομάδων, γι' αυτό και είναι έντονα συνεργατικοί.

Όπως προαναφέρθηκε, το μεν ταλέντο και η προδιάθεση είναι έμφυτα σε έναν επιχειρηματία, χρειάζεται όμως να υπάρχουν και οι απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες για την επιτυχή έκβαση της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Οι επιχειρηματίες δεν απαιτείται να γνωρίζουν σε βάθος τις επιστήμες αλλά σε εύρος, προκειμένου να είναι σε θέση να σχηματίσουν μια γενική ιδέα και μια συνολική εικόνα, παρά να διαμορφώσουν μια εξειδικευμένη άποψη για κάτι συγκεκριμένο. Επίσης, δεν χρειάζονται ιδιαίτερα ερευνητικές ικανότητες για να αναλύσουν στοιχεία, αλλά μάλλον επικοινωνιακές και κοινωνικές δεξιότητες για να έρθουν σε επαφή με ανθρώπους.

Έτσι, οι απαραίτητες **γνώσεις** τους αφορούν:

- στη λειτουργικότητα του προϊόντος τους,
- στην ικανοποίηση των πελατών τους,

- στη δυναμική της αγοράς στην οποία απευθύνονται,
- στα στοιχεία marketing του προϊόντος τους,
- στα χρηματοδοτικά ιδρύματα με τα οποία συνεργάζονται,
- στην απόδοση της λειτουργίας της επιχείρησής τους και
- στο νομικό σύστημα μέσα στο οποίο λειτουργούν.

Επίσης, οι απαραίτητες **δεξιότητες** τους αφορούν:

- στην ικανότητα διοίκησης του έργου που αναλαμβάνουν,
- στην ικανότητά τους να αντιλαμβάνονται δεδομένα προϋπολογισμών,
- στην ικανότητα επικοινωνίας και κινητοποίησης των ανθρώπων,
- στις διαπραγματευτικές τους ικανότητες,
- στη σαφήνεια και τη διεισδυτικότητα των παρουσιάσεών τους και
- στη χρήση των νέων τεχνολογιών (Η/Υ κ.λ.π.)¹.

1.3. Τα Κίνητρα για την Ανάλυση Επιχειρηματικότητας

Ένα από τα πιο κρίσιμα χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας είναι η εξέταση των κινήτρων που ωθούν στην ανάληψη επιχειρηματικής δράσης. Με βάση θεωρητικές αναλύσεις και εμπειρικές έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί, τα επιχειρηματικά κίνητρα διακρίνονται σε αυτά που «ελκύουν» τον επιχειρηματία να αναλάβει κάποια πρωτοβουλία και σε αυτά που «ωθούν» τον επιχειρηματία να απομακρυνθεί από άλλες μορφές απασχόλησης και να προσανατολισθεί προς την αυτοαπασχόληση μέσω της ανάληψης κάποιας επιχειρηματικής πρωτοβουλίας. Τα πρώτα τα ονομάζουμε θετικά κίνητρα ή αλλιώς κίνητρα έλξης (pull motives) και τα δεύτερα αρνητικά κίνητρα ή κίνητρα ώθησης (push motives).

Ως κίνητρα έλξης που σχετίζονται με την επιλογή της αυτοαπασχόλησης ή την ίδρυση από ένα άτομο δικής του επιχείρησης θεωρούνται συνήθως:

- η ανάγκη για ανεξαρτησία,
- η ανάγκη για επίτευγμα,
- η ανάγκη αξιοποίησης γνώσεων, δεξιοτήτων και εμπειρίας που διαθέτει ένα άτομο (δηλαδή μεγαλύτερη προσωπική ανάπτυξη – εξέλιξη),
- οικονομικοί λόγοι (επιθυμία απόκτησης κέρδους – πλούτου)².

¹ Στέφανος Μιχιώτης 2006 (Απόσπασμα από εκπαιδευτικό υλικό εκδοθέν από το Εθνικό Ίδρυμα Νεότητας)

² Hansemark, 1998 (Glancey et al., 1998 Watson et al., 1998)

Αντίθετα ως κίνητρα ώθησης που ενθαρρύνουν ή ακόμη και εξαναγκάζουν το άτομο να ιδρύσει δική του επιχείρηση ως ένα μέσο επιβίωσης θεωρούνται συνήθως:

- η ανεργία,
- η αδυναμία προαγωγής (στην περίπτωση ιδίως γυναικών),
- η απόλυση,
- η ύφεση της οικονομίας,
- η ανασφάλεια εργασίας.

Παρόλο που δεν υπάρχουν τεκμηριωμένα αποτελέσματα ερευνών, υποστηρίζεται ευρύτερα ότι τα άτομα που κινητήρια δύναμη στην απόφασή τους να ιδρύσουν δική τους επιχείρηση αποτέλεσαν τα κίνητρα έλξης, εμφανίζουν πιο αποδοτικές και υψηλότερης μεγέθυνσης επιχειρήσεις³.

Ταυτόχρονα όμως, δεν θα πρέπει να αγνοηθεί και μία σειρά άλλων παραγόντων που μπορούν να επιδράσουν σε σημαντικό βαθμό στη διαμόρφωση της επιχειρηματικής παρόρμησης του εν δυνάμει επιχειρηματία⁴. Οι παράγοντες αυτοί που χαρακτηρίζονται ως ουδέτεροι παράγοντες, μπορεί να αναφέρονται στην τύχη (τυχαία σύλληψη μιας ιδέας, τυχαία σημαντική γνωριμία), στις επιδράσεις από το οικογενειακό ή κοινωνικό περιβάλλον (οικογενειακή επιχειρηματική κουλτούρα, οικονομική επιφάνεια, το επίπεδο σπουδών κ.α.).

Η παραπάνω καταγραφή των εναλλακτικών κινήτρων για ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας δεν είναι επαρκής, γεγονός που καθιστά δύσκολο τον ακριβή προσδιορισμό της συμβολής του κάθε παράγοντα στην ανάληψη παρόμοιας δραστηριότητας. Επίσης, η ύπαρξη κάποιων από τους παραπάνω παράγοντες δεν αποτελεί απαραίτητα την ικανή και αναγκαία συνθήκη για να ακολουθήσει κάποιο άτομο επιχειρηματική δράση. Αντίθετα, ίσως ένας συνδυασμός κάποιων κατάλληλων κινήτρων όχι απαραίτητα σε υψηλό βαθμό, θα μπορούσαν να προσφέρουν ένα κατάλληλο θετικό υπόβαθρο συνέργιας για επιτυχημένη επιχειρηματική δράση.

Επιπρόσθετα, η ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας ενισχύεται και από κάποια βασικά χαρακτηριστικά που αφορούν στους κύριους περιβαλλοντικούς παράγοντες, οι οποίοι επηρεάζουν την προσφορά της επιχειρηματικότητας⁵.

Οι κυριότεροι από αυτούς είναι:

³ Storey, 1994 (Glancey et al., 1998)

⁴ Χασσιδ, Καραγιάννης 1999

⁵ Casson, 1987

- η ύπαρξη και η προστασία του θεσμού της ατομικής πρωτοβουλίας και ιδιοκτησίας,
- η επαρκής πληροφόρηση,
- το ευνοϊκό θεσμικό πλαίσιο με αναπτυξιακό χαρακτήρα και η ύπαρξη βασικής υποδομής,
- το σταθερό φορολογικό σύστημα και η προσπάθεια απλούστευσης της γραφειοκρατίας,
- η επαρκής προσφορά των απαραίτητων συντελεστών παραγωγής καθώς και ειδικευμένου εργατικού δυναμικού,
- η αποδοχή κανόνων της ελεύθερης αγοράς,
- η ύπαρξη συνθηκών υγιούς κεφαλαιαγοράς,
- το σταθερό πολιτικό κλίμα και η οικονομική σταθερότητα,
- η υιοθέτηση προγραμμάτων κατάρτισης και μετεκπαίδευσης των εργαζομένων,
- η θέσπιση και η εφαρμογή αποτελεσματικής βιομηχανικής πολιτικής.

Η ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας διακρίνεται επίσης σύμφωνα με το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας (Global Entrepreneurship Monitor- GEM) σε επιχειρηματικότητα ευκαιρίας και σε επιχειρηματικότητα ανάγκης. Η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας, αναφέρεται στην επιχειρηματικότητα που έχει ως κίνητρο κυρίως την αξιοποίηση μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας που εντοπίζεται από το άτομο, αξιολογείται στο πλαίσιο του οικονομικού περιβάλλοντος του και προκρίνεται ικανή είτε να οδηγήσει σε αύξηση του εισοδήματός του, είτε να προσφέρει εργασιακή ανεξαρτησία. Η επιχειρηματικότητα ανάγκης, αναφέρεται στην περίπτωση όπου το άτομο ωθείται στην ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας λόγω έλλειψης άλλων επιλογών εργασίας, δυσαρέσκειας με την υπάρχουσα απασχόληση, φόβου για πιθανή απόλυση με βραχυπρόθεσμο στόχο απλώς τη διατήρηση του εισοδήματός του, το οποίο προφανώς απειλείται με συρρίκνωση⁶.

1.4. Η Εξέλιξη των Βασικών Δεικτών Επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα

Από το 2003 η Ελλάδα συμμετέχει στο Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας (GEM) μέσω του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE) που αποτελεί τον ελληνικό εταίρο στην ερευνητική κοινοπραξία του GEM. Ο βασικός δείκτης μέτρησης της επιχειρηματικότητας ο οποίος μετρά και αξιολογεί την επιχειρηματικότητα, αφορά στο επίπεδο της επιχειρηματικότητας αρχικών

⁶ IOBE 2010 (Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2009-2010)

σταδίων που εκδηλώνεται σε μία οικονομία. Τα άτομα που ανήκουν σε αυτόν τον δείκτη είναι:

- οι επίδοξοι επιχειρηματίες, δηλαδή εκείνα τα άτομα που έχουν αναλάβει επιχειρηματικές δραστηριότητες προκειμένου να ξεκινήσουν μία νέα επιχείρηση και
- οι νέοι επιχειρηματίες, δηλαδή τα άτομα που έχουν ήδη ξεκινήσει μία επιχείρηση τουλάχιστον για 3,5 χρόνια.

Αναλυτικότερα, στην πρώτη κατηγορία ανήκουν τα άτομα ηλικίας 18-64 ετών, που είναι επίδοξοι επιχειρηματίες, δηλαδή έχουν ξεκινήσει διαδικασίες έναρξης ενός νέου εγχειρήματος, στο οποίο θα είναι είτε μοναδικοί ιδιοκτήτες είτε συνεργάτες με άλλους επιχειρηματίες. Επίσης στην κατηγορία αυτή ανήκουν και τα άτομα που έχουν ήδη δημιουργήσει μία επιχείρηση μόλις λίγων μηνών (3-42 μήνες). Είναι σημαντικό να αναφέρουμε στο σημείο αυτό ότι την περίοδο του 2009, ο δείκτης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ελλάδα, σημείωσε μια συνεχή μείωση παρόλο που η επίδοση του ήταν δεύτερη υψηλότερη κατά την τελευταία πενταετία. Πιο συγκεκριμένα, περίπου 610.000 άτομα (8,8%) του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών δήλωσαν ότι βρίσκονται στα αρχικά στάδια έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας. Η μείωση αυτή προέκυψε κυρίως λόγω του περιορισμού των επίδοξων επιχειρηματιών.

Αντίθετα, για τη ίδια περίοδο, σημειώθηκε αύξηση των καθιερωμένων επιχειρηματιών, δηλαδή των ατόμων που έχουν ήδη ιδρύσει μία επιχείρηση που λειτουργεί για τουλάχιστον 3,5 χρόνια, με το σχετικό ποσοστό να φτάνει στο υψηλότερο σημείο της πενταετίας. Έτσι η συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα διαμορφώνεται στο 23,6% του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών, ενώ δεν είναι τυχαίο ότι ο αριθμός των ατόμων που σκοπεύουν να γίνουν επιχειρηματίες εντός των επόμενων τριών ετών είναι ο μεγαλύτερος της πενταετίας 2005-2009.

Πίνακας 1.1.: Εξέλιξη βασικών δεικτών επιχειρηματικότητας (% πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών)

	Επίδοξη επιχειρηματικότητα	Νέα επιχειρηματικότητα	Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων	Καθιερωμένη επιχειρηματικότητα	Συνολική επιχειρηματικότητα
2005	5,2	1,6	6,8	10,5	16,4
2006	5,6	2,3	7,9	8,2	16,2
2007	4,6	1,1	5,7	13,3	18,7
2008	5,3	4,6	9,9	12,6	22,0
2009	4,5	4,7	8,8	15,1	23,6
Μέσος όρος	5,0	4,9	7,8	11,9	19,4

Πηγή: GEM, Επεξεργασία στοιχείων IOBE

Οι βασικότεροι παράγοντες που ωθούν τους ανθρώπους να ασχοληθούν με την επιχειρηματικότητα είναι, οι περιορισμένες θέσεις εργασίας, η πίεση στον εργασιακό χώρο, ο φόβος ότι θα χάσουν τη δουλειά τους βραχυπρόθεσμα ή και γιατί δεν είναι ευχαριστημένοι με την εργασία τους. Έτσι αναζητούν καλύτερες ευκαιρίες από την αυτοαπασχόληση. Αναφορικά, με τον αριθμό των επιχειρηματιών που διέκοψαν το εγχείρημα τους κατά την διάρκεια του 2009, σημείωσε μία οριακή αύξηση σε σχέση με το 2008. Ο αριθμός αυτός υπολογίζεται σε περίπου 180.000 άτομα.

Πίνακας 1.2.: Εξέλιξη βασικών δεικτών επιχειρηματικότητας (% πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών)

	Πρόθεση έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας	Αναστολή επιχειρηματικής δραστηριότητας
2005	15,4	3,0
2006	14,1	2,7
2007	13,7	2,6
2008	16,6	2,3
2009	17,2	2,6
Μέσος όρος	15,4	2,6

Πηγή: GEM, Επεξεργασία στοιχείων IOBE

1.5. Τα Ποιοτικά Χαρακτηριστικά της Επιχειρηματικότητας

Στην σημερινή κοινωνία της ψηφιακής επανάστασης οι επιχειρήσεις βιώνουν ολοένα και εντονότερα τις ραγδαίες εξελίξεις της σημερινής εποχής. Η αλματώδης ανάπτυξη των επιστημών και των τεχνολογιών, η παγκόσμια αγορά, οι ψηφιακές οικονομίες, η κοινωνία της γνώσης και ο εντεινόμενος διεθνής ανταγωνισμός, αλλάζουν διαρκώς τους τρόπους παραγωγής και διάθεσης αγαθών και υπηρεσιών. Στα πλαίσια αυτού του νέου ανταγωνιστικού τοπίου αναγνωρίζεται η σημασία των ποιοτικών χαρακτηριστικών της επιχειρηματικότητας ως βασικοί άξονες για την έγκαιρη και διαρκή προσαρμογή των επιχειρήσεων στις απαιτήσεις της εποχής.

Τα βασικά ποιοτικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας σχετίζονται με:

- την καινοτομία των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων,
- το επίπεδο της τεχνολογίας και των διεργασιών που θα χρησιμοποιηθούν στο συγκεκριμένο εγχείρημα,
- την ένταση του ανταγωνισμού που οι ίδιοι οι επιχειρηματίες εκτιμούν ότι θα αντιμετωπίσουν,
- το βαθμό εξωστρέφειας της συγκεκριμένης επιχειρηματικής πρωτοβουλίας,

- τις προοπτικές δημιουργίας νέας απασχόλησης που αναμένει ο ίδιος ο επιχειρηματίας από το εγχείρημα του, σε βάθος πενταετίας⁷.

Το επίπεδο τεχνολογίας, η ένταση του ανταγωνισμού και ο βαθμός εξωστρέφειας σχετίζονται με το βαθμό καινοτομίας των νέων εγχειρημάτων. Η καινοτομία μπορεί να ορισθεί ως η υιοθέτηση κάθε συστήματος, διαδικασίας, προγράμματος, που είναι νέο για τον οργανισμό⁸. Για μία επιχείρηση η καινοτομία μπορεί να είναι ένα νέο προϊόν, μία νέα υπηρεσία, μία νέα μέθοδος παραγωγής ή διακίνησης προϊόντων ή ακόμα και η υιοθέτηση πρωτοποριακών μεθόδων στη διοίκηση και στην προβολή της επιχείρησης. Η καινοτομία είναι πράγματι ένα ισχυρό μέσο οικονομικής ανάπτυξης που επιτρέπει τη δημιουργία νέων αγορών ή την ενίσχυση και τη διατήρηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος σε μία υπάρχουσα αγορά.

Στην σύγχρονη εποχή των ταχύτατων τεχνολογικών εξελίξεων, η έννοια της καινοτομίας είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την τεχνολογία. Παρόλο που ο ανθρώπινος παράγοντας αποτελεί πυρήνα έμπνευσης και δημιουργίας νέων ιδεών, η αποτελεσματική αξιοποίηση των τεχνολογιών πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών διευκολύνει όχι μόνο τον εντοπισμό, αλλά και τη δημιουργία επιχειρηματικών ευκαιριών. Κατά συνέπεια, η γνώση των σύγχρονων τεχνολογιών είναι πρωταρχικής σημασίας που σε συνδυασμό με το επιχειρηματικό πνεύμα και τη δυναμική της καινοτομίας μπορούν να ασκήσουν ισχυρή και άμεση επίδραση στην οικονομική ανάπτυξη μιας επιχείρησης αλλά και της κοινωνίας γενικότερα.

Η ίδρυση και ανάπτυξη μιας νέας επιχείρησης είναι ένα συναρπαστικό εγχείρημα το οποίο όμως απαιτεί μεθοδικότητα και προσεκτικές ενέργειες. Ο νέος επιχειρηματίας θα πρέπει να γνωρίζει ότι ένα από τα βασικά κριτήρια αξιολόγησης της μεγέθυνσης αλλά κυρίως της επίδρασης ενός νέου επιχειρηματικού εγχειρήματος σε μία οικονομία είναι και η συνεισφορά του στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας καθώς επίσης και ο εξαγωγικός προσανατολισμός. Τα προϊόντα ή υπηρεσίες θα πρέπει να μην απευθύνονται μόνο στη εγχώρια αγορά αλλά και σε εν δυνάμει πελάτες του εξωτερικού. Θα πρέπει επίσης, να είναι άρτια προετοιμασμένος για να αντιμετωπίσει προβλήματα, τα οποία μπορεί να προκύψουν κατά την ανάπτυξη της επιχείρησης, η οποία, για να παραμείνει ανταγωνιστική, θα πρέπει να καινοτομεί συνεχώς. Για τη δημιουργία όμως επιτυχημένων καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών απαιτείται η

⁷ IOBE 2009 (Η Επιχειρηματικότητα στα πρόθυρα της κρίσης)

⁸ Drucker, Peter F., 1993, Innovation and Entrepreneurship: Practices and Principles, Harper Business

κατανόηση των αναγκών και των επιθυμιών των καταναλωτών, των τεχνολογικών δυνατοτήτων, αλλά και της επιχειρησιακής βιωσιμότητας.

Προφανώς τα προαναφερόμενα ποιοτικά χαρακτηριστικά δε συνιστούν τα μόνα κριτήρια ποιοτικής επιχειρηματικότητας. Αν και η διεθνής βιβλιογραφία για τα ως άνω κριτήρια ποιοτικής επιχειρηματικότητας είναι σχετικά περιορισμένη και αναφέρονται στην ανάλυση και κατανόηση των κριτηρίων που αφορά στον κλάδο των κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών (Venture Capital) στο σχεδιασμό των επενδυτών στρατηγικών όπως ο βαθμός «δικτύωσης» του νέου εγχειρήματος, ο βαθμός, δηλαδή, στον οποίο η επιχειρηματική ομάδα έχει οικοδομήσει σταθερές διαύλους επικοινωνίας και συνεργασίας με άλλους παίκτες που δραστηριοποιούνται στο ίδιο επιχειρηματικό περιβάλλον, για την ανταλλαγή πληροφορήσης και πόρων⁹, τα προσωπικά χαρακτηριστικά του επιχειρηματία¹⁰, το μέγεθος, ο ρυθμός μεγέθυνσης και η προσβασιμότητα στην πελατεία – στόχο, αλλά και ο βαθμός διαφοροποίησης του προϊόντος με την έννοια της μοναδικότητας προϊόντος, τις πατέντες και την τεχνολογική υπεροχή¹¹.

1.6. Η Κλαδική Διάσταση της Επιχειρηματικότητας

Η προώθηση της επιχειρηματικότητας αποτελεί το ζητούμενο σε μία οικονομία για την αποφυγή τόσο της οικονομικής κρίσης όσο και της πιστωτικής στενότητας. Η οικονομική ανάπτυξη δεν είναι όμως πάντα συνυφασμένη και με την ποσοτική αύξηση των επιχειρήσεων. Στην πραγματικότητα αναζητούνται οι ποιοτικές επιχειρήσεις που:

- προωθούν την καινοτομία,
- επενδύουν στις γνώσεις,
- είναι ανταγωνιστικές σε διεθνές επίπεδο,
- δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας και
- υπηρετούν τις ανάγκες μίας οικονομίας με σκοπό την βελτίωση της ανταγωνιστικότητας τους

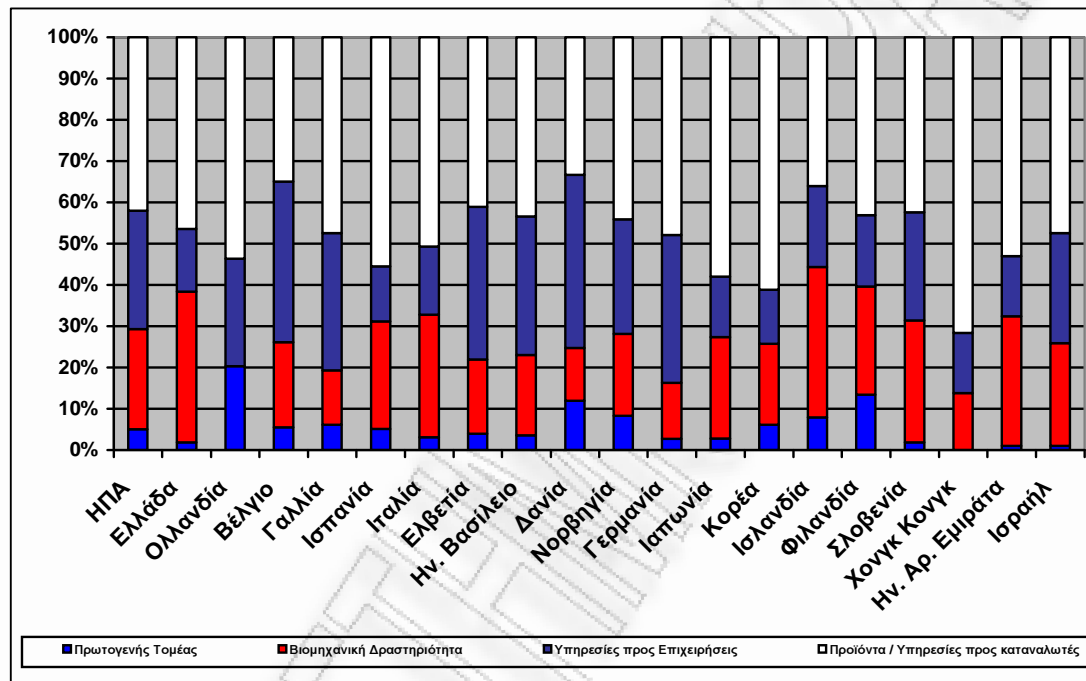
Είναι σημαντικό λοιπόν να ερευνάται πρώτα από όλα ο κλάδος στον οποίο θα δραστηριοποιηθεί η επιχείρηση. Δεν είναι τυχαίο ότι η πλειονότητα των νέων εγχειρημάτων (46,5%) το 2009 αφορούσε προϊόντα και υπηρεσίες με αποδέκτη τον τελικό καταναλωτή. Τα περισσότερα από αυτά τα εγχειρήματα ήταν καταστήματα

⁹ Baum and Silverman, 2004, Riquelme and Watson, 2000

¹⁰ Hisrich and Jankowicz

¹¹ Hall and Hofer, 1993

λιανικού εμπορίου, εστιατόρια και καφετέριες, γυμναστήρια, κομμωτήρια και λογιστικά γραφεία. Παράλληλα όμως, το 2009 παρατηρήθηκε και μία αυξητική τάση στον τομέα της μεταποίησης δηλαδή στη βιομηχανική δραστηριότητα. Το γεγονός αυτό είναι αισιόδοξο αν συνεχίσει φυσικά να είναι αυξητικό και σε μελλοντικές μετρήσεις και τα στοιχεία επιβεβαιώσουν ότι οι νέοι επιχειρηματίες προτιμούν να μην συγκεντρώνονται στο τελικό προϊόν αλλά και σε άλλους κρίκους της «αλυσίδας αξίας».



Διάγραμμα 1.1. : Ποσοστιαία κατανομή της επιχειρηματικής δραστηριότητας στις χώρες καινοτομίας κατά τομέα 2009

Πηγή: IOBE 2010

Τέλος, όσον αφορά τον αριθμό των επιχειρήσεων που προσφέρουν υπηρεσίες σε άλλες επιχειρήσεις σημειώνεται μία στασιμότητα, γεγονός που θεωρείται αρνητικό καθώς αυτές οι επιχειρήσεις μπορούν να επηρεάσουν θετικά την προστιθέμενη αξία και την καινοτομικότητα μιας σύγχρονης οικονομίας και άρα είναι περισσότερο επιθυμητές.

1.7. Επίλογος Κεφαλαίου

Στο παρόν κεφάλαιο, αναλύθηκαν οι βασικές έννοιες της επιχειρηματικότητας. Σημαντικά σημεία του κεφαλαίου είναι εκείνα τα οποία αναφέρουν πως η επιχειρηματικότητα είναι στενά συνδεδεμένη με την καινοτομία, που αναζητά διαρκώς κάτι νέο, το οποίο να ανταποκρίνεται στις εξελισσόμενες ανάγκες του σύγχρονου ανθρώπου. Επίσης, πως με βάση θεωρητικές αναλύσεις και εμπειρικές έρευνες που

έχουν πραγματοποιηθεί, τα επιχειρηματικά κίνητρα διακρίνονται σε αυτά που «ελκύουν» τον επιχειρηματία να αναλάβει κάποια πρωτοβουλία και σε αυτά που «ωθούν» τον επιχειρηματία να απομακρυνθεί από άλλες μορφές απασχόλησης και να προσανατολισθεί προς την αυτοαπασχόληση μέσω της ανάληψης κάποιας επιχειρηματικής πρωτοβουλίας.

Αναφέρεται χαρακτηριστικά πως η συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα αφορά στο 23,6% του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών το 2009. Θα πρέπει επίσης να σημειωθεί πως τα βασικά ποιοτικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας σχετίζονται με την καινοτομία των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων, το επίπεδο της τεχνολογίας και των διεργασιών που θα χρησιμοποιηθούν στο συγκεκριμένο εγχείρημα, την ένταση του ανταγωνισμού που οι ίδιοι οι επιχειρηματίες εκτιμούν ότι θα αντιμετωπίσουν, το βαθμό εξωστρέφειας της συγκεκριμένης επιχειρηματικής πρωτοβουλίας αλλά και τις προοπτικές δημιουργίας νέας απασχόλησης που αναμένει ο ίδιος ο επιχειρηματίας από το εγχείρημα του, σε βάθος πενταετίας. Τέλος γίνεται αντιληπτό πως η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας που μπορεί να είναι βιώσιμη ακόμα και σε περιόδους κρίσης, πιστωτικής στενότητας και ύφεσης είναι πάντοτε το ζητούμενο σε μία οικονομία.

Βιβλιογραφία 1^{ου} Κεφαλαίου

- Baum, J. A.C. and Silverman, B.S. (2004), *Picking Winners or Building them? Alliance Intellectual, and Human Capital as Selection Criteria in Venture Financing and Performance of Biotechnology Startups*, Journal of Business Venturing, 19 (3): 411-26
- Brockhaus, H.R. (1982), *The Psychology of the Entrepreneur*, Encyclopedia of Entrepreneurship, New Jersey: Prentice-Hall
- Casson, M. (1987), *Entrepreneur1* edited by J.Eatwell, M. Milgate and P. Newman, *The New Palgrave: A Dictionary of Economics*, tom.2 London: The Macmillan Press Limited
- Drucker, Peter F. (1993), *Innovation and Entrepreneurship: Practices and Principles*, Harper Business
- GEM, 2009 Global Report
- Glancey, K., Greig, M. and Pettigrew, M. (1998), *Entrepreneurial Dynamics in Small Business Service Sector*, International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 4, 249-268
- Hall, J. and Hofer, C.W. (1993), *Venture Capitalist's Decision Criteria in New Venture Evaluation*, Journal of Business Venturing, 8 (1): 25
- Hansemark, O.C. (1998), *The effects of an Entrepreneurship Program on Need for Achievement and Locus of Control of Reinforcement*
- Hisrich, R.D. and Jankowicz, A.D. (1990), *Intuition in Venture Capital Decisions: An exploratory study using a new technique*, Journal of Business Venturing, 5: 19-62
- Ιωαννίδης, Σ., Τσακανίκας, Α., Χατζηχρήστου, Σ. (2010), *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2009-2010: Αναζητώντας Διέξοδο από την Κρίση*, Αθήνα: IOBE
- Ιωαννίδης, Σ., Τσακανίκας, Α., Χατζηχρήστου, Σ. (2009), *Η Επιχειρηματικότητα στα Πρόθυρα της Κρίσης. Η Έρευνα του GEM 2008-2009*, Αθήνα: IOBE
- Ιωαννίδης, Σ., Τσακανίκας Α. (2008), *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2007-2008*, Αθήνα: IOBE
- Kiam, V. (1986), *Going For It: How to succeed as an Entrepreneur*, New York, Fontana/Collins
- Μιχιώτης, Σ. 2006, (Απόσπασμα από εκπαιδευτικό υλικό εκδοθέν από το Εθνικό Ίδρυμα Νεότητας)
- Rah, J., Kyungjin, J. and Lee, J. (1994), *Validation of the Venture Evaluation Model in Korea*, Journal of Business Venturing

- Riquelme, H. and Watson, J. (2000), *Do Venture Capitalists' Implicit Theories of New Business Success/Failure Have Empirical Validity?* Proceedings of the Research in Entrepreneurship and Small Business Conference, Prague: 214-218
- Rotter, J. (1987), *External Control and Internal Control*, στο C. Baumbach, J. Manusco (επιμ.) *Entrepreneurship and Venture Management*, 2nd edition, New Jersey: Prentice-Hall
- Ruby, L. (1984), *The Role of the Venture Capitalist in the Entrepreneurial Process*, in Khun, R. and Smilor, R., eds. *Corporate Creativity*, New York: Praeger Editorial
- Shapero, A., Sorol, L. (1982), *The Social Dimensions of Entrepreneurship*¹, στο Kent, C., Sexton, D., Vesper, K. (επιμ.), *Encyclopedia of Entrepreneurship*, New Jersey: Prentice-Hall
- Storey, D.J. (1994), *Understanding the Small Business Sector*, London: Routledge
- Tyebjee, T.T. and Albert, B.V. (1984), *A Model of Venture Capitalist Investment Activity*, *Management Science*, 30(9): 1051-1056
- Watson, K., Hogarth-Scott, S., Wilson, N. (1998), *Small Business Start-ups: Success Factors and Support Implications*
- Χασσιδ, Ι., Καραγιάννης, Α. (1999), *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελληνική Οικονομία. Οικονομική και Κοινωνική Προσέγγιση*, Interbooks, Αθήνα
- Χατζηαποστόλου, Θ., (2008), *Τεχνολογία Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα* Τμήμα Επιστήμης Πληροφορικής City College

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο – ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

2.1. Εισαγωγή Κεφαλαίου

Βασικό αντικείμενο μελέτης στο συγκεκριμένο κεφάλαιο, ορίζεται η μελέτη και ανάλυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα. Πιο συγκεκριμένα, επιχειρείται μια σύγκριση της επιχειρηματικότητας μεταξύ ανδρών και γυναικών σε συνδυασμό με τα κίνητρα της επιχειρηματικότητας των τελευταίων. Επίσης, αναφέρονται οι ανασταλτικοί παράγοντες ανάπτυξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας καθώς και η κλαδική διάσταση αυτής στη χώρα μας.

2.2. Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα

Ένα από τα ζητήματα που απασχολούν την ελληνική οικονομία, ιδιαίτερα την τελευταία δεκαπενταετία, είναι η δημιουργία και ανάπτυξη της «Γυναικείας Επιχειρηματικότητας». Η έννοια της γυναικείας επιχειρηματικότητας αποτελεί ευαίσθητη πτυχή της ελληνικής οικονομίας. Μόλις τις τελευταίες δεκαετίες έχει επιτευχθεί μια ουσιαστική αναγνώριση και αναβάθμιση του ρόλου της γυναίκας¹². Μετά το 1975, όταν και προωθήθηκε η συνταγματική ρύθμιση για την ισότητα μεταξύ ανδρών και γυναικών, υπάρχει μια σταδιακή ενίσχυση της γυναικείας παρουσίας στον οικονομικό χώρο. Ενώ, οι σύγχρονες ελληνικές επιχειρήσεις αντιμετωπίζονται ως κύριος άξονας της οικονομίας, μέχρι πρόσφατα η επιχειρηματικότητα δεν είχε διερευνηθεί λαμβάνοντας υπόψη τη διάσταση του φύλου. Ειδικότερα, δεν είχε δοθεί έμφαση στο κατά πόσο ο παράγοντας φύλο λειτουργεί ανασταλτικά ή ενισχυτικά στην αντιμετώπιση των προκλήσεων της αγοράς ή αν επιδρά στις μεθόδους παραγωγής που επιλέγονται και στις στρατηγικές που χρησιμοποιούνται.

Η επιχειρηματική δραστηριότητα των γυναικών αποτελεί σημαντικό πολιτικό στόχο και «οφείλει να διαπερνά με τρόπο ενεργό και από όλες τις πολιτικές που αφορούν στην απασχόληση και στην επιχειρηματικότητα, όχι επειδή είναι κοινοτική και εθνική επιταγή, αλλά επειδή πράγματι οι γυναίκες φέρουν μεγαλύτερο το βάρος στην κατανομή της ανεργίας και αντιμετωπίζουν μεγαλύτερα προβλήματα ένταξης στην αγορά εργασίας». Λύση στη γυναικεία ανεργία ή στη μη συμμετοχή της γυναίκας στην αγορά εργασίας, αποτελεί η στροφή των γυναικών προς την επιχειρηματικότητα.

¹² Petraki-Kottis, Ventoura-Neokosmidi, 2004

Οι προϋποθέσεις για να θεωρηθεί μια επιχείρηση “γυναικεία”, όπως ορίζεται από τον Οργανισμό για την Οικονομική Συνεργασία και Ανάπτυξη (ΟΑΣΑ) είναι οι εξής:

- α) να υπάρχει γυναικεία συμμετοχή σε ποσοστό τουλάχιστον 51% στο κεφάλαιο της επιχείρησης και
- β) οι ενέργειες στρατηγικής σκοπιμότητας που αφορούν στην ανάπτυξη της επιχείρησης να λαμβάνονται από την/τις ιδιοκτήτρια/-ες.

Αυτές οι προϋποθέσεις είναι σημαντικές για την «πραγματική» καταγραφή των γυναικείων επιχειρήσεων, καθώς μεγάλος είναι ο αριθμός των επιχειρήσεων, όπου οι συνέταιροι είναι διαφορετικού φύλου ή, οι περιπτώσεις οικογενειακών επιχειρήσεων στις οποίες η γυναίκα καταγράφεται ως ιδιοκτήτρια για φορολογικούς λόγους, ενώ στην ουσία ο άνδρας λαμβάνει τις αποφάσεις στρατηγικής σημασίας και ασκεί επιχειρηματική δραστηριότητα.

2.3. Σύγκριση Επιχειρηματικότητας Ανδρών – Γυναικών

Η επιχειρηματική δραστηριότητα με την έννοια της έναρξης νέων εγχειρημάτων, δεν είναι ίδια σε κάθε χώρα. Το γεγονός όμως που είναι αδιαμφισβήτητο είναι ότι ο αριθμός των ανδρών που συμμετέχουν στην επιχειρηματική δραστηριότητα είναι αρκετά υψηλότερος από αυτό των γυναικών. Η υπεροχή αυτή των ανδρών επιβεβαιώνεται και από έρευνες του GEM.

Επιπλέον από τις έρευνες αυτές προκύπτουν δύο βασικά ζητήματα:

- ότι η πιθανότητα κάποιος που ξεκινά μία νέα επιχειρηματική δραστηριότητα να είναι άνδρας είναι πολύ υψηλότερες από το να είναι γυναίκα και
- ότι οι γυναίκες των αναπτυσσόμενων χωρών εμφανίζουν υψηλότερη επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων συγκριτικά με τις ανεπτυγμένες.

Στην Ελλάδα, το σύνολο της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατανέμεται κατά 70% προς 30% περίπου ανάμεσα σε άνδρες και γυναίκες αντίστοιχα. Η αντιστοιχία αυτή κατατάσσει την Ελλάδα σε χαμηλή θέση στην Ευρώπη. Ένα πολύ σημαντικό στοιχείο για τον σχεδιασμό πολιτικών που αφορούν την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας είναι το ποσοστό του γυναικείου πληθυσμού της χώρας που κατευθύνεται σε επιχειρηματική δραστηριότητα. Έτσι λοιπόν, το ποσοστό των γυναικών που ήταν έτοιμο να προβεί σε έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα αναλογούσε σε 4,7% το έτος 2006 ενώ ο συνολικός δείκτης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων, ανεξαρτήτου φύλου σημείωσε αύξηση. Το

γεγονός ότι το έτος 2006 ένα μεγάλο σχετικά ποσοστό Ελληνίδων βρίσκονταν σε διαδικασία έναρξης ενός νέου εγχειρήματος σηματοδοτεί και μία περίοδο αποδοχής της γυναικείας σταδιοδρομίας. Φυσικά όλα τα παραπάνω αφορούν τόσο τους επίδοξους όσο και τους νέους επιχειρηματίες.

Πίνακας 2.1.: Διάρθρωση επίδοξων και νέων επιχειρηματιών ανά φύλο

	Άνδρες	Γυναίκες	Σύνολο
Επίδοξοι επιχειρηματίες	79,6	20,3	100
Νέοι επιχειρηματίες	53,2	46,7	100

Πηγή: IOBE 2007

Από τα στοιχεία του παραπάνω πίνακα φαίνεται ότι τα πράγματα δεν είναι και τόσο ξεκάθαρα ανάμεσα στα δύο φύλα όσον αφορά τον καταμερισμό της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα. Όπως προκύπτει από τον πίνακα 2.1. οι άνδρες κυρίως είναι εκείνοι που ασχολούνται με την ίδρυση μιας νέας επιχείρησης και γενικότερα με την έναρξη μιας καινούριας επιχειρηματικής δραστηριότητας ενώ τα ποσοστά συμμετοχής των δύο φύλων στην νέα επιχειρηματικότητα φαίνεται να είναι σχεδόν ίδια. Το φαινόμενο αυτό δείχνει ότι λειτουργεί ίσως ένας ενδοοικογενειακός καταμερισμός, όπου το γυναικείο φύλο αναλαμβάνει την ευθύνη ή την διαχείριση της επιχείρησης αφού ξεκινήσει η λειτουργία της.

Η σταθερή υπεροχή των ανδρών αναδεικνύεται και στην καθιερωμένη επιχειρηματικότητα. Σε αντίθεση όμως με την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων που εμφανίζεται υψηλότερη στις αναπτυσσόμενες χώρες συγκριτικά με τις ανεπτυγμένες, η κατάταξη των χωρών με βάση την καθιερωμένη επιχειρηματικότητα των γυναικών δεν φαίνεται να ακολουθεί κάποια σαφή αρχή. Άλλωστε οι παράγοντες που καθορίζουν την καθιερωμένη επιχειρηματικότητα είναι γενικά διαφορετικοί και λειτουργούν κατά διαφορετικό τρόπο σε διαφορετικές χώρες από εκείνους που καθορίζουν την γυναικεία επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων. Βασικός παράγοντας που πρέπει να λαμβάνεται υπόψη είναι εκείνος του Δείκτη του Λόγου Μετάβασης (Transition Ratio). Ο δείκτης αυτός έχει καθιερωθεί από το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM και αναφέρεται στον λόγο της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας προς την

επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων. Ο Λόγος Μετάβασης είναι 1,53 για τις Ελληνίδες και μόλις 0,83 για τους άνδρες επιχειρηματίες. Γεγονός όμως είναι ότι ο συγκεκριμένος δείκτης δεν ισχύει κατά φύλο καθώς όλα τα εγχειρήματα δεν έχουν τα ίδια χαρακτηριστικά και για τα δύο φύλα. Το γεγονός ότι δεν μπορεί να υπάρξει υπόθεση για συστηματική διαφορά στη βιωσιμότητα των εγχειρημάτων ανάμεσα στα δύο φύλα κάνει εύλογη την υπόθεση ότι η διαφορά σχετίζεται με κάποια συνειδητή μεταβίβαση του ρόλου του επιχειρηματία από τον άνδρα στη γυναίκα καθώς το εγχείρημα αρχίζει να καθιερώνεται. Πρόκειται για την υπόθεση του ενδοοικογενειακού καταμερισμού ρόλων όπως έχει ήδη αναφερθεί.

Η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα των Ελληνίδων εμφανίζεται εξαιρετικά υψηλή. Έτσι, ενώ μόλις 3 στους 10 επιχειρηματίες αρχικών σταδίων είναι γυναίκες, ο αντίστοιχος λόγος στην καθιερωμένη επιχειρηματικότητα είναι σχεδόν 5 στους 10. Και από τα στοιχεία αυτά φαίνεται ξεκάθαρα ο ενδοοικογενειακός καταμερισμός των ρόλων, φαινόμενο που φυσικά δεν εμφανίζεται μόνο στην χώρα μας.

2.4. Τα Κίνητρα της Επιχειρηματικότητας των Γυναικών

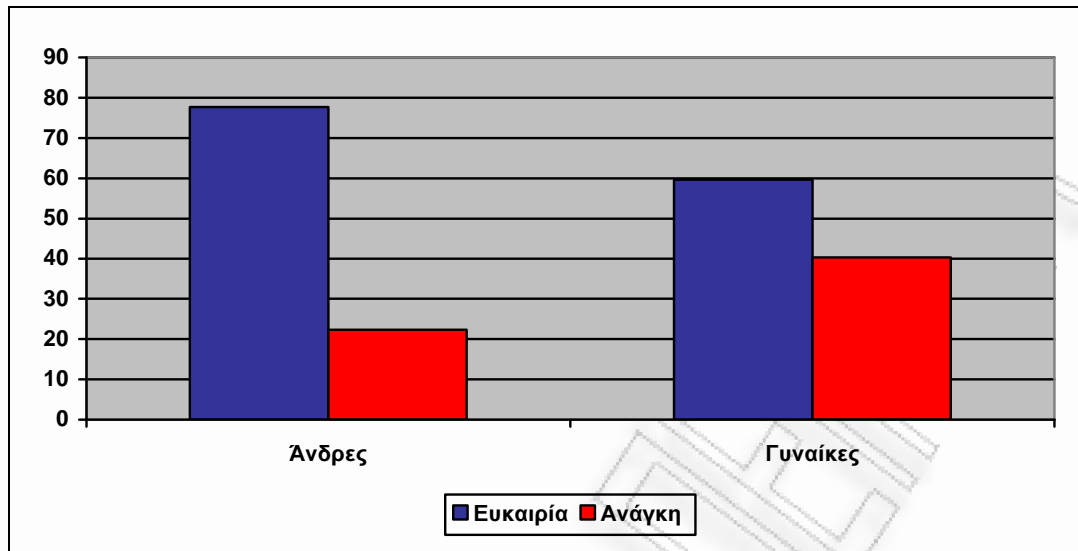
Σε όλα τα ερευνητικά προγράμματα το στοιχείο που έχει μεγάλη σημασία είναι η διαφορά ανάμεσα στην επιχειρηματικότητα ανάγκης και στην επιχειρηματικότητα ευκαιρίας. Σημαντική είναι η απάντηση από το κάθε άτομο που ξεκινά μία επιχειρηματική δραστηριότητα σχετικά με το αν κίνητρο του ήταν η εκμετάλλευση κάποιας επιχειρηματικής ευκαιρίας ή λόγοι ανάγκης.

Σε κάποιες χώρες κυρίως αναπτυσσόμενες, οι λόγοι ανάγκης είναι περισσότεροι. Φαίνεται ότι μια εργασιακή σχέση με τον καθιερωμένο μισθό δεν είναι και τόσο ικανοποιητική για πολλούς. Δεν ισχύει το ίδιο όμως και στις αναπτυγμένες χώρες. Σε αυτές τις χώρες, το ποσοστό των γυναικών που προτιμούν μια καθιερωμένη εργασιακή σχέση με μισθό και καριέρα είναι αρκετά μεγάλο. Να σημειωθεί ότι σε εταιρείες είτε ιδιωτικές είτε δημόσιες δίνονται και τα ανάλογα πλεονεκτήματα σε μητέρες εργαζόμενες. Έτσι λοιπόν λόγω των παραπάνω παραγόντων οι περισσότερες γυναίκες δεν στρέφονται σε μία επιχειρηματική δραστηριότητα αλλά αντίθετα προτιμούν μία θέση σε κάποια επιχείρηση σαν υπάλληλοι και κυρίως όταν ταυτόχρονα εκλείπουν και κάποιες ευκαιρίες οι οποίες θα μπορούσαν να δημιουργήσουν μία σημαντική αλλαγή συμπεριφοράς του γυναικείου φύλου.

Επιπλέον, η ανάγκη για επιβίωση συμβάλλει στο να υπάρχει μία υπερβολή στα κοινωνικά στερεότυπα ανάμεσα στα δύο φύλα. Τα στοιχεία που προέκυψαν από έρευνα του GEM το 2006 παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον όσον αφορά τα κίνητρα των δύο φύλων στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Ένα πρώτο στοιχείο που παρατηρήθηκε είναι ότι σε όλες τις χώρες της Ευρώπης η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας υπερτερεί σημαντικά της επιχειρηματικότητας ανάγκης, χωρίς να γίνεται διάκριση στα δύο φύλα. Ωστόσο, σε όλες σχεδόν τις χώρες οι γυναίκες δηλώνουν ως κίνητρο την ανάγκη σε υψηλότερο ποσοστό συγκριτικά με τους άνδρες, μολονότι σε πολλές χώρες, η διαφορά δεν φαίνεται να είναι στατιστικά σημαντική. Τέσσερις χώρες διαφοροποιούνται σε σχέση με αυτό τον κανόνα: Σουηδία, Φιλανδία, Ισλανδία και Γαλλία. Ο κυριότερος λόγος για αυτό είναι ότι σε χώρες όπου οι θεσμοί που αφορούν το κράτος πρόνοιας είναι πιο ανεπτυγμένοι τότε παρατηρείται και λιγότερο έντονο το κίνητρο ανάγκης για την έναρξη ενός νέου εγχειρήματος. Σαν αποτέλεσμα όλων των παραπάνω μπορούμε να πούμε ότι η επιχειρηματικότητα ανάγκης είναι στενά συνυφασμένη με το μέγεθος και την ποιότητα των κοινωνικών παροχών μίας χώρας.

Στην Ελλάδα η διαφορά ανάμεσα σε άνδρες και γυναίκες είναι ιδιαίτερα έντονη. Ενώ μόνο ένας στους πέντε άνδρες δήλωσε ότι ασκεί επιχειρηματική δραστηριότητα για λόγους ανάγκης, στην περίπτωση των γυναικών το αντίστοιχο ποσοστό ήταν δύο στις πέντε. Παρόλο αυτά η Ελλάδα κατέχει χαμηλή θέση στην ευρωπαϊκή κατάταξη. Τα στοιχεία που αφορούν την ελληνική πραγματικότητα καταγράφονται στον πίνακα 2.1. και αναφέρονται στην περίοδο 2003-2006. Στην καταγραφή αυτή σημειώνεται μία σταθερότητα όσον αφορά τα κίνητρα επιχειρηματικότητας ανεξαρτήτου φύλου.

Έτσι λοιπόν το 40% των γυναικών με δικές τους επιχειρήσεις που βρίσκονταν στα πρώτα στάδια της δραστηριότητάς τους δήλωσαν σαν κίνητρο την ανάγκη, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό των ανδρών ανέρχονταν σε 20%. Τα δεδομένα του διαγράμματος 2.1. δεν είναι τυχαία αλλά αντανακλούν μια σταθερή σχέση στα κίνητρα της επιχειρηματικότητας των δύο φύλων στην Ελλάδα. Αξίζει πάντως να επισημανθεί ότι η διαφορά είναι υψηλότερη από οποιαδήποτε άλλη ευρωπαϊκή χώρα. Η διαπίστωση αυτή διαδραματίζει σπουδαίο ρόλο για την ενδυνάμωση της γυναικείας επιχειρηματικότητας η οποία πρέπει να είναι πολύ στοχευμένη προκειμένου να σημειώσει αύξηση.



Διάγραμμα 2.1.: Μέσος όρος τετραετίας 2003-2006

Πηγή: IOBE 2007

2.5. Ανασταλτικοί Παράγοντες Ανάπτυξης Γυναικείας Επιχειρηματικότητας

Ο ρόλος των γυναικείων επιχειρηματιών στην ανάπτυξη της εθνικής οικονομίας αρχίζει να αναδεικνύεται καθώς όλο και περισσότερες γυναίκες αναπτύσσουν δικές τους επιχειρήσεις. Στις Ηνωμένες Πολιτείες κατά τα έτη 1987-1994 ο αριθμός των γυναικείων επιχειρηματιών, αυξήθηκε κατά 78% και οι γυναικείες επιχειρήσεις αποτελούν το 36% όλων των επιχειρήσεων¹³. Στον Καναδά, οι γυναίκες κατέχουν ή διοικούν το 30,3% του συνόλου των επιχειρήσεων, στην Αυστραλία το ένα τρίτο των επιχειρήσεων ενώ στην Ιαπωνία το 23,3%. Στην Ευρώπη, την προηγούμενη δεκαετία, τα ποσοστά γυναικείας επιχειρηματικότητας κυμαίνονταν γύρω στο 20-30% αλλά οι τάσεις είναι αυξητικές. Στην Ελλάδα τα αντίστοιχα ποσοστά είναι 15% του συνόλου των επιχειρήσεων. Γενικά τα ποσοστά της γυναικείας απασχόλησης στην Ελλάδα είναι χαμηλά σε σχέση με άλλες αναπτυγμένες χώρες¹⁴.

Μερικοί από τους σημαντικότερους σημαντικούς παράγοντες που συντελούν στην περιορισμένης κλίμακας γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι:

- η επίτευξη ισορροπίας μεταξύ προσωπικής και εργασιακής ζωής

Οι γυναίκες αναφέρουν μεγαλύτερο άγχος σε σύγκριση με τους άνδρες επιχειρηματίες εξαιτίας των υποχρεώσεων όχι μόνο στην εργασία αλλά και στην

¹³ National Foundation for Women Business Owners, USA, 1995

¹⁴ Nina-Pazarzi & Giannacourou, 2003

προσωπική-οικογενειακή ζωή. Η διεύθυνση μιας επιχείρησης συνοδεύεται από πολλές ώρες εργασίας σε πίεση για τα επιθυμητά αποτελέσματα. Οι συνθήκες αυτές δημιουργούν προβλήματα στις γυναίκες αφού οι απαιτήσεις των δύο κόσμων δημιουργούν πιέσεις και κάποιες φορές στέκονται εμπόδιο στην περαιτέρω εξέλιξη τους. Αν και ο γάμος και η οικογένεια αποτελούν υποστηρικτικούς μηχανισμούς στην καριέρα των ανδρών, οι γυναίκες αναφέρουν ότι υποφέρουν στην προσπάθεια να συνδυάσουν την εργασιακή με την προσωπική-οικογενειακή ζωή¹⁵.

➤ η ύπαρξη άτυπων δικτύων

Η επιθυμία των ανδρών να ξεκινήσουν ένα δικό τους εγχείρημα συχνά επιτυγχάνεται μέσω άτυπων δικτύων συνεργασίας που προσφέρουν γνώση, πληροφορίες, υποστήριξη. Η μεγαλύτερη εμπειρία των ανδρών στο χώρο των επιχειρήσεων τους δίνει το πλεονέκτημα να έχουν πρόσβαση σε τέτοια δίκτυα, που συχνά έχουν μεγάλη δύναμη και επιρροή. Οι γυναίκες αντιθέτως εμφανίζονται συχνά απρόθυμες να εμπλακούν σε τέτοια δίκτυα όχι μόνο γιατί δεν τους δίνεται η πρόσβαση, αλλά κυρίως γιατί πιστεύουν ότι με αυτό τον τρόπο θα αναγκαστούν να συμβιβαστούν με κάτι στο οποίο δεν πιστεύουν και δεν τις αντιπροσωπεύει.

➤ ο φόβος της επιτυχίας

Οι γυναίκες συνδέουν την επιτυχία σε παραδοσιακά ανδροκρατούμενους χώρους με την απώλεια της θηλυκότητας τους. Πολλές είναι οι φορές που οι γυναίκες εκφράζουν φόβους σχετικά με τη δυνατότητα να συνδυάσουν τις υποχρεώσεις της προσωπικής και της εργασιακής ζωής με επιτυχία, την πιθανή απόρριψη από το άλλο φύλο λόγω ενδεχόμενου ανταγωνισμού, τη δυνατότητα τους να ανταπεξέλθουν και σε άλλους δύσκολους ρόλους όπως αυτός του γονέα και τέλος σχετικά με την υιοθέτηση ανδρικών προτύπων συμπεριφοράς. Επίσης, πρέπει να τονιστεί ότι οι γυναίκες φοβούνται να εισέλθουν σε ανδροκρατούμενους κόσμους και να αναρριχηθούν στο χώρο των επιχειρήσεων γιατί αυτό ίσως να μην επιδοκιμάζεται από το κοινωνικό τους περίγυρο. Η κοινωνική πίεση, που μπορεί να είναι άμεση ή έμμεση, δημιουργεί φόβους, ενοχές και διαφορετικές προσδοκίες. Αντίθετα, είναι πολλές οι φορές που η γυναίκα επαινείται για το ρόλο της ως μητέρας ή για το ότι συνδυάζει ή και κάποιες φορές παραμερίζει την καριέρα της προκειμένου να μεγαλώσει τα παιδιά της.

➤ η απουσία ινδαλμάτων

Το γεγονός ότι οι γυναίκες σχετικά πρόσφατα άρχισαν να επιλέγουν την επιχειρηματική καριέρα σημαίνει ότι εκείνες οι γυναίκες που κατάφεραν να εξελιχθούν στο χώρο των επιχειρήσεων δεν είχαν πρότυπα ή μοντέλα συμπεριφοράς. Η απουσία

¹⁵ Simpson, 1997

ινδαλμάτων, οδήγησαν τις γυναίκες στη μίμηση των ανδρικών προτύπων, με αποτέλεσμα να υπάρχουν γυναίκες επιχειρηματίες που να φημίζονται για την «σκληρότητα» τόσο των αποφάσεων τους όσο και των τρόπων συμπεριφοράς¹⁶. Η μίμηση αυτή των ανδρικών προτύπων δημιούργησε προβλήματα στην εξέλιξη της καριέρας των γυναικών, αφού δημιούργησε σε αυτές μεγάλη πίεση να υιοθετήσουν και καθημερινά να εμφανίζουν μια συμπεριφορά που δεν ήταν αποτέλεσμα δικού τους χαρακτήρα, δικών τους αξιών και συμπεριφορών.

➤ η οργανωσιακή κουλτούρα

Σε συνδυασμό με την απουσία ινδαλμάτων, η οργανωσιακή κουλτούρα, που ορίζεται σύμφωνα με τον Hofstede (1991) ως «ο κοινός τρόπος σκέψης που διαφοροποιεί τα μέλη ενός οργανισμού από τον άλλο», μπορεί να αποτελέσει εμπόδιο για την εξέλιξη και την αποδοτικότητα των γυναικών σε θέσεις διοικητικής ευθύνης. Μία οργανωσιακή κουλτούρα που κυριαρχείται από ανδρικές αξίες, στάσεις και πιστεύω περιθωριοποιεί τις γυναίκες, αφού αν δεν υιοθετήσουν αυτές τις αξίες δεν μπορούν να επιβιώσουν.

➤ η ύπαρξη προκαταλήψεων και στερεοτύπων

Η πεποίθηση ότι οι γυναίκες δεν έχουν εκείνες τις φιλοδοξίες και τα κίνητρα που χρειάζονται για να επιτύχουν, προκαλεί συνήθως μια έμμεση διάκριση εναντίον των γυναικών που θέλουν να ακολουθήσουν επιχειρηματική καριέρα. Θεωρείται ότι οι γυναίκες θα προχωρήσουν και θα εξελιχθούν μόνο εάν αισθάνονται ότι έχουν όλες τις ικανότητες και την εμπειρία να ανταπεξέλθουν σε αυτό που επέλεξαν. Αντίθετα, οι άνδρες είναι έτοιμοι να χρησιμοποιήσουν όλα τα μέσα για να επιτύχουν τον σκοπό τους. Αυτή η προκατάληψη λειτουργεί εναντίον των γυναικών που θεωρούνται ότι δεν ενδιαφέρονται αρκετά για το εγχείρημα τους.

➤ η έλλειψη κεφαλαίου χρηματοδότησης

Ένα, επιπλέον, ζωτικής σημασίας πρόβλημα – εμπόδιο για την έναρξη και την ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας αποτελεί η έλλειψη κεφαλαίου τόσο οικονομικού όσο και γνωστικού. Ειδικότερα, σε ότι αφορά το οικονομικό κεφάλαιο, οι γυναίκες δυσκολεύονται να το συγκεντρώσουν, αφενός επειδή οι οικογενειακές υποχρεώσεις, υποχρεώνουν τη γυναίκα να εργαστεί σε κλάδους που παρέχουν χαμηλότερο εισόδημα και αφετέρου επειδή αποφεύγουν τις μεγάλες δανειακές υποχρεώσεις. Όμως ακόμη και όταν οι γυναίκες καταφέρνουν να συγκεντρώσουν κεφάλαιο, συνήθως το ύψος του τις οδηγεί σε δραστηριότητες με χαμηλές

¹⁶ Crampton & Mishra, 1999

αναπτυξιακές δυνατότητες. Τα πιο σημαντικά προβλήματα για τις γυναίκες και τις πηγές χρηματοδότησης εντοπίζονται στα εξής:

- δυσκολία άντλησης κεφαλαίων για την έναρξη επιχείρησης,
- οι εγγυήσεις που απαιτούνται για την ανάληψη δανείων είναι μεγαλύτερες από τις οικονομικές δυνατότητες των γυναικών,
- η χρηματοδότηση υφιστάμενων επιχειρήσεων είναι περιορισμένη, καθώς είναι μικρός ο βαθμός εκμετάλλευσης άτυπων χρηματοδοτικών δικτύων από τις γυναίκες,
- οι σχέσεις των αυτοαπασχολούμενων με τους χρηματοδοτικούς οργανισμούς διέπονται από στερεοτυπικές αντιλήψεις με βάση το φύλο.

2.6. Η Κλαδική Διάσταση της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας

Μελετώντας το θέμα της γυναικείας απασχόλησης στην Ελλάδα παρατηρείται ότι οι Ελληνίδες στρέφονται στην οικονομική σταδιοδρομία τα τελευταία τριάντα πέντε χρόνια, ενώ οι περισσότερες γυναίκες επιχειρηματίες εμφανίζονται στη δεκαετία του 1980. Στον Πίνακα 2.2. παρατίθενται με σαφήνεια οι τομείς στους οποίους δραστηριοποιούνται οι γυναίκες καθώς και το ποσοστό συμμετοχής τους. Σε όλους σχεδόν τους τομείς υπάρχει μικρή ή μεγάλη διαφορά ανάμεσα στον αριθμό των ανδρών και των γυναικών επιχειρηματιών. Από τα στοιχεία επιβεβαιώνεται ακόμη μία φορά ότι οι γυναίκες παραμένουν στα παραδοσιακά για αυτές επαγγέλματα και δεν αποτολμούν να εισέλθουν σε τομείς όπου παραδοσιακά κυριαρχούν οι άνδρες.

Το ενδιαφέρον των περισσότερων γυναικών επιχειρηματιών στρέφεται κυρίως στους τομείς της γεωργίας / κτηνοτροφίας, των μεταποιητικών βιομηχανιών, της διαχείρισης ακίνητης περιουσίας και του χονδρικού και λιανικού εμπορίου. Τα μεγαλύτερα ποσοστά της γυναικείας απασχόλησης, συγκεντρώνονται στον τομέα, της εκπαίδευσης, της παροχής υπηρεσιών υπέρ του κοινωνικού συνόλου, της γεωργίας / κτηνοτροφίας και του χονδρικού / λιανικού εμπορίου.

Πίνακας 2.2.: Συνολική απασχόληση και γυναικεία απασχόληση στην Ελλάδα ανά κλάδο το 2005

Κλάδος	Σύνολο	Γυναίκες	% Γυναικείας Απασχόλησης
Γεωργία, κτηνοτροφία, θήρα και δασοκομία	358.071	120.198	33,57%
Αλιεία	9.700	539	5,56%
Ορυχεία και λατομεία	703	0	0,00%
Μεταποιητικές βιομηχανίες	124.248	19.488	15,68%
Κατασκευές	115.759	1.932	1,67%
Χονδρικό και λιανικό εμπόριο, επισκευή αυτοκινήτων	318.856	83.076	26,05%
Ξενοδοχεία και εστιατόρια	95.301	25.919	27,20%
Μεταφορές, αποθήκευση και επικοινωνίες	63.240	3.522	5,57%
Ενδιάμεσοι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί	10.535	3.971	37,69%
Διαχείριση ακίνητης περιουσίας, εκμισθώσεις και επιχειρηματικές δραστηριότητες	121.015	41.032	33,91%
Δημόσια διοίκηση και άμυνα, υποχρεωτική κοινωνική ασφάλιση	1.485	238	16,03%
Εκπαίδευση	25.036	13.604	54,34%
Υγεία και κοινωνική μέριμνα	32.968	11.426	34,66%
Άλλες δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών υπέρ του κοινωνικού συνόλου και άλλων υπηρεσιών κοινωνικού ή ατομικού χαρακτήρα	39.246	20.764	52,91%
Ιδιωτικά νοικοκυριά που απασχολούν οικιακό προσωπικό	3.493	3.294	94,30%

Πηγή: Αδημοσίευτα στοιχεία ΕΣΥΕ 2005

Στον Πίνακα 2.2. εμφανίζονται τομείς όπου οι γυναίκες βρήκαν πιο πρόσφορο έδαφος με τη βοήθεια των μέτρων και των πολιτικών που εφαρμόζονται τα τελευταία χρόνια από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Μία από τις χαρακτηριστικές και οργανωμένες προσπάθειες εφαρμογής των πολιτικών της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας των Ελληνίδων της υπαίθρου. Οι Ελληνίδες της υπαίθρου, λόγω των οικονομικών συνθηκών, αρχίζουν να κατανοούν την ανάγκη να ξεφύγουν από τον παραδοσιακό ρόλο της γυναίκας νοικοκυράς και άμισθης βοηθού του συζύγου / πατέρα. Η δυνατότητα των γυναικών να μετατρέψουν τις άλλοτε καθημερινές τους ασχολίες σε νέες μορφές επαγγελματικής δραστηριότητας, δίνει ώθηση στην οικονομία. Οι γυναίκες ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα συστήνοντας αγροτουριστικούς, αγροοικονομοτεχνικούς και αγροτοβιοτεχνικούς συνεταιρισμούς. Με τη σύσταση των συνεταιρισμών οι γυναίκες αρχίζουν να αποκτούν επιχειρηματική νοοτροπία, αρχίζει να αυξάνεται η αυτενέργεια τους και να εντάσσονται σε ένα σύστημα συλλογικών δράσεων χάρη στο οποίο ξεπερνούν

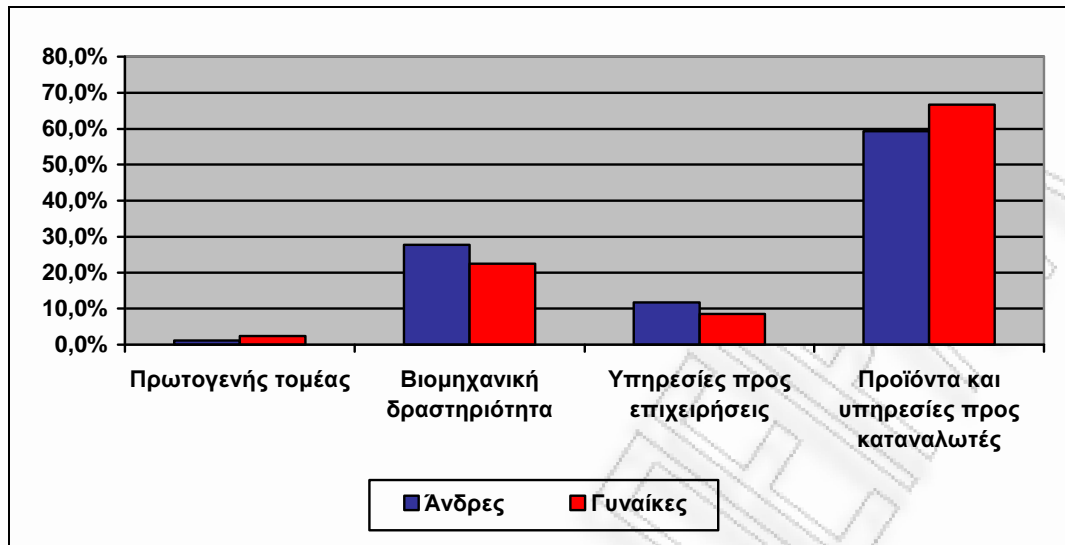
ορισμένα οικονομικοκοινωνικά ζητήματα που δεν θα μπορούσαν να τα ξεπεράσουν ατομικά¹⁷.

Το διάγραμμα 2.2. που ακολουθεί παρουσιάζει την τομεακή κατανομή ανδρών και γυναικών επιχειρηματιών στην Ελλάδα για την τετραετία 2003-2007 σύμφωνα με έρευνα του IOBE στο πλαίσιο του GEM. Στο ερευνητικό πρόγραμμα του GEM, οι δραστηριότητες που εντοπίζονται στην έρευνα κατατάσσονται σε τέσσερις ευρείες κατηγορίες:

1. τον πρωτογενή τομέα (γεωργία, κτηνοτροφία, θήρα, δασοκομία, αλιεία, ορυχεία, λατομεία),
2. τον βιομηχανικό τομέα (κατασκευές, μεταποίηση, μεταφορές και διανομή χονδρικής),
3. τις υπηρεσίες προς επιχειρήσεις, όπου δηλαδή οι βασικοί πελάτες είναι άλλες επιχειρήσεις και
4. τα προϊόντα / υπηρεσίες προς καταναλωτές, που περιλαμβάνουν δραστηριότητες που απευθύνονται στους τελικούς καταναλωτές ως φυσικά πρόσωπα (λιανικό εμπόριο, ξενοδοχεία / εστιατόρια, υπηρεσίες υγείας, υπηρεσίες εκπαίδευσης, κοινωνικές υπηρεσίες, ψυχαγωγία).

Όπως είναι φανερό από το ακόλουθο διάγραμμα 2.2. η «ρηχότητα» της επιχειρηματικότητας, δηλαδή το γεγονός ότι πάνω από τα δύο τρίτα των εγχειρημάτων κατευθύνονται σε δραστηριότητες που απευθύνονται στον τελικό καταναλωτή ως φυσικό πρόσωπο, ισχύει στην Ελλάδα σε σημαντικά υψηλότερο βαθμό για τις γυναίκες παρά για τους άνδρες καθώς το ποσοστό των γυναικών που απευθύνονται επιχειρηματικά στον τελικό καταναλωτή είναι κατά 7% ανώτερο εκείνου των ανδρών. Η υπεροχή αυτή συνεπάγεται σημαντική χαμηλότερη δραστηριότητα των Ελληνίδων στην μεταποιητική δραστηριότητα και στις υπηρεσίες προς τις επιχειρήσεις. Το ανησυχητικό εύρημα εδώ είναι ότι παρά το γεγονός της μεγάλης συμμετοχής των γυναικών στην επιχειρηματική λειτουργία, ένα μεγάλο μέρος της κατευθύνεται σε δραστηριότητες με σχετικά μικρή αναπτυξιακή δυναμική. Με άλλα λόγια, ένα βασικό συμπέρασμα είναι ότι στην Ελλάδα η βελτίωση των ποιοτικών χαρακτηριστικών της επιχειρηματικότητας των γυναικών έχει ακόμα μεγαλύτερη σημασία από τη βελτίωση των ποσοτικών της χαρακτηριστικών

¹⁷ Παπαδάκη-Κλαυδιανού, 2004



Διάγραμμα 2.2. : Κατανομή της γυναικείας επιχειρηματικότητας κατά είδος δραστηριότητας

Πηγή: IOBE 2007

2.7. Επίλογος Κεφαλαίου

Στο παρόν κεφάλαιο αναφέρθηκε πως η έννοια της γυναικείας επιχειρηματικότητας αποτελεί ευαίσθητη πτυχή της ελληνικής οικονομίας. Μόλις τις τελευταίες δεκαετίες έχει επιτευχθεί μια ουσιαστική αναγνώριση και αναβάθμιση του ρόλου της γυναίκας. Είναι σημαντικό επίσης το γεγονός πως μετά το 1975, όταν και προωθήθηκε η συνταγματική ρύθμιση για την ισότητα μεταξύ ανδρών και γυναικών, υπάρχει μια σταδιακή ενίσχυση της γυναικείας παρουσίας στον οικονομικό χώρο. Αναφέρεται λοιπόν πως ενώ οι σύγχρονες ελληνικές επιχειρήσεις αντιμετωπίζονται ως κύριος άξονας της οικονομίας, μέχρι πρόσφατα η επιχειρηματικότητα δεν είχε διερευνηθεί λαμβάνοντας υπόψη τη διάσταση του φύλου.

Αντίστοιχα, αναφέρεται πως στην Ελλάδα, το σύνολο της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατανέμεται κατά 70% προς 30% περίπου ανάμεσα σε άνδρες και γυναίκες, επίδοση με την οποία η χώρα κατατάσσεται χαμηλά ανάμεσα στις χώρες της Ευρώπης. Ένα βασικό ζήτημα όμως που πρέπει να λαμβάνεται υπόψη από την πλευρά του σχεδιασμού πολιτικών για την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας είναι το ποσοστό του γυναικείου πληθυσμού της χώρας που κατευθύνεται σε επιχειρηματική δραστηριότητα. Γεγονός επίσης είναι πως στις αναπτυσσόμενες χώρες το κίνητρο της ανάγκης φαίνεται να είναι ισχυρότερο καθώς η εύρεση ικανοποιητικής απασχόλησης με μισθωτή σχέση είναι γενικά δυσκολότερη.

Αντιθέτως στις ανεπτυγμένες χώρες υπάρχει σαφής προτίμηση των γυναικών – ειδικά στην αρχή της επαγγελματικής τους σταδιοδρομίας – για μισθωτή εργασία (θέσεις στο δημόσιο τομέα ή σε μεγάλες επιχειρήσεις), όπου παρέχονται σημαντικές διευκολύνσεις στην εργαζόμενη μητέρα (ιατρικές υπηρεσίες, άδειες μητρότητας κ.τ.λ.). Μερικοί από τους σημαντικότερους επιβαρυντικούς παράγοντες που συντελούν στην περιορισμένης κλίμακας γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι η επίτευξη ισορροπίας μεταξύ προσωπικής και εργασιακής ζωής, η ύπαρξη άτυπων δικτύων, ο φόβος της επιτυχίας, η απουσία ινδαλμάτων, η οργανωσιακή κουλτούρα, η ύπαρξη προκαταλήψεων και στερεοτύπων και η έλλειψη κεφαλαίου χρηματοδότησης. Τέλος, μελετώντας το θέμα της γυναικείας απασχόλησης στην Ελλάδα παρατηρείται ότι οι Ελληνίδες στρέφονται στην οικονομική δραστηριότητα τα τελευταία τριάντα πέντε χρόνια, ενώ οι περισσότερες γυναίκες επιχειρηματίες εμφανίζονται στη δεκαετία του 1980.

Βιβλιογραφία 2^{ου} Κεφαλαίου

- Αντωνοπούλου, Δ. (2007), *Στάσεις των Γυναικών απέναντι στην Επιχειρηματικότητα*, Έκδοση ΠΑΣΕΓΕΣ
- Γενική Γραμματεία Ισότητας (2004), *Εθνικές Προτεραιότητες Πολιτικής και οι Αξονες Δράσεις για την Ισότητα των Φύλων (2004-2008)*
- Crampton, S. and Mishra, J. (1999), *Women in management. Public Personnel Management*, 28 (1) σελ. 87-107
- Davidson, M.J. and Cooper, C.L. (1993), *European Women in Business and Management*, London: Paul Chapman
- Dreher, G., Cox Jr. and Taylor H. (2000), *Labor market mobility and cash compensation: The moderating effects of race and gender*, *Academy of Management Journal*, 43 (5), σελ. 890-900
- ΕΒΕΑ (1994), *Γυναικεία Επιχειρηματικότητα*
- ΙΝΕ/ΓΣΕΕ/ΑΔΕΔΥ (2005), *Ανταγωνιστικότητα και Απασχόληση, Ετήσια Έκθεση 2005*, Αθήνα
- ΙΝΕ/ΓΣΕΕ/ΑΔΕΔΥ (2005), *Η Ελληνική Οικονομία και Απασχόληση, Ετήσια Έκθεση 2005*, Αθήνα
- Ιωαννίδης, Σ. (2007), *Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2006-2007. Επισκόπηση από την Σκοπιά της Ενίσχυσης της Επιχειρηματικότητας*, Αθήνα: IOBE
- Ιωαννίδης, Σ., Τσακανίκας, Α., Χατζηχρήστου, Σ. (2010), *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2009-2010: Αναζητώντας Διέξοδο από την Κρίση*, Αθήνα: IOBE
- Ιωαννίδης, Σ., Τσακανίκας, Α., Χατζηχρήστου, Σ. (2009), *Η Επιχειρηματικότητα στα Πρόθυρα της Κρίσης. Η Έρευνα του GEM 2008-2009*, Αθήνα: IOBE
- Ιωαννίδης, Σ., Τσακανίκας Α. (2008), *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2007-2008*, Αθήνα: IOBE
- Κ.Ε.Θ.Ι. (Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας), 2ο Στατιστικό Δελτίο, Δεκέμβριος 2004, *Το Επιχειρηματικό Κενό Ανάμεσα στους Άνδρες και τις Γυναίκες στην Ελλάδα*, Νίκος Ε. Ντερμανάκης
- Lyness, K.S. and Terrazas, J. (2006), *Women in Management: An Update on their Progress and Persistent Challenges*, *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, Hodgkinson, G. and Ford, J.K.
- Nina-Pazarzi, E. (1994), *Economic Development in Women's Employment in Greece*, in Peter Lang, ed. *Participation, Organizational Effectiveness and Quality of Work Life in the Year 2000*

- Nina-Pazarzi, E. and Giannacourou, M. (2003), *Female entrepreneurship in Greece*. In the report of the German Ministry of Economic Affairs: Female entrepreneurship in five countries
- OECD (Organization of Economic Cooperation and Development) (2005), *Women's Entrepreneurship: Issues and Policies, Background report prepared for OECD Conference on SMEs, Istanbul 5/6/2005*
- Παπαδάκη-Κλαυδιανού, Α. (2004), *Πορεία Δικτύωσης στα Πλαίσια της Κ.Π. EQUAL: Αποτελέσματα Workshop – Δικτύωσης*, στα Πρακτικά Διημερίδας της Α.Σ. «ΗΡΑ» Δικτύωση Μικρομεσαίων Γυναικείων Επιχειρήσεων
- Petraki-Kottis, A. and Ventura-Neokosmidi, Z. (2004), *Women in Management in Greece στο M.J. Davidson and R.J. Burke, Women in Management Worldwide*, London, Ashgate Publishers
- Ρεγκούζας, Α. (2004), Ομιλία για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα, Πρακτικά Ημερίδας: *Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα ως Παράγοντας Οικονομικής Ανάπτυξης και Απασχόλησης*
- Simpson, R. (1997), *Have Times Changed? Career Barriers and the Token Woman Manager*, *British Journal of Management*, 8 (2), σελ. 227-242
- Χατζηγαρυφάλλου, Ε. (2004), *Ίδρυση Πιλοτικής ΜΜΕ σε Εθνικό Επίπεδο, Προβλήματα Εφαρμογής*, στα Πρακτικά Διημερίδας της Α.Σ. «ΗΡΑ» Δικτύωση Μικρομεσαίων Γυναικείων Επιχειρήσεων

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο – ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΕΛΛΗΝΙΔΩΝ

3.1. Εισαγωγή Κεφαλαίου

Βασικό αντικείμενο μελέτης του κεφαλαίου αυτού είναι η μελέτη και ανάλυση των ποιοτικών χαρακτηριστικών της επιχειρηματικότητας των Ελληνίδων. Αντίστοιχα, αναλύονται οι έννοιες της καινοτομικότητας, της τεχνολογικής αναβάθμισης, του ανταγωνισμού και των θέσεων εργασίας.

3.2. Καινοτομικότητα

Οι ακαδημαϊκοί και οι αρμόδιοι για τη χάραξη μιας αποτελεσματικής οικονομικής πολιτικής εκτιμούν τη σημασία της βιομηχανικής καινοτομίας. Σε έναν κόσμο όπου δεν συναντάμε συχνά τέτοια ομοφωνία, η επικρατούσα άποψη είναι ότι σε όλα τα βιομηχανικώς προηγμένα κράτη, η μακροπρόθεσμη ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας πηγάζει από την ικανότητα της να αναπτύσσει και να παράγει συνεχώς καινοτόμα προϊόντα. Είναι ξεκάθαρο ότι οι καινοτομίες κάθε κλίμακας και εύρους επιδρούν θετικά στην αποδοτικότητα των επιχειρήσεων συνολικά και συνεπώς στις οικονομίες. Επιπλέον σε αντίθεση με ότι πίστευαν παλιότερα, έχει γίνει σταδιακά σαφές ότι δεν υπάρχει συγκεκριμένο μέγεθος επιχείρησης που να επωφελείται ειδικότερα από την καινοτομία. Δηλαδή τόσο οι μεγάλες όσο και οι μικρές επιχειρήσεις έχουν σημαντικούς, συχνά δε συμπληρωματικούς ρόλους να επιτελέσουν στο πλαίσιο της διαδικασίας τεχνολογικής ανάπτυξης και καινοτομίας με την ευρεία έννοια.

Σε ότι αφορά την ουσία της καινοτομίας ο Schumpeter προσδιόρισε πέντε κύριες πηγές:

1. εισαγωγή ενός νέου αγαθού (ή μια σημαντική βελτίωση της ποιότητας ενός αγαθού που ήδη υπάρχει),
2. εισαγωγή μιας νέας μεθόδου παραγωγής (δηλαδή μιας καινοτομίας στις διαδικασίες),
3. άνοιγμα μιας νέας αγοράς (ιδίως μιας εξαγωγικής αγοράς σε νέα εδάφη),
4. κατάκτηση μιας νέας πηγής προσφοράς πρώτων υλών ή ημικατεργασμένων αγαθών,
5. δημιουργία ενός νέου είδους βιομηχανικής οργάνωσης (δηλαδή μια οργανωτική βιομηχανία).

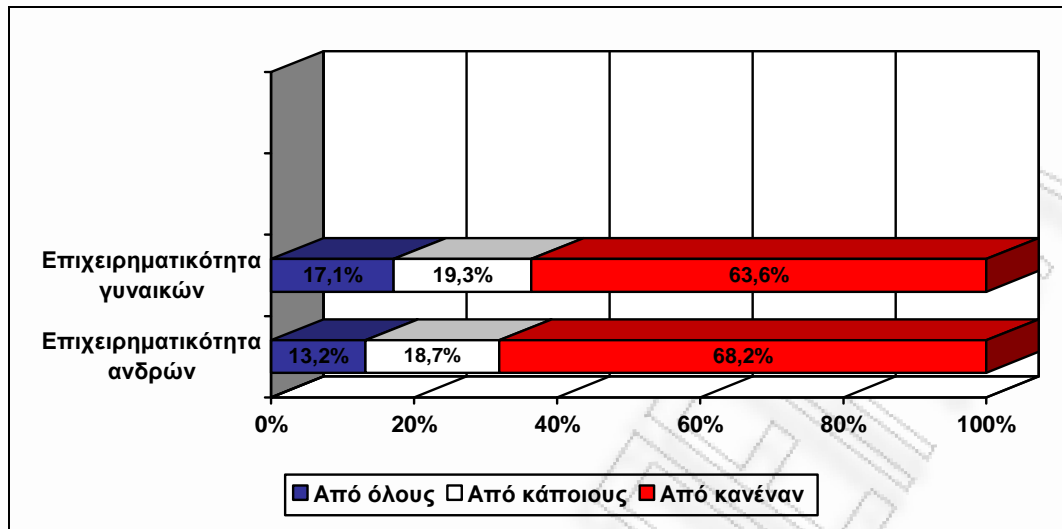
Είναι σαφές ότι η έννοια της καινοτομίας είναι πολύ ευρύτερη από την έννοια της τεχνικής βελτίωσης (technical advance) με τη στενή της σημασία, αν και ο Schumpeter απερίφραστα εξαιρούσε τις όποιες οριακές ή αισθητικές αλλαγές. Επιπλέον, οι περισσότερες επιχειρήσεις ταχύρρυθμης ανάπτυξης δεν είναι καινοτομικές με την τεχνολογική έννοια, αλλά μπορεί να ενσωματώνουν καινοτομίες τοποθέτησης προϊόντος στην αγορά ή διεθνικές συμμαχίες. Με άλλα λόγια, οι επιχειρήσεις με τις καλύτερες επιδόσεις είναι εκείνες που δραστηριοποιούνται σε ώριμους κλάδους και προβαίνουν σε οργανωτικές καινοτομίες ή καινοτομίες μάρκετινγκ και όχι οι επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας ή οι επιχειρήσεις με προσανατολισμό στις νέες τεχνολογίες. Θα πρέπει επίσης να επισημάνουμε ότι οι πέντε μορφές καινοτομίας του Schumpeter δεν είναι αμοιβαία αποκλειόμενες. Οι καινοτομίες στις διαδικασίες, για παράδειγμα, συχνά συνοδεύονται από αλλαγές στην οργάνωση του εργατικού δυναμικού. Ομοίως οι καινοτομίες προϊόντων συχνά εξυπηρετούν νέες αγορές ή απαιτούν νέες μεθόδους αξιοποίησης των αγορών που ήδη υπάρχουν.

Είναι σαφές ότι κάθε είδους καινοτομία συνεπάγεται το «καινούργιο». Δηλαδή ο νεωτερισμός αποτελεί θεμελιώδες στοιχείο της καινοτομίας. Αυτό, ωστόσο, δεν σημαίνει ότι η καινοτομία είναι απλά μια επινόηση. Η επινόηση αποτελεί τμήμα μόνο της διαδικασίας καινοτομίας – μπορεί, δε, να μην αποτελεί καν τμήμα της διαδικασίας αυτής. Η έννοια της καινοτομίας έχει περισσότερο να κάνει με την εμπορική εφαρμογή των επινοήσεων (που πραγματοποιούνται συνήθως για πρώτη φορά). Άρα η καινοτομία ενσωματώνει τόσο την πτυχή της δημιουργίας ή της ανακάλυψης, όσο και την πτυχή της διάδοσης ή της αξιοποίησης¹⁸.

Μέσα από την έρευνα του GEM για την καινοτομικότητα των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων των Ελληνίδων, φαίνεται και το πόσο χαμηλή είναι αυτή σε προϊόντα και υπηρεσίες. Το βασικό ερώτημα που έπρεπε να απαντήσουν οι επιχειρηματίες, στο πλαίσιο της έρευνας αυτής, είναι κατά πόσο το προϊόν ή η υπηρεσία που προσφέρουν είναι νέο και πρωτοποριακό. Οι απαντήσεις αν και υποκειμενικές δίνουν ένα στίγμα για το τι ο κάθε επιχειρηματίας θεωρεί ότι παρέχει στους πελάτες του.

Ακολουθεί το διάγραμμα 3.1. στο οποίο παρατίθενται στοιχεία για την περίοδο 2003-2006.

¹⁸ David Deakins - Mark Freel, 2006

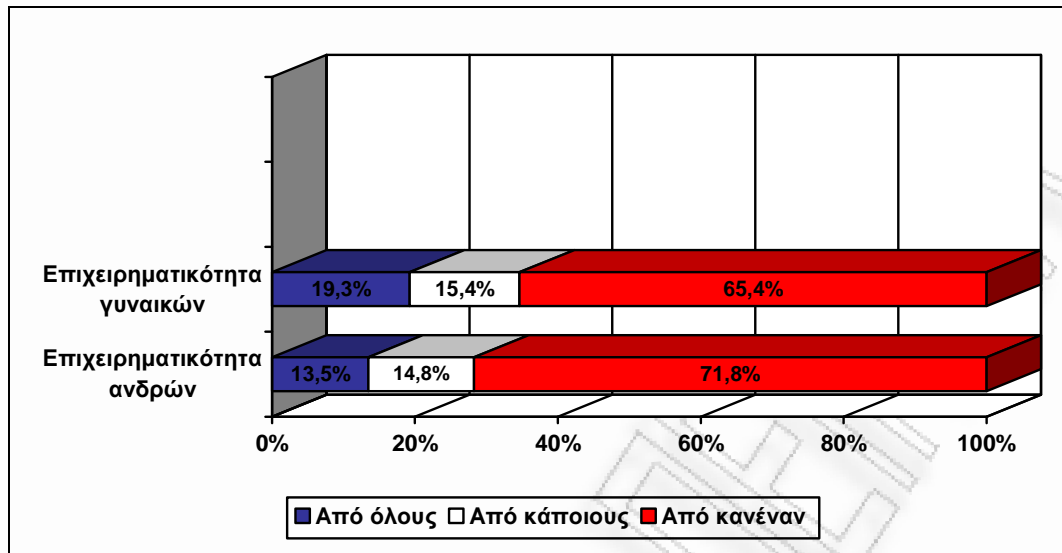


Διάγραμμα 3.1. : Καινοτομία και επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανδρών και γυναικών

Πηγή: IOBE 2007

Από το διάγραμμα 3.1. φαίνεται καθαρά ότι οι γυναίκες σε σχέση με τους άνδρες αναλαμβάνουν πιο καινοτομικά εγχειρήματα. Αναλυτικότερα, το 68,2% των Ελλήνων νέων επιχειρηματιών δεν θεωρούν ότι προσφέρουν κάποιο καινοτομικό προϊόν ή υπηρεσία ενώ το αντίστοιχο ποσοστό των γυναικών ανέρχεται στο 63,6%. Αντίστροφα, το 17,1% των Ελληνίδων νέων επιχειρηματιών δηλώνουν ότι προσφέρουν κάποιο νέο και πρωτοποριακό προϊόν ενώ μόλις το 13,2% των ανδρών δηλώνουν το ίδιο.

Όσον αφορά τους καθιερωμένους επιχειρηματίες το ποσοστό των Ελληνίδων που δηλώνουν ότι προσφέρουν κάποιο νέο και πρωτοποριακό προϊόν είναι ακόμα μεγαλύτερο. Συγκεκριμένα, τα ποσοστά ανέρχονται σε 19,3% για τις γυναίκες και σε 13,5% για τους άνδρες όπως διακρίνονται και από το διάγραμμα 3.2. Η υπεροχή των γυναικών στον τομέα των καινοτομιών είναι εμφανής.



Διάγραμμα 3.2. : Καινοτομία και καθιερωμένη επιχειρηματικότητα ανδρών και γυναικών
 Πηγή: IOBE 2007

3.3. Τεχνολογική Αναβάθμιση

Πολύ συχνά αναφέρεται ότι οι καταναλωτές και οι επιχειρήσεις κινούνται πλέον σε μια παγκόσμια οικονομία, (global economy) ή σε ένα παγκόσμιο χωριό, (global village). Οι φράσεις αυτές προσπαθούν να περιγράψουν τις ριζικές ανακατατάξεις που έχουν συμβεί τα τελευταία χρόνια στις μορφές, στον όγκο και στην ταχύτητα των οικονομικών συναλλαγών μεταξύ διαφορετικών χωρών. Εκτός από την εντυπωσιακή απελευθέρωση των διεθνών ροών προϊόντων, υπηρεσιών και κεφαλαίων η οποία επιτελέστηκε στη δεκαετία του 1990, ουσιαστική συνεισφορά στην πραγματοποίηση των ανακατατάξεων αυτών είχαν και τα ραγδαία τεχνολογικά άλματα που επιτεύχθηκαν στους τομείς των μεταφορών, των συγκοινωνιών, των τηλεπικοινωνιών και της πληροφορικής. Ειδικότερα οι τεχνολογικές εξελίξεις του 20^{ου} αιώνα και ιδιαίτερα η πρωτοφανής ανάπτυξη των τεχνολογιών της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών τις τελευταίες δεκαετίες, επιτάχυναν και διέυρναν τη διάχυση της πληροφορίας και της γνώσης ακόμα και στις πιο υπανάπτυκτες και απομονωμένες χώρες της υδρογείου. Ιδιαίτερα σημαντική είναι η συνεισφορά της ανάπτυξης και της ραγδαίας χρήσης του Διαδικτύου (internet) από τις επιχειρήσεις.

Οι επιπτώσεις της παγκοσμιοποίησης στις επιχειρήσεις είναι σημαντικές. Η διεθνοποιημένη οικονομία έχει μεταβάλλει ριζικά τις συνθήκες κάτω από τις οποίες λειτουργούν οι επιχειρήσεις, άσχετα από το μέγεθος τους, τον τομέα

δραστηριοποίησης τους και από το τοπικό ή διεθνή χαρακτήρα των δραστηριοτήτων τους. Ιδιαίτερα έντονες είναι οι πιέσεις σε επιχειρήσεις μικρού μεγέθους, όπως είναι η συντριπτική πλειοψηφία των ελληνικών επιχειρηματικών σχημάτων. Σε λίγα χρόνια, λίγες επιχειρήσεις θα μπορούν να παραμείνουν απρόσβλητες από το διεθνή ανταγωνισμό. Ακόμη και μικρές ή μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) που εύκολα θα τις έβλεπε κανείς να επιβιώνουν μόνο ως εγχώριες, θα δουν τις αγορές τους να συρρικνώνονται. Ο ανταγωνισμός από διεθνοποιημένες επιχειρήσεις, εθνικές ή όχι, θα περιορίσει το ζωτικό τους χώρο. Οι επιχειρήσεις επομένως θα πρέπει να προσαρμόσουν τη συμπεριφορά τους και τις στρατηγικές τους στα νέα δεδομένα. Εξαιτίας της συνεχούς εντατικοποίησης του ανταγωνισμού που δημιουργείται από τη διεθνοποιημένη οικονομία, είναι αναγκαίο οι επιχειρήσεις και οι οργανισμοί να προχωρήσουν στις κατάλληλες αναπροσαρμογές στην οργάνωση τους, στη τεχνολογία που χρησιμοποιούν και στις ικανότητες του ανθρώπινου δυναμικού.

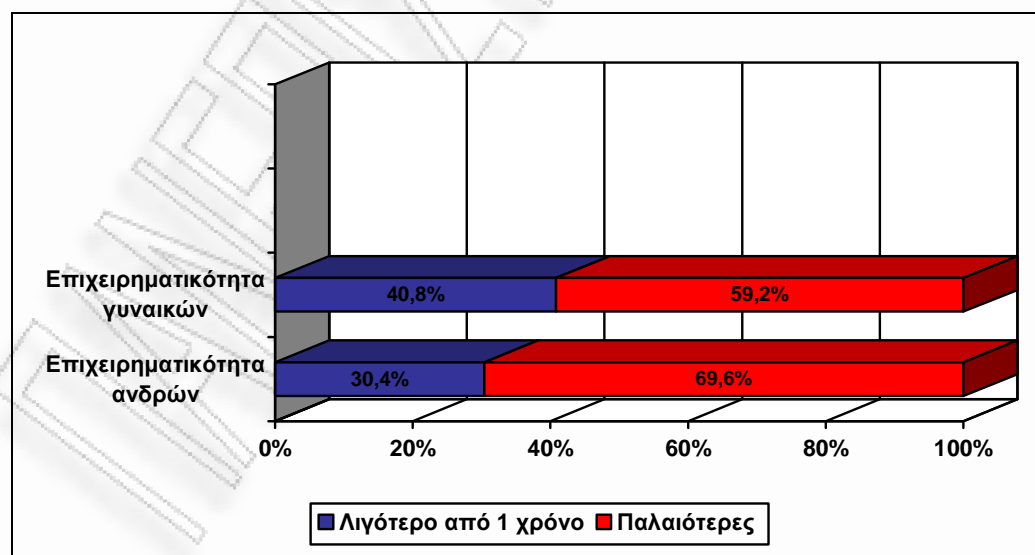
Είναι πλέον δεδομένο ότι η επιχείρηση, ο οργανισμός ή η οικονομία επηρεάζεται από τα γεγονότα στο διεθνές περιβάλλον. Αυτό που χρήζει προσοχής είναι ο βαθμός με τον οποίο επηρεάζονται από τα συγκεκριμένα γεγονότα. Μέσα σε ένα δυναμικό περιβάλλον, οι επιχειρηματίες πρέπει να μπορέσουν να προσαρμόσουν τις επιχειρήσεις τους στα νέα δεδομένα και στις νέες συνθήκες ώστε να έχουν τη δυνατότητα οι επιχειρήσεις τους να παραμείνουν ανταγωνιστικές και συνεπώς, να κατορθώσουν να ευημερήσουν και να επιβιώσουν μακροχρόνια. Στα πλαίσια, λοιπόν, της παγκοσμιοποίησης και της αυξημένης ανταγωνιστικότητας οι επιχειρηματίες είναι αναγκαίο να μπορούν να ανταποκριθούν στη ραγδαία ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών και την ενσωμάτωση τους στην παραγωγή και τις υπηρεσίες. Επιπλέον, προκειμένου οι επιχειρήσεις να καταστήσουν τα προϊόντα τους ανταγωνιστικά και να κατορθώσουν να διατηρήσουν ή να βελτιώσουν περαιτέρω την ανταγωνιστικότητά τους στην αγορά, καθίσταται πιο επιτακτική η ανάγκη για χρήση καινοτόμων τεχνολογιών.

Μια εταιρεία μπορεί να διατηρήσει το ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα, δημιουργώντας συνεχώς νέα ή πρωτοπόρα προϊόντα/υπηρεσίες, που παραμένουν βιώσιμα στην παγκόσμια αγορά. Αυτό επιτυγχάνεται μόνο αν η εταιρεία θέσει ως κεντρικό στρατηγικό στόχο της επιχειρηματικής της δραστηριότητας την χρήση νέων τεχνολογιών καθώς η τεχνολογική αλλαγή δημιουργεί νέες ευκαιρίες για να αναπτυχθούν ευκολότερα καινοτόμες ιδέες, όπως νέα προϊόντα, νέες δυνατότητες για τον σχεδιασμό ενός υπάρχοντος προϊόντος και νέους τρόπους μάρκετινγκ. Σήμερα, είναι γεγονός ότι πολλές επιχειρήσεις δείχνουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την απόκτηση και την εφαρμογή της πλέον προηγμένης τεχνολογίας τόσο στην παραγωγική

διαδικασία όσο και στη διοίκηση, ενώ ταυτόχρονα είναι πρόθυμες να υποστούν το σχετικά υψηλό κόστος απόκτησης τους καθώς οι θετικές συνέπειες που έχει η χρήση νέων και προηγμένων τεχνολογιών είναι πολλές. Τέτοιες θετικές συνέπειες αποτελούν:

- η εισαγωγή στις διεθνείς αγορές νέων και εξελιγμένων προϊόντων,
- η βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων,
- η αποτελεσματικότερη χρησιμοποίηση των παραγωγικών συντελεστών της επιχείρησης (όπως ο μηχανολογικός εξοπλισμός και το ανθρώπινο δυναμικό), το οποίο με την σειρά του οδηγεί σε αύξηση της παραγωγικότητας και της απόδοσης των παραγωγικών συντελεστών,
- η ανάπτυξη και υιοθέτηση αποτελεσματικότερων μεθόδων διοίκησης και μάρκετινγκ,
- η αποδοτικότερη και σύγχρονη επικοινωνία μεταξύ των εργαζομένων, των τμημάτων της επιχείρησης,
- η αυτοματοποίηση των καθημερινών λειτουργιών της επιχείρησης,
- η μείωση του κινδύνου για μελλοντικές επενδύσεις,
- η προμήθεια πρώτων υλών πιο γρήγορα, απλά και οικονομικά,

Τα στοιχεία των ερευνών του GEM αναφορικά με τις επιδόσεις των Ελλήνων επιχειρηματιών στην χρήση νέων τεχνολογιών/διεργασιών για την παραγωγή προϊόντων, δείχνουν ότι και στον τομέα αυτό οι γυναίκες υπερέχουν σημαντικά των ανδρών.

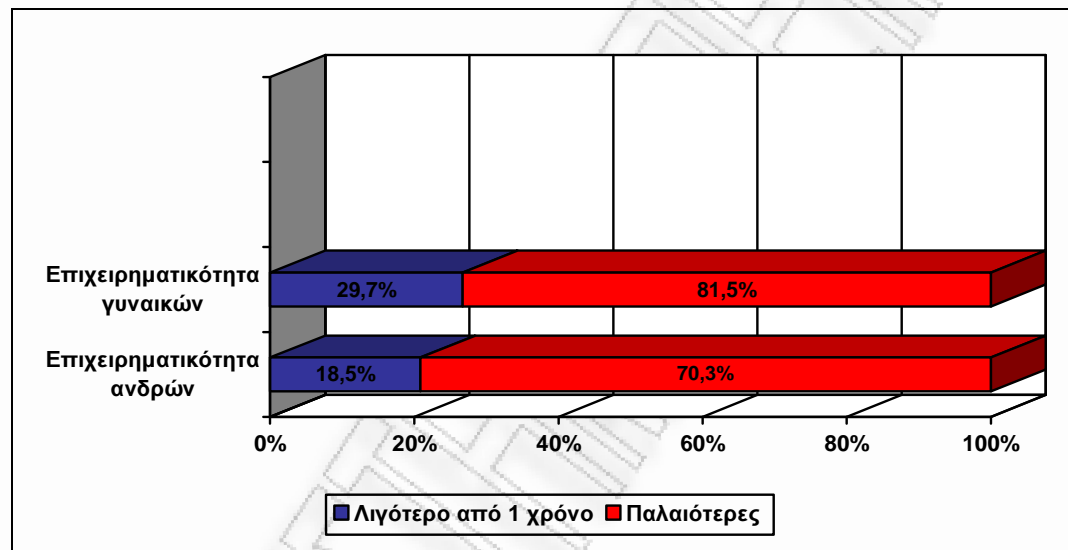


Διάγραμμα 3.3. : Νέες τεχνολογίες και επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων κατά φύλο

Πηγή: IOBE 2007

Σύμφωνα με το διάγραμμα 3.3., στο οποίο παρατίθενται στοιχεία της περιόδου 2003-2006, το 40% των Ελληνίδων νέων επιχειρηματιών δηλώνουν ότι η τεχνολογία που χρησιμοποιούν στο εγχείρημα τους δεν ήταν διαθέσιμη για περισσότερο από ένα χρόνο πριν την ίδρυση του εγχειρήματος τους, ενώ μόλις το 30% των ανδρών συμφωνούν σε αυτό.

Η κατάσταση δεν διαφέρει ουσιαστικά στην περίπτωση της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας όπως άλλωστε φαίνεται από τα δεδομένα που καταγράφονται στο διάγραμμα 3.4.



Διάγραμμα 3.4. : Νέες τεχνολογίες και καθιερωμένη επιχειρηματικότητα κατά φύλο

Πηγή: IOBE 2007

Το αποτέλεσμα αυτό είναι δικαιολογημένο καθώς αφορά επιχειρήσεις οι οποίες υφίστανται για μεγάλο χρονικό διάστημα με συνέπεια πολλές εκ των οποίων να χρησιμοποιούν παλιές τεχνολογίες. Παρόλα αυτά οι γυναίκες για ακόμα μία φορά υπερέχουν, αφού το 30% των Ελληνίδων καθιερωμένων επιχειρηματιών δηλώνουν ότι οι τεχνολογίες που τους ήταν διαθέσιμες ήταν μόλις ενός έτους ενώ μόνο το 20% των ανδρών ισχυρίζονται το ίδιο. Οι τεχνολογικές αναβαθμίσεις προωθούνται κυρίως από τις Ελληνίδες επιχειρηματίες που αποτελούν το μισό του συνόλου των καθιερωμένων επιχειρηματιών, γεγονός που έχει σημαντικές επιπτώσεις στην οικονομία.

3.4. Ανταγωνισμός

Ο ανταγωνισμός αναφέρεται στο βαθμό κατά τον οποίο οι επιχειρήσεις ανταποκρίνονται στις ανταγωνιστικές κινήσεις άλλων εταιρειών στη βιομηχανία. Ο

ανταγωνισμός μεταξύ των υπαρχουσών επιχειρήσεων είναι ο αγώνας μεταξύ τους για την επικράτηση στην αγορά και την αύξηση του μεριδίου αγοράς του καθενός, ενώ μπορεί να πάρει διάφορες μορφές σε επίπεδο που αφορά στον ανταγωνισμό των τιμών, στα νέα προϊόντα, στην καλύτερη εξυπηρέτηση πελατών, στις εγγυήσεις καλής λειτουργίας, στα καλύτερα δίκτυα διανομής κ.α. Ο έντονος ανταγωνισμός είναι το αποτέλεσμα μιας σειράς διαρθρωτικών παραγόντων που αλληλεπιδρούν. Οι παράγοντες αυτοί περιλαμβάνουν:

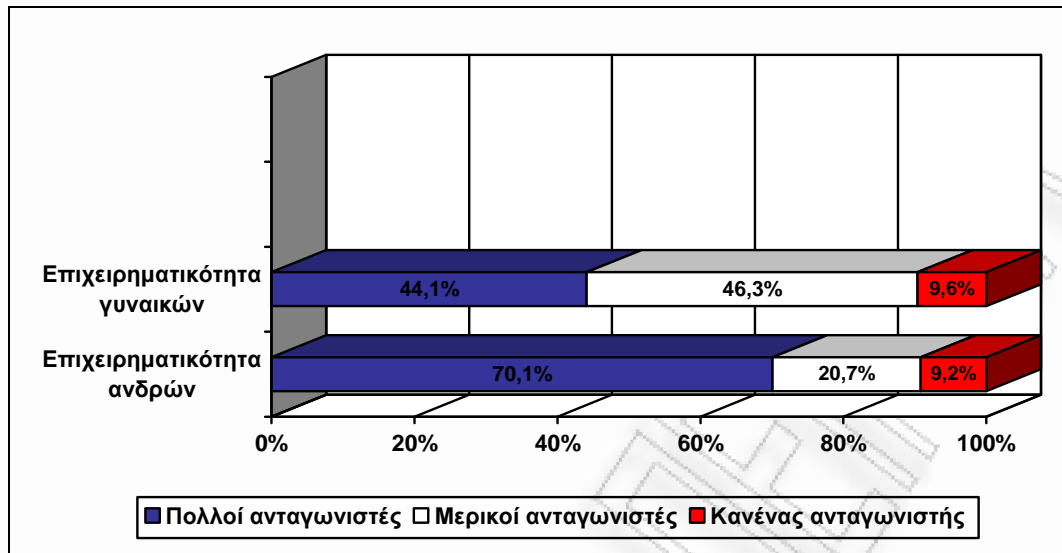
- Πολλές ή εξίσου εξοπλισμένες επιχειρήσεις: η πίεση του ανταγωνισμού αυξάνεται αυτόματα με υψηλή συγκέντρωση των ανταγωνιστών. Οι συνθήκες της αγοράς είναι συχνά ασταθείς εάν οι επιχειρήσεις είναι παρόμοιου μεγέθους και εξοπλισμένες με παρόμοιους πόρους. Σε ένα τέτοιο περιβάλλον οι μικρές αλλαγές (π.χ. στις τιμές), μπορούν να έχουν αισθητό αντίκτυπο σε όλη την αγορά.
- Αργή ανάπτυξη τομέα: σε περιπτώσεις με αργή (ή ανύπαρκτη) εξέλιξη, ενεργοποιείται αμείλικτος ανταγωνισμός δηλαδή μία μάχη για αγορές – κλειδιά.
- Έλλειψη διαφοροποίησης ή χαμηλού κόστους αλλαγής για τους πελάτες: Αν είναι δύσκολο για τους πελάτες να γίνεται διάκριση μεταξύ προϊόντων, τότε ο ανταγωνισμός θα πραγματοποιηθεί περισσότερο μέσω της διαφήμισης παρά σε μια μοναδική πρόταση πώλησης. Με χαμηλού κόστους αλλαγές οι πελάτες είναι πιο πιθανό να στραφούν σε προϊόντα άλλων ανταγωνιστών.
- Το υψηλό κόστος αποθήκευσης ή τα εξαιρετικά ευπαθή προϊόντα αναγκάζουν τον παραγωγό να πουλήσει τα εμπορεύματα όσο το δυνατόν συντομότερα.
- Τα στρατηγικά ρίσκα είναι υψηλά όταν μια επιχείρηση έχει χάσει τη θέση της στην αγορά ή έχει τη δυνατότητα για μεγάλα κέρδη, γεγονός που εντείνει τον ανταγωνισμό.
- Τα υψηλά εμπόδια εξόδου δημιουργούν υψηλό κόστος στην εγκατάλειψη ενός προϊόντος. Η επιχείρηση θα πρέπει να ανταγωνιστεί για να παραμείνει στην αγορά.
- Οι διαφορές των ανταγωνιστών σε θέματα εταιρικής κουλτούρας, ιστορίας, φιλοσοφίας μπορούν να καταστήσουν ασταθή έναν κλάδο.
- Μια αναπτυσσόμενη αγορά και οι δυνατότητες για μεγάλα κέρδη προκαλεί τις νέες επιχειρήσεις να εισέλθουν και αναγκάζει τις υφιστάμενες επιχειρήσεις να αυξήσουν την παραγωγή.

Γενικότερα, ο ανταγωνισμός ωθεί τις επιχειρήσεις να προσπαθήσουν να κερδίσουν περισσότερους πελάτες από τους ανταγωνιστές τους προκειμένου να επιβιώσουν, να

αναπτυχθούν και να επιτύχουν μεγαλύτερο κέρδος. Για να προσελκύσουν τους πελάτες αναγκάζονται να αυξήσουν την παραγωγή τους, να μειώσουν τις τιμές τους και να βελτιώσουν τα προϊόντα τους. Αποτέλεσμα είναι η ευημερία του καταναλωτή, ο οποίος αντίστοιχα ωφελείται αφού πληρώνει λιγότερο για τα ίδια προϊόντα, έχει περισσότερες επιλογές και οι επιχειρήσεις προσπαθούν να ανταποκρίνονται στις ανάγκες του με νέα προϊόντα. Έτσι η ενίσχυση του ανταγωνισμού μειώνει τις τιμές, αυξάνει την ποιότητα, ευνοεί την καινοτομία και αυξάνει την αποτελεσματικότητα, δηλαδή με το ίδιο κόστος παράγονται περισσότερα αγαθά ή αντίστοιχα για τα ίδια αγαθά απαιτείται χαμηλότερο κόστος. Ταυτόχρονα ο ανταγωνισμός δίνει στον καταναλωτή περισσότερες επιλογές. Από την άλλη πλευρά, η βελτίωση των προϊόντων κοστίζει και απαιτεί επενδύσεις, σε έρευνα και τεχνολογία, σε έρευνα αγοράς, σε προώθηση τους. Αν οι ανταγωνιστές μπορούν να αντιγράψουν τα προϊόντα των άλλων χωρίς περιορισμούς, η ανάπτυξη νέων προϊόντων δημιουργεί υψηλό κόστος σ' αυτόν που τα δημιουργεί χωρίς να του αποδίδει κέρδος, αφού όλοι οι ανταγωνιστές θα επωφεληθούν από αυτά. Αποτέλεσμα είναι ότι κανείς δεν καινοτομεί, αφού γνωρίζει ότι δεν θα ωφεληθεί από την καινοτομία. Για να βελτιώσει προϊόντα και υπηρεσίες, ο παραγωγός θα πρέπει να εξασφαλίσει συνθήκες διασφάλισης των προϊόντων του στην αγορά. Στην περίπτωση αυτή δημιουργείται ένα είδος περιορισμού στη δράση των άλλων επιχειρήσεων, αφού δεν τους επιτρέπεται να αντιγράψουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες του ανταγωνιστή τους.

Ο χαμηλός ανταγωνισμός λόγω των υψηλών επιπέδων καινοτομικότητας και τεχνολογικής αναβάθμισης είναι αναμενόμενος. Ιδιαίτερα από την στιγμή που από αυτές δημιουργούνται αγορές όπου δεν υπάρχουν πολλοί ανταγωνιστές. Παρόλα αυτά έπειτα από έρευνα του GEM για την περίοδο 2003-2006, φαίνεται ότι στην χώρα μας ο ανταγωνισμός είναι αισθητός και ότι η επιχειρηματική δραστηριότητα δεν έχει καταφέρει να δημιουργήσει αξιόλογες νέες αγορές.

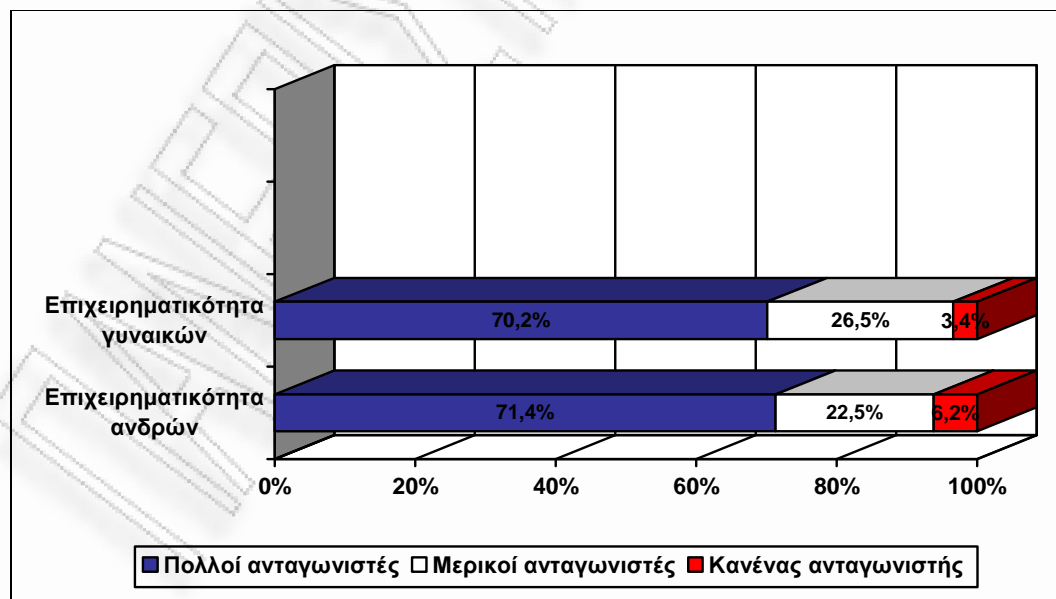
Σύμφωνα με το διάγραμμα 3.5. που ακολουθεί το 10% των Ελλήνων νέων επιχειρηματιών δηλώνουν ότι δεν αντιμετώπισαν κανέναν ανταγωνιστή ενώ το 40% των γυναικών επιχειρηματιών δηλώνουν ότι αντιμετώπισαν λίγους ανταγωνιστές. Αντίστοιχα οι άνδρες που έδωσαν την ίδια απάντηση ανέρχονται σε ποσοστό 21%. Συνεπώς η υπεροχή των γυναικών σε θέματα τεχνολογίας και καινοτομικότητας προκύπτει από το γεγονός ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες είναι σε θέση να δημιουργούν νέες αγορές με χαμηλό ανταγωνισμό.



Διάγραμμα 3.5. : Ένταση ανταγωνισμού και επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανδρών και γυναικών

Πηγή: IOBE 2007

Όσον αφορά την καθιερωμένη επιχειρηματικότητα, τα στοιχεία που προκύπτουν σύμφωνα με το διάγραμμα 3.6. διαφέρουν σημαντικά. Οι επιχειρηματίες που δηλώνουν ότι δεν αντιμετώπισαν ανταγωνιστές είναι λίγοι και αυτοί είναι κυρίως άνδρες. Γεγονός είναι ότι στην ελληνική αγορά επτά στους δέκα καθιερωμένους επιχειρηματίες έχουν ανταγωνιστές ανεξαρτήτου φύλου, στοιχείο που υποδηλώνει την έλλειψη δημιουργίας νέων αγορών.



Διάγραμμα 3.6. : Ένταση ανταγωνισμού και καθιερωμένη επιχειρηματικότητα ανδρών και γυναικών

Πηγή: IOBE 2007

3.5. Θέσεις Εργασίας

Η προώθηση της επιχειρηματικότητας αποτελεί τον βασικό πυλώνα ενίσχυσης της απασχόλησης και αντιμετώπισης της ανεργίας και των φαινομένων κοινωνικού αποκλεισμού που διαφαίνονται επικίνδυνα μέσα στην οικονομική και διαρθρωτική κρίση που αντιμετωπίζουν οι χώρες. Τα τελευταία χρόνια η γυναικεία επιχειρηματικότητα παρουσιάζει σημαντική αύξηση, ιδιαίτερα στις χώρες του δυτικού κόσμου. Παρόλο που το επιχειρηματικό ενδιαφέρον των ανδρών παρουσιάζεται εντονότερο από εκείνο των γυναικών, η γυναικεία επιχειρηματικότητα θεωρείται εξίσου σημαντική με την ανδρική για την οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας, καθώς συμβάλλει στη δημιουργία νέων ευκαιριών απασχόλησης και στην αύξηση του αριθμού των απασχολούμενων γυναικών.

Η επιχειρηματικότητα είναι συνυφασμένη με την ατομική πρωτοβουλία και την ανάληψη καινοτόμων δράσεων από ανθρώπους που τολμούν και είναι διατεθειμένοι να διακινδυνεύσουν την προσωπική τους επιτυχία μέσα από τη δημιουργία και λειτουργία της δικής τους επιχείρησης. Τα άτομα που ασχολούνται με την επιχειρηματικότητα παρουσιάζουν, σε σχέση με τους υπόλοιπους εργαζόμενους, μεγαλύτερα ποσοστά προσωπικής ικανοποίησης και αισθάνονται μεγαλύτερη υπερηφάνεια και αγάπη για τη δουλειά τους, ενώ επιδιώκουν παράλληλα να αποκτήσουν κοινωνική καταξίωση. Η απασχόληση σε μία προσωπική επιχείρηση, εκτός του ότι επιλύει το πρόβλημα της ανεργίας, προσφέρει ανεξαρτησία, δημιουργικότητα, συναισθήματα αυτοεκπλήρωσης, δυνατότητα ελέγχου του ρυθμού εργασίας καθώς επίσης δυνατότητα επικοινωνίας με πολλούς και διαφορετικής φύσεως ανθρώπους¹⁹.

Ένα από τα πιο σημαντικά θέματα που ερευνά το GEM είναι και η δημιουργία θέσεων εργασίας τόσο από τους επιχειρηματίες που βρίσκονται στα αρχικά στάδια έναρξης των εγχειρημάτων τους όσο και από τους καθιερωμένους επιχειρηματίες. Το συγκεκριμένο ζήτημα εξετάζεται και από τη πλευρά της απασχόλησης αλλά και από τη πλευρά των προσδοκιών που υπάρχουν για δημιουργία θέσεων απασχόλησης έπειτα από μία πενταετία και αναφέρεται στην περίοδο 2003-2006. Βέβαια η δημιουργία θέσεων εργασίας αφορά κυρίως τους ήδη υπάρχοντες επιχειρηματίες και όχι αυτούς που αισιοδοξούν να ξεκινήσουν μία νέα επιχείρηση.

Ένα πρώτο συμπέρασμα είναι ότι ένας στους τέσσερις επιχειρηματίες, ανεξαρτήτου φύλου, δηλώνουν ότι στο εγχείρημα τους δεν απασχολούν κανέναν εκτός του εαυτού

¹⁹ Δ. Σδράλη, 2005 «Η επιχειρηματικότητα ως μορφή απασχόλησης για την πρόσβαση της γυναίκας στην αγορά εργασίας»

τους. Θετικό στοιχείο πάντως αποτελεί το γεγονός ότι το ποσοστό των επιχειρηματιών, ανεξαρτήτου φύλου, που δεν δημιουργούν καμία θέση εργασίας είναι αρκετά χαμηλό (10%-15%) ενώ αρνητικό στοιχείο αποτελεί το μικρό ποσοστό των επιχειρηματιών (περίπου 20%) των οποίων τα εγχειρήματα δημιουργούν πάνω από πέντε νέες θέσεις εργασίας.

Για το μέλλον των θέσεων απασχόλησης έπειτα από μία πενταετία, ένας στους τέσσερις επιχειρηματίες δηλώνουν και πάλι ότι δεν αναμένουν να δημιουργήσουν καμία θέση. Πάντως οι νέοι επιχειρηματίες είναι πιο αισιόδοξοι από τους ήδη καθιερωμένους. Ωστόσο, οι Ελληνίδες επιχειρηματίες έχουν μεγαλύτερες προσδοκίες για το μέλλον καθώς ποσοστό ίσο με 42% θεωρεί ότι θα δημιουργήσει πάνω από έξι θέσεις εργασίας μέσα σε μία πενταετία ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τους άνδρες ανέρχεται μόνο στο 31%. Με άλλα λόγια, οι νέες Ελληνίδες επιχειρηματίες εκφράζουν έναν δυναμισμό σχετικά με τη μελλοντική απασχόληση, που υπερτερεί σαφώς εκείνου των ανδρών συναδέλφων τους.

3.6. Επίλογος Κεφαλαίου

Βασικό αντικείμενο μελέτης στο συγκεκριμένο κεφάλαιο, ορίστηκε αντίστοιχα η μελέτη και ανάλυση των ποιοτικών χαρακτηριστικών της επιχειρηματικότητας των Ελληνίδων. Όπως αναφέρθηκε, είναι σαφές ότι η έννοια της καινοτομίας είναι πολύ ευρύτερη από την έννοια της τεχνικής βελτίωσης (technical advance) με τη στενή της σημασία, αν και ο Schumpeter απερίφραστα εξαιρούσε τις όποιες οριακές ή αισθητικές αλλαγές. Επίσης, μια εταιρεία μπορεί να διατηρήσει το ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα, δημιουργώντας συνεχώς νέα ή πρωτοπόρα προϊόντα/υπηρεσίες, που παραμένουν βιώσιμα στην παγκόσμια αγορά. Αυτό επιτυγχάνεται μόνο αν η εταιρεία θέσει ως κεντρικό στρατηγικό στόχο της επιχειρηματικής της δραστηριότητας την χρήση νέων τεχνολογιών, καθώς η τεχνολογική αλλαγή δημιουργεί νέες ευκαιρίες για να αναπτυχθούν ευκολότερα καινοτόμες ιδέες, όπως νέα προϊόντα, νέες δυνατότητες για τον σχεδιασμό ενός υπάρχοντος προϊόντος και νέους τρόπους μάρκετινγκ.

Γενικότερα, ο ανταγωνισμός ωθεί τις επιχειρήσεις να προσπαθήσουν να κερδίσουν περισσότερους πελάτες από τους ανταγωνιστές τους προκειμένου να επιβιώσουν, να αναπτυχθούν και να επιτύχουν μεγαλύτερο κέρδος. Για να προσελκύσουν πελάτες αναγκάζονται να αυξήσουν την παραγωγή τους, να μειώσουν τις τιμές τους και να βελτιώσουν τα προϊόντα τους. Τέλος, η επιχειρηματικότητα είναι συνυφασμένη με την ατομική πρωτοβουλία και την ανάληψη καινοτόμων δράσεων από ανθρώπους που

τολμούν και είναι διατεθειμένοι να διακινδυνεύσουν την προσωπική τους επιτυχία μέσα από τη δημιουργία και λειτουργία της δικής τους επιχείρησης.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΡΡΑΙΑ

Βιβλιογραφία 3^{ου} Κεφαλαίου

- Abernathy, W. and Utterback, J. (1978), *Patterns of Industrial Innovation*, Technology Review, 80, 7, σελ.41-7
- Angel, D. (2002), *Inter-firm Collaboration and Technological Development Partnerships within US Manufacturing Industries*, Regional Studies 36, σελ. 333-44
- Archibugi, D., Howells, J. and Michie, J. (1999), *Innovations Systems and Policy in a Global Economy*, Cambridge University Press, σελ. 1-18
- Audretsch, D. (1995), *Innovation, Growth and Survival*, International Journal of Industrial Organization 13, σελ. 441-57
- Castro, E.A., Rodrigues, C., Esteves, C. and Pires, A.R. (2000), *The Triple Helix Model as a Motor for the Creative Use of Telematics*, Research Policy, Vol. 29, σελ. 193-203
- Cooper, R. G. (1993), *Winning at new products: Accelerating the Process from the Idea to Launch*, 2^η έκδοση, Perseus Books Publishing, USA
- Γεωργαντά, Ζ. (2003), *Επιχειρηματικότητα και Καινοτομίες: Το Management της Επιχειρηματικής Καινοτομίας*, Ανικούλα, Θεσσαλονίκη
- Deakins, D. and Freel M. (2006), *Entrepreneurship and Small Firms*, Open University Press, UK Limited
- Freel, M. (2002), *On Regional Innovation Systems: Illustrations from the West Midlands*, Environment and Planning C: Government and Policy 20, σελ. 633-54
- Freeman, C. and Soete, L. (1997), *The Economics of Industrial Innovation*, 3^η έκδοση, Pinter, Λονδίνο
- Geroski, P. and Machin, S. (1992), *Do Innovating Firms Outperform Non-innovators?*, Business Strategy Review, σελ. 79-90
- Ιωαννίδης, Σ. (2007), *Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2006-2007. Επισκόπηση από την Σκοπιά της Ενίσχυσης της Επιχειρηματικότητας*, Αθήνα: IOBE
- Ιωαννίδης, Σ., Τσακανίκας, Α., Χατζηχρήστου, Σ. (2010), *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2009-2010: Αναζητώντας Διέξοδο από την Κρίση*, Αθήνα: IOBE
- Ιωαννίδης, Σ., Τσακανίκας, Α., Χατζηχρήστου, Σ. (2009), *Η Επιχειρηματικότητα στα Πρόθυρα της Κρίσης. Η Έρευνα του GEM 2008-2009*, Αθήνα: IOBE
- Ιωαννίδης, Σ., Τσακανίκας Α. (2008), *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2007-2008*, Αθήνα: IOBE
- Kalakota, P. and Robinson, N. (1999), *e-Business, Roadmap for Success*

- Κετικίδης, Π. (1998), *Ηλεκτρονική Επικοινωνία & Στρατηγικές Συμμαχίες*, περιοδικό: Plant Management Ανάπτυξη, Ετήσια Έκδοση 1998-1999
- Love, B. and Roper, S. (1999), *The Determinants of Innovation: R&D, Technology Transfer and Networking Effects*, Review of Industrial Organization 15, σελ. 43-64
- Maskell, P. and Malmberg, A. (1999), *The Competitiveness of Firms and Regions*, European Urban and Regional Studies 6, σελ. 9-25
- Miller, D. and Friesen, P. (1982), *Innovation in Conservative and Entrepreneurial Firms: Two Models of Strategic Momentum*, Strategic Management Journal, 3, σελ. 1-25
- Nelson, R. (2000), *Regional Innovation, Knowledge and Global Change*, Pinter, Λονδίνο, σελ. 11-26
- Nooteboom, B. (1999), *Innovation, Learning and Industrial Organization*, Cambridge Journal of Economics 23, σελ. 127-50
- Pittaway, L., Robertson, M., Munir, K., Denyer, D. and Neely, A. (2004) *Networking and Innovation: A systematic Review of the Evidence*, International Journal of Management Reviews 5/6, σελ. 137-68
- Porter, M.E. (1990), *The Competitive Advantage of Nations*, The free Press, USA, σελ 45-47
- Porter, M.E., Stern, S. (2001), *Innovation: Location Matters*, MIT Sloan Management Review
- Ricks, D. (1993), *Blunders in International Business*, Blackwell Business
- Rothwell, R. and Zegveld, W. (1982), *Industrial Innovation and Public Policy*, Francis Pinter, Λονδίνο
- Rugman, M.A. and Hodgetts, R.M. (1995), *International Business: A Strategic Management Approach*, McGraw-Hill
- Schmookler, J. (1996), *Invention and Economic Growth*, Harvard University Press, Cambridge, MA
- Schumpeter, J. (1934), *The Theory of Economic Development*, Harvard University Press, Cambridge, MA
- Sternberg, R. (2000), *Innovation Networks and Regional Development – Evidence from the European Regional Innovation Survey (ERIS): Theoretical Concepts, Methodological Approach, Empirical Basis and Introduction to the Theme Issue*, European Planning Studies 8, σελ. 389-407
- Σδράλη, Δ. (2005), *Η Επιχειρηματικότητα ως Μορφή Απασχόλησης για την Πρόσβαση της Γυναίκας στην Αγορά Εργασίας*, Πρακτικά 3^{ης} Διημερίδας Επιχειρηματικότητας

- Tether, B. and Hipp, C. (2002), *Knowledge Intensive, Technical and Other Services: Patterns of Competitiveness and Innovation*, *Technology Analysis and Strategic Management* 14, σελ. 163-82
- Tether, B. (2002), *Who Cooperates for Innovation and Why? An Empirical Analysis*, *Research Policy* 31, σελ. 947-68
- Utterback, J. (1996), *Mastering the Dynamics of Innovation*, HBS Press, Cambridge, MA
- Χατζηδημητρίου, Γ. (2000), *Εισαγωγή στις Διεθνείς Επιχειρηματικές Δραστηριότητες*, Θεσσαλονίκη

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο – ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΔΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ

4.1. Εισαγωγή Κεφαλαίου

Βασικό αντικείμενο μελέτης στο κεφάλαιο αυτό, είναι αντίστοιχα η μελέτη και ανάλυση των δημογραφικών χαρακτηριστικών των Ελληνίδων Επιχειρηματιών. Πιο συγκεκριμένα, αναλύεται η ηλικιακή κατανομή, το επίπεδο μόρφωσης, το οικογενειακό τους εισόδημα, οι γνώσεις - ικανότητες και ο φόβος αποτυχίας καθώς και η οικογενειακή κατάσταση των γυναικών αυτών.

4.2. Ηλικιακή Κατανομή

Οι Εθνικές Εκθέσεις του IOBE για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα με βάση τις ετήσιες έρευνες του GEM έχουν αναδείξει την ύπαρξη σημαντικών διαφορών ανάμεσα σε κάποια κρίσιμα δημογραφικά χαρακτηριστικά των Ελλήνων επιχειρηματιών σε σχέση με τα διεθνή δεδομένα. Σημαντικές διαφορές έχουν επίσης διαπιστωθεί σε κρίσιμα δημογραφικά χαρακτηριστικά ανάμεσα σε γυναίκες και άνδρες. Πιο συγκεκριμένα το παρόν κεφάλαιο εξετάζει πέντε δημογραφικά χαρακτηριστικά των Ελληνίδων επιχειρηματιών, τα οποία περιλαμβάνουν α) την ηλικιακή κατανομή, β) το επίπεδο εκπαίδευσης, γ) το οικογενειακό εισόδημα, δ) τις γνώσεις – ικανότητες και το φόβο της αποτυχίας, ε) την οικογενειακή κατάσταση.

Τα στοιχεία που αφορούν την ηλικιακή κατανομή των καθιερωμένων επιχειρηματιών για την περίοδο 2003-2006 παρουσιάζονται στον ακόλουθο πίνακα.

Πίνακας 4.1.: Ηλικιακή κατανομή επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατά φύλο

Ηλικία	Φύλο Επιχειρηματία	
	Άνδρες % συμμετοχής	Γυναίκες % ποσοστό συμμετοχής
18 – 24	9,6	6,7
25 – 34	34,5	32,9
35 – 44	33,6	24,0
45 – 54	16,1	24,2
55 – 64	6,2	12,2
Σύνολο	100	100

Πηγή: IOBE 2007

Σύμφωνα λοιπόν με πίνακα 4.2. δεν υπάρχει καμία ουσιαστική διαφορά όσον αφορά την ηλικιακή κατανομή των καθιερωμένων επιχειρηματιών είτε αυτοί είναι άνδρες είτε είναι γυναίκες καθώς τα ποσοστά διαφέρουν σε μικρό βαθμό. Αλλά τα πράγματα διαφοροποιούνται αρκετά στην περίπτωση των νέων επιχειρηματιών όπως φαίνεται από τον πίνακα 4.1.

Πίνακας 4.2.: Ηλικιακή κατανομή καθιερωμένης επιχειρηματικότητας κατά φύλο

Ηλικία	Φύλο Επιχειρηματία	
	Άνδρες % συμμετοχής	Γυναίκες % συμμετοχής
18 – 24	8,4	7,5
25 – 34	16,0	14,9
35 – 44	25,2	30,2
45 – 54	32,4	32,0
55 – 64	18,0	15,4
Σύνολο	100	100

Πηγή: IOBE 2007

Συγκεκριμένα οι νέοι επιχειρηματίες ανεξαρτήτου φύλου είναι μικρότερης ηλικίας από τους καθιερωμένους ενώ φαίνεται ότι οι άνδρες αρχίζουν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα σε μικρότερη ηλικία από ότι οι γυναίκες. Συγκεκριμένα μόνο το 63% των Ελληνίδων επιχειρηματιών ήταν ηλικίας κάτω των 45 στην περίοδο 2003-2006 ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τους άνδρες ήταν 78%.

Σε μία άλλη έρευνα των Χασσιδ και Καραγιάννη (1999) σε ένα τυχαίο δείγμα 500 επιχειρήσεων σε τέσσερις μεγάλες πόλεις (Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Λάρισα και Πάτρα) βρέθηκε ότι οι περισσότερες Ελληνίδες αρχίζουν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα, συνήθως με τη δημιουργία μικρών επιχειρήσεων, ανάμεσα στα 40 – 55 έτη. Αυτό το εύρημα αποδίδεται στο γεγονός ότι σε αυτήν την ηλικία μειώνονται οι οικογενειακές υποχρεώσεις (π.χ. ανατροφή παιδιών) και επομένως οι απαιτήσεις από πλευράς χρόνου και προσωπικής προσπάθειας. Οι μισές περίπου από τις επιχειρήσεις που διοικούνται από γυναίκες σχετίζονται με οικογενειακές επιχειρήσεις και ενώ η ανάπτυξη νέων προϊόντων αποτελεί βασική δραστηριότητα, σπάνια χρησιμοποιούνται οι νέες τεχνολογίες. Παρόμοια αποτελέσματα παρατηρούνται και σε διεθνείς έρευνες.

Οι παραπάνω διαπιστώσεις έχουν σημαντικές επιπτώσεις στο επίπεδο του σχεδιασμού πολιτικών για την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας, καθώς αν ευσταθεί η υπόθεση ότι οι νεαρότερες ηλικίες τείνουν να ξεκινούν πιο φιλόδοξα εγχειρήματα, με καλύτερες προοπτικές ανάπτυξης μέσω της καινοτομίας, τότε μέτρα

που ανακουφίζουν τις γυναίκες από το βάρος των οικογενειακών υποχρεώσεων και τους επιτρέπουν να εισέλθουν στον επιχειρηματικό στίβο νωρίτερα, ενδεχομένως να οδηγήσουν σε πολλαπλασιαστική αύξηση των εγχειρημάτων με υψηλή δυναμική.

4.3. Επίπεδο Μόρφωσης

Ένας από τους πιο καθοριστικούς παράγοντες που επηρεάζει την απόφαση των γυναικών να γίνουν επιχειρηματίες είναι το επίπεδο εκπαίδευσης. Το υψηλό μορφωτικό επίπεδο, σε συνδυασμό με τις πολιτικές και τα μέτρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την ανάπτυξη ικανοτήτων και δεξιοτήτων, αποτελούν τα καλύτερα συστατικά για την επιτυχημένη επιχειρηματική δραστηριότητα. «Η εκπαίδευση και η κατάρτιση πρέπει να συμβάλλει στην ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας, μέσω της ανάπτυξης της κατάλληλης νοοτροπίας και της ευαισθητοποίησης, όσον αφορά τις επαγγελματικές ευκαιρίες που προσφέρει η ιδιότητα του επιχειρηματία και των δεξιοτήτων²⁰». Στόχος είναι οι ομάδες που δεν εκπροσωπούνται επαρκώς και ειδικότερα οι γυναίκες να ενισχυθούν και να βοηθηθούν, προκειμένου να αναλάβουν επιχειρηματικές πρωτοβουλίες.

Από αδημοσίευτα στοιχεία της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας Ελλάδος (ΕΣΥΕ) 2005, παρουσιάζεται στον Πίνακα 4.3. η κατάσταση απασχόλησης των ανδρών και των γυναικών στην Ελλάδα ανάλογα με το επίπεδο της εκπαίδευσης τους, προκειμένου να διαπιστωθεί κατά πόσο συμβαδίζει η απασχόληση με το επίπεδο εκπαίδευσης.

Από τον Πίνακα 4.3. προκύπτει ότι οι γυναίκες που έχουν διδακτορικό ή μεταπτυχιακό τίτλο απασχολούνται κατά 91,2% και αυτές με πτυχίο ανώτατων σχολών 89,5% αντίστοιχα. Παρατηρώντας τα στοιχεία για τα αντίστοιχα επίπεδα μόρφωσης στον ανδρικό πληθυσμό, προκύπτει πως απασχολείται το 95,7% των κατόχων διδακτορικού ή μεταπτυχιακού τίτλου και το 95,6% των πτυχιούχων ανώτατων σχολών. Μεγαλύτερα ποσοστά ανεργίας παρατηρούνται και για τα δύο φύλα στους απόφοιτους ανώτερης τεχνολογικής, επαγγελματικής εκπαίδευσης και μέσης εκπαίδευσης. Απόρροια του Πίνακα 4.3. τόσο στους άνδρες όσο και στις γυναίκες είναι πως το υψηλό μορφωτικό επίπεδο παρέχει τις δεξιότητες και τις ικανότητες, ώστε να αποφευχθεί η ανεργία για εκείνους που το κατέχουν.

²⁰ Πράσινη Βίβλος, 2003

Πίνακας 4.3.: Κατάσταση απασχόλησης ανάλογα με το επίπεδο εκπαίδευσης το 2005

	Απασχολούμενες %	Άνεργες %
ΓΥΝΑΙΚΕΣ		
Διδακτορικό ή μεταπτυχιακός τίτλος	90,2	9,8
Πτυχίο Ανώτατων Σχολών	89,5	10,5
Πτυχίο Ανώτερης Τεχν. Επαγ. Εκπαίδευσης	82,8	17,2
Απολυτήριο Μέσης Εκπαίδευσης	82,0	18,0
Απολυτήριο Δημοτικού	87,6	12,4
Μερικές Τάξεις Δημοτικού	91,0	9,0
Δεν πήγε καθόλου σχολείο	86,8	13,2
ΑΝΔΡΕΣ		
	Απασχολούμενοι %	Άνεργοι %
Διδακτορικό ή μεταπτυχιακός τίτλος	95,7	4,3
Πτυχίο Ανώτατων Σχολών	95,6	4,4
Πτυχίο Ανώτερης Τεχν. Επαγ. Εκπαίδευσης	93,6	6,4
Απολυτήριο Μέσης Εκπαίδευσης	93,8	6,2
Απολυτήριο Δημοτικού	95,2	4,8
Μερικές Τάξεις Δημοτικού	95,5	4,5
Δεν πήγε καθόλου σχολείο	95,2	4,8

Πηγή: ΕΣΥΕ Δημοσίευτα Στοιχεία 2005

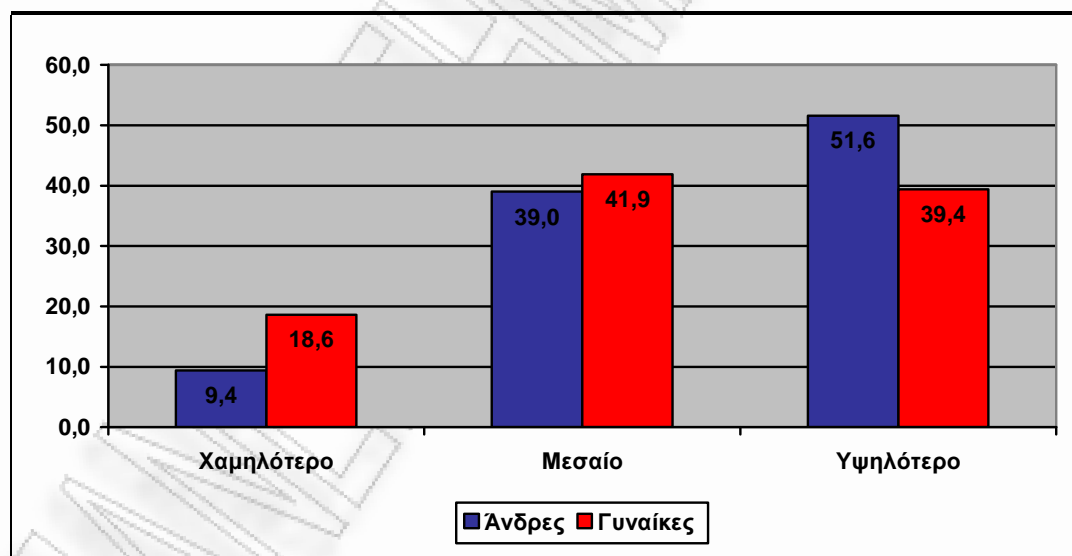
Επίσης, από τα στοιχεία προκύπτει ότι η ανεργία που πλήττει τους άνδρες είναι μικρότερης έντασης από εκείνη που πλήττει τις γυναίκες σε όλα τα αντίστοιχα επίπεδα εκπαίδευσης. Ωστόσο, το χάσμα της διαφοράς φαίνεται να είναι μικρότερο όταν συγκρίνονται τα ποσοστά ανεργίας για τους κατόχους πτυχίων ανώτατων σχολών και διδακτορικών ή μεταπτυχιακών τίτλων. Αυτό σημαίνει ότι η εκπαίδευση λειτουργεί μεν θετικά και για τα δύο φύλα, δίνει ωστόσο και πάλι μεγαλύτερο συγκριτικό προβάδισμα για αποφυγή ανεργίας στους άνδρες.

Συμπεραίνεται, επομένως, ότι ένα μεγάλο μέρος των μέτρων και των πολιτικών της Ευρωπαϊκής Ένωσης πρέπει να έχει αφενός ως στόχο τα χαμηλότερα επίπεδα εκπαίδευσης, στα οποία και παρουσιάζεται η εξαιρετικά αυξημένη ανεργία και αφετέρου να προωθεί την απόκτηση τίτλων ανώτατων σχολών ή τίτλων εξειδίκευσης, οι κάτοχοι των οποίων έχουν μικρότερη πιθανότητα να μείνουν άνεργοι. Ένα ακόμη συμπέρασμα που προκύπτει, είναι ότι η χρηματοδότηση θα πρέπει να γίνεται για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας κυρίως στους πληθυσμούς με χαμηλότερα επίπεδα μόρφωσης, με έμφαση στις γυναίκες, που έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες να μείνουν άνεργες από ότι οι άνδρες.

4.4. Οικογενειακό Εισόδημα

Το δημογραφικό χαρακτηριστικό που θα εξεταστεί στην παρούσα παράγραφο σχετικά με την επιχειρηματικότητα των Ελληνίδων έχει σχέση με το οικογενειακό εισόδημα των νέων και των καθιερωμένων επιχειρηματιών. Το οικογενειακό εισόδημα κατανέμεται σε τρία κλιμάκια: χαμηλότερο, μεσαίο και υψηλότερο. Τα διαγράμματα 4.1. και 4.2. παρουσιάζουν την ελληνική πραγματικότητα για την τετραετία 2003 – 2006.

Από το διάγραμμα 4.1. παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των Ελληνίδων νέων επιχειρηματιών έχει μεσαίο οικογενειακό εισόδημα, πάντα με τα σχετικά δεδομένα της χώρας, σε αντίθεση με τους άνδρες επιχειρηματίες, οι οποίοι στο μεγαλύτερο ποσοστό τους εμφανίζουν ανώτερο οικογενειακό εισόδημα. Το γεγονός αυτό αντανακλά τις δυσκολίες εξασφάλισης χρηματοδότησης από πηγές εκτός οικογένειας. Επιπρόσθετα, ένα 18,5% των Ελληνίδων νέων επιχειρηματιών προέρχεται από το κατώτερο κλιμάκιο, ποσοστό διπλάσιο του αντίστοιχου των ανδρών. Πρόκειται βέβαια για εύρημα που δεν μπορεί παρά να σχετίζεται με την υψηλότερη επιχειρηματικότητα ανάγκης των γυναικών.

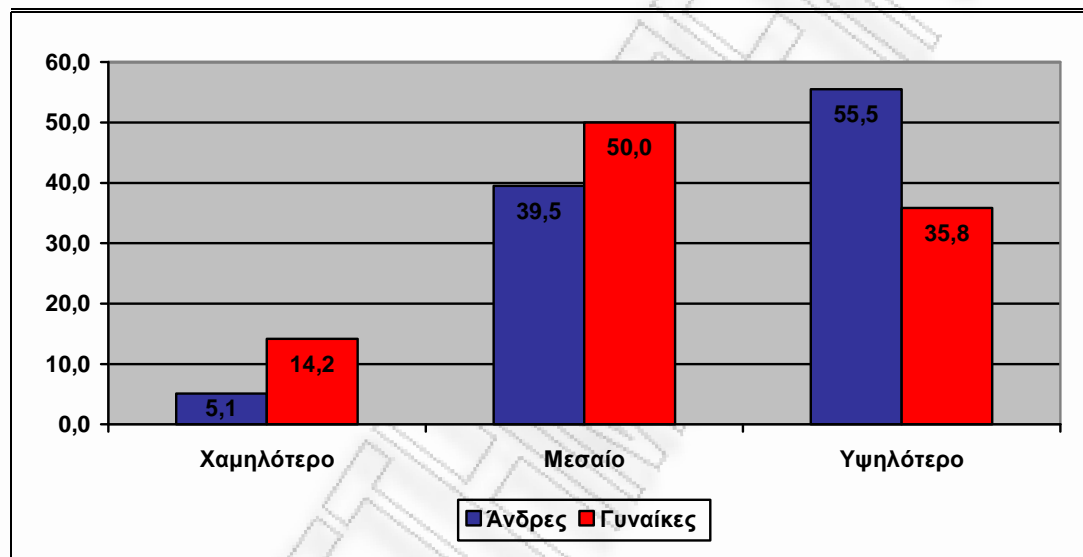


Διάγραμμα 4.1. : Εισοδηματικό επίπεδο και επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων κατά φύλο

Πηγή: IOBE 2007

Σύμφωνα με το διάγραμμα 4.2., όσον αφορά τις Ελληνίδες καθιερωμένες επιχειρηματίες και εδώ το μεγαλύτερο ποσοστό προέρχεται από το μεσαίο εισοδηματικό επίπεδο. Ενδιαφέρον παρουσιάζει το ποσοστό των γυναικών με χαμηλό εισόδημα καθώς αυτό είναι τριπλάσιο από το αντίστοιχο των ανδρών, γεγονός που

επιβεβαιώνει για ακόμη μία φορά την υψηλή επιχειρηματικότητα ανάγκης των γυναικών. Επίσης, το ποσοστό των καθιερωμένων ανδρών επιχειρηματιών που προέρχονται από τα ανώτερα εισοδηματικά κλιμάκια είναι πολύ μεγαλύτερο από αυτό των γυναικών (55,5% έναντι 35,8%). Μία προφανής εκτίμηση είναι ότι ίσως το υψηλό οικογενειακό εισόδημα του καθιερωμένου επιχειρηματία να είναι αποτέλεσμα των επιχειρήσεων του και όχι προϋπόθεση της επιχειρηματικής του δράσης. Αντίστοιχα η χαμηλή συμμετοχή στην επιχειρηματικότητα των γυναικών με υψηλό εισόδημα δείχνει ότι η οικονομική ασφάλεια αποτελεί αντικίνητρο ανάληψης επιχειρηματικών δράσεων.



Διάγραμμα 4.2. : Εισοδηματικό επίπεδο και καθιερωμένη επιχειρηματικότητα κατά φύλο

Πηγή: IOBE 2007

4.5. Γνώσεις – Ικανότητες – Φόβος Αποτυχίας

Ένα από τα σημαντικότερα ατομικά χαρακτηριστικά που σχετίζονται με την ανέλιξη σε ανώτερες ιεραρχικές θέσεις, είναι οι ίδιες οι φιλοδοξίες του ατόμου, δηλαδή κατά πόσο το ίδιο το άτομο επιθυμεί να αναλάβει διοικητικά καθήκοντα. Άτομα με υψηλές διοικητικές φιλοδοξίες μπορεί για παράδειγμα να δείχνουν μεγαλύτερη επιμονή στην επιδίωξη της κατάκτησης μιας ανάλογης θέσης, σε σχέση με άτομα που δεν έχουν καθόλου ή έχουν μειωμένες διοικητικές φιλοδοξίες. Οι φιλοδοξίες αυτές υποθετικά θα μπορούσαν να αποτελούν κριτήριο πρόβλεψης της επαγγελματικής ανέλιξης των ατόμων, ιδιαίτερα για τις πρώτες διοικητικές βαθμίδες. Εκτός από τις διοικητικές βαθμίδες, σημαντικό ρόλο στην επιτυχία ενός επιχειρηματία θεωρείται ότι παίζει η «αρρενωπότητα» καθώς η «αρρενωπότητα» παραδοσιακά ταυτίζεται με την αντίληψη

περί αποτελεσματικής ηγεσίας. Το χαρακτηριστικό αυτό, αντίθετα με ότι μαρτυρά το όνομα του, δεν ταυτίζεται με το ανδρικό φύλο απαραίτητα.

Η επιθετικότητα και η μειωμένη διάθεση αυτοπροβολής των γυναικών, αρκετές φορές εκλαμβάνονται ως δεδομένες, με αποτέλεσμα να μη γίνονται προσπάθειες περαιτέρω εμβάθυνσης στα αίτια της συμπεριφοράς αυτής, αν δηλαδή αποτελεί εγγενές χαρακτηριστικό της γυναικείας ιδιοσυγκρασίας ή αν οφείλεται σε άλλους εξωγενείς παράγοντες. Υπάρχουν ωστόσο έρευνες που έδειξαν ότι οι άνθρωποι ανταποκρίνονται καλύτερα στους άνδρες που αυτοπροβάλλονται ή που «διαφημίζουν» την καλή τους απόδοση, ενώ το αντίθετο συμβαίνει με τις γυναίκες. Ανοιχτές εκδηλώσεις επιτυχούς ανταγωνιστικότητας και προβολής των επιτευγμάτων ή της εξαιρετικής απόδοσης από τη μεριά των γυναικών, οδηγούν σε αισθήματα και κινήσεις απόρριψης από τους άνδρες, που αισθάνονται ότι πιθανώς να απειλούνται. Μία ακόμη έρευνα που υποστηρίζει την άποψη αυτή, είναι η έρευνα των Daubman και Sigall (1997). Στη συγκεκριμένη έρευνα, οι γυναίκες που έλαβαν μέρος έδιναν τα ακριβή αποτελέσματα της απόδοσης τους σε κάποιο τεστ όταν τα αποτελέσματα αυτά δεν γνωστοποιούνταν σε τρίτους, ενώ υποβάθμιζαν τις επιδόσεις τους όταν τα αποτελέσματα γνωστοποιούνταν στους υπόλοιπους εξεταζόμενους. Μάλιστα, οι Daubman και Sigall δίνουν μία νέα διάσταση στην ερμηνεία του φαινομένου, καθώς πιστεύουν ότι οι γυναίκες είχαν αυτή τη συμπεριφορά όχι μόνο επειδή οι υπόλοιποι τις αντιμετώπιζαν πιο θετικά όταν δεν πρόεβαλλαν τα επιτεύγματα τους, αλλά και επειδή οι ίδιες πίστευαν ότι θα γίνονταν περισσότερο αποδεκτές αν δεν εμφανίζονταν «υπεροπτικές» με το να δηλώσουν υψηλές επιδόσεις. Αντίθετα, οι άνδρες συχνά υπερεκτιμούσαν τις επιδόσεις τους είτε αυτές γίνονταν γνωστές σε άλλους είτε όχι. Επιπλέον, σε αντίθεση με τις γυναίκες, οι άνδρες δήλωσαν ότι θεωρούσαν ικανότερους τους άνδρες που αυτοπροβάλλονταν, όχι όμως και τις γυναίκες.

Συνολικά υπάρχει μια σειρά ερευνών που δείχνουν ότι η υποτιθέμενη έλλειψη αυτοπεποίθησης δεν είναι τίποτε άλλο από διστακτικότητα αυτοπροβολής. Για παράδειγμα, σε πειραματική έρευνα της Horner το 1968 σε φοιτητές που τους ζητήθηκε να συνεχίσουν δύο ιστορίες σχετικά με την υποτιθέμενη μεγάλη επιτυχία ενός φοιτητή και μιας φοιτήτριας, το 65% των γυναικών έγραψε ιστορίες που έκρυβαν φόβο επιτυχίας, έναντι του αντίστοιχου 10% των ανδρών του δείγματος. Εντούτοις, στο πείραμα χρησιμοποιήθηκε υποθετική ιστορία στην οποία ο ήρωας (και η ηρωίδα αντίστοιχα) επιτύγχανε σε ένα παραδοσιακό «ανδρικό» επάγγελμα, αυτό του γιατρού (τουλάχιστον έτσι εκλαμβάνόταν). Οι Feather και Simon το 1975 επανέλαβαν την έρευνα με ιστορίες επιτυχίας γυναικών και ανδρών σε παραδοσιακά ανδρικά και

γυναικεία επαγγέλματα (ιατρική και νοσηλευτική αντίστοιχα). Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι η επαγγελματική επιτυχία ήταν περισσότερο ελκυστική τόσο για τις γυναίκες όσο και για τους άνδρες όταν το επάγγελμα ήταν συμβατό με τις παραδοσιακές αντιλήψεις για τα επαγγέλματα που μπορούν να ασκούν τα άτομα του κάθε φύλου. Πιο συγκεκριμένα, τα αποτελέσματα των γυναικών στην ιστορία επιτυχίας της νοσηλευτικής ήταν θετικά σε αντίθεση με αυτά των ανδρών, ανατρέποντας έτσι τη θεωρία περί φόβου επιτυχίας των γυναικών, αλλά και προβάλλεται περισσότερο η ανάγκη να λαμβάνονται υπόψη στην ερμηνεία των διαφορών των δύο φύλων και άλλοι παράγοντες, όπως οι κοινωνικές επιδράσεις.

4.6. Οικογενειακή Κατάσταση

Η εργασία και η οικογένεια είναι δύο από τους ομολογουμένως σημαντικότερους τομείς της ζωής του ατόμου. Από τη μία μεριά το άτομο περνά μεγάλο μέρος της ημέρας του στο εργασιακό του περιβάλλον και αφιερώνει αρκετές από τις δυνάμεις του στις εργασιακές απαιτήσεις, ενώ από την άλλη μεριά, η οικογένεια αποτελεί το σημείο αναφοράς στη ζωή του ατόμου και είναι ιδιαίτερα σημαντική. Οι δύο τομείς αυτοί δεν είναι ανεξάρτητοι μεταξύ τους, δηλαδή δεν υπάρχουν στεγανά που να απομονώνουν τον έναν τομέα από τον άλλο. Έτσι, υπάρχουν αλληλεπιδράσεις μεταξύ τους που επηρεάζουν το άτομο, θετικά ή αρνητικά.

Η πηγή της εσωτερικής σύγκρουσης των ρόλων που συντελείται στο άτομο είναι οι αλληλοσυγκρουόμενες απαιτήσεις, που ξεκινούν από τη μη συμβατότητα των ρόλων²¹. Ειδικότερα, η σύγκρουση μεταξύ εργασίας και οικογένειας ορίζεται από τους Greenhaus & Beutell (1985) ως «η εσωτερική διαμάχη από τις πιέσεις των ρόλων του τομέα της οικογένειας και της εργασίας που μέχρι ενός βαθμού είναι ασύμβατοι. Δηλαδή η ανάληψη του ενός ρόλου γίνεται δυσκολότερη από την ανάληψη του άλλου». Οι κατευθύνσεις που ακολουθούν αυτές οι συγκρούσεις είναι κυρίως δύο: από τον εργασιακό χώρο στον οικογενειακό και αντίστροφα. Οι συγκρούσεις αυτές επηρεάζουν σημαντικά τόσο τις εργασιακές επιδόσεις όσο και την προσωπική ζωή, και οι εργαζόμενοι προσπαθούν να μειώσουν την έντασή τους²².

Μεταξύ άλλων, προκαλούν εξουθένωση στο άτομο αλλά και έντονα αισθήματα ενοχής. Οι γυναίκες για παράδειγμα που αντιμετωπίζουν πρόβλημα σύγκρουσης ρόλων, μπορεί να αισθάνονται ότι δεν κάνουν ότι καλύτερο για τα παιδιά και την οικογένεια τους, να αισθάνονται δηλαδή ότι δεν μπορούν να αποδώσουν στο μέγιστο

²¹ Greenhaus & Beutell, 1985

²² Rau & Hyland, 2002

ούτε στον ένα ούτε στον άλλο τομέα²³. Άλλοι ερευνητές προσδιορίζουν την αρνητική επίδραση που μπορεί να έχει ένας ρόλος σε κάποιον άλλο ως αποτέλεσμα διάχυσης, (spillover effect). Πιο συγκεκριμένα, spillover effect ονομάζεται η «μεταφορά» συμπεριφορών, στάσεων και συναισθημάτων που προέρχονται από έναν ρόλο και «μεταφέρονται» σε κάποιον άλλο. Το spillover effect με κατεύθυνση από την οικογένεια στην εργασία οδηγεί σε εργασιακή υπερφόρτωση και σε μειωμένη εργασιακή απόδοση, ενώ με κατεύθυνση από την εργασία στην οικογένεια οδηγεί σε διατάραξη της οικογενειακής ισορροπίας και σε μειωμένη απόδοση στον ρόλο του γονέα.

Η σύγκρουση των ρόλων συνδέεται με τη θεωρία ορίων (boundary theory). Ο όρος αυτός χρησιμοποιείται για το σύνολο της βιβλιογραφίας που περιγράφει την ανάγκη του ατόμου να δημιουργεί και να συντηρεί όρια χρονικά, χωρικά ή ακόμη και νοητά τα οποία τον βοηθούν να διαχωρίζει γεγονότα και δραστηριότητες διαφορετικών τομέων της ζωής του μεταξύ τους. Τέτοιοι τομείς είναι για παράδειγμα ο τομέας της εργασίας, ο τομέας της οικογενειακής ζωής, κ.α. Με τη θέσπιση των ορίων αυτών, το άτομο μπορεί να εστιάσει την προσοχή του και τις δυνάμεις του στον τομέα που προέχει την κάθε χρονική στιγμή. Παράλληλα όμως, τα όρια αυτά κάνουν τη μετάβαση από τον ένα τομέα στον άλλο δυσκολότερη, το ίδιο και την αντιμετώπιση των προβλημάτων που ανακύπτουν σε κάθε τομέα²⁴.

Στην σημερινή επιχειρηματική πραγματικότητα, τα όρια μεταξύ εργασίας και προσωπικής ζωής γίνονται όλο και πιο δυσδιάκριτα, δημιουργώντας προβλήματα συγκρούσεων μεταξύ των ρόλων που επηρεάζουν του εργαζόμενους. Οι οργανισμοί έχουν αρχίσει να κατανοούν όλο και καλύτερα τα προβλήματα που προκύπτουν από τις συγκρούσεις αυτές, καθώς μεταξύ άλλων επηρεάζουν αρνητικά την εργασιακή ικανοποίηση²⁵. Τα προβλήματα που προκύπτουν από την προστριβή των αλληλοσυγκρουόμενων απαιτήσεων μεταξύ των ρόλων, θεωρείται ότι είναι σοβαρότερα για τις γυναίκες σε σχέση με τους άνδρες, καθώς ο ρόλος που διαδραματίζουν οι γυναίκες στην οικογενειακή ζωή είναι θεμελιώδης. Άλλωστε, μια από τις αμετάβλητες διαφορές μεταξύ ανδρών και γυναικών είναι ότι οι γυναίκες βιώνουν την εγκυμοσύνη και τη γέννα. Είναι γεγονός πως η μητρότητα και οι οικογενειακές υποχρεώσεις γενικότερα, οδηγούν σε πολύ διαφορετικά μοντέλα καριέρας για τις γυναίκες σε σχέση με τα παραδοσιακά μοντέλα καριέρας των ανδρών. Για παράδειγμα, οι γυναίκες αρκετά συχνά αναγκάζονται να σταματήσουν προσωρινά την επαγγελματική τους

²³ Catalyst, 1996

²⁴ Ashforth et al., 2000

²⁵ Martins et al., 2002

σταδιοδρομία για οικογενειακούς λόγους, καθώς οι απαιτήσεις των πολλαπλών ρόλων δεν μπορούν να συμβιβαστούν. Άλλες φορές, οι γυναίκες αναγκάζονται να ακολουθήσουν διαφορετικά μονοπάτια καριέρας γιατί είναι υποχρεωμένες να προσαρμόζουν την καριέρα τους σε αυτή των συντρόφων τους.

Η αντίληψη αυτή σχετικά με τη δυσκολία των γυναικών να συνδυάσουν διοικητικά και λοιπά επαγγελματικά καθήκοντα με τις οικογενειακές υποχρεώσεις (δηλαδή πως μπορούν να επιτύχουν ισορροπία μεταξύ των δύο τομέων και παράλληλα να είναι αποτελεσματικές επιχειρηματίες), είναι ιδιαίτερα συνηθισμένη. Αυτό όμως που είναι ακόμη πιο ανησυχητικό, είναι ότι η αντίληψη αυτή δεν πλήττει μόνο όσες γυναίκες εργαζόμενες έχουν οικογενειακές υποχρεώσεις. Όλες οι γυναίκες αδιακρίτως θεωρούνται «επιρρεπείς». Ακόμη και αν οι γυναίκες δεν έχουν οικογενειακές υποχρεώσεις, όταν φτάνει η ώρα της αξιολόγησης για προαγωγή, μεταξύ μιας γυναίκας και ενός άνδρα με ίδια προσόντα και επιδόσεις είναι πολύ πιθανό να επιλέγει ο άνδρας υποψήφιος, καθώς θεωρείται η επιλογή με το μικρότερο ρίσκο²⁶. Άμεσο αποτέλεσμα είναι πολλές γυναίκες να αποχωρούν από τις επιχειρήσεις. Τελικά όμως, δεν ζημιώνονται μόνο οι γυναίκες αλλά και οι ίδιες οι επιχειρήσεις, καθώς με την αποχώρηση των γυναικών στερούνται πολύτιμων πηγών επιχειρησιακού ταλέντου και ποικιλομορφίας στις διοικητικές τους τάξεις²⁷.

Αν και το πρόβλημα αυτό έχει αρκετά μεγάλες διαστάσεις, εντούτοις παρατηρείται έλλειψη ερευνών²⁸, καθώς υπάρχουν πολύ λίγες μελέτες γύρω από μονοπάτια καριέρας που ενσωματώνουν τις ιδιαίτερες πτυχές της ζωής των γυναικών²⁹. Δύο βασικά στοιχεία σχετικά με τα μοντέλα καριέρας (που υπάρχουν είτε στη θεωρία είτε αυτών που εφαρμόζονται στην πράξη) είναι πρώτον ότι είναι βασισμένα στη γραμμική πορεία της τυπικής ζωής ενός εργαζομένου άνδρα (εκπαίδευση – πλήρης απασχόληση – συνταξιοδότηση) και δεύτερον ότι το πρότυπο αυτό δεν είναι εφαρμόσιμο στις σημερινές εργαζόμενες γυναίκες. Το «ανδρικό αυτό μοντέλο παραδοσιακά χρησιμοποιείται ως κριτήριο αξιολόγησης της επαγγελματικής προόδου. Είναι προφανές λοιπόν ότι όσο οι γυναίκες είναι υποχρεωμένες να «αποκλίνουν» από το παραδοσιακό μοντέλο διακόπτοντας για κάποιο διάστημα την εργασία τους για να ανταπεξέλθουν στις απαιτήσεις της μητρότητας, θα βρίσκονται σε μειονεκτική θέση ως προς την επαγγελματική τους εξέλιξη. Η γραμμική αντίληψη που επικρατεί στον σχεδιασμό των μονοπατιών καριέρας, δεν είναι κάτι καινούριο για τις επιχειρήσεις. Παραδοσιακά, η καριέρα εκλαμβάνεται ως μία νοητή ακολουθία αλληλένδετων

²⁶ Mavin, 2001, White, 1995, Batt & Valcour, 2003

²⁷ Burke, 2000

²⁸ Mavin, 2001

²⁹ Still & Timms, 1998

εργασιών. Η αντίληψη αυτή προϋποθέτει μια γραμμική προς τα πάνω εξέλιξη, που συχνά απεικονίζεται με την άνοδο σε μια κλίμακα, που στο κέντρο της βρίσκεται η εργασία. Οι προαγωγές αντιπροσωπεύουν την αλλαγή του στάτους και αποτελούν την πιο κοινή περίπτωση επαγγελματικής κινητικότητας. Το γεγονός ότι μεγάλο μέρος των σχετικών θεωριών περί επαγγελματικής εξέλιξης έχει γίνει σε δείγματα λευκών ανδρών της μεσαίας τάξης³⁰, δεν ευνόησε την ανάδειξη εναλλακτικών μονοπατιών καριέρας για τις υπόλοιπες κατηγορίες εργαζομένων – μεταξύ των οποίων και οι γυναίκες – που να ενσωματώνουν αρμονικά τις επιδράσεις άλλων ρόλων, και κυρίως αυτών που σχετίζονται με την οικογένεια.

Η παραδοσιακή προσέγγιση σχετικά με το θέμα της σύγκρουσης των ρόλων (στην οποία βασίζεται και η θεωρία των ορίων), είναι ότι αυτοί βρίσκονται σε αντιπαράθεση μεταξύ τους. Δηλαδή οι απαιτήσεις ενός ρόλου δημιουργούν πίεση για το άτομο, που μειώνουν την απόδοση σε έναν άλλο ρόλο³¹. Ιδιαίτερα για τους ρόλους της εργασίας και της οικογένειας, η κοινή αντίληψη είναι ότι βρίσκονται σε σύγκρουση. Υπάρχει όμως και η άλλη άποψη, ότι οι πολλαπλοί ρόλοι μπορεί να αποδειχθούν επωφελείς για το άτομο, καθώς μεταξύ τους αναπτύσσονται συνέργειες³². Επειδή η έρευνα για την ισορροπία οικογενειακής και εργασιακής ζωής βασίζεται κυρίως στην πρώτη προσέγγιση, η δεύτερη, ότι δηλαδή η εμπλοκή σε έναν ρόλο μπορεί να δημιουργεί φαινόμενα εμπλουτισμού σε έναν άλλο ρόλο, συχνά παραβλέπεται.

Η πρώτη άποψη εκφράζεται με τη θεωρία των πεπερασμένων πόρων. Πρεσβεύει ότι τα άτομα έχουν περιορισμένους προσωπικούς πόρους (π.χ. περιορισμένη ενέργεια) τους οποίους μπορούν να ξοδέψουν στους διάφορους ρόλους που καλούνται να «ενσαρκώσουν». Οι πόροι αυτοί μπορούν νοητά να παρομοιαστούν με μία πίτα, από την οποία ο κάθε ρόλος καταναλώνει ένα κομμάτι. Έτσι, οι πόροι που σπαταλώνονται για την εκπλήρωση των υποχρεώσεων ενός ρόλου, αναλίσκονται και δεν είναι διαθέσιμοι στη συνέχεια για κάποιον άλλο ρόλο. Η θεωρία αυτή αρχικά αναπτύχθηκε από τον Goode το 1960. Σύμφωνα με τον Goode λοιπόν, η σύγκρουση μεταξύ των ρόλων είναι αναπόφευκτη, καθώς υπάρχει εσωτερικός ανταγωνισμός στο άτομο για την κατανομή των περιορισμένων πόρων και συνδέεται με αρνητικά σωματικά και ψυχολογικά συμπτώματα. Δηλαδή η σύγκρουση των ρόλων οδηγεί σε αποδυνάμωση του ενός ρόλου από την άντληση των πόρων που θα διαθέσει το άτομο στους άλλους ρόλους.

³⁰ O' Leary, 1997

³¹ Greeunhaus & Beutell, 1985. Rothbard, 2001

³² Barnett, 1998. Ruderman et al. 2002

Η δεύτερη θεωρία είναι αυτή του εμπλουτισμού των πόρων. Η θεωρία αυτή προτείνει ότι δεν είναι απαραίτητο να υπάρχει σύγκρουση μεταξύ των ρόλων για την κατανομή των προσωπικών πόρων στον ένα ρόλο σε βάρος του άλλου. Αντίθετα, υπάρχουν θετικά αποτελέσματα από την εμπλοκή σε πολλούς ρόλους. Η πολλαπλή αυτή δέσμευση αυξάνει την ποικιλία στη ζωή του ατόμου, το βοηθά να καταπολεμήσει την ανία και να έχει μια «γεμάτη ζωή», με αποτέλεσμα να αισθάνεται μεγαλύτερη εσωτερική ικανοποίηση και καλύτερη ψυχολογική ισορροπία.

Οι Marks (1977) και Sieber (1974) ήταν από τους πρώτους που παρατήρησαν ότι η θεωρία των πεπερασμένων πόρων δεν εξηγεί πλήρως τη δέσμευση σε πολλαπλούς ρόλους. Αντίθετα, διατύπωσαν την άποψη ότι οι πολλαπλοί ρόλοι προσφέρουν στο άτομο περισσότερη ενέργεια και άλλους πόρους από όσους τελικά απαιτούσαν. Δηλαδή το σύνολο των ρόλων είναι μεγαλύτερο από τα μέρη αθροιστικά, καθώς ο ένας ρόλος μπορεί να παράγει πόρους για τους άλλους. Αυτό φυσικά δεν αναιρεί τα προβλήματα που μπορεί να προκύψουν από τους πολλαπλούς ρόλους όπως στρες και εξάντληση. Η υπόθεση αυτή επιβεβαιώθηκε και από έρευνα της ίδιας ερευνήτριας (Rothbard, 2001). Στην έρευνα αυτή, τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι συναισθηματικοί σύνδεσμοι μεταξύ των διαφορετικών ρόλων ήταν περισσότεροι για τις γυναίκες σε σχέση με τους άνδρες, όπως και οι ενδείξεις εμπλουτισμού από τους ρόλους αυτούς. Μια πιθανή εξήγηση για τον μικρό αριθμό των συνδέσμων μεταξύ των ρόλων στους άνδρες, είναι ότι διαχωρίζουν τους ρόλους περισσότερο από ότι οι γυναίκες.

Επίσης η έρευνα των Ruderman και συνεργατών (2002) με ποιοτικά και ποσοτικά στοιχεία, υποστηρίζει την άποψη ότι οι διαφορετικοί ρόλοι ζωής των γυναικών εμπλουτίζουν ο ένας τον άλλο, οδηγώντας σε πολλαπλές ωφέλειες. Μάλιστα, ο εμπλουτισμός αυτός δεν γίνεται αντιληπτός μόνο από τις ίδιες τις γυναίκες, αλλά και από τους συναδέλφους τους, οι οποίοι θεωρούν ότι οι γυναίκες με εμπλοκή σε πολλαπλούς ρόλους είναι ιδιαίτερα αποτελεσματικές στα διαπροσωπικά και διοικητικά καθήκοντα της εργασιακής τους θέσης. Πιο συγκεκριμένα, το οικογενειακό περιβάλλον μπορεί να βοηθήσει στην ανάπτυξη ιδιαίτερα των ενδοστρατηγικών ικανοτήτων. Απ' την άλλη μεριά, πολλές δεξιότητες που αναπτύσσονται στον εργασιακό χώρο, μπορούν με τη σειρά τους να αξιοποιηθούν και στα πλαίσια της οικογένειας. Δημιουργούνται έτσι αμοιβαίες ωφέλειες μεταξύ εργασίας και οικογένειας, που τελικά αποβαίνει προς όφελος του ατόμου³³ και αναδεικνύει τη χρησιμότητα της θεωρίας του εμπλουτισμού των ρόλων.

³³ Chinchilla, Poelmans & Leon, 2005

Κλείνοντας την παράγραφο της σύγκρουσης μεταξύ οικογενειακής ζωής και επαγγελματικών υποχρεώσεων, θα πρέπει να αναφερθούμε σε μια ιδιαίτερη πτυχή του προβλήματος αυτού που χρήζει ιδιαίτερης προσοχής, καθώς λαμβάνει σημαντικές διαστάσεις στον σύγχρονο επιχειρηματικό κόσμο (το πρόβλημα εντοπίζεται κυρίως στις επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα), και δεν είναι άλλη από το φαινόμενο των μακροχρόνιων ωραρίων. Το φαινόμενο αυτό διεθνώς έχει επικρατήσει να ονομάζεται presenteeism στη διεθνή βιβλιογραφία (από την αγγλική λέξη present, παρών). Ο Cooper (1996) ορίζει το φαινόμενο αυτό ως «την παραμονή στον εργασιακό χώρο όταν ο εργαζόμενος θα πρέπει να βρίσκεται στο σπίτι, είτε γιατί είναι αδιάθετος είτε γιατί έχει προηγουμένως εργαστεί τόσες πολλές ώρες, που πλέον δεν είναι αποτελεσματικός». Η νέα μορφή των επιχειρήσεων ενισχύει τις διαστάσεις του φαινομένου. Σήμερα, το εργατικό δυναμικό σε πολλές επιχειρήσεις χωρίζεται σε μια ομάδα εργαζομένων και στελεχών που ανήκουν στον πυρήνα της επιχείρησης (core employees) και στους υπόλοιπους εργαζόμενους (peripheral employees) που συχνά εργάζονται με καθεστώς μερικής ή εποχιακής απασχόλησης. Ακόμη και οι εργαζόμενοι που ανήκουν στον πυρήνα της επιχείρησης δεν απολαμβάνουν κάποιου ιδιαίτερου στάτους που να τους εξασφαλίζει εργασιακή ασφάλεια, καθώς η ευελιξία που επιβάλλει η αγορά έχει μεταβάλει το ψυχολογικό συμβόλαιο, αφαιρώντας την ασφάλεια που υπήρχε τις περασμένες δεκαετίες. Κανένας εργαζόμενος πλέον δεν μπορεί να θεωρεί τη θέση του δεδομένη.

Αυτά τα δύο στοιχεία, ο φόβος για το εργασιακό μέλλον και ο αυξανόμενος φόρτος εργασίας, επηρεάζουν τα εργασιακά ωράρια, οδηγώντας σε σημαντική επιμήκυνση τους³⁴. Η συμπεριφορά αυτή εντάσσεται από κάποιους ερευνητές στη γενιότερη συμπτωματολογία του συνδρόμου των επιζώντων, το οποίο πλήττει τα στελέχη που δεν απομακρύνονται, αλλά παραμένουν στην επιχείρηση μετά από μια διαδικασία περικοπών. Οι επιπτώσεις της μακροχρόνιας παραμονής στην εργασία είναι σημαντικές καθώς συμβάλλουν μεταξύ των άλλων, στην αύξηση των στρεσογόνων ασθενειών και σε πτώση του εργασιακού ηθικού. Οι σημαντικότερες ίσως αρνητικές επιπτώσεις των μακροχρόνιων ωραρίων (ή καλύτερα της μακροχρόνιας παραμονής στον εργασιακό χώρο) εντοπίζονται στην οικογενειακή ζωή, καθώς οι ώρες παραμονής στο γραφείο είναι ώρες που ο εργαζόμενος θα μπορούσε να περάσει με την οικογένειά του.

Μια άλλη εξήγηση για την εξάπλωση του φαινομένου του «presenteeism» που προτείνεται στη διεθνή βιβλιογραφία, είναι η πιθανότητα να λειτουργεί σαν μια μορφή

³⁴ Simpson, 1995

αντίστασης των ανδρών στην είσοδο των γυναικών στις επιχειρήσεις. Η ενσωμάτωση των γυναικών στην ανδρική μέχρι πρότινος ιεραρχία, μπορεί να προκαλέσει αντιδράσεις, καθώς εκλαμβάνεται ως απειλή για το στάτους και τα δικαιώματα του ισχυρού φύλου³⁵. Καθώς οι γυναίκες είναι αυτές που συνήθως αναγνωρίζουν και αντιδρούν στην «επιβολή» της μακροχρόνιας παραμονής στο γραφείο, συνηθέστερα επειδή συγκρούεται με τις οικογενειακές υποχρεώσεις, η ανεπίσημη «υιοθέτηση» μιας τέτοιας πρακτικής από την ανδροκρατούμενη διοικητική ιεραρχία των επιχειρήσεων μπορεί να λειτουργήσει σαν ιδανικό «όπλο».

4.7. Επίλογος Κεφαλαίου

Στο παρόν κεφάλαιο αναλύθηκαν τα σημαντικότερα δημογραφικά χαρακτηριστικά των Ελληνίδων επιχειρηματιών. Πιο αναλυτικά, αναφορικά με την ηλικιακή κατανομή των καθιερωμένων επιχειρηματιών δεν υπάρχουν σημαντικές αποκλίσεις μεταξύ ανδρών και γυναικών. Αντιθέτως, οι άνδρες νέοι επιχειρηματίες τείνουν να είναι μικρότεροι από τις αντίστοιχες γυναίκες, γεγονός που οφείλεται κυρίως στην μείωση των οικογενειακών υποχρεώσεων των γυναικών στις μεγαλύτερες ηλικίες. Όσον αφορά το επίπεδο εκπαίδευσης, θα πρέπει να αναφέρουμε ότι αυτό παρουσιάζει αυξητική τάση τα τελευταία χρόνια, τόσο για τους άνδρες όσο και για τις γυναίκες και σε συνδυασμό με τις διάφορες πολιτικές και μέτρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας συμβάλλουν στην ανάπτυξη της επιχειρηματικής δράσης και ως εκ τούτου στην μείωση της ανεργίας.

Σε αντίθεση με τα παραπάνω δύο χαρακτηριστικά που αναφέρθηκαν, το δημογραφικό χαρακτηριστικό που παρουσιάζει σημαντικές διαφορές μεταξύ ανδρών και γυναικών είναι αυτό που σχετίζεται με το οικογενειακό εισόδημα. Τα αποτελέσματα των ερευνών παρουσιάζουν ότι το ποσοστό των Ελλήνων τόσο των νέων όσο και των καθιερωμένων επιχειρηματιών που προέρχονται από το ανώτερο εισοδηματικό κλιμάκιο είναι αρκετά μεγαλύτερο από αυτό των γυναικών, γεγονός που σχετίζεται κυρίως με την υψηλότερη επιχειρηματικότητα ανάγκης των γυναικών. Επιπλέον, είναι χρήσιμο να υπενθυμίσουμε ότι ενώ οι γυναίκες παρουσιάζουν αυξημένες γνώσεις και ικανότητες έναντι των ανδρών σε πολλές των περιπτώσεων, εντούτοις ο φόβος της αποτυχίας και η έλλειψη αυτοπροβολής αποτελούν ανασταλτικούς παράγοντες έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας.

³⁵ Cockburn, 1991

Τέλος, σχετικά με το δημογραφικό χαρακτηριστικό που αφορά την οικογενειακή κατάσταση, θα πρέπει να επισημάνουμε ότι οι γυναίκες αντιμετωπίζουν μεγαλύτερη δυσκολία να συνδυάσουν τα επαγγελματικά τους καθήκοντα με τις οικογενειακές τους υποχρεώσεις με αποτέλεσμα ο επιχειρηματικός κόσμος να στερείται τις πολύτιμες και ποικιλόμορφες πηγές επιχειρηματικού ταλέντου των γυναικών.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΡΑΙΑΣ

Βιβλιογραφία 4^{ου} Κεφαλαίου

- Ashforth, E.B., Kreiner, G.E., Fugate, M. (2000), *All in a Day's Work: Boundaries and Micro-role Transitions*, *Academy of Management Review*, Vol. 25, Issue 3, σελ.472-491
- Barnett, C.R. (1998), *Toward a review and conceptualization of the work-family literature*, *Genetic, Social and General Psychology Monographs*, Vol. 124, No 2, σελ. 125-182
- Batt, R., Valcour, P.M. (2003), *Human Resource Practices as Predictors of Work-Family outcomes and Employee Turnover*, *Industrial Relations*, Vol. 17, No 3, σελ. 189-220
- Brockner, Joel, Grover, Steven, O'Malley, Michael, Reed, F. Thomas, Glynn, Ann Mary (1993), *Threat of Future Layoffs, Self-esteem, and Survivors' Reactions: Evidence from the Laboratory and the Field*, *Strategic Management Journal*, Vol. 14, σελ. 153-166
- Burke, J.R. (2001), *Managerial women's career experiences, satisfaction and well-being: A Five Country Study*, *Cross Cultural Management*, Vol. 8, No 3, σελ. 117-133
- Chinchilla, Nuria, Poelmans, Stevens, Leon, Consuela (2005), *Women Managers under the Glass Ceiling*, IESE
- Cockburn, C. (1991), *In the Way of Women: Men's Resistance to Sex Equality in Organizations*, London: Macmillan and Ithaca New York: ILR Press
- Daubman, K. and Sigall, H. (1997), *Gender Differences in Perceptions of How Others are Affected by self-disclosure of achievement*, *Sex Roles*, Vol. 37, No 1, σελ. 73-90
- Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (2003), *Πράσινη Βίβλος για την Επιχειρηματικότητα*, Βρυξέλλες
- Feather, N.T., Simon, J.G. (1975), *Reactions to Male and Female Success and Failure, Causal Attributions and Perceived Likelihood of Different Consequences*, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 31, No 1, σελ. 20-31
- Frone, R.M., Yardley, K.J., Markel, S.K. (1997), *Developing and Testing an Integrative Model of the Work-family Interface*, *Journal of Vocational Behaviour*, Vol. 50, No 2, σελ. 145-167
- Goode, W.J. (1960), *A Theory of Role Strain*, *American Sociological Review*, Vol. 25, σελ. 483-496
- Greenhaus, H.J. & Beutell, J.N. (1985), *Source of Conflict between Work and Family Roles*, *Academy of Management Review*, Vol. 10, No 1, σελ. 76-88
- Hostede, G. (1991), *Cultures and Organizations: Software of the Mind*, McGraw-Hill, New-York

- House, R.J., Hanges, P.J., Javidan, M., Dorfman, P.W., and Gupta, V. (2004), *Culture, Leadership and Organizations*, The Globe Study of 62 Societies, Thousand Oaks: Sage
- Ιωαννίδης, Σ. (2007), *Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2006-2007. Επισκόπηση από την Σκοπιά της Ενίσχυσης της Επιχειρηματικότητας*, Αθήνα: IOBE
- Ιωαννίδης, Σ., Τσακανίκας, Α., Χατζηχρήστου, Σ. (2010), *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2009-2010: Αναζητώντας Διέξοδο από την Κρίση*, Αθήνα: IOBE
- Ιωαννίδης, Σ., Τσακανίκας, Α., Χατζηχρήστου, Σ. (2009), *Η Επιχειρηματικότητα στα Πρόθυρα της Κρίσης. Η Έρευνα του GEM 2008-2009*, Αθήνα: IOBE
- Ιωαννίδης, Σ., Τσακανίκας Α. (2008), *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2007-2008*, Αθήνα: IOBE
- Marks, S.R. (1977), *Multiple Roles and Role Strain: Some notes on Human Energy, Time and Commitment*, American Sociological Review, Vol. 42, σελ. 921-936
- Martins, L.L., Eddleston, A.K., Veiga, F.J. (2002), *Moderators of the Relationship between Work-family Conflict and Career Satisfaction*, Academy of Management Journal, Vol. 45, No 2, σελ. 399-409
- Mavin, S. (2001), *Women's Career in Theory and Practice: Time for Change?*, Women in Management Review, Vol. 16, No 4, σελ. 183-192
- O'Leary, J. (1997), *Developing a New Mindset: The Career Ambitious' Individual*, Women in Management Review, Vol. 12, No 3, σελ. 91-99
- Rau, L.B., Hyland, M.M. (2002), *Role Conflict and Flexible Work Arrangements: The Effects on Applicant Attraction*, Personnel Psychology, Vol. 55, No 2, σελ. 111-134
- Rothbard, P.N. (2001), *Enriching or Depleting? The Dynamics of Engagement in Work and Family Roles*, Administrative Science Quarterly, Vol. 46, No 1, σελ. 655-684
- Ruderman, M.M., Ohlott, J.P., Panzer, K., King, N.S. (2002), *Benefits of Multiple Rolew for Managerial Women*, Academy of Management Journal, Vol. 46, No 1, σελ. 380-386
- Sieber, S.D. (1974), *Toward a Theory of Role Accumulation*, American Sociological Review, Vol. 39, σελ. 567-578
- Simpson, R. (1998), *Presenteeism, Power and Organizational Change: Long Hours as a Career Barrier and the Impact on the Working Lives of Women Managers*, British Journal of Management, Vol. 9
- Still, L., Timms, W. (1998), *Career Barriers and the Older Women Manager*, Women in Management Review, Vol. 13, No 4, σελ. 143-155

- Tharenou, P. (2001), *Going Up? Do Traits and Informal Social Processes Predict Advancing in Management?*, Academy of Management Journal, Vol. 44, No 51, σελ. 1005-1015
- White, B. (1995), *The Career Development of Successful Women*, Women in Management Review, Vol. 10, No 3, σελ. 4-15
- Wilson, M.F. (2003), *Organizational Behavior and Gender*, Ashgate Publishing, London
- Wosinka, W., Dabul, J.A., Whetstone-Dion, R., Cialdini, B.R. (1996), *Self-Presentational responses to success in the organization: the costs and benefits of modesty*, Basic and Applied Social Psychology, Vol. 18, No 2, σελ. 229-242
- Χασσιδ, Ι., Καραγιάννης, Α. (1999), *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελληνική Οικονομία. Οικονομική και Κοινωνική Προσέγγιση*, Interbooks, Αθήνα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο – ΚΛΑΔΙΚΗ ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΕΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

5.1. Εισαγωγή Κεφαλαίου

Βασικό αντικείμενο μελέτης στο κεφάλαιο αυτό είναι η μελέτη και ανάλυση της κλαδικής διάρθρωσης των γυναικείων επιχειρήσεων στην Ελλάδα. Πιο συγκεκριμένα αναλύεται η νομική μορφή των επιχειρήσεων, ποια η επιχειρηματική δράση των γυναικών στις αγροτικές περιοχές, ποια η φύση των γυναικείων συνεταιρισμών αλλά και ποια η γυναικεία επιχειρηματικότητα σε άλλους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας.

5.2. Νομική Μορφή

Κάθε επίδοξος επιχειρηματίας προκειμένου να υλοποιήσει επιτυχώς την επιχειρηματική του ιδέα καλείται να αποφασίσει ποια νομική μορφή θα λάβει η επιχείρησή του. Η νομική μορφή μιας επιχείρησης είναι το νομικό πλαίσιο μέσα στο οποίο η επιχείρηση πραγματοποιεί τις συναλλαγές της. Υπάρχουν διαφορετικοί τύποι επιχειρήσεων ανάλογα με το νομικό πλαίσιο μέσα στο οποίο αυτές λειτουργούν. Κάθε τύπος επιχείρησης έχει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και ανταποκρίνεται σε διαφορετικές οικονομικές δυνατότητες και σκοπιμότητες. Έτσι, μία επιχείρηση μπορεί να είναι:

- Ατομική επιχείρηση
- Εταιρική επιχείρηση. Η εταιρική επιχείρηση ανήκει σε δύο ή περισσότερα άτομα, τους εταίρους, που συνδέονται με ειδική σχέση μεταξύ τους, η οποία καθορίζεται ανάλογα με το είδος της εταιρείας. Βασικές μορφές της εταιρικής επιχείρησης είναι: ομόρρυθμη, ετερόρρυθμη, ανώνυμη εταιρεία και εταιρεία περιορισμένης ευθύνης.

Η νομική μορφή μιας επιχείρησης αποτελεί μία πολύ σημαντική παράμετρο για την επιτυχία της πορείας και η επιλογή της θα πρέπει να αποτελεί αντικείμενο ενδελεχούς διερεύνησης λόγω των νομικών και φορολογικών αποτελεσμάτων που αυτή συνεπάγεται. Κατά τη διάρκεια της αξιολόγησης των εναλλακτικών νομικών μορφών που επιτρέπονται από την ελληνική νομοθεσία εκτός από τις νομικές και φορολογικές συνέπειες θα πρέπει να συνεκτιμώνται και καθαρά οικονομικοί παράγοντες όπως ο κλάδος στον οποίο θα δραστηριοποιηθεί η επιχείρηση, αν τα πρόσωπα που συμμετέχουν θα ενεργούν ως επιχειρηματίες ή ως επενδυτές. Μολονότι οι κλασικοί

διαχωρισμοί μεταξύ ατομικών και εταιρικών μορφών επιχειρήσεων, παρουσιάζουν ακόμη ενδιαφέρον από πλευράς νομικής και φορολογικής, η νομοθεσία παρέχει σημαντικές δυνατότητες στον σύγχρονο επιχειρηματία να διαμορφώσει την επιχείρησή του κατά τον πλέον πρόσφορο για τους σκοπούς του τρόπο, απομακρυνόμενος από τα παραδοσιακά μοντέλα επιχειρηματικότητας, διατηρώντας βεβαίως την βασική δομή οργάνωσης που προβλέπεται από τον νόμο.

Σύμφωνα με έρευνα του Εθνικού Επιμελητηριακού Δικτύου Γυναικών, 12% των γυναικείων επιχειρήσεων είναι ομόρρυθμες επιχειρήσεις και 12% είναι εταιρείες περιορισμένης ευθύνης. Το 7,8% είναι ετερόρρυθμες ενώ οι ανώνυμες εταιρείες αποτελούν το 8,3% των γυναικείων επιχειρήσεων. Η ατομική μορφή κυριαρχεί στις 60% περίπου των περιπτώσεων, γεγονός που δείχνει ότι οι επιχειρήσεις λειτουργούν κυρίως ως φορείς αυτοαπασχόλησης, στηριζόμενες όταν είναι απαραίτητο σε πρόσθετη εργατική δύναμη από το στενό ή και ευρύτερο συγγενικό περιβάλλον. Στις περιπτώσεις απασχόλησης μισθωτών υπαλλήλων ο αριθμός τους περιορίζεται κατά κανόνα στα πέντε άτομα.

5.3. Η Επιχειρηματική Δράση των Γυναικών στις Αγροτικές Περιοχές

Η ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα ακολουθεί το υπόδειγμα υστέρησης που εμφανίζει στους περισσότερους τομείς η ελληνική οικονομία έναντι των άλλων ανεπτυγμένων χωρών. Ωστόσο, τα ειδικά χαρακτηριστικά της Ελλάδας, τόσο σε πολιτισμικό όσο και σε γεωγραφικό επίπεδο, έχουν προσδιορίσει σε μεγάλο βαθμό την κατεύθυνση και το ρυθμό ανάπτυξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Σύμφωνα με μελέτη, οι τομείς στους οποίους επιδεικνύουν μεγαλύτερη επιχειρηματικότητα οι γυναίκες στην Ελλάδα είναι η γεωργία, το εμπόριο, τα ξενοδοχεία και εστιατόρια, και η διαχείριση της ακίνητης περιουσίας.

Ο ισχυρός αγροτικός τομέας της ελληνικής οικονομίας υπήρξε πόλος έλξης για τη γυναίκα – επιχειρηματία. Αν και ο πρώτος γυναικείος συνεταιρισμός ιδρύθηκε το 1957 στη Σαρακίνα Γρεβενών, η μεγαλύτερη ανάπτυξη παρατηρήθηκε τη δεκαετία του 1980 λόγω της ευαισθητοποίησης της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε θέματα ισότητας. Ως αποτέλεσμα, προωθήθηκαν εθνικές πρωτοβουλίες επαγγελματικής κατάρτισης των γυναικών για τη δημιουργία μικρών επιχειρήσεων και έτσι το 2000 οι γυναικείοι συνεταιρισμοί ανέρχονται 71 (Έρευνα Υπ. Εσωτερικών, 2000). Η προτίμηση των

γυναικών στους γεωργικούς συνεταιρισμούς μπορεί να ερμηνευτεί και από άλλους λόγους, όπως:

- Δυνατότητα έναρξης ή διατήρησης οικιακών βιοτεχνικών δραστηριοτήτων οι οποίες δεν εντάσσονται, συνήθως στην επίσημη οικονομική δραστηριότητα.
- Διατήρηση ή έναρξη απασχόλησης χωρίς ηλικιακές διακρίσεις.
- Αντιμετώπιση ελλείψεων σε κεφάλαιο, πληροφόρηση και εκπαίδευση.
- Αντιμετώπιση, μέσω της κατανομής, μεγάλου μέρους του κόστους διαχείρισης μιας επιχείρησης όπως π.χ. κόστος προώθησης προϊόντων.
- Εκμετάλλευση των κυβερνητικών πολιτικών υποστήριξης των συνεταιρισμών στην προσπάθεια τόνωσης της αγροτικής οικονομίας και
- Αντιμετώπιση του ανταγωνισμού της ανοιχτής αγοράς λειτουργώντας στο προστατευτικό συνεταιριστικό περιβάλλον³⁶.

Σπουδαιότερος ίσως παράγοντας είναι η κουλτούρα της ελληνικής κοινωνίας και δη της υπαίθρου, απέναντι στη γυναίκα – επιχειρηματία. Ειδικά τις δεκαετίες του 1970 και 1980, η «συντριπτική» ελληνική αγροτική κοινωνία μπορούσε πιο εύκολα να αποδεχθεί την επιχειρηματική ενασχόληση της γυναίκας με τον πρωτογενή τομέα παραγωγής, παρά σε άλλον τομέα. Οι τομείς τους αγροτουρισμού και της βιοτεχνικής και οικοτεχνικής παραγωγής αποτελούν την κύρια δράση των γυναικείων αγροτικών συνεταιρισμών.

Επιπλέον, ένα σημαντικό βήμα για την ενίσχυση του γυναικείου ρόλου στην ύπαιθρο σημειώνεται στην Ελλάδα κατά την τελευταία 20ετία. Σημαντική υπήρξε και η πρωτοβουλία της Γενικής Γραμματείας Ισότητας, η οποία, σε συνεργασία με άλλους φορείς, ξεκίνησε τις πρώτες προσπάθειες για τη σύσταση και την οργάνωση γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών σε διάφορες περιοχές της χώρας ιδιαίτερου φυσικού κάλλους και αξιόλογης πολιτισμικής παράδοσης.

Οι λόγοι που οδήγησαν την Γενική Γραμματεία Ισότητας στην προώθηση των γυναικείων αγροτουριστικών συνεταιρισμών είναι:

- Η συμμετοχή των γυναικών των αγροτικών περιοχών στους κοινωνικούς θεσμούς (συνεταιρισμούς, συλλόγους, τοπική αυτοδιοίκηση κ.τ.λ.) είναι περιορισμένη.

³⁶ Nina – Pazarzi, 1994

- Οι γυναίκες αγρότισσες, παρά το γεγονός ότι συμμετέχουν στις γεωργικές εργασίες σε σημαντικό βαθμό, είναι άμισθες εργάτριες και στερούνται προσωπικού εισοδήματος.
- Οι γυναίκες συμμετέχουν πιο εύκολα σε γυναικείους συνεταιρισμούς παρά σε μικτούς.
- Οι γυναικείοι συνεταιρισμοί μπορούν να αποτελέσουν ένα κανάλι που θα μεταφέρει την «φωνή» της γυναίκας στην οικονομική, κοινωνική και πολιτική ζωή του τόπου.
- Οι γυναικείοι αυτοί συνεταιρισμοί έχουν ευκολότερη πρόσβαση σε χρηματοδοτικές πηγές, οι οποίες χρηματοδοτούν συλλογικές προσπάθειες και μάλιστα γυναικείες.
- Οι συνεταιρισμοί, ως νομικά πρόσωπα, έχουν μεγαλύτερη ευελιξία.
- Οι δραστηριότητες αυτές είναι οικείες στις γυναίκες και επιτρέπουν στις αγρότισσες να εισπράττουν οι ίδιες την αμοιβή, χωρίς την παρέμβαση του συζύγου.

Πέρα όμως, από τους καθαρά γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς, δημιουργήθηκαν και πολλοί γυναικείοι συνεταιρισμοί αγροοικοτεχνικού και αγροβιοτεχνικού κυρίως χαρακτήρα, οι οποίοι είναι εξειδικευμένοι στην παρασκευή παραδοσιακών και χειροτεχνικών προϊόντων, που βασίζονται στην λαϊκή τέχνη της κάθε περιοχής. Οι αναγκαίες προϋποθέσεις για την ίδρυση, οργάνωση και λειτουργία ενός αγροτουριστικού – αγροοικοτεχνικού – βιοτεχνικού συνεταιρισμού είναι οι εξής:

- Η λειτουργία ικανού αριθμού αγροτουριστικών καταλυμάτων στην περιοχή.
- Η ανάπτυξη συνεταιριστικού πνεύματος μεταξύ των γυναικών της περιοχής που διαθέτουν τα καταλύματα.
- Η ανάδειξη ηγετικής ή ηγετικών προσωπικοτήτων μεταξύ των γυναικών, οι οποίες θα πρέπει να εμφορούνται από ανιδιοτελείς σκοπούς.
- Η ανάπτυξη αγροοικοτεχνικών και βιοτεχνικών δραστηριοτήτων παραγωγής ειδών λαϊκής τέχνης και παρασκευής παραδοσιακών προϊόντων.
- Η ενίσχυση της ιδεολογίας και της πρακτικής του αγροτουριστικού – αγροοικοτεχνικού συνεργατισμού από φορείς τοπικής και περιφερειακής ανάπτυξης.

Συνοψίζοντας τα ανωτέρω για τη συνεισφορά των αγροτουριστικών συνεταιρισμών, οι οποίοι φαίνεται πως μπορούν να αυξήσουν το μερίδιο τους στον επιχειρηματικό στίβο των γυναικών της υπαίθρου και το ρόλο τους στην οικονομική και κοινωνική

κατάσταση της ίδιας της γυναίκας όσο και στην τοπική οικονομία και κοινωνία μπορούμε να σημειώσουμε ότι:

Στην ίδια την γυναίκα:

- Προσφέρουν διεξόδους απασχόλησης και ένταξης στην αγορά εργασίας, σε ένα χώρο όπου η προσφορά εξαρτημένης εργασίας είναι εξαιρετικά περιορισμένη.
- Αποτελούν ευέλικτες μορφές απασχόλησης, διευκολύνοντας τη γυναίκα να συμφιλιώσει τις εργασιακές της υποχρεώσεις με τις οικογενειακές.
- Προσφέρουν συμπληρωματικό ή και κύριο εισόδημα στο νοικοκυριό. Στην περίπτωση μονογονεϊκών οικογενειών αποτελούν καλή λύση εξυπηρέτησης των οικονομικών αναγκών με τις αυξημένες υποχρεώσεις της μητέρας απέναντι στη φροντίδα των παιδιών της.
- Δίνουν τη δυνατότητα απόκτησης προσωπικής ιδιοκτησίας και ενδυναμώνουν και αναβαθμίζουν τη θέση της γυναίκας στο κοινωνικό περιβάλλον. Προσδίδουν στην ίδια την αίσθηση της πληρότητας, αυξάνουν την αυτοπεποίθηση και την αυτοεκτίμηση της.
- Αποτελούν για πολλές γυναίκες ευκαιρία απόδρασης από τον άορατο εργασιακό χώρο του νοικοκυριού ή και από την κυριαρχία του εργοδότη.
- Καλλιεργούν την επικοινωνία με χρηματοδοτικούς, εμπορικούς συνδικαλιστικούς φορείς, ενισχύοντας την επιχειρηματική ικανότητα, αλλά και την επικοινωνία με το κοινωνικό περιβάλλον.
- Συμβάλλουν επίσης στη σταδιακή αλλαγή των στερεοτυπικών αντιλήψεων ως προς το φύλο.

Στην τοπική κοινωνία:

- Συμβάλλουν στη διατήρηση της κοινωνικής ισορροπίας, συγκρατώντας γυναικείο δυναμικό και συμβάλλοντας στην ανανέωση του αγροτικού νοικοκυριού.
- Συμβάλλουν στην αύξηση της προστιθέμενης αξίας των τοπικών γεωργικών προϊόντων μεταποιώντας τα σε προϊόντα με υψηλή πραγματική και συμβολική αξία.
- Συμβάλλουν στην διατήρηση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών που συγκροτούν την ταυτότητα της περιοχής, προσφέροντας αφενός στην επισκεψιμότητα και την άντληση πόρων για την περιοχή αφετέρου στη διατήρηση τοπικών παραγωγικών συστημάτων, προσφέροντας έτσι πολύτιμη υπηρεσία στη διαφύλαξη της ετερογένειας της ελληνικής περιφέρειας.

- Συμβάλλουν στην αύξηση της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας στην ύπαιθρο, αφενός απασχολώντας στο μέτρο του μεγέθους τους βέβαια, πρόσθετο εργατικό δυναμικό, αφετέρου λειτουργώντας πολλαπλασιαστικά στη δημιουργία άλλων θέσεων εργασίας και επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στο τόπο τους.
- Αυξάνουν την επιχειρηματική σύνδεση στην κοινότητα και καλλιεργούν ερεθίσματα για τη στήριξη ευρύτερα της γυναικείας επιχειρηματικότητας.
- Συμβάλλουν στη μεταφορά τεχνογνωσίας και καινοτομιών, παράγοντας νέα προϊόντα και υπηρεσίες, σε ένα χώρο που υστερεί σε τέτοιες εφαρμογές.

Από επιμέρους αξιολογήσεις των συνεταιρισμών που λειτουργούν από γυναίκες στην Ελλάδα, έχει προκύψει ότι οι σοβαρότερες αδυναμίες των γυναικών εντοπίζονται σε:

- Έλλειψη χρόνου. Ο τριπλός ρόλος των γυναικών (εργαζόμενες – μητέρες – νοικοκυρές) περιορίζει το διαθέσιμο χρόνο για παραγωγικότερη εργασία.
- Ύπαρξη νομικών εμποδίων. Η ύπαρξη ορισμένων νόμων δημιουργεί προβλήματα σε μισθολογικό και ιδιοκτησιακό επίπεδο ενώ επηρεάζει τα προσωπικά δικαιώματα των γυναικών όπως, για παράδειγμα, η ύπαρξη ίδιας περιουσίας σαν απαραίτητη προϋπόθεση για τη συμμετοχή σε συνεταιρισμό.
- Ύπαρξη παραδοσιακών εμποδίων. Κοινωνικά και θρησκευτικά στερεότυπα καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό την αποδεκτή κοινωνική συμπεριφορά των γυναικών και επηρεάζουν το ρόλο τους.
- Έλλειψη εκπαίδευσης. Τα κοινωνικά στερεότυπα πολλές φορές επηρεάζουν το είδος και τη διάρκεια εκπαίδευσης των γυναικών. Έτσι παρατηρείται το φαινόμενο οι γυναίκες να ενημερώνονται σπανιότερα από τους άνδρες για θέματα όπως οι νέες τεχνολογίες, οργάνωση και διοίκηση συνεταιρισμών, νέες μεθόδους και τεχνικές παραγωγής.
- Περιορισμένες διοικητικές και οργανωτικές ικανότητες.
- Υστέρηση στην άντληση πόρων για στρατηγικές τοποθέτησης των προϊόντων στην αγορά και προώθησης των πωλήσεων.
- Αναποτελεσματική πολιτική για την προώθηση επωνυμίας προϊόντος.

5.4. Γυναικείοι Συνεταιρισμοί

Μετά την ένταξη της Ελλάδας στην Ευρωπαϊκή Ένωση το έτος 1981, οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί έχουν αυξηθεί και εμπνέουν, ως μοντέλο συλλογικής

επιχειρηματικής οργάνωσης, τις γυναίκες στην ύπαιθρο αλλά και τις αυτοδιοικήσεις σε όλα τα επίπεδα (περιφέρειες, νομαρχίες και δήμους) ανά την Ελλάδα, οι οποίες βλέπουν τους γυναικείους συνεταιρισμούς ως εργαλείο τοπικής ανάπτυξης, με την κινητοποίηση των τοπικών πόρων και την ενεργοποίηση του γυναικείου στοιχείου. Να σημειωθεί ότι δεν λείπουν και οι μικτοί συνεταιρισμοί, καθώς το οικονομικό ενδιαφέρον της δραστηριότητας ωθεί τους άνδρες να γίνονται μέλη των συνεταιρισμών αυτών. Όπως προκύπτει από έρευνα, ένα ποσοστό της τάξης του 18% είναι μικτοί συνεταιρισμοί, αν και σε όλα τα Διοικητικά Συμβούλια την πλειοψηφία διαθέτουν οι γυναίκες. Η πλειοψηφία των συνεταιρισμών στους οποίους συμμετέχουν άνδρες είναι νεαρής ηλικίας.

Οι τομείς στους οποίους αναπτύσσουν επιχειρηματική δράση οι γυναικείοι συνεταιρισμοί στην ύπαιθρο είναι ο αγροτουρισμός, η βιοτεχνική – οικοτεχνική παραγωγή και η εμπορία ειδών που προέρχονται από τη μεταποίηση προϊόντων της γεωργικής εκμετάλλευσης, η κατασκευή και εμπορία προϊόντων πολιτιστικής κληρονομιάς και η παραγωγή και εμπορία προϊόντων εναλλακτικών μορφών γεωργίας. Από το σύνολο των γυναικείων αγροτουριστικών, αγροβιοτεχνικών και αγροοικοτεχνικών συνεταιρισμών, μόνο ο ένας στους πέντε (ποσοστό 20%) ασχολείται με την υποδοχή και τη φιλοξενία τουριστών, διαθέτοντας δωμάτια σε ξενώνες. Αυτό αποδίδεται στο σχετικό υψηλό κόστος επένδυσης που απαιτούν τα αγροτουριστικά καταλύματα αλλά και στο αναγκαίο κόστος συντήρησης και λειτουργίας καθώς και στην πολιτική που ακολουθείται σχετικά με τη χορήγηση νέων αδειών λειτουργίας.

Αναφορικά με τις επενδύσεις, που απαιτούν σημαντικά διαθέσιμα κεφάλαια, φαίνεται αυτές να ενδιαφέρουν τις γυναίκες που, ίσως αρχίζουν να κατανοούν ότι το μέλλον βρίσκεται στην υιοθέτηση μιας επαγγελματικής και περισσότερο επιχειρηματικής συμπεριφοράς, η οποία, χωρίς να θίγει την παράδοση και την ιδιαιτερότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών τους, μπορεί να οδηγήσει σε καλύτερα οικονομικά αποτελέσματα. Έτσι, προτεραιότητες επενδυτικού ενδιαφέροντος αποτελούν καταλύματα, ξενώνες, εστιατόρια, catering και εργαστήρια και καταστήματα πώλησης των προϊόντων τους.

Στο σημείο αυτό, αξίζει να γίνει αναφορά στο σκοπό και τις δραστηριότητες της Ένωσης Αγροτουριστικών, Βιοτεχνικών και Οικοτεχνικών Συνεταιρισμών Ελλάδος, που είναι το πανελλήνιο όργανο εκπροσώπησης τους, όπως αναφέρεται στο καταστατικό της που συντάχθηκε με τις διατάξεις τους Ν. 2810/2000. Οι γυναικείοι συνεταιρισμοί εμπνέουν ως μοντέλο τις γυναίκες αλλά και τις Περιφέρειες, τις Νομαρχίες και τις Τοπικές Αυτοδιοικήσεις σε όλη την Ελλάδα, οι οποίοι βλέπουν στους γυναικείους

συνεταιρισμούς ένα εργαλείο τοπικής ανάπτυξης και ενεργοποίησης του γυναικείου πληθυσμού. Οι γυναικείοι αγροτουριστικοί και αγροοικοτεχνικοί συνεταιρισμοί αντιμετωπίζουν σήμερα μερικά πρακτικά προβλήματα, όπως οργανωτικά, γραφειοκρατικά, φορολογικά, επενδυτικά κ.α. τα οποία αν δε ξεπεραστούν σύντομα θα οδηγήσουν σε περαιτέρω αποδυνάμωση του ήδη αποδυναμωμένου Γυναικείου Συνεταιριστικού Κινήματος στη χώρα μας. Θεωρείται, επομένως απαραίτητη η κατάλληλη υποστήριξη από όλους τους σχετιζόμενους φορείς και από τους φορείς της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, ώστε να επιλυθούν τα προβλήματα που προαναφέρθηκαν. Οι φορείς της Πρωτοβάθμιας Τοπικής Αυτοδιοίκησης, εξ' ορισμού θεωρούνται οι πλέον αρμόδιοι για την παροχή κινήτρων στις γυναίκες, ώστε να αναλάβουν επιχειρηματικές δραστηριότητες. Με άλλα λόγια, οι δήμοι και οι κοινότητες αποτελούν τις απαραίτητες κοινωνικό-οικονομικές οντότητες, μέσα στις οποίες τα άτομα πρέπει να βρίσκουν την οικονομική και κοινωνική τους ολοκλήρωση³⁷. Υπό την έννοια αυτή, οι μονάδες Τοπικής Αυτοδιοίκησης θα πρέπει να είναι σε θέση να παρέχουν όλες τις αναγκαίες προϋποθέσεις για την αποτελεσματική δραστηριοποίηση των ατόμων μέσα στα όριά τους, τόσο όσον αφορά τον οικονομικό όσο και στους λοιπούς τομείς της ανθρώπινης δραστηριότητας, οι οποίοι αποτελούν τις συνιστώσες ενός πλαισίου σύγχρονης διαβίωσης.

Καθώς η τοπική αυτοδιοίκηση αντιπροσωπεύει την τοπική κοινωνία, αποτελεί τον κατεξοχήν πολιτικό εκφραστή της τοπικής δυναμικής και μπορεί να γίνει ο φορέας προγραμματισμού και υλοποίησης της τοπικής ανάπτυξης. Η τοπική αυτοδιοίκηση είναι η πιο αρμόδια πολιτική βαθμίδα για τον προγραμματισμό και την υλοποίηση κάθε αναπτυξιακού προγράμματος³⁸. Η επιχειρηματικότητα αποτελεί το «κλειδί» για την οικονομική ανάπτυξη. Σε όλες τις χώρες της Ευρώπης, η αγροτική ανάπτυξη συνδέεται άμεσα με την επιχειρηματικότητα. Σε επίπεδο πολιτικής έχει παρατηρηθεί τα τελευταία χρόνια τόσο στην Ευρωπαϊκή Ένωση όσο και στην Ελλάδα μία έξαρση του ενδιαφέροντος για την αντιμετώπιση της περιορισμένης συμμετοχής των γυναικών στην επιχειρηματική δραστηριότητα. Στόχος όλων των μέτρων πολιτικής είναι η διευκόλυνση των γυναικών στο ξεκίνημα μιας επιχείρησης, καθώς και η υποστήριξη τους στον εκσυγχρονισμό υφιστάμενων επιχειρήσεων.

Οι επιμέρους στόχοι των προγραμμάτων που σχεδιάζονται θα πρέπει να περιλαμβάνουν υποστηρικτικές δραστηριότητες και συγκεκριμένα:

- Τεχνική βοήθεια για τον σχεδιασμό και την υλοποίηση επιχειρηματικών σχεδίων.

³⁷ Φαναριώτης, 1999

³⁸ Μαΐστρος, 2000

- Ενημέρωση για τις δυνατότητες χρηματοδότησης.
- Παρακολούθηση της νέας τεχνολογίας από ειδικούς συμβούλους στην αρχική περίοδο λειτουργίας της.
- Οικονομική ενίσχυση (επιδοτούμενα δάνεια και επιχορηγήσεις) και συγκεκριμένες επιχειρηματικές δαπάνες.

Προκειμένου οι δήμοι να μπορέσουν να συγκρατήσουν τον πληθυσμό τους, θα πρέπει να δώσουν κίνητρα στις γυναίκες, ώστε να αναλάβουν επιχειρηματικές δραστηριότητες. Ειδικότερα, θα μπορούσαν να υποβληθούν προτάσεις για την ένταξη σε προγράμματα που αποσκοπούν στην ανάπτυξη και υποστήριξη της επιχειρηματικότητας των γυναικών στους οικονομικούς τομείς της μεταποίησης, του εμπορίου και του τουρισμού. Σημαντική θα ήταν και η ένταξη σε προγράμματα για την ενίσχυση της νεανικής επιχειρηματικότητας, μέσω χρηματικών ενισχύσεων για τη δημιουργία μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

5.5. Γυναικεία Επιχειρηματικότητα σε άλλους Κλάδους Οικονομικής Δραστηριότητας

Εκτός από τον αγροτικό τομέα και τους γυναικείους συνεταιρισμούς, υπάρχουν και άλλοι κλάδοι όπου η αντιπροσώπευση των γυναικών στον επιχειρηματικό στίβο είναι αισθητή. Σύμφωνα με μελέτη που διενεργήθηκε για τη δεκαετία 1993 – 2003 από την Εθνική Στατιστική υπηρεσία τέτοιοι κλάδοι είναι:

➤ Η μεταποιητική βιομηχανία

Ο κλάδος της μεταποιητικής βιομηχανίας αποτελεί μία από τις ευχάριστες εκπλήξεις αναφορικά με την ενδυνάμωση της επιχειρηματικής δράσης των γυναικών τα τελευταία χρόνια. Οι διαδικασίες αναδιοργάνωσης του κλάδου δε φαίνεται να επηρέασαν τη γυναικεία επιχειρηματικότητα, τουλάχιστον όσο επηρέασαν την επιχειρηματική δράση των ανδρών στο κλάδο και τη συνολική μισθωτή απασχόληση του κλάδου. Από τα στοιχεία του 2003, ο αριθμός των γυναικών εργοδοτών-επιχειρηματιών παρέμεινε αμετάβλητος σε σχέση με τα στοιχεία του 1993, σε απόλυτο μέγεθος 6.000 γυναίκες επιχειρηματίες. Αντίθετα, παρατηρείται σημαντική μείωση στον αριθμό των ανδρών επιχειρηματιών από 50.000 σε 39.000. Παράλληλα, οι πιθανότητες ανάληψης επιχειρηματικής δράσης στον κλάδο από τις γυναίκες αυξάνονται κατά 2,5% παραμένοντας ωστόσο σε ιδιαίτερα χαμηλά επίπεδα σε σύγκριση με τις πιθανότητες των ανδρών (13% στις γυναίκες έναντι 87% στους άνδρες). Αντίστοιχα, η υποχώρηση της συνολικής επιχειρηματικότητας στον κλάδο ως συγκριτικά περισσότερο έντονη από

την υποχώρηση της συνολικής μισθωτής εργασίας του κλάδου μεταφράζεται σε αύξηση του μέσου μεγέθους των επιχειρήσεων του κλάδου. Έτσι, το μέσο μέγεθος των επιχειρήσεων του κλάδου την εξεταζόμενη περίοδο αυξήθηκε κατά 15,1%.

➤ **Χονδρικό – Λιανικό εμπόριο**

Ο κλάδος του χονδρικού και λιανικού εμπορίου συγκεντρώνει περίπου το 25% των επιχειρηματιών του κάθε φύλου. Το συνολικό ανθρώπινο δυναμικό του κλάδου αυξήθηκε κατά τη δεκαετία 1993-2003 σε ποσοστό 36% και διαμορφώθηκε το 2003 περίπου στους 393.000 επιχειρηματίες και μισθωτούς. Ο αριθμός των γυναικών επιχειρηματιών αυξήθηκε από 8.700 το 1993 σε 13.200 το 2003, δηλαδή αύξηση κατά 50,5%, ενώ μεγαλύτερη αύξηση σε σχετικούς όρους παρουσίασε η γυναικεία μισθωτή απασχόληση κατά 65%. Από την άλλη πλευρά οι άνδρες παρουσίασαν οριακή αύξηση του αριθμού των επιχειρηματιών και αύξηση 30% της μισθωτής τους απασχόλησης. Η μεγαλύτερη αύξηση του αριθμού των γυναικών έναντι των ανδρών στο επίπεδο των επιχειρηματιών, αλλά και ο ακόμα μεγαλύτερος ρυθμός αύξησης στη μισθωτή απασχόληση είχαν ως αποτέλεσμα την ενίσχυση της παρουσίας και αντιπροσώπευσης των γυναικών στον επιχειρηματικό στίβο του κλάδου. Ειδικότερα, το 1993 ο αριθμός των γυναικών επιχειρηματιών στον κλάδο κάλυπτε το 40,6% του αριθμού των επιχειρηματιών που αναλογούσαν στις γυναίκες βάσει της συμμετοχής τους στο ανθρώπινο δυναμικό των επιχειρήσεων του κλάδου, ενώ το 2003, το αντίστοιχο ποσοστό κάλυψης αυξήθηκε στο 46,6% διατηρώντας ωστόσο μεγάλο το επιχειρηματικό κενό ανάμεσα στα δύο φύλα. Η πιθανότητα ανάληψης επιχειρηματικής δράσης στον κλάδο από τις γυναίκες αυξάνεται από το 13,7% το 1993 στο 18,9% το 2003. Αντίθετα, οι άνδρες εμφανίζουν σημαντική υποχώρηση των πιθανοτήτων τους για ανάληψη επιχειρηματικής δράσης, όμως οι πιθανότητες των ανδρών εξακολουθούν να είναι αρκετά περισσότερες από αντίστοιχες πιθανότητες των γυναικών.

➤ **Ξενοδοχεία – Εστιατόρια**

Αναφορικά με τον κλάδο των ξενοδοχείων-εστιατορίων, ιδιαίτερα εντυπωσιακή ήταν η αύξηση του αριθμού των γυναικών επιχειρηματιών, της τάξεως του 320% ή σε απόλυτο μέγεθος κατά 6.500 γυναίκες. Από την άλλη πλευρά, η αύξηση των ανδρών επιχειρηματιών ήταν, σε σχετικούς όρους, μικρότερη και έφτασε το 36% ή 8.000 άνδρες επιχειρηματίες. Οι πιθανότητες ανάληψης επιχειρηματικής δράσης στον κλάδο από τις γυναίκες αν και υπερδιπλασιάζονται και φτάνουν το 2003 στο 23,6% έναντι 11,5% το 1993, ωστόσο παραμένουν σημαντικά λιγότερες από τις αντίστοιχες πιθανότητες των ανδρών που είναι 76,4% το 2003.

➤ Εκπαίδευση

Ο κλάδος της εκπαίδευσης αποτελεί έναν από τους κλάδους των υπηρεσιών όπου η συμμετοχή των γυναικών στη συνολική του απασχόληση είναι σημαντικά μεγαλύτερη από την αντίστοιχη συμμετοχή των ανδρών. Τη δεκαετία 1993-2003, το συνολικό ανθρώπινο δυναμικό του κλάδου αυξήθηκε περίπου κατά 57.000 άτομα ή αύξηση 30% φτάνοντας το 2003 στους 244.000 επιχειρηματίες και εργαζόμενους. Αν και οι γυναίκες συμμετείχαν στο 82,5% αυτής της αύξησης, ωστόσο, η επίδοσή τους στο επίπεδο της επιχειρηματικής δράσης ήταν αρνητική. Ειδικότερα, παρατηρείται μείωση του αριθμού των γυναικών επιχειρηματιών στον κλάδο κατά 24%, ενώ ο αριθμός των ανδρών επιχειρηματιών αυξήθηκε κατά 34%. Αντίθετα, στο επίπεδο της μισθωτής απασχόλησης, η επίδοση των γυναικών ήταν κατά πολύ μεγαλύτερη από αυτή των ανδρών με αποτέλεσμα την εξεταζόμενη περίοδο να καταλάβουν περίπου τις 48.000 από τις 56.000 θέσεις μισθωτής απασχόλησης που δημιουργήθηκαν στον κλάδο. Αντίστοιχα, οι πιθανότητες των γυναικών για ανάληψη επιχειρηματικής δράσης στον κλάδο υποχωρούν σημαντικά, ενώ αυτές των ανδρών αυξάνονται. Έτσι, οι πιθανότητες των γυναικών υποχωρούν από το 46,1% το 1993 στο 32,7% το 2003. Παράλληλα, η μεγαλύτερη δυναμική που εκδηλώθηκε στο επίπεδο της μισθωτής απασχόλησης, έναντι της δυναμικής σε επίπεδο επιχειρηματιών προκάλεσε τη σημαντική αύξηση, σε όρους απασχόλησης, του μέσου μεγέθους των επιχειρήσεων του κλάδου. Ειδικότερα, τη δεκαετία 1993 – 2003, το μέσο μέγεθος των επιχειρήσεων στον κλάδο αυξήθηκε κατά 22,4%.

➤ Κλάδος υγείας και πρόνοιας

Ο κλάδος της υγείας – πρόνοιας παρουσιάζει ανάλογη εικόνα με αυτήν του κλάδου της εκπαίδευσης. Πιο συγκεκριμένα, την περίοδο 1993-2003, το συνολικό ανθρώπινο δυναμικό του κλάδου αυξήθηκε κατά 10,6% ή 14.300 άτομα. Ωστόσο, η μεταβολή αυτή αποτυπώθηκε με διαφορετική ένταση στα δύο φύλλα. Στο επίπεδο επιχειρηματιών, οι γυναίκες παρουσίασαν αύξηση κατά 11,5%, ενώ η αντίστοιχη επίδοση στους άνδρες ήταν αρκετά μεγαλύτερη σε ύψος 48%. Παράλληλα, η μισθωτή απασχόληση των γυναικών αυξήθηκε την ίδια περίοδο κατά 7%, ενώ και σε αυτό το επίπεδο οι άνδρες παρουσίασαν συγκριτικά καλύτερη επίδοση σε ποσοστό 16%. Οι σαφώς καλύτερες επιδόσεις στους άνδρες και η μικρότερη δυναμική στις γυναίκες προκάλεσαν τη μείωση της αντιπροσώπευσης των τελευταίων στους επιχειρηματίες του κλάδου. Ειδικότερα, το 1993, ο αριθμός των γυναικών επιχειρηματιών στον κλάδο κάλυπτε το 68,1% του αριθμού των γυναικών επιχειρηματιών που αναλογούσαν στις γυναίκες βάσει της συμμετοχής τους στο ανθρώπινο δυναμικό των επιχειρήσεων του κλάδου, ενώ το

2003, το αντίστοιχο ποσοστό υποχώρησε στο 59,6%. Αντίστοιχα, οι πιθανότητες ανάληψης επιχειρηματικής δράσης στον κλάδο από τις γυναίκες παρουσίασαν μείωση και έφτασαν το 2003 στο 38,6% έναντι 45,4% το 1993. Επιπλέον, η μεγαλύτερη σε σχετικούς όρους αύξηση του αριθμού των επιχειρηματιών στον κλάδο σε συνδυασμό με τη σχετικά μικρότερη αύξηση της μισθωτής απασχόλησης, προκάλεσαν την υποχώρηση του μέσου μεγέθους των επιχειρήσεων. Έτσι, στον κλάδο, κατά τη δεκαετία 1993-2003, παρατηρείται μείωση του μέσου μεγέθους των επιχειρήσεων κατά 16,2%.

➤ **Κλάδος Ενδιάμεσων Χρηματοπιστωτικών Οργανισμών**

Τη δεκαετία 1993-2003, ο κλάδος των ενδιάμεσων χρηματοπιστωτικών οργανισμών και επιχειρήσεων παρουσιάζει εντυπωσιακά υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης στη δημιουργία νέων επιχειρήσεων. Ο αριθμός των επιχειρηματιών αυξάνεται κατά 420%, ενώ το συνολικό ανθρώπινο δυναμικό του κλάδου αυξάνεται περίπου κατά 11%, φτάνοντας το 2003 στους 94.000 εργοδότες και μισθωτούς. Ο αριθμός των γυναικών επιχειρηματιών στον κλάδο αυξάνεται με ιδιαίτερα εντυπωσιακό ρυθμό 970%. Οι ρυθμοί αυτοί είναι αποτέλεσμα της ανάπτυξης στον κλάδο των νέων επιχειρήσεων.

➤ **Κλάδος Διαχείρισης Ακίνητης Περιουσίας**

Ο κλάδος των υπηρεσιών διαχείρισης ακίνητης περιουσίας, τη δεκαετία 1993-2003, παρουσιάζει το δεύτερο υψηλότερο ρυθμό αύξησης της απασχόλησης ανάμεσα σε όλους τους κλάδους της οικονομίας. Το συνολικό ανθρώπινο δυναμικό του κλάδου αυξάνεται κατά 66.000 άτομα ή 83% και το 2003 φτάνει στις 146.000 επιχειρηματίες και μισθωτούς. Το γυναικείο ανθρώπινο δυναμικό του κλάδου εμφανίζει εντυπωσιακούς ρυθμούς αύξησης τόσο στο επίπεδο της επιχειρηματικής δράσης όσο και στο επίπεδο της μισθωτής απασχόλησης. Ειδικότερα, οι γυναίκες επιχειρηματίες αυξήθηκαν τη δεκαετία 1993-2003 κατά 47%, ενώ η γυναικεία μισθωτή απασχόληση στον κλάδο υπερδιπλασιάστηκε φτάνοντας το 2003 περίπου στις 68.000 θέσεις μισθωτής εργασίας από τις συνολικά 124.000 θέσεις του κλάδου. Όλες οι παραπάνω μεταβολές στη σύνθεση του ανθρώπινου κεφαλαίου του κλάδου είχαν ως αποτέλεσμα την αύξηση της αντιπροσώπευσης των γυναικών στον επιχειρηματικό στίβο, καθώς και την αύξηση των πιθανοτήτων τους στην ανάληψη επιχειρηματικής δράσης και θέσεων μισθωτής εργασίας. Αναλυτικότερα, το 1993, ο αριθμός των γυναικών επιχειρηματιών στον κλάδο κάλυπτε μόλις το 41% του αριθμού των γυναικών επιχειρηματιών που αναλογούσαν στις γυναίκες βάσει της συμμετοχής τους στο ανθρώπινο δυναμικό των επιχειρήσεων του κλάδου, ενώ το 2003, το αντίστοιχο ποσοστό κάλυψης αυξήθηκε στο 47%. Αντίστοιχα, οι πιθανότητες των γυναικών για ανάληψη επιχειρηματικής δράσης στον

κλάδο αυξήθηκαν από 18,6% το 1993 σε 23,6% το 2003, παραμένοντας ωστόσο αρκετά λιγότερες από τις αντίστοιχες των ανδρών.

➤ **Κλάδος Κατασκευών**

Στον κλάδο των κατασκευών η παρουσία γυναικών επιχειρηματιών είναι ελάχιστη και η επιχειρηματική δράση και διοίκηση του συνόλου σχεδόν των επιχειρήσεων του κλάδου ανήκει στους άνδρες. Η συμμετοχή των γυναικών στο συνολικό ανθρώπινο δυναμικό του κλάδου, αν και αυξήθηκε κατά την δεκαετία 1993-2003, ωστόσο παραμένει σε ιδιαίτερα χαμηλά επίπεδα. Το 2003, από τους 247.000 επιχειρηματίες και μισθωτούς του κλάδου, οι γυναίκες συγκέντρωναν μόλις το 3% ή 7.500 γυναίκες, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό το 1993 δεν ξεπερνούσε το 1,5%. Η μεταβολή της απασχόλησης των γυναικών τη δεκαετία 1993-2003 αφορά σχεδόν στο σύνολό της τις θέσεις μισθωτής εργασίας, ενώ παρόμοια είναι και η εικόνα της μεταβολής της συνολικής απασχόλησης των ανδρών στον κλάδο. Ωστόσο, η αύξηση της μισθωτής απασχόλησης των γυναικών στον κλάδο ήταν αρκετά μεγαλύτερη από την αύξηση της μισθωτής απασχόλησης των ανδρών, ενώ παράλληλα ήταν και αρκετά μεγαλύτερη από την αύξηση του αριθμού των γυναικών επιχειρηματιών. Οι διαφορετικού είδους και μεγέθους τάσεις ανάμεσα στα δύο φύλα και ιδιαίτερα ανάμεσα στους επιχειρηματίες και μισθωτούς κάθε φύλου είχαν ως αποτέλεσμα τη σημαντική υποχώρηση της αντιπροσώπευσης των γυναικών επιχειρηματιών στον κλάδο.

➤ **Κλάδος Μεταφορών και Επικοινωνιών**

Η κυριαρχία των ανδρών, όχι μόνο στον επιχειρηματικό στίβο, αλλά και στις θέσεις μισθωτής απασχόλησης του κλάδου, καθώς και η σχετικά περιορισμένη αύξηση της συνολικής τους απασχόλησης χαρακτηρίζουν τον κλάδο των μεταφορών και επικοινωνιών. Ειδικότερα, την περίοδο 1993-2003, το συνολικό ανθρώπινο δυναμικό των επιχειρήσεων του κλάδου αυξήθηκε μόλις κατά 4%. Η μεταβολή αυτή ήταν αποτέλεσμα δύο διαφορετικών τάσεων. Από τη μια πλευρά αυξήθηκε η συνολική μισθωτή απασχόληση στον κλάδο κατά 9.000 άτομα, ενώ από την άλλη πλευρά, μειώθηκε σημαντικά ο αριθμός των επιχειρηματιών κατά 2.000 άτομα, δηλαδή κατά 18,5%. Η μείωση του αριθμού των επιχειρηματιών ήταν – σε σχετικούς όρους – ελαφρώς μεγαλύτερη στις γυναίκες, ενώ από τις 9.000 νέες θέσεις μισθωτής εργασίας, περίπου τις 8.000 θέσεις κατέλαβαν οι γυναίκες. Αποτέλεσμα όλων των παραπάνω μεταβολών στην απασχόληση των δύο φύλων ήταν η σημαντική μείωση της αντιπροσώπευσης των γυναικών στους επιχειρηματίες του κλάδου. Ειδικότερα, το 1993, ο αριθμός των γυναικών επιχειρηματιών στον κλάδο κάλυπτε το 47,9% του

αριθμού των επιχειρηματιών που αναλογούσαν στις γυναίκες βάσει της συμμετοχής τους στο ανθρώπινο δυναμικό των επιχειρήσεων του κλάδου, ενώ το 2003, το αντίστοιχο ποσοστό κάλυψης υποχώρησε στο 35,5%. Παράλληλα, αν και οι πιθανότητες ανάληψης επιχειρηματικής δράσης στον κλάδο μειώθηκαν και για τα δύο φύλα, ωστόσο, οι πιθανότητες των ανδρών εξακολουθούν να είναι συγκριτικά περισσότερες από τις πιθανότητες των γυναικών (το 2003 6,6% στις γυναίκες έναντι 93,4% στους άνδρες).

➤ **Λοιπές υπηρεσίες**

Τη δεκαετία 1993 – 2003, στον κλάδο των λοιπών υπηρεσιών κοινωνικού και ατομικού χαρακτήρα, το συνολικό ανθρώπινο δυναμικό αυξάνεται κατά 30% φτάνοντας το 2003 περίπου στους 110.000 επιχειρηματίες και μισθωτούς. Ο αριθμός των γυναικών επιχειρηματιών του κλάδου παρουσιάζει μείωση κατά 10%, ενώ οι άνδρες εργοδότες αυξάνονται περίπου κατά 20%. Στο επίπεδο της μισθωτής απασχόλησης, οι θέσεις εργασίας αυξάνονται κατά 25.000, ενώ από αυτές, οι 17.000 κατελήφθησαν από γυναίκες. Με βάση τις παραπάνω μεταβολές, την εξεταζόμενη περίοδο, η αντιπροσώπευση των γυναικών στους επιχειρηματίες του κλάδου υποχωρεί στο 91,4% του αριθμού των εργοδοτριών που αναλογούσαν στις γυναίκες βάσει της συμμετοχής τους στο ανθρώπινο δυναμικό των επιχειρήσεων του κλάδου. Το 1993, η αντιπροσώπευση των γυναικών στους επιχειρηματίες του κλάδου ήταν μεγαλύτερη από αυτήν που τους αναλογούσε και έφτανε στο 124,4%. Η υποχώρηση του αριθμού των γυναικών επιχειρηματιών στον κλάδο μείωσε και τις πιθανότητές τους για την ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας από 46,3% το 1993 σε 40,3% το 2003, ενώ αντίθετα η δυναμικότερη παρουσία τους στο επίπεδο της μισθωτής απασχόλησης αύξησε τις πιθανότητές τους για ανάληψη θέσεων μισθωτής εργασίας.

5.6. Επίλογος Κεφαλαίου

Βασικό αντικείμενο μελέτης στο κεφάλαιο αυτό, αποτέλεσε η μελέτη και ανάλυση της κλαδικής διάρθρωσης των γυναικείων επιχειρήσεων στην Ελλάδα. Πιο συγκεκριμένα, αναφέρεται πως μία επιχείρηση μπορεί να είναι ατομική επιχείρηση ή εταιρική επιχείρηση. Η εταιρική επιχείρηση ανήκει σε δύο ή περισσότερα άτομα, τους εταίρους, που συνδέονται με ειδική σχέση μεταξύ τους, η οποία καθορίζεται ανάλογα με το είδος της εταιρείας. Βασικές μορφές της εταιρικής επιχείρησης είναι: ομόρρυθμη, ετερόρρυθμη, ανώνυμη εταιρεία και εταιρεία περιορισμένης ευθύνης. Αναφέρθηκε επίσης, πως ο ισχυρός αγροτικός τομέας της ελληνικής οικονομίας υπήρξε πόλος

έλξης για τη γυναίκα – επιχειρηματία. Αν και ο πρώτος γυναικείος συνεταιρισμός ιδρύθηκε το 1957 στη Σαρακίνα Γρεβενών, η μεγαλύτερη ανάπτυξη παρατηρήθηκε τη δεκαετία του 1980 λόγω της ευαισθητοποίησης της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε θέματα ισότητας.

Μετά την ένταξη της Ελλάδας στην Ευρωπαϊκή Ένωση το έτος 1981, οι γυναικείοι αγροτουριστικοί συνεταιρισμοί έχουν αυξηθεί και εμπνέουν, ως μοντέλο συλλογικής επιχειρηματικής οργάνωσης, τις γυναίκες στην ύπαιθρο αλλά και τις αυτοδιοικήσεις σε όλα τα επίπεδα (περιφέρειες, νομαρχίες και δήμους) ανά την Ελλάδα, οι οποίες βλέπουν τους γυναικείους συνεταιρισμούς ως εργαλείο τοπικής ανάπτυξης, με την κινητοποίηση των τοπικών πόρων και την ενεργοποίηση του γυναικείου στοιχείου. Να σημειωθεί τέλος, ότι δεν λείπουν και οι μικτοί συνεταιρισμοί, καθώς το οικονομικό ενδιαφέρον της δραστηριότητας ωθεί τους άνδρες να γίνονται μέλη των συνεταιρισμών αυτών.

Βιβλιογραφία 5^{ου} Κεφαλαίου

- Ανθοπούλου, Θ. (2006), *Όψεις και Δυναμικές Επιχειρηματικότητας Γυναικών της Υπαίθρου στην Παραγωγή Τροφίμου*. Εμπειρική προσέγγιση. Εισήγηση στο 9^ο Πανελλήνιο Συνέδριο της ΕΤ.ΑΓΡ.Ο, Αθήνα
- Αποτύπωση της εικόνας των Γυναικείων Συνεταιρισμών, (2000), Υπουργείο Εσωτερικών, Γενική Γραμματεία Ισότητας, ΠΑ.Σ.Ε.ΓΕ.Σ., Αθήνα
- Γιδαράκου, Ι. (1996), *Πολυδραστηριότητα Αγροτισσών. Νέοι Ρόλοι τους στην Ύπαιθρο-Νέες Αναγκαιότητες*, 4^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Αγροτικής Οικονομίας, Θεσσαλονίκη
- Γιδαράκου, Ι. (1999), *Ενδογενής Ανάπτυξη της Υπαίθρου και Γυναικεία Απασχόληση*, στο *Ύπαιθρος Χώρα-Η Ελληνική Αγροτική Κοινωνία στο τέλος του Εικοστού Αιώνα*, Πλέθρον, σελ. 189-216
- Γιδαράκου, Ι. (2005), *Γυναικεία Συνεταιριστική Επιχειρηματικότητα: Θεωρία και Πρακτική*. Εισήγηση στην Ημερίδα του Ινστιτούτου Συνεταιριστικών Ερευνών και Μελετών με τίτλο: *Γυναικεία Συνεταιριστική Επιχειρηματικότητα του Ελληνικού Αγροτικού Χώρου*, Αθήνα
- Δροσοπούλου, Σ.Α. (1989), *Αγροτο-Τουριστικοί Συνεταιρισμοί*, Interbooks
- ΕΒΕΑ (1994), *Γυναικεία Επιχειρηματικότητα*, Αθήνα
- Ζάβαλη, Μ. (2007), *Γυναικείοι Αγροτουριστικοί Συνεταιρισμοί: Η Συμβολή τους στην Τοπική και Περιφερειακή Ανάπτυξη και Πολιτικές Εξυγίανσης*. Μεταπτυχιακή Εργασία στο Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
- Θεοδωροπούλου, Ε. (2007), *Αγροτική Οικιακή Οικονομία*, Αθήνα, Εκδόσεις Χαροκοπείου Πανεπιστημίου
- Ιακωβίδου, Ο., Κουτσού, Σ. και Συμεωνίδου, Π. (2006), *Χαρακτηριστικά Γυναικών Επιχειρηματιών στην Ελληνική Ύπαιθρο*. Εισήγηση στο 9^ο Πανελλήνιο Συνέδριο της ΕΤ.ΑΓΡ.Ο., Αθήνα
- Κασσαβέτης, Δ. (2000), *Αγροτικοί Συνεταιρισμοί και Κοινωνική Δυναμική*, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα
- Λαΐου-Αντωνίου, Χ. (1995), *Μελέτης Σκοπιμότητας Αγροτουρισμού και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού στην Επαρχία της Σητείας*, Ο.Α.Σ. Α.Ε. και Leader I, Αθήνα
- Λαμπρινίδης, Λ. (2005), *Επιχειρηματικότητα στην Ευρωπαϊκή Ύπαιθρο. Η περίπτωση της Ελλάδας*, Εκδόσεις Επίκεντρο
- Μαΐστρος, Π. (2000), *Οι Αναπτυξιακοί Θεσμοί της Αυτοδιοίκησης: Συμβολή στην Ιστορική Μνήμη*, Εκδόσεις Λιβάνη
- Nina-Pazarzi, E. (1994), *Economic Development in Women's Employment in Greece*, in Peter Lang, ed. *Participation, Organizational Effectiveness and Quality of Work Life in the Year 2000*

- Νίνα-Παζαρζή Ε. και Γιαννακούρου Μ. (2003), *Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα*, Μελέτες προς τιμήν του Καθηγητή Α. Λάζαρη, Πανεπιστήμιο Πειραιώς
- Νταντάμη, Β. (2005), *Γυναικείοι Αγροτουριστικοί και Αγροβιοτεχνικοί Συνεταιρισμοί και η Προσφορά τους στην Τοπική Ανάπτυξη*, (διπλωματική εργασία), Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, Αθήνα
- Παπακωστόπουλος, Κ., *Νομικές και Φορολογικές Παράμετροι για την Επιλογή της Νομικής Μορφής των Επιχειρήσεων*
- Πετρίδου, Ε. και Γλαβέλη, Ν. (2005), *Ενθάρρυνση της Επιχειρηματικής Δραστηριότητας των Γυναικών-Μελών των Αγροτουριστικών Συνεταιρισμών: Διερεύνηση των Στάσεων τους*, στο Πρακτικά Δημερίδας της Α.Σ. «ΗΡΑ» Γυναικείοι Συνεταιρισμοί: Προοπτικές Ανάπτυξης στον 21ο αιώνα
- Σκορδίλη, Σ. (2005), *Ιδιοκτησία και Επιχειρηματικότητα στην Μεταποίηση, τις Υπηρεσίες και το Εμπόριο*, στο Μ. Στρατηγάκη, *Επιχειρηματικότητα Γυναικών – Όψεις Ιδιοκτησίας και Διοίκησης*
- Στρατηγάκη, Μ. (2005), *Επιχειρείν και Ανατρέφειν* στο Μ. Στρατηγάκη, *Επιχειρηματικότητα Γυναικών-Όψεις Ιδιοκτησίας και Διοίκησης*, ΚΕΚΜΟΚΟΠ Παντείου Πανεπιστημίου, Gutenberg, σελ. 17-40
- Φαναριώτης, Π. (1999), *Διοίκηση Δημοσίων Υπηρεσιών και Οργανισμών Εισαγωγή στο Σύγχρονο Δημόσιο Management: Δημόσια Διοίκηση*, Εκδόσεις Σταμούλη

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο – ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

6.1. Εισαγωγή Κεφαλαίου

Βασικό αντικείμενο μελέτης στο παρόν κεφάλαιο, αποτελεί η μελέτη και ανάλυση των παραγόντων της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα. Πιο συγκεκριμένα, αναλύονται οι φορείς και υπηρεσίες υποστήριξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας καθώς και τα προγράμματα και οι δράσεις που ενθαρρύνουν και βοηθούν αποτελεσματικά τη γυναικεία επιχειρηματικότητα στις μέρες μας.

6.2. Φορείς και Υπηρεσίες Υποστήριξης της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας

Η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας αποτελεί βασική προϋπόθεση για την οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας. Ιδιαίτερα, όταν αναφερόμαστε σε οικονομίες όπως η Ελληνική, που έχουν δομηθεί με κορμό τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, η επιχειρηματική δράση αποτελεί καθοριστικό παράγοντα και επηρεάζει κρίσιμους οικονομικούς παραμέτρους, όπως την παραγωγή, την απασχόληση και την ισόρροπη ανάπτυξη. Κρίσιμο επίσης μέγεθος όχι μόνο για την οικονομία αλλά και για την κοινωνία είναι και το θέμα της απασχόλησης μιας και ο αντίκτυπος του επηρεάζει καθοριστικά την ποιότητα ζωής των πολιτών, αλλά και για την ισότητα των ευκαιριών που τους παρέχονται. Η ενίσχυση της απασχόλησης απαιτεί κατάλληλες πολιτικές που θα δίνουν σε όλους τους πολίτες τη δυνατότητα να συμμετέχουν στην παραγωγική διαδικασία.

Μελετώντας τα στοιχεία τόσο της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας, όσο και των αντίστοιχων ευρωπαϊκών οργανισμών διαπιστώνουμε ότι στις γυναίκες, που αποτελούν ένα σημαντικό κομμάτι του παραγωγικού δυναμικού της χώρας μας, δεν έχουν δοθεί εκείνες οι ευκαιρίες που δικαιούνται προκειμένου να συμμετάσχουν στην παραγωγική διαδικασία. Και είναι χαρακτηριστικό ότι οι περισσότεροι αρμόδιοι φορείς εξαντλούνται στη διαπίστωση ότι η ανεργία είναι γένους θηλυκού, χωρίς να προγραμματίζουν κινήσεις και δράσεις, που θα ανατρέψουν αυτή την πραγματικότητα, που θα δώσουν ώθηση στη γυναικεία παρουσία στο παραγωγικό γίγνεσθαι.

Τα τελευταία χρόνια, κυρίως μέσω διαφόρων φορέων γίνεται μία αξιολογή προσπάθεια ενίσχυσης επιχειρηματικών πρωτοβουλιών που αναλαμβάνονται από

γυναίκες και οι οποίες με δυναμισμό διεκδικούν τη θέση που ισότιμα δικαιούνται στην παραγωγική διαδικασία. Φορείς που υποστηρίζουν την γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι οι ακόλουθοι:

➤ **Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Γυναικών Ελλάδος**

Ο Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Γυναικών Ελλάδας (ΣΕΓΕ) ιδρύθηκε το 1997 με έδρα τη Θεσσαλονίκη και έχει Πανελλαδική εμβέλεια. Ο ΣΕΓΕ είναι ένας μη κυβερνητικός και μη κερδοσκοπικός οργανισμός για γυναίκες που ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα. Είναι μέλος της Επιτροπής Εμπορίου και Ανάπτυξης του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου (ΠΟΕ), του Συνδέσμου Βιομηχανιών Βορείου Ελλάδος (ΣΒΒΕ), ενώ αρκετά μέλη του συμμετέχουν στις διοικήσεις Επιμελητριών. Επίσης κατέχει την αντιπροεδρία της Ομοσπονδίας Συνδέσμων Γυναικών Επιχειρηματιών της Μεσογείου (ΑΦΑΕΜΜΕ) και συνεργάζεται με υπουργεία, κοινωνικούς φορείς, επαγγελματικές και μη κυβερνητικές οργανώσεις σε τοπικό και ευρωπαϊκό επίπεδο για την προώθηση των συμφερόντων των γυναικών που ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα.

Ο ΣΕΓΕ παρέχει στις γυναίκες επιχειρηματίες της Ελλάδας το περιβάλλον για να αναπτύξουν τις επιχειρήσεις τους, προάγει τη νεανική επιχειρηματικότητα, βελτιώνει την αναγνωρισιμότητα των επιτευγμάτων τους στις επιχειρήσεις τους και προωθεί την ανάπτυξη των γυναικείων επιχειρήσεων μέσα από την έρευνα και τη πληροφόρηση. Ο ΣΕΓΕ προάγει τη δεοντολογία και την ηθική στην άσκηση της επαγγελματικής δραστηριότητας των γυναικών, ενώ συγχρόνως αναλαμβάνει πρωτοβουλίες που αποδεικνύουν τη συναίσθηση της κοινωνικής του ευθύνης.

Ο ΣΕΓΕ απαριθμεί σήμερα περισσότερα από 650 μέλη απ' όλη την Ελλάδα, τα οποία απολαμβάνουν τη δυνατότητα να :

- συνδέονται με γυναίκες επιχειρηματίες που έχουν παρόμοια τρόπο σκέψης και διάθεση να μοιραστούν ιδέες, πληροφορίες και ευκαιρίες,
- παρακολουθούν εκδηλώσεις και συνέδρια για ζωτικά θέματα που αφορούν στην επιχειρηματικότητα,
- διευρύνουν την επιχειρηματική τους δικτύωση και γνωστική βάση,
- αποκτούν πρόσβαση σε επιχειρηματικά δίκτυα της Ελλάδας και του εξωτερικού για την ανάπτυξη συνεργασιών σε εθνικό και διεθνές επίπεδο,
- συμμετέχουν και επωφελούνται από τη θέση του ΣΕΓΕ ως φορέα εκπροσώπησης για τη βελτίωση των κοινωνικών, πολιτικών και επιχειρηματικών θεμάτων που αφορούν στις γυναίκες επιχειρηματίες,

- εκπαιδεύονται αυτές και το προσωπικό τους σε εξειδικευμένα προγράμματα και σεμινάρια,
- ενημερώνονται για επιχειρηματικά, αναπτυξιακά εθνικά και κοινοτικά προγράμματα και οικονομικά θέματα άμεσου ενδιαφέροντος,
- συμμετέχουν σε μία κοινότητα που αναγνωρίζει τη σημασία της προσωπικής ανάπτυξης και αλλαγής,
- ανταλλάσσουν εμπειρίες, αποκτούν πρόσβαση στη γνώση και αναζητούν νέους συνεργάτες,
- διατηρούν και διευρύνουν δίκτυα επικοινωνίας.

➤ **Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Γυναικών της Μεσογείου (AFAEMME)**

Ο Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Γυναικών της Μεσογείου (AFAEMME) ιδρύθηκε τον Ιούλιο του 2002 και αποτελεί την Ένωση των Οργανισμών των γυναικών επιχειρηματιών της Μεσογείου. Τα μέλη της προέρχονται από 23 χώρες της Μεσογείου, συμπεριλαμβανομένης και της Ελλάδας. Απώτερος στόχος του AFAEMME είναι να συνδέσει τις Ενώσεις και τους Συνδέσμους των γυναικών επιχειρηματιών και των στελεχών των μεσογειακών χωρών συμβάλλοντας:

- στην πολιτιστική ανάπτυξη των γυναικών στις επιχειρήσεις και των γυναικών γενικότερα,
- στην συνεχή και αναπόσπαστη κατάρτιση των γυναικών,
- στην προώθηση της ισότητας και στην βελτίωση των συνθηκών εργασίας,
- στην ανάπτυξη σχέσεων και στην ανταλλαγή εμπειριών μεταξύ των γυναικών επιχειρηματιών που κατοικούν στην λεκάνη της Μεσογείου και ειδικότερα των γυναικών των οποίων οι χώρες ανήκουν ως μέλη στο Σύνδεσμο Επιχειρηματιών Γυναικών της Μεσογείου,
- στον συντονισμό των προσπαθειών των διαφορετικών Συνδέσμων και Οργανισμών υποστήριξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας στο χώρο της Μεσογείου,
- στην άσκηση επιρροής στην κοινή γνώμη μέσω ενημερωτικών εκστρατειών για την βελτίωση των κοινωνικο-οικονομικών συνθηκών για τις γυναίκες

➤ **Portal ενημέρωσης για τη γυναίκα επιχειρηματία**

Το **businesswoman.gr** είναι το πρώτο ελληνικό ηλεκτρονικό περιοδικό για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα με στόχο την άμεση ενημέρωση και αξιόπιστη πληροφόρηση όλων των ενδιαφερομένων επαγγελματιών, στελεχών και επιχειρηματιών γυναικών. Δημιουργήθηκε από μία ομάδα γυναικών επιχειρηματιών, με

στόχο την εξοικείωση της σύγχρονης γυναίκας επιχειρηματία με τη συνεχώς εξελισσόμενη τεχνολογία. Πρόθεση του είναι να φέρει σε επαφή τις επιχειρηματίες με καταξιωμένους επιστήμονες και ειδικούς στο χώρο των επιχειρήσεων και παράλληλα, να τις ενημερώσουν υπεύθυνα και λεπτομερειακά για προγράμματα, υπηρεσίες και πηγές που θα δώσουν τη δυνατότητα να εξοικονομήσουν χρόνο και χρήμα.

Το **businesswoman.gr** είναι ένα εργαλείο επικοινωνίας μέσω του οποίου προσεγγίζονται θέματα κοινού ενδιαφέροντος και ανταλλάσσονται απόψεις με γυναίκες επιχειρηματίες στην Ελλάδα και σε όλο τον κόσμο. Καλύπτει πολύπλευρα τις ανάγκες πληροφόρησης της σύγχρονης γυναίκας επιχειρηματία χωρίς να είναι εξαρτημένο από συλλόγους, ομάδες ειδικών συμφερόντων ή άλλους φορείς.

Στα περιεχόμενα του μπορεί κανείς να βρει έρευνες, απόψεις και συμβουλές ειδικών, ενημέρωση σχετικά με προγράμματα, σεμινάρια και εκθέσεις, χρηστικά θέματα που αφορούν στην επιχειρηματική καθημερινότητα, παρουσιάσεις βιβλίων σχετικών με τον κόσμο των business και της επιτυχίας, τα τελευταία νέα της τεχνολογίας, νέα και δημοσιεύσεις επιχειρήσεων.

➤ **European Network to Promote Women's Entrepreneurship (WES)**

Για την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δημιούργησε το Ευρωπαϊκό Δίκτυο Ενίσχυσης της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας. Έχει μέλη από 31 ευρωπαϊκές χώρες συμπεριλαμβανομένων της Κροατίας, της Ισλανδίας, της Νορβηγίας και της Τουρκίας. Οι εντεταλμένοι του δικτύου εκπροσωπούν κεντρικές εθνικές κυβερνήσεις και ινστιτούτα με την αρμοδιότητα να προωθήσουν την γυναικεία επιχειρηματικότητα. Στα μέλη του δικτύου παρέχονται συμβουλές, ενίσχυση, πληροφορίες και συνδέσμους επικοινωνίας σχετικά με προγράμματα ενίσχυσης της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Επίσης, βοηθούν για την αναγνώριση και εφαρμογή καλών πρακτικών επιχειρηματικότητας.

➤ **Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας και Προώθησης Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα**

Το Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας (Κ.Ε.Θ.Ι.) λειτουργεί υπό την εποπτεία και χρηματοδότηση της Γενικής Γραμματείας Ισότητας του Υπουργείου Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης. Μερικοί από τους βασικούς στόχους ανάπτυξης των δραστηριοτήτων του Κ.Ε.Θ.Ι. είναι η διεξαγωγή κοινωνικής έρευνας σε θέματα ισότητας των φύλων, η τεκμηρίωση και παροχή πληροφόρησης στην

απασχόληση, επιχειρηματικότητα και κοινωνική ένταξη και η υποστήριξη γυναικών για την προώθηση στην αγορά εργασίας. Γενικότερα στο Κ.Ε.Θ.Ι. λειτουργούν Κέντρα Πληροφόρησης και Συμβουλευτικής Γυναικών για την απασχόληση, την επιχειρηματικότητα και την κοινωνική ένταξη στην Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Πάτρα, Ηράκλειο και Βόλο.

Οι δραστηριότητες του Κ.Ε.Θ.Ι. είναι οι ακόλουθες:

- διεξαγωγή ερευνών και μελετών για την ισότητα των φύλων,
- δημοσίευση και έκδοση μελετών, ερευνών και άλλου ενημερωτικού υλικού (έντυπου και οπτικό – ακουστικού),
- σχεδιασμός, υλοποίηση και αξιολόγηση προγραμμάτων δράσης, που προωθούν τους στόχους για την άρση των διακρίσεων κατά των γυναικών,
- μεταφορά τεχνογνωσίας και εμπειρίας σε θέματα συμβουλευτικής γυναικών για την απασχόληση, την επιχειρηματικότητα και την κοινωνική ένταξη,
- παροχή πληροφοριών για τα δικαιώματα των γυναικών και την ισότητα των φύλων,
- ανάληψη της ευαισθητοποίησης, της εκπαίδευσης και της επιμόρφωσης ατόμων, ομάδων, φορέων και οργανισμών σε θέματα σχετικά με την ισότητα των φύλων,
- λειτουργία πιλοτικών θεσμών που προωθούν καλές πρακτικές υπέρ των γυναικών,
- προώθηση της αμφίδρομης πληροφόρησης σε θέματα πολιτικής για την ισότητα των φύλων με διεθνείς και ευρωπαϊκούς οργανισμούς,
- υποστήριξη της δικτύωσης και της σύνδεσης φορέων που δραστηριοποιούνται στην προώθηση των γυναικών στην απασχόληση, στην επιχειρηματικότητα και στην κοινωνική ένταξη,
- διοργάνωση διαλέξεων, ημερίδων και συνεδρίων για την ευαισθητοποίηση των γυναικών και των ανδρών, καθώς και για την υποστήριξη δράσεων.

Οι υπηρεσίες που προσφέρει το Κ.Ε.Θ.Ι. είναι:

- η ενημέρωση και πληροφόρηση σχετικά με θέματα που αφορούν στην προώθηση της ισότητας των δύο φύλων,
- διενέργεια μελετών, ερευνών και εκδόσεων στους ενδιαφερόμενους.

➤ **Γενική Γραμματεία Ισότητας των Φύλων (Γ.Γ.Ι.Φ.)**

Η Γενική Γραμματεία Ισότητας των Φύλων είναι ο αρμόδιος κυβερνητικός φορέας για τον σχεδιασμό, την υλοποίηση και την παρακολούθηση της εφαρμογής των πολιτικών για την ισότητα μεταξύ γυναικών και ανδρών σε όλους τους τομείς. Αποτελεί αυτοτελή Δημόσια Υπηρεσία και είναι αρμόδια για την προώθηση και πραγματοποίηση της νομικής και ουσιαστικής ισότητας των φύλων σε όλους τους τομείς της κοινωνικής, πολιτικής και οικονομικής ζωής.

Η Γενική Γραμματεία Ισότητας των Φύλων μέσω της Ειδικής Υπηρεσίας Εφαρμογής Συγχρηματοδοτούμενων Προγραμμάτων της, υλοποιεί συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα και δράσεις. Στο πλαίσιο του Εθνικού Προγράμματος για την ουσιαστική Ισότητα των Φύλων υλοποιούνται έργα με στόχο την αντιμετώπιση της ανισότητας των φύλων σε συγκεκριμένα θεματικά πεδία της δημόσιας πολιτικής και την δημιουργία ή ενίσχυση θεσμών, δομών και οργάνων παραγωγής πολιτικών.

➤ **Εθνικό Επιμελητηριακό Δίκτυο Ελληνίδων Γυναικών Επιχειρηματιών (Ε.Ε.Δ.Ε.Γ.Ε.)**

Το Εθνικό Επιμελητηριακό Δίκτυο Ελληνίδων Γυναικών Επιχειρηματιών ιδρύθηκε το 2004 από τα έξι επιμελητήρια της Αττικής, με στόχο την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας γυναικών και την προώθησή τους σε θέσεις ευθύνης, σύμφωνα με τις αποφάσεις της Λισαβόνας, που θέλουν την Ευρώπη δεσπόζουσα δύναμη και με την συμμετοχή των γυναικών. Το Δίκτυο τίθεται στη διάθεση των γυναικών επιχειρηματιών, μελών των Ελληνικών Επιμελητηρίων, καθώς και εκείνων που θέλουν να ενταχθούν στην παραγωγή και κηρύσσει τον πόλεμο κατά της γυναικείας ανεργίας, της απαξίωσης και της ένταξης των γυναικών στις εφεδρείες των παραγωγικών τάξεων.

Στόχοι του Δικτύου είναι :

- Η ευαισθητοποίηση των Επιμελητηρίων και των επιχειρηματιών-μελών τους σχετικά με τα οφέλη της πλήρους ενσωμάτωσης των γυναικών στην οικονομία.
- Ο προσδιορισμός των εμποδίων, που αποτρέπουν τις γυναίκες από την πλήρη ένταξη τους στο εργατικό δυναμικό.
- Η συμμετοχή των γυναικών στις παραγωγικές μονάδες και στα κέντρα λήψης αποφάσεων.

6.3. Προγράμματα και Δράσεις Ενίσχυσης της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας

Στην ουσιαστική ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας από την πολιτεία, με την αντιμετώπιση των προβλημάτων ρευστότητας σε νέες επιχειρηματικές ιδέες, καθώς και με την εφαρμογή πρακτικών λύσεων προς την κατεύθυνση αυτή, στοχεύουν τα προγράμματα και οι δράσεις ενίσχυσης της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Για την επίτευξη του στόχου ως μόνη λύση αναδεικνύεται η προώθηση προγραμμάτων και δράσεων για τη δημιουργία καινοτόμων επιχειρήσεων από την «ανερχόμενη δύναμη» των γυναικών, ικανών να αντέξουν στον ανταγωνισμό τόσο της εγχώριας όσο και της διεθνής αγοράς. Παράλληλα η αξιοποίηση αυτών των προγραμμάτων, που προσφέρουν την κατάλληλη κατάρτιση στη νέα γυναίκα επιχειρηματία στα πρώτα στάδια εκκίνησης της επιχείρησής της, προβάλλεται ως επιτακτική ανάγκη, με στόχο την προώθηση της οικονομικής ανάπτυξης στην Ελλάδα και τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας.

Στην Ελλάδα η επιχειρηματική δραστηριότητα των γυναικών κινείται σε χαμηλά επίπεδα. Συγκεκριμένα το 60% των γυναικών στη χώρα μας αποκτούν πανεπιστημιακά πτυχία. Παρόλα αυτά, η συμμετοχή τους σε θέσεις υψηλής ευθύνης είναι μικρή. Μόνο το 3% των γυναικών στην Ευρώπη βρίσκεται στο «τιμόνι» μεγάλων εταιρειών, κατέχοντας διευθυντικές θέσεις. Στο πλαίσιο λοιπόν της ανάπτυξης, υποστήριξης και προώθησης της επιχειρηματικότητας των γυναικών που επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά, αξιοποιώντας τις γνώσεις, την κατάρτιση και τα ταλέντα τους, αποσκοπούν τα προγράμματα και οι κοινοτικές πρωτοβουλίες που αναφέρονται παρακάτω:

➤ Πρόγραμμα «Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας»

Το πρόγραμμα «Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας» υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα» (ΕΠΑΝ II 2007-2013) και εντάσσεται στον άξονα προτεραιότητας 2, ο οποίος επιδιώκει την επέκταση της εξωστρεφούς επιχειρηματικότητας ως ισχυρής και ικανής συνθήκης για την παραγωγική αναβάθμιση της χώρας προς αγαθά και υπηρεσίες υψηλής προστιθέμενης αξίας με ενσωμάτωση γνώσης και καινοτομίας με ποιότητα και περιβαλλοντική ευαισθησία. Το πρόγραμμα αποσκοπεί στη διευκόλυνση – μέσω χρηματοδοτικών ενισχύσεων – της ίδρυσης νέων επιχειρήσεων από γυναίκες επιχειρηματίες σε όλους σχεδόν τους τομείς επιχειρηματικής δραστηριότητας. Η

Δημόσια Δαπάνη του προγράμματος συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης – ΕΤΠΑ) και το Ελληνικό Δημόσιο. Η επιχορήγηση των προτάσεων που θα επιλεγούν θα ανέλθει στο 50% του συνολικού εγκεκριμένου προϋπολογισμού (60% σε νησιά κάτω των 5.000 κατοίκων και σε πυρόπληκτες των νομών Ηλείας, Μεσσηνίας, Λακωνίας, Αρκαδίας, Εύβοιας, περιοχή Αιγιαλείας και επιλεγμένες περιοχές των νομών Κεφαλληνίας και Μαγνησίας που έχουν χαρακτηριστεί ως πυρόπληκτες). Ο συνολικός επιχορηγούμενος προϋπολογισμός της πρότασης δεν μπορεί να υπερβαίνει τα 200.000€ για τις επιχειρήσεις του τομέα της μεταποίησης και του τομέα της ανακύκλωσης / περιορισμού ρύπανσης, τα 100.000€ για τις επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών και τουρισμού τα 80.000€ για τις εμπορικές επιχειρήσεις με κατώτατο όριο για όλες τις περιπτώσεις τα 30.000€.

➤ Κοινωνική Πρωτοβουλία EQUAL

Η Κοινωνική Πρωτοβουλία EQUAL αποτελεί εργαλείο της ευρωπαϊκής στρατηγικής για την απασχόληση, χρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο και στοχεύει στην πειραματική εφαρμογή και διάδοση νέων τρόπων καταπολέμησης των διακρίσεων και της ανισότητας στον τομέα της απασχόλησης. Το πρόγραμμα έχει σχεδιαστεί για να στηρίξει μια οριζόντια προσέγγιση στις πολιτικές και τις υπηρεσίες προς τις οποίες θα έχουν πρόσβαση πολλαπλές κατηγορίες αποκλεισμένων ή απειλούμενων από αποκλεισμό από την αγορά εργασίας ομάδων και να αντιμετωπίσει την αποσπασματικότητα και την έλλειψη συντονισμού των εφαρμοζόμενων πολιτικών.

Βασικές αρχές υλοποίησης του προγράμματος αποτελούν:

- οι αναπτυξιακές συμπράξεις, ως ισχυρές και δεσμευτικές συμφωνίες φορέων με τη μορφή αστικών μη κερδοσκοπικών εταιρειών μέσω των οποίων νομιμοποιούνται τα έργα,
- η διακρατικότητα μέσω της ανταλλαγής εμπειριών και τεχνογνωσίας και της ανάπτυξης κοινών δράσεων στα θεματικά αντικείμενα της EQUAL,
- η καινοτομία ως προς τις διαδικασίες και τις μεθόδους, τους στόχους και το περιεχόμενο των ενεργειών,
- η ενδυνάμωση ως ενεργός συμμετοχή των ομάδων στόχου στην επιλογή και υλοποίηση των προτεινόμενων παρεμβάσεων,
- η οριζόντια προσέγγιση στην προώθηση της ισότητας ανδρών και γυναικών,
- η ενσωμάτωση των καινοτόμων προσεγγίσεων στον κεντρικό κορμό των εθνικών πολιτικών για την απασχόληση.

Τα θεματικά πεδία των προγραμμάτων που υλοποιούνται στα πλαίσια αυτά βασίζονται και αναφέρονται στους πυλώνες της Ευρωπαϊκής Στρατηγικής για την απασχόληση που είναι:

- η βελτίωση της απασχόλησης,
- η ανάπτυξη του επιχειρηματικού πνεύματος,
- η ενθάρρυνση της προσαρμοστικότητας των επιχειρήσεων και των απασχολούμενων,
- η ενίσχυση των πολιτικών ίσων ευκαιριών για άνδρες και γυναίκες και
- η υποστήριξη της κοινωνικής και επαγγελματικής ένταξης των αιτούντων άσυλο.

➤ **Κοινοτική Πρωτοβουλία LEADER+**

Η Κοινοτική Πρωτοβουλία LEADER (Liaisons Entre Actions pour le Developpement des Economies Rurales) αποτελεί μία πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Ένωσης η οποία συμβάλλει στη προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας στις λιγότερο ευνοημένες περιοχές της ελληνικής υπαίθρου (ορεινές και μειονεκτικές), όπου και εφαρμόζεται. Οι βασικοί στόχοι του προγράμματος αφορούν:

- στην ενθάρρυνση των υποδειγματικών τοπικών πρωτοβουλιών αγροτικής ανάπτυξης,
- στην παροχή στήριξης σε δράσεις καινοτόμου, υποδειγματικού και μεταβιβάσιμου χαρακτήρα, οι οποίες παρουσιάζουν τις νέες οδούς που μπορεί να ακολουθήσει η αγροτική ανάπτυξη,
- στην ανταλλαγή εμπειριών και στην μεταφορά τεχνογνωσίας,
- στην παροχή στήριξης σε προγράμματα διακρατικής συνεργασίας, τα οποία προέρχονται από τοπικούς φορείς των αγροτικών περιοχών.

Στρατηγικός στόχος της Κοινοτικής Πρωτοβουλίας LEADER+ είναι η συγκράτηση του αγροτικού πληθυσμού στην ύπαιθρο με παρεμβάσεις που εξασφαλίζουν τη βιώσιμη ανάπτυξη της, δίνουν τη δυνατότητα συμπληρωματικού εισοδήματος και συμβάλλουν στη μείωση της ανεργίας, στη διαφύλαξη των φυσικών πόρων και στην προστασία του περιβάλλοντος.

➤ **Πρόγραμμα «women@business»**

Το ευρωπαϊκό πρόγραμμα women@business αναπτύχθηκε από μία διακρατική κοινοπραξία η οποία συστάθηκε ειδικά με σκοπό την υλοποίηση του. Αποτελείται από έξι εταίρους με βάσεις σε πέντε κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Κύπρο-Ελλάδα-

Εσθονία-Ιταλία και Ηνωμένο Βασίλειο) με συμπληρωματική εξειδίκευση και εμπειρία. Η Γερμανία είναι συμμετέχουσα χώρα.

Σκοπός του έργου είναι η υποστήριξη της επιχειρηματικότητας σε τρία επίπεδα, προάγοντας την αρχή της μάθησης, πράξης και αποτελεσματικής σκέψης. Με βάση το σκοπό αυτό, το έργο έχει σχεδιαστεί ώστε να αναβαθμίσει τη θεωρητική επιχειρηματική γνώση, να προσφέρει πρακτική εμπειρία και να δημιουργήσει τις κατάλληλες συνθήκες για αποτελεσματική σκέψη και παροχή σωστής καθοδήγησης κατά την επιχειρηματική δραστηριότητα. Το έργο συγχρηματοδοτείται από το Πρόγραμμα Πλαισίου Αναφοράς Ανταγωνιστικότητας και Καινοτομίας 2007 – 2013 της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, υπό την αιγίδα της Γενικής Διεύθυνσης Επιχειρήσεων και Βιομηχανίας.

Οι στόχοι του έργου είναι:

- η δημιουργία των απαραίτητων συνθηκών για νέες αποφοίτους πανεπιστημίων και νέες από εθνικές μειονότητες ή μετανάστριες που θα τις ενθαρρύνουν να αναλάβουν επιχειρηματική δράση,
- η υλοποίηση ενός καινοτόμου μοντέλου συμβουλευτικών υπηρεσιών για τη στήριξη και προώθηση της επιχειρηματικότητας το οποίο θα μπορεί να εφαρμόζεται σε Ευρωπαϊκό επίπεδο και το οποίο θα συνεχίσει να αναπτύσσεται και μετά την ολοκλήρωση του έργου,
- η προώθηση μιας συζήτησης μεταξύ των υπευθύνων παραγόντων για τη χάραξη πολιτικής και λήψη αποφάσεων σχετικά με την απλοποίηση των διαδικασιών που αφορούν δυνητικούς επιχειρηματίες ώστε να τους ενθαρρύνουν και να τους βοηθήσουν στο τομέα αυτό.

6.4. Επίλογος Κεφαλαίου

Στο κεφάλαιο αυτό έγινε αναφορά στη μελέτη και ανάλυση των παραγόντων της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα. Ειδικότερα, αναλύθηκαν οι φορείς και οι υπηρεσίες υποστήριξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας που εντοπίζονται στην Ελλάδα μέσω των διαφόρων μορφών συνδέσμων και portals καθώς και τα προγράμματα και οι δράσεις της γυναικείας επιχειρηματικότητας με την συνδρομή των αναφερόμενων οργανισμών και συνεταιρισμών.

Βιβλιογραφία 6^{ου} Κεφαλαίου

- Υπουργείο Ανάπτυξης, (2007), *Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα (2007-2013)*, Ιούλιος 2007

Ηλεκτρονικές Πηγές 6^{ου} Κεφαλαίου

- Γενική Γραμματεία Ισότητας των Φύλων (Γ.Γ.Ι.Φ.) – <http://www.isotita.gr/>
- Εθνικό Επιμελητηριακό Δίκτυο Ελληνίδων Γυναικών Επιχειρηματιών (Ε.Ε.Δ.Ε.Γ.Ε.) – <http://www.eedege.eu/default.asp>
- European Network to Promote Women's Entrepreneurship (WES) – <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/women/wes-network/>
- Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας (Κ.Ε.Θ.Ι.) – <http://www.kethi.gr/>
- Κοινοτική Πρωτοβουλία EQUAL – <http://www.equal-greece.gr/>
- Κοινοτική Πρωτοβουλία LEADER+ – <http://www.leader-plus.gr/>
- Portal Ενημέρωσης για τη γυναίκα επιχειρηματία – <http://www.businesswoman.gr/>
- Πρόγραμμα women@business – <http://www.womenatbusiness.eu/>
- Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Γυναικών Ελλάδος (ΣΕΓΕ) – <http://www.sege.gr/>
- Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Γυναικών της Μεσογείου (ΑΦΑΕΜΜΕ) – <http://www.afaemme.org/>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο – ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ – ΠΑΡΑΘΕΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

7.1. Εισαγωγή Κεφαλαίου

Ο στόχος της παρούσας διπλωματικής εργασίας, είναι η ανάλυση του φαινομένου της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα σε συνδυασμό επίσης με την παροχή κινήτρων και ευκαιριών για την ανάπτυξη των γυναικείων επιχειρήσεων. Σε αυτό το κεφάλαιο παρουσιάζεται μία εμπειρική έρευνα μικρής κλίμακας προκειμένου να ολοκληρωθεί η διπλωματική εργασία. Η συλλογή των στοιχείων ολοκληρώθηκε μέσω βιβλιογραφικής έρευνας και σχετικών πληροφοριών μέσω ερωτηματολογίων για την γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Η μεθοδολογία η οποία ακολουθήθηκε για την ολοκλήρωση της παρούσας διπλωματικής εργασίας, βασίστηκε στη συλλογή στοιχείων μέσω πρωτογενούς και δευτερογενούς έρευνας και έγινε χρήση ερωτηματολογίων ειδικά προσαρμοσμένων για τις ανάγκες της παρουσίασης της έρευνας. Θα πρέπει επίσης να σημειωθεί πως στο συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο, πρόκειται για ερωτήσεις που υποστηρίζουν το θεωρητικό κομμάτι της μελέτης το οποίο και ακολουθείται από ποιοτική και ποσοτική διερεύνηση. Τέλος θα υπάρχει σχολιασμός των ερωτήσεων και αντίστοιχων απαντήσεων σχετικά με τις υπό διερεύνηση υποθέσεις.

7.2. Μεθοδολογία Έρευνας

Η έρευνα η οποία διεξήχθη στην συγκεκριμένη μελέτη, βοηθά στην τεκμηρίωση του θέματος της διπλωματικής εργασίας. Κάθε επιστημονική έρευνα απαιτεί μια «μεθοδολογία» να ακολουθήσει και να προκύψουν αξιόπιστα συμπεράσματα. Αυτή αποτελείται από τρόπους και μεθόδους παραγωγής και ανάλυσης δεδομένων έτσι ώστε οι διάφορες θεωρίες να ελεγχθούν προκειμένου να γίνουν αποδεκτές ή να απορριφθούν. Επομένως η μεθοδολογία, σχετίζεται τόσο με την λεπτομερή έρευνα μέσω της οποίας συλλέγονται τα δεδομένα καθώς και με την επεξεργασία των δεδομένων αυτών. Τα στοιχεία που συλλέγονται και παράγουν ποιοτικά δεδομένα αναλύονται και επεξεργάζονται. Τα κριτήρια με τα οποία επιλέχθηκαν τα σημεία που πραγματοποιείται η έρευνα, αναφέρονται στη πόλη του Πειραιά. Η συγκεκριμένη πόλη διαθέτει πολλά εμπορικά καταστήματα, τα οποία λειτουργούνται και διοικούνται από γυναίκες επιχειρηματίες. Επίσης, η συγκεκριμένη πόλη χαρακτηρίζεται ως πολυπληθής

με άτομα – καταναλωτές οι οποίοι επισκέπτονται καθημερινά τα καταστήματα αυτά για την αγορά προϊόντων και υπηρεσιών. Επιλέχθηκαν εκείνα τα εμπορικά καταστήματα όπου υπήρχε πρόσβαση σε γυναίκες επιχειρηματίες που γνώριζαν για το αντικείμενο έρευνας και θα μπορούσαν να απαντήσουν στο συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο. Η εμπειρική έρευνα ακολούθησε την μέθοδο των ερωτηματολογίων. Ο αριθμός ερωτηματολογίων που επιλέχθηκε για την παρούσα έρευνα, είναι 30. Χρησιμοποιήθηκαν 30 ερωτηματολόγια που απευθύνονται σε ισάριθμο δείγμα γυναικών επιχειρηματιών, με σκοπό να συλλεχθεί ένα ικανοποιητικό δείγμα έρευνας. Σχετικά με τις τυχόν δυσκολίες πραγματοποίησης της έρευνας ενδεικτικό πρόβλημα και δυσκολία στη πραγματοποίηση της έρευνας αποτέλεσε σε ορισμένες περιπτώσεις και η απροθυμία από μέρος των γυναικών επιχειρηματιών να απαντήσουν σε ολόκληρο ή σε μερικές ερωτήσεις του ερωτηματολογίου, αφού όπως ανέφεραν δεν διέθεταν τον ανάλογο χρόνο ή δεν επιθυμούσαν να συμμετάσχουν στην έρευνα.

Ως αναφορά στην εννοιολογική διαφορά των Δευτερογενών από τα Πρωτογενή δεδομένα ακολουθεί μία περιγραφή αυτών. Ως δευτερεύοντα δεδομένα περιγράφονται εκείνα στα οποία οι πληροφορίες συλλέγονται και καταγράφονται από κάποιον άλλον νωρίτερα και για σκοπούς, οι οποίοι είναι διαφορετικοί από εκείνους του συγγραφέα. Τα δευτερεύοντα δεδομένα παρέχουν την βάση για ένα καλό ιστορικό πληροφοριών και παρέχουν σημαντικές πληροφορίες για τη θεμελίωση των θεωριών από την πρωταρχική έρευνα. Στην συνέχεια, πρωτογενή δεδομένα ονομάζονται εκείνα τα οποία αφορούν στη συλλογή πληροφοριών, για την διεξαγωγή αποκλειστικά μιας συγκεκριμένης έρευνας. Τα πρωτογενή δεδομένα είναι μια άλλη πηγή πληροφοριών σε αυτήν την εργασία. Η συλλογή πρωτογενών στοιχείων μπορεί να γίνει με διάφορες μεθόδους, με πιο διαδεδομένη αυτήν της δημοσκόπησης. Οι δημοσκοπήσεις έχουν τη δυνατότητα να μας δίνουν στοιχεία για τη στάση, τη γνώμη, τα πιστεύω, την προτιθέμενη και εκδηλωθείσα συμπεριφορά, τα δημογραφικά χαρακτηριστικά κλπ. Συνήθως στις μεθόδους καταγραφής / δημοσκόπησης χρησιμοποιούνται ερωτήσεις, προκειμένου να συλλεχθούν οι κατάλληλες πληροφορίες. Οι ερωτήσεις αυτές είναι κατάλληλα προσαρμοσμένες και αποσκοπούν στην συλλογή πληροφοριών, ενώ η κατάρτιση τους είναι τέτοια που επιτρέπει την καταγραφή αξιόπιστων δεδομένων.

Μια δημοσκόπηση με συμπλήρωση ερωτηματολογίων αποτελεί μία πηγή πληροφόρησης για το θέμα στο οποίο γίνεται η έρευνα. Ο συγκεκριμένος τρόπος βοηθά τον συγγραφέα να έχει καλύτερα αποτελέσματα στην έρευνα του και να κωδικοποιεί ευκολότερα τις πληροφορίες που συλλέγει. Ένα σωστά διαρθρωμένο ερωτηματολόγιο, αποσκοπεί περισσότερο στις πληροφορίες οι οποίες αποτελούν τον

πυρήνα της έρευνας και συντελεί αποτελεσματικά στην δημιουργία συμπερασμάτων και γενικών δεδομένων. Τα πλεονεκτήματα της μεθόδου αυτής είναι το χαμηλό κόστος, η αναλυτική περιγραφή και ο καλύτερος έλεγχος της ροής των πληροφοριών. Μειονεκτήματα τα οποία μπορούν να εντοπιστούν στην συγκεκριμένη περίπτωση είναι ο χρόνος που απαιτείται για την συμπλήρωση των ερωτηματολογίων και οι απαντήσεις ίσως να μην είναι πάντα αντικειμενικές.

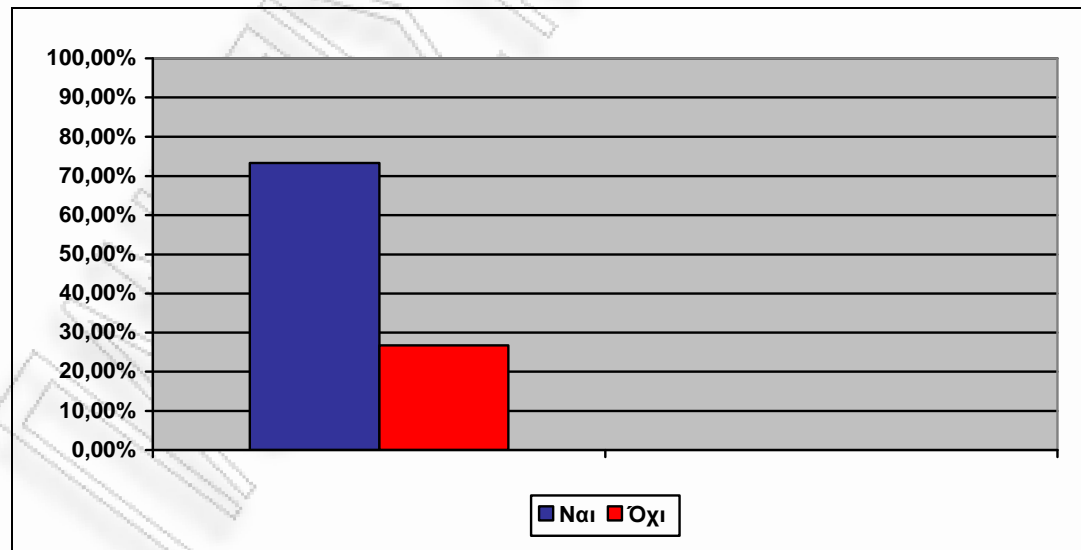
7.3. Παράθεση Αποτελεσμάτων Έρευνας

Στη συνέχεια, αναλύεται το ερωτηματολόγιο που απευθύνεται σε 30 γυναίκες επιχειρηματίες στην πόλη του Πειραιά και τα οποία ερωτηματολόγια αποτελούνται από είκοσι (20) ερωτήσεις, όλες κλειστού τύπου. Οι απαντήσεις που δόθηκαν στις ερωτήσεις αυτές αναφέρονται ως ακολούθως με τις διαγραμματικές απεικονίσεις αυτών για κάθε ερώτηση ως εξής.

Ερώτηση 1^η: Θεωρείτε ότι στη σημερινή ελληνική κοινωνία η συμφιλίωση οικογενειακής και επαγγελματικής ζωής μπορεί να επιτευχθεί;

Ναι

Όχι



Στην πρώτη ερώτηση οι 22 απάντησαν ναι (73,33%) και οι 8 όχι (26,67%). Η πλειοψηφία των γυναικών φαίνεται εδώ ότι κατορθώνει να συνδυάσει επιτυχώς τόσο την επαγγελματική όσο και την προσωπική ζωή. Συνεπώς, οι γυναίκες έχουν αναπτύξει

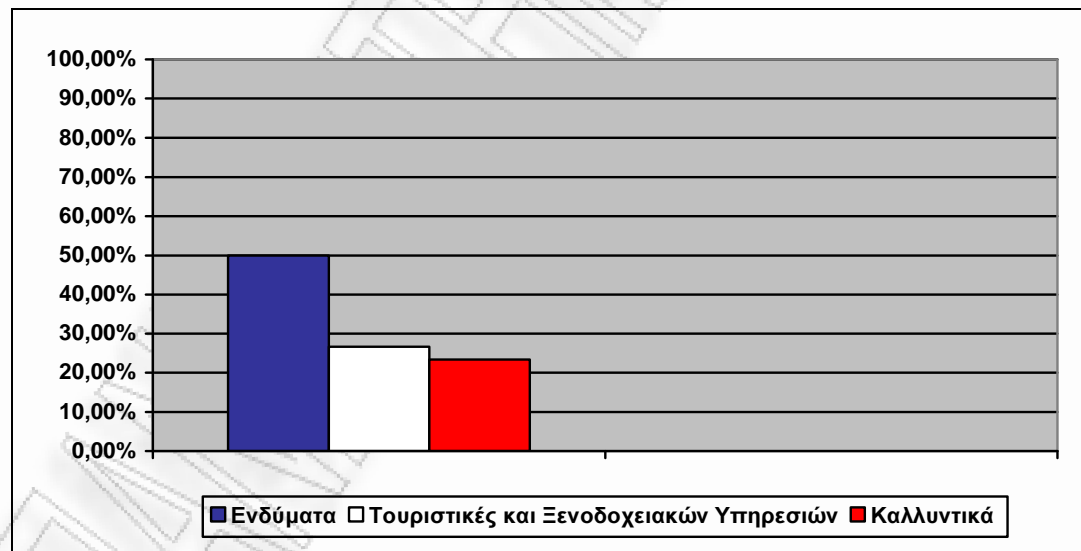
τέτοιες ικανότητες και δεξιότητες που τους επιτρέπουν να συνδυάσουν με επιτυχία την επιχειρηματική δραστηριότητα με τις οικογενειακές υποχρεώσεις. Αν και η συμμετοχή των γυναικών στον επιχειρηματικό τομέα έχει παρουσιάσει αυξητικές τάσεις τα τελευταία χρόνια εντούτοις πολλά είναι αυτά που πρέπει να γίνουν προκειμένου να αντιμετωπιστούν οι δυσκολίες που προκύπτουν από την εξισορρόπηση της επαγγελματικής και οικογενειακής ζωής. Πολλές γυναίκες επιχειρηματίες είναι παράλληλα επιφορτισμένες με την φροντίδα των εξαρτημένων μελών της οικογένειας (παιδιά και ηλικιωμένοι) με αποτέλεσμα να επηρεάζεται σημαντικά η ψυχική τους υγεία και η κοινωνική τους λειτουργικότητα. Συνεπώς καθίσταται επιτακτική η ανάγκη λήψης μέτρων για την βελτίωση της διαχείρισης του ελεύθερου χρόνου καθώς και της συμφιλίωσης της επαγγελματικής και οικογενειακής ζωής.

Ερώτηση 2^η: Σε ποιο κλάδο δραστηριοποιείται η επιχείρησή σας;

Κλάδος Ενδυμάτων

Κλάδος Καλλυντικών

Κλάδος Τουριστικών και Ξενοδοχειακών Υπηρεσιών



Στην δεύτερη ερώτηση, το 49,95% των γυναικών επιχειρηματιών ασχολούνται με επιχειρήσεις ετοιμών ενδυμάτων, το 26,64% με τουριστικές και ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και το 23,41% με εμπόριο καλλυντικών. Η τάση των γυναικών επιχειρηματιών να επιλέγουν τη δραστηριοποίηση στον τριτογενή τομέα (λιανικό εμπόριο και υπηρεσίες κυρίως), παρατηρείται διεθνώς. Η επικέντρωση των γυναικών σε τέτοιου τύπου επιχειρήσεις δεν αποτελεί έκπληξη καθώς αποτελούν παραδοσιακούς

τομείς απασχόλησης αυτών. Οι Loscocco & Robinson (1991) χαρακτηρίζουν τις επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου και υπηρεσιών «γυναικείου τύπου» και τις κατασκευαστικές, οικοδομικές, υψηλής τεχνολογίας επιχειρήσεις «ανδρικού τύπου». Μία πιθανή εξήγηση για αυτό είναι ότι οι γυναίκες φαίνεται να αποδίδουν καλύτερα από τους άνδρες σε ηγετικές θέσεις που θεωρούνται «θηλυκές» από την φύση τους, δηλαδή, απαιτούν ικανότητες διαπροσωπικής επικοινωνίας και συνεργασίας, όπως η παροχή υπηρεσιών, σε αντίθεση με τους άνδρες που αποδίδουν καλύτερα σε ηγετικές θέσεις που απαιτούν καθοδήγηση και έλεγχο³⁹.

Ερώτηση 3^η: Ποιος ο αριθμός των εργαζομένων στην επιχείρησή σας;

1 έως 2

3 έως 5

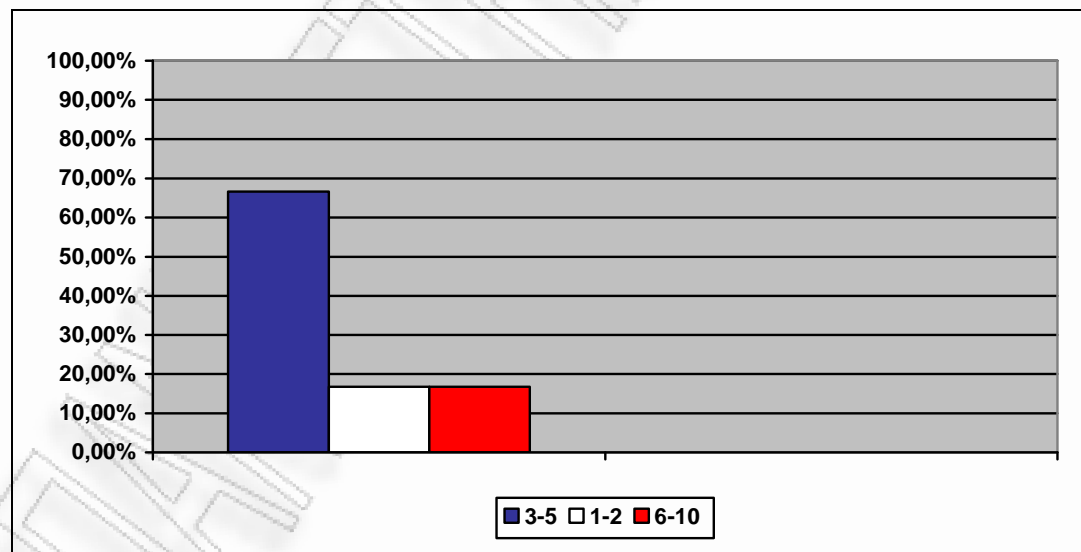
6 έως 10

11 έως 15

16 έως 20

41 έως 50

>50

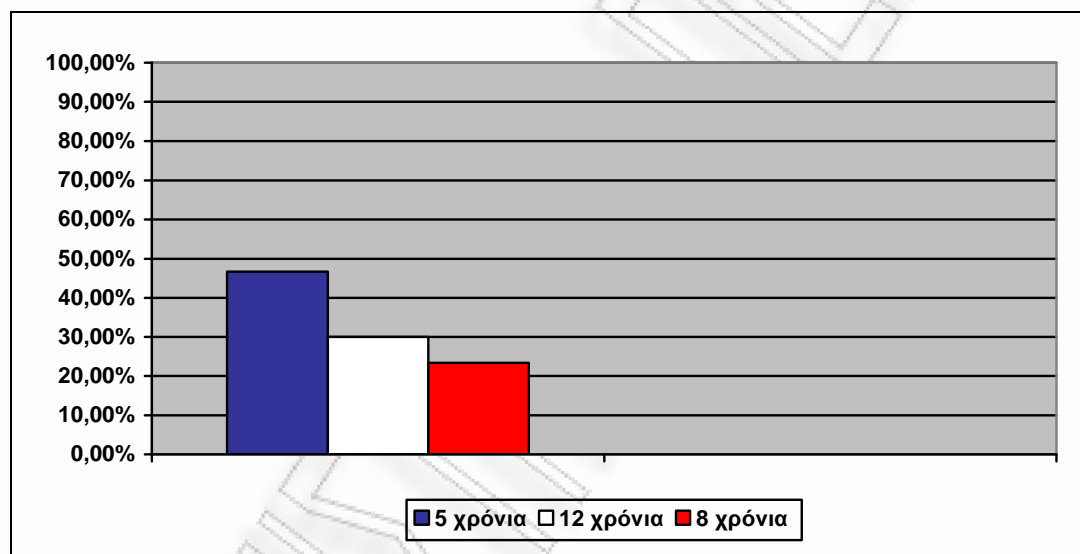


Στην τρίτη ερώτηση, οι 20 επιχειρήσεις απασχολούν άτομα από 3-5 (66,6%), οι 5 επιχειρήσεις από 1-2 (16,7%) και οι υπόλοιπες 5 επιχειρήσεις από 6-10 (16,7%). Το φαινόμενο οι γυναικείες επιχειρήσεις να έχουν χαμηλό τζίρο και λίγο προσωπικό επιβεβαιώνεται και από πρόσφατες μελέτες στην Ελλάδα. Σε μελέτη του Εμπορικού και

³⁹ Eagly et al., 1995

Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών (1994), σε δείγμα 4.000 επιχειρήσεων στην Αττική βρέθηκε ότι οι γυναίκες διοικούν συνήθως μικρές επιχειρήσεις τόσο από πλευράς κύκλου εργασιών όσο και από πλευράς οργανωτικής δομής. Πιο αναλυτικά, το 21% των επιχειρήσεων διέθεταν ένα έως δύο άτομα ως προσωπικό ενώ μόνο το 3% είχε πέντε ως δέκα απασχολούμενους. Τέλος είναι άξιο αναφοράς ότι στο δείγμα των 4.000 επιχειρήσεων ούτε μία επιχείρηση άνω των 50 ατόμων δεν διοικούνταν από γυναίκα.

Ερώτηση 4^η: Πόσα χρόνια εργάζεστε ως επιχειρηματίας;



Στην τέταρτη ερώτηση οι περισσότερες γυναίκες επιχειρηματίες (14) (46,67%), εργάζονται 5 χρόνια, οι 9 γυναίκες 12 χρόνια (30%) και οι 7 γυναίκες 8 χρόνια (23,33%). Σύμφωνα με τις ανωτέρω απαντήσεις ο μέσος όρος των ετών εργασίας των γυναικών επιχειρηματιών που ερωτήθηκαν ανέρχεται περίπου στα 11 χρόνια. Το εύρημα αυτό συμφωνεί άλλωστε και με προηγούμενες εμπειρικές μελέτες που έχουν διεξαχθεί από το IOBE σύμφωνα με τις οποίες τα λίγα χρόνια επιχειρηματικής δραστηριότητας συμβαδίζουν με το γεγονός ότι οι γυναίκες ξεκινούν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα σε σχετικά μεγάλη ηλικία (συνήθως μετά τα 40) καθώς σε αυτήν την ηλικία μειώνονται οι οικογενειακές υποχρεώσεις (π.χ. ανατροφή παιδιών) και επομένως οι απαιτήσεις από πλευράς χρόνου και προσωπικής προσπάθειας.

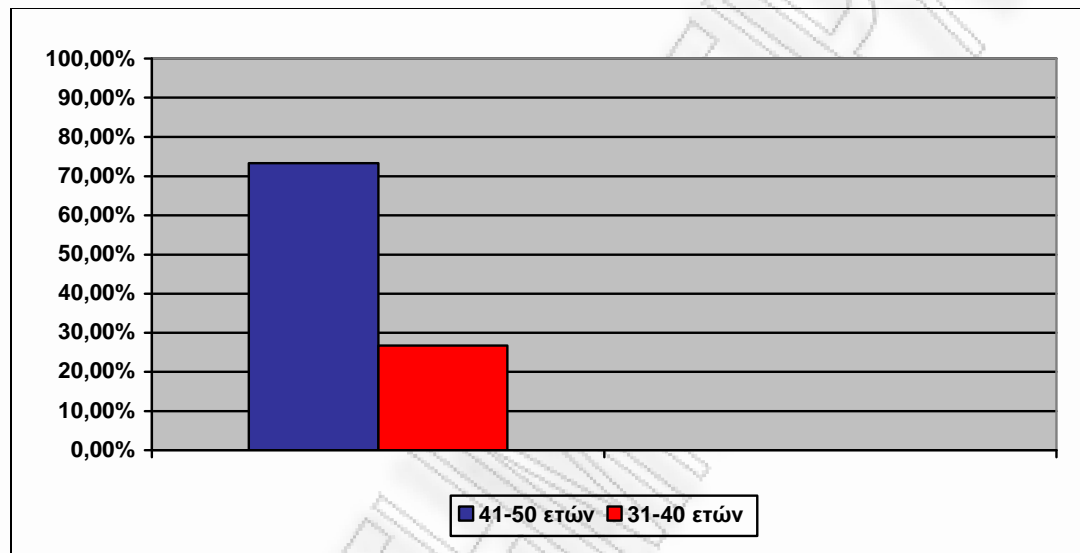
Ερώτηση 5^η : Σε ποια ηλικία ξεκινήσατε να εργάζεστε ως επιχειρηματίας (ηλικία);

20-30

31-40

41-50

51-60



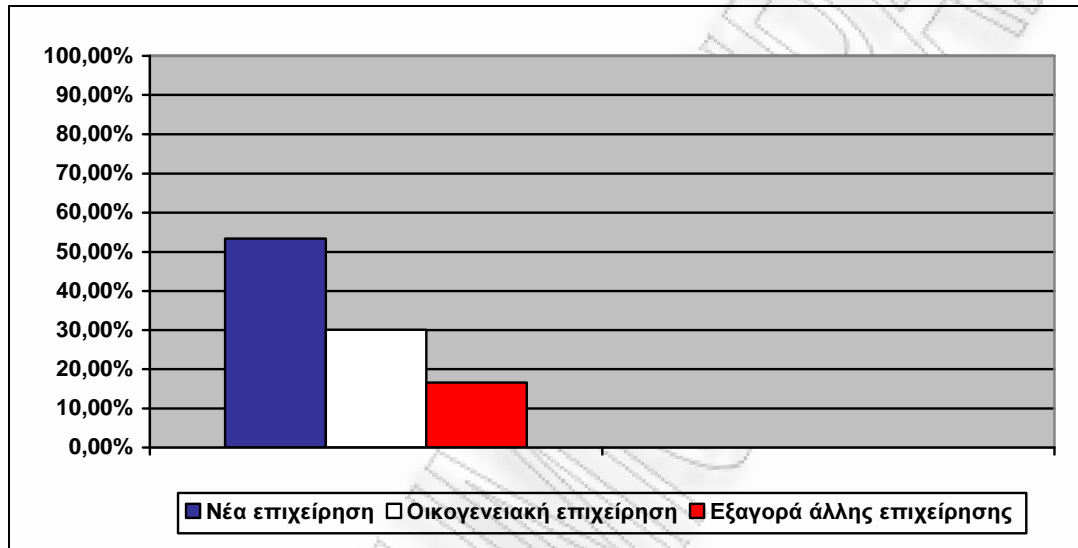
Στην πέμπτη ερώτηση οι 22 γυναίκες άρχισαν να εργάζονται από την ηλικία 41-50 ετών (73,26%) και οι υπόλοιπες 8 από 31-40 ετών (26,74%). Το εύρημα φαίνεται να συμφωνεί με έρευνα των Χασσίδ και Καραγιάννη (1999) όπου σε ένα τυχαίο δείγμα 500 επιχειρήσεων σε τέσσερις μεγάλες πόλεις (Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Λάρισα και Πάτρα) βρέθηκε ότι οι περισσότερες Ελληνίδες αρχίζουν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα, συνήθως με τη δημιουργία μικρών επιχειρήσεων, ανάμεσα στα 40 – 55 έτη. Αυτό το εύρημα αποδίδεται στο γεγονός ότι σε αυτήν την ηλικία μειώνονται οι οικογενειακές υποχρεώσεις (π.χ. ανατροφή παιδιών) και επομένως οι απαιτήσεις από πλευράς χρόνου και προσωπικής προσπάθειας.

Ερώτηση 6^η: Η επιχείρηση με την οποία ασχολείστε είναι ;

Οικογενειακή επιχείρηση

Νέα επιχείρηση

Εξαγορά άλλης επιχείρησης

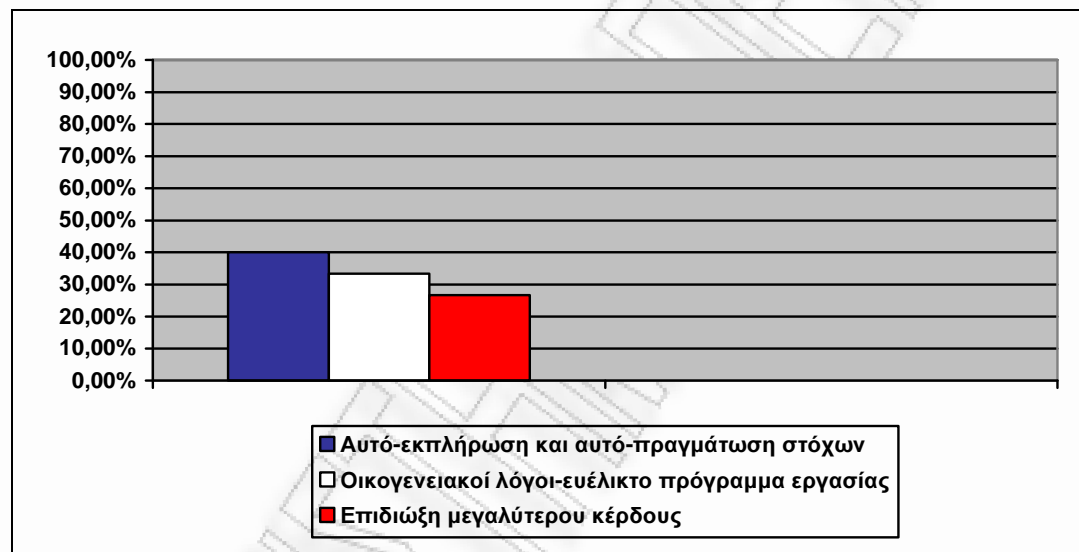


Στην έκτη ερώτηση οι 16 απάντησαν ότι η επιχείρηση είναι νέα (53,33%), οι 9 ότι είναι οικογενειακή (30,12%) και οι 5 ότι είναι εξαγορά άλλης επιχείρησης (16,55%). Ιδιαίτερο ενδιαφέρον εδώ παρουσιάζει το γεγονός ότι το ποσοστό των γυναικών επιχειρηματιών που προέρχεται από μία οικογένεια όπου κάποια μέλη ήταν ή είναι ιδιοκτήτες μιας επιχείρησης είναι αρκετά μικρότερο (30,12%) από το ποσοστό των γυναικών που ίδρυσαν μία νέα επιχείρηση ή εξαγόρασαν μία ήδη υπάρχουσα. Το ανωτέρω ποσοστό αποδεικνύει ότι η επιχειρηματικότητα έχει γίνει ένα νέος τομέας οικονομικής δραστηριότητας για τις γυναίκες κατά τη διάρκεια της τελευταίας δεκαετίας και ενισχύει την έννοια της «αυτοδημιουργίας» των Ελληνίδων επιχειρηματιών⁴⁰.

⁴⁰ Karagiannis, 2003

Ερώτηση 7¹: Ποιοι από τους παρακάτω λόγους θεωρείτε ότι είναι οι παράγοντες-κίνητρα που σας ώθησαν να εργαστείτε ως επιχειρηματίες; (βαθμολογείτε από το 1-5 θεωρώντας το 5 ως το σημαντικότερο και το 1 ως το λιγότερο σημαντικό).

Οικονομικοί λόγοι , ανεργία-ανεπαρκές οικογενειακό εισόδημα
Προσωπικοί, οικογενειακοί λόγοι- ευέλικτο πρόγραμμα εργασίας
Επιδίωξη μεγαλύτερου κέρδους και υψηλότερου εισοδήματος
Αυτό-εκπλήρωση και αυτό-πραγμάτωση στόχων
Αξιοποίηση γνώσεων και δεξιοτήτων



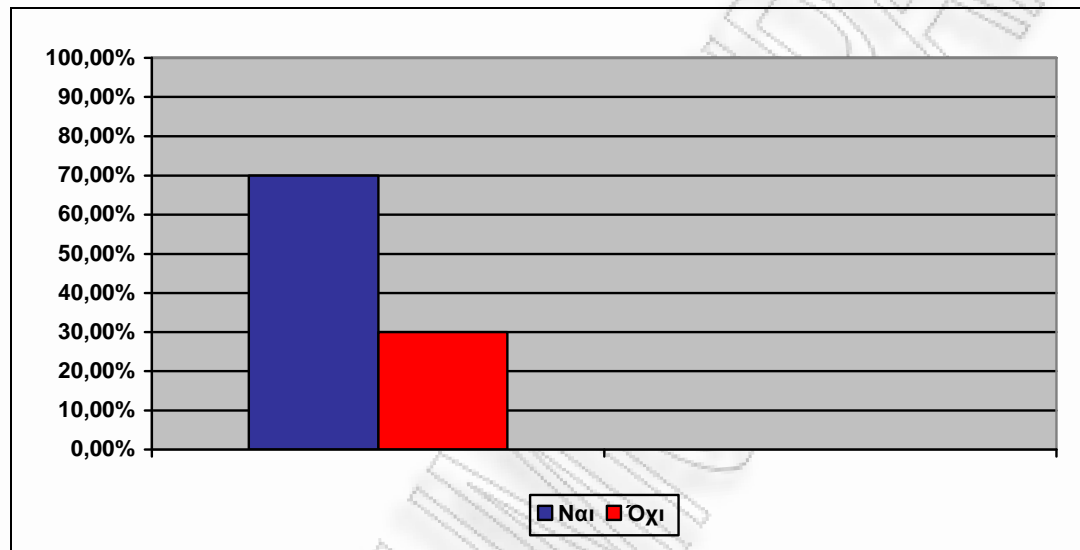
Στην έβδομη ερώτηση, οι 12 απάντησαν ότι ο σημαντικότερος λόγος είναι η αυτό-εκπλήρωση και η αυτό-πραγμάτωση στόχων (40%). Οι 10 απάντησαν τους οικογενειακούς λόγους και κυρίως το ευέλικτο ωράριο εργασίας (33,33%) και οι 8 απάντησαν την επιδίωξη μεγαλύτερου κέρδους (26,67%). Συνεπώς, οι λόγοι που οδηγούν τις γυναίκες επιχειρηματίες στην δημιουργία επιχειρήσεων είναι κυρίως αυτοί που σχετίζονται με την επίτευξη προσωπικών και επαγγελματικών στόχων μη οικονομικής φύσης, με την ανάδειξη των ικανοτήτων τους και με την εξισορρόπηση της οικογενειακής και εργασιακής ζωής παρά με την απόκτηση κερδών⁴¹. Επομένως, τα οικονομικά οφέλη και η ανάπτυξη της επιχείρησης, αν και θεωρούνται σημαντικά, δεν αποτελούν τον πρωταρχικό σκοπό.

⁴¹ Buttner and Moore, 1997

Ερώτηση 8^η: Ο παράγοντας «κίνδυνος αποτυχίας» ή «ρίσκο» σας απέτρεψε μερικές φορές να επιδιώξετε το στόχο που επιδιώκατε;

Ναι

Όχι



Στην όγδοη ερώτηση οι 21 απάντησαν ναι (70%) και οι 9 όχι (30%). Πολλές έρευνες τονίζουν τα χαμηλά ποσοστά ανάληψης ρίσκου εκ μέρους των γυναικών επιχειρηματιών. Η αποφυγή ανάληψης ρίσκου φαίνεται όχι μόνο στις επιχειρηματικές δραστηριότητες, αλλά παρουσιάζεται σαν τάση σε γενικότερες γυναικείες συμπεριφορές, οικονομικού περιεχομένου⁴². Ιδιαίτερα στον χώρο των επιχειρήσεων, οι γυναίκες φαίνεται ότι είναι λιγότερο πρόθυμες από τους άνδρες συναδέλφους τους να εμπλακούν σε καταστάσεις με αβέβαια αποτελέσματα ενώ επιλέγουν συχνότερα στρατηγικές αποφυγής επικίνδυνων καταστάσεων και δίνουν έμφαση στην ασφάλεια⁴³. Επιλέγουν, ακόμα βραδύτερους ρυθμούς ανάπτυξης της επιχείρησής τους ενώ φαίνεται να θέτουν και όρια ανάπτυξης αυτής⁴⁴.

⁴² Jiannakopoulos and Bernasec, 1998

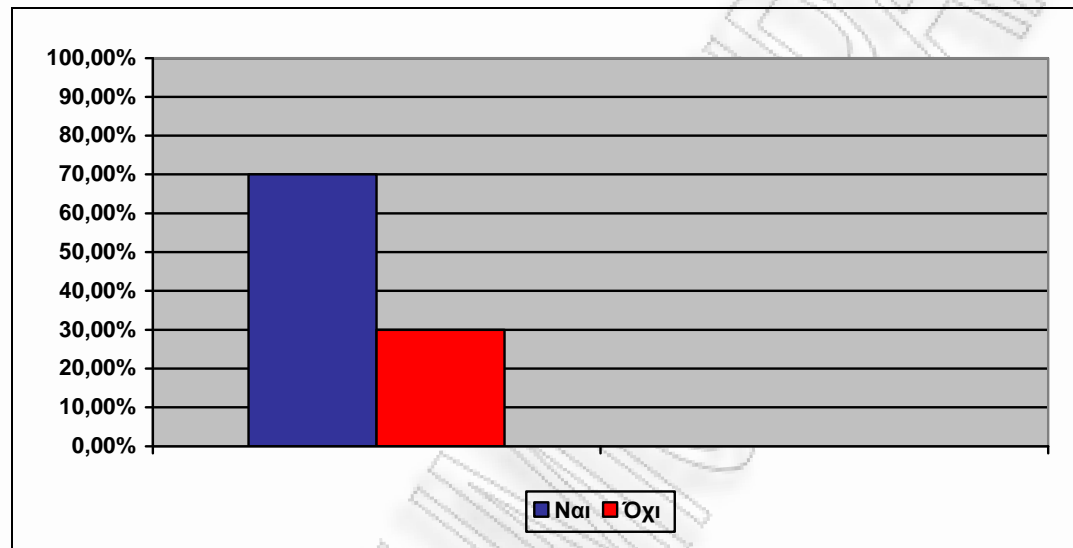
⁴³ Sexton and Bowman-Upton, 1990

⁴⁴ Cliff, 1998

Ερώτηση 9^η: Τι πιστεύετε σχετικά με τη γυναικεία επιχειρηματικότητα. Αντιμετωπίζετε ισότητα στο επιχειρησιακό περιβάλλον;

Ναι

Όχι



Στην ένατη ερώτηση, οι 21 απάντησαν όχι (70%) και οι 9 ναι (30%). Το εύρημα αυτό φαίνεται να συμφωνεί με προηγούμενη μελέτη της Eurostat (2002) σύμφωνα με την οποία η διάσταση μεταξύ των ποσοστών συμμετοχής των ανδρών και γυναικών επιχειρηματιών στην απασχόληση, στον ελληνικό χώρο είναι από τις υψηλότερες στην Ευρώπη. Το 2002 το ποσοστό των ανδρών στην απασχόληση ανέρχονταν στο 71% έναντι 43% των γυναικών⁴⁵. Η προώθηση συνεπώς της ίσης πρόσβασης και εξέλιξης των δύο φύλων στην αγορά εργασίας καθίσταται επιτακτική ανάγκη καθώς εξασφαλίζει εν μέρει τη δικαιότερη κατανομή του πλούτου αλλά και των ανθρωπίνων πόρων, συμβάλλοντας παράλληλα στην άμβλυση του κοινωνικού αποκλεισμού και της φτώχειας. Η κοινωνική συνοχή είναι με τη σειρά της μοχλός οικονομικής ανάπτυξης. Κατά συνέπεια, η ισότητα στην ευκαιρία για εργασία, αλλά και στην ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών, αποκτά ιδιαίτερο οικονομικό, αναπτυξιακό αλλά και κοινωνικό ενδιαφέρον.

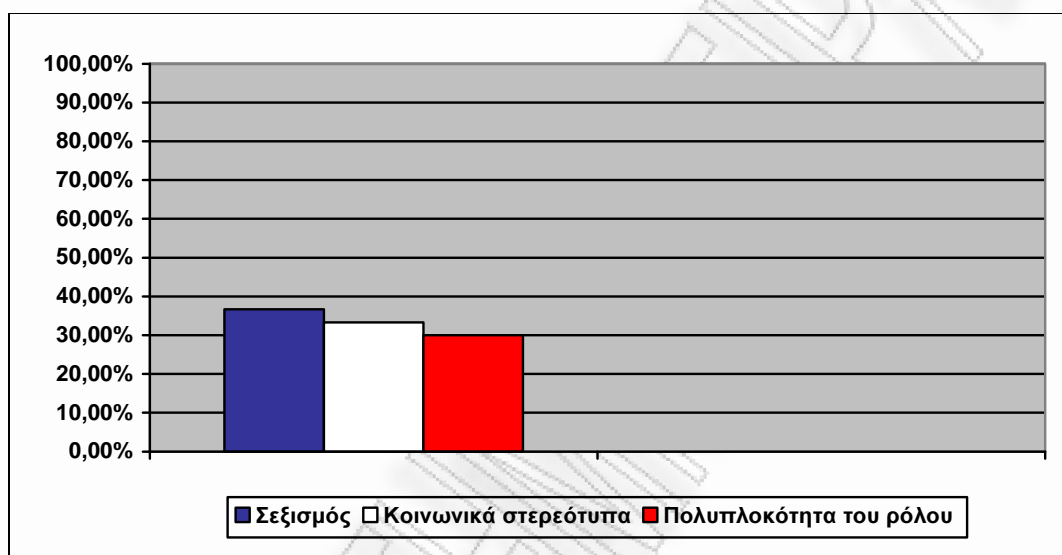
⁴⁵ Νίνα-Παζαρζή, 2004

Ερώτηση 10^η: Ποιος από τους παρακάτω ανασταλτικούς παράγοντες πιστεύετε ότι εμποδίζει την ισότιμη επιχειρηματική δραστηριότητα των γυναικών;

Κοινωνικά στερεότυπα

Σεξισμός⁴⁶

Πολυπλοκότητα του ρόλου (μητέρα, σύζυγος)

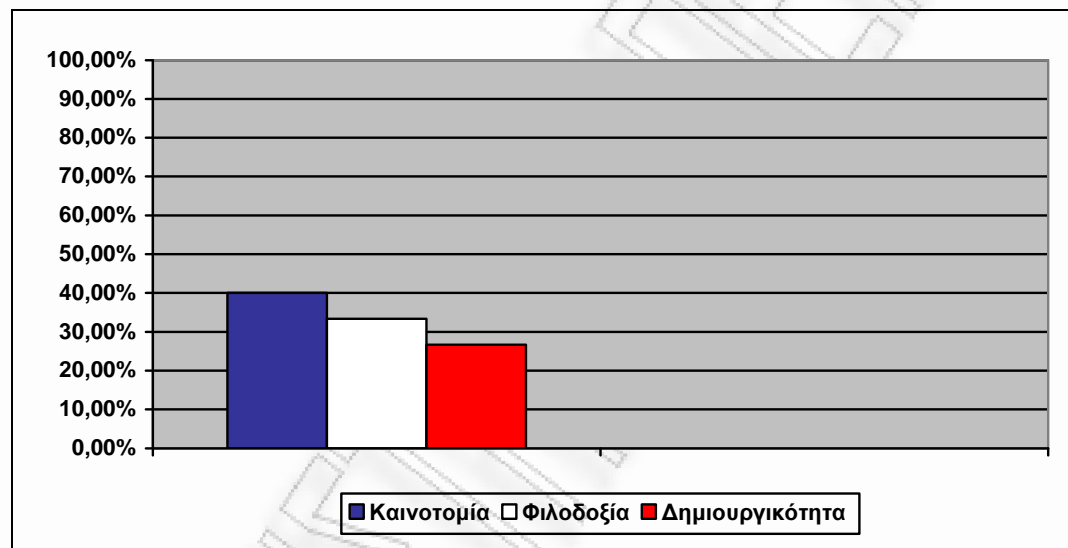


Στην δέκατη ερώτηση, οι 11 γυναίκες απάντησαν τον σεξισμό (36,67%), οι 10 απάντησαν τα κοινωνικά στερεότυπα (33,33%) και οι 9 την πολυπλοκότητα του ρόλου της μητέρας (30%). Από τους πιο σημαντικούς παράγοντες που αποτελούν τροχοπέδη για την ισότιμη επιχειρηματική δραστηριότητα των γυναικών είναι οι οικογενειακές υποχρεώσεις και ιδιαίτερα η μητρότητα, τα παραδοσιακά στερεότυπα καθώς και ο σεξισμός. Αναγκαία θεωρείται λοιπόν, η αναστροφή του διαχωρισμού των επαγγελματιών σε ανδρικά και γυναικεία, η στροφή των γυναικών σε τεχνικά και σύγχρονα επαγγέλματα με μεγαλύτερες διεξόδους στην αγορά εργασίας, η προβολή προτύπων επιτυχημένων γυναικών επιχειρηματιών, ο συντονισμός των επιμέρους δράσεων, η επιμόρφωση σε θέματα επιχειρηματικότητας, η παροχή κινήτρων, χαμηλότοκων δανείων και ενισχύσεων.

⁴⁶ Ο σεξισμός θεωρείται κοινώς η διάκριση εναντίον ανθρώπων βασισμένη στο φύλο τους ή τον σεξουαλικό τους προσανατολισμό παρά στα ατομικά τους λάθη. Ο όρος προέρχεται από την λατινική λέξη *sexus* που σημαίνει φύλο. Ο σεξισμός μπορεί να αναφέρεται σε τρεις λεπτά διαφοροποιημένες συμπεριφορές: α) την πίστη πως το ένα φύλο είναι ανώτερο του άλλου, β) την πίστη πως οι άνδρες και οι γυναίκες είναι πολύ διαφορετικοί και ότι αυτό πρέπει να αντανακλάται έντονα στην κοινωνία, τη γλώσσα, τα σεξουαλικά δικαιώματα και τον νόμο και γ) στο μίσος απέναντι στις γυναίκες (μισογυνισμός) ή λιγότερο κοινά στο μίσος απέναντι στους άνδρες.

Ερώτηση 11^η: Ποια από τα παρακάτω χαρακτηριστικά πιστεύετε ότι υπήρξε αποφασιστικής σημασίας στην επιχειρηματική σας πορεία; (βαθμολογείτε από το 1-5 θεωρώντας το 5 ως το σημαντικότερο και το 1 ως το λιγότερο σημαντικό).

Οργανωτικότητα
Δημιουργικότητα
Κοινωνικότητα
Καινοτομία
Φιλοδοξία



Στην ενδέκατη ερώτηση, οι 12 απάντησαν πως σημαντικότερο χαρακτηριστικό υπήρξε η καινοτομία (40%), οι 10 από αυτές, η φιλοδοξία (33,33%) και οι 8 απάντησαν πως αποφασιστικής σημασίας παράγοντας στην επιχειρηματική τους πορεία υπήρξε η δημιουργικότητα (26,67%). Οι παράγοντες που επηρεάζουν τις Ελληνίδες επιχειρηματίες για την ανάληψη ενός νέου εγχειρήματος φαίνεται να είναι η καινοτομία, η δημιουργικότητα και οι φιλοδοξίες. Στο σημείο αυτό αξίζει να σημειωθεί ότι η ισόρροπη συμμετοχή των γυναικών στο κοινωνικό και επιχειρηματικό γίνεσθαι, διασφαλίζει την αντιπροσωπευτικότερη συμμετοχή του συνόλου της κοινωνίας, παρέχοντας καινοτόμες και δημιουργικές λύσεις στην επίλυση προβλημάτων που σχετίζονται με την επιχειρηματικότητα καθώς επίσης και στην αξιοποίηση κάθε νέας ευκαιρίας που μπορεί να παρουσιαστεί στην αγορά.

Ερώτηση 12^η: Σε ποιους από τους παρακάτω τομείς θα χρειαζόσασταν περαιτέρω ενίσχυση; (βαθμολογείτε από το 1-5 θεωρώντας το 5 ως το σημαντικότερο και το 1 ως το λιγότερο σημαντικό).

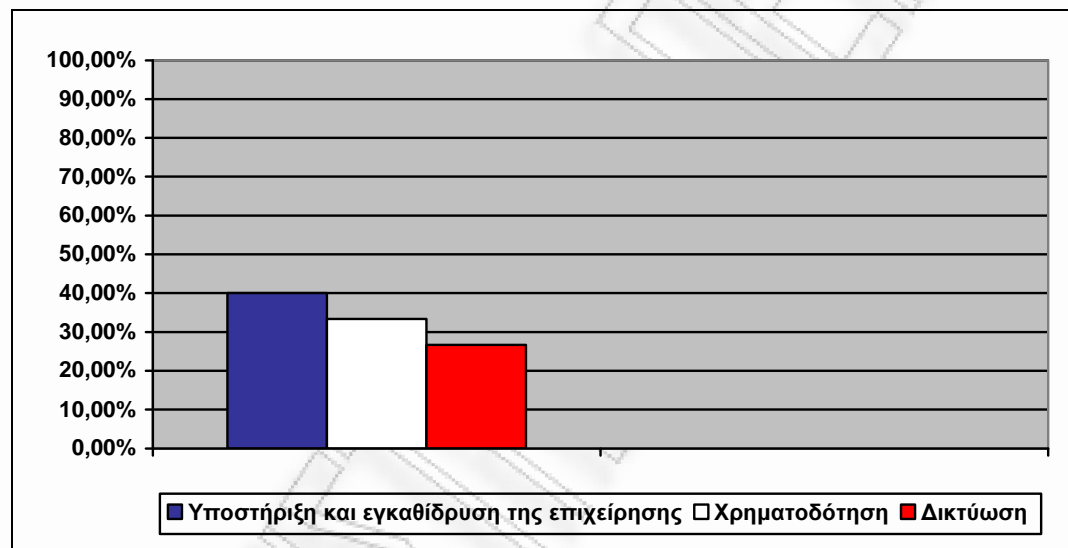
Υποστήριξη και εγκαθίδρυση της επιχείρησής σας

Χρηματοδότηση

Παροχή σχετικής πληροφόρησης

Δικτύωση

Κατάλληλη πληροφόρηση



Στην δωδέκατη ερώτηση, οι 12 γυναίκες επιχειρηματίες απάντησαν ότι θα χρειαζόνταν περαιτέρω ενίσχυση στον τομέα της υποστήριξης και εγκαθίδρυσης της επιχείρησής τους (40%), οι 10 στο τομέα της χρηματοδότησης (33,33%) και οι 8 στον τομέα της δικτύωσης (26,67%). Συνεπώς από τους πλέον ανασταλτικούς παράγοντες ανάληψης επιχειρηματικής πρωτοβουλίας αποτελούν τα διάφορα πολιτισμικά και κοινωνικά εμπόδια καθώς και η δυσκολία πρόσβασης σε πηγές χρηματοδότησης. Παρόμοια μελέτη των Show, Carter και Bierton (2001), συμφωνεί με το γεγονός ότι οι γυναίκες υποψήφιες επιχειρηματίες έχουν να αντιμετωπίσουν ως εμπόδια, την προηγούμενη επιχειρηματική τους εμπειρία, τους πιθανούς δυσμενείς όρους χρηματοδότησης και τέλος, τη δυσχέρεια των γυναικών ως προς την ανάπτυξη δικτύων ή την ευχέρεια πρόσβασης τους σε διάφορα δίκτυα που συνδέονται με την επιχειρηματικότητα.

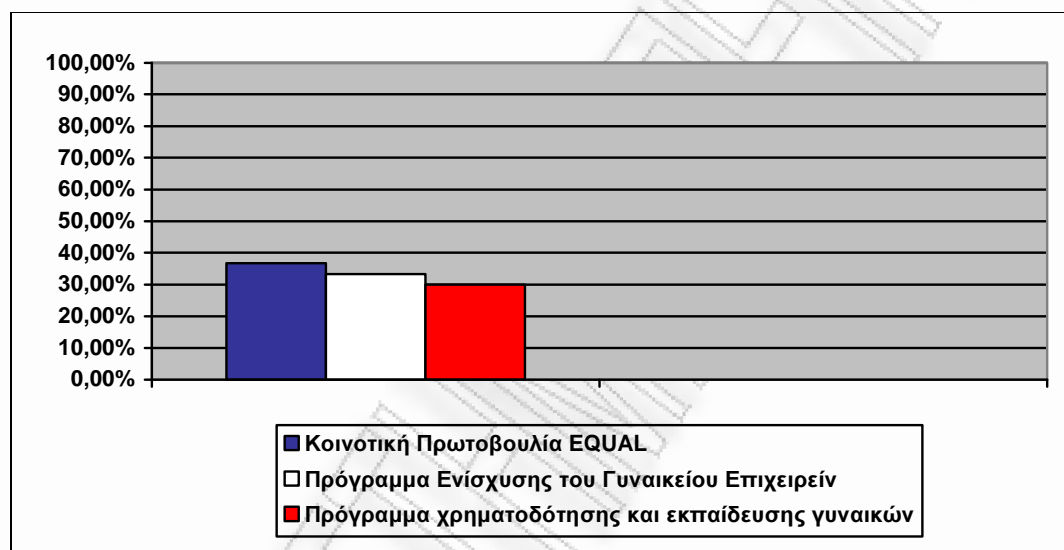
Ερώτηση 13^η: Ποιο από τα παρακάτω Ευρωπαϊκά Προγράμματα στήριξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας γνωρίζετε;

Κοινωνική Πρωτοβουλία EQUAL

ΕΠΑΝ του Υπουργείου Ανάπτυξης

Πρόγραμμα χρηματοδότησης και εκπαίδευσης των γυναικών ως «νέοι επιχειρηματίες» του Υπουργείου Απασχόλησης

Πρόγραμμα Ενίσχυσης του Γυναικείου Επιχειρείν

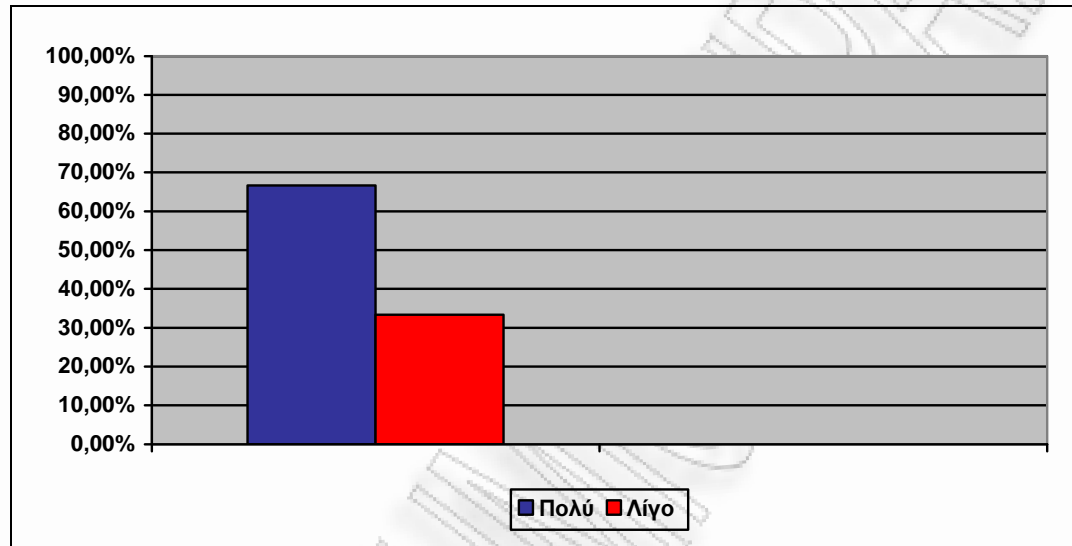


Στην δέκατη-τρίτη ερώτηση, οι 11 από αυτές τις επιχειρήσεις απάντησαν ότι γνωρίζουν την Κοινωνική Πρωτοβουλία EQUAL (36,67%), οι 10 το Πρόγραμμα Ενίσχυσης του Γυναικείου Επιχειρείν (33,33%) και οι 9 το Πρόγραμμα χρηματοδότησης και εκπαίδευσης γυναικών (30%). Παρατηρείται λοιπόν ότι το σύνολο των ερωτηθέντων γυναικών γνωρίζουν κάποιο από τα Ευρωπαϊκά Προγράμματα ενίσχυσης της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Το γεγονός αυτό συνδέεται άμεσα με τα διάφορα εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες κυρίως κατά την έναρξη της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας όπως δυσμενείς όρους χρηματοδότησης, δυσχέρεια ανάπτυξης δικτύων που συνδέονται με την επιχειρηματικότητα και δυσκολία πρόσβασης σε επιχειρηματικά δίκτυα, προκειμένου να αντλήσουν την απαραίτητη υποστήριξη και την κατάλληλη πληροφόρηση. Συνεπώς, μέσω των διαφόρων προγραμμάτων ενίσχυσης της γυναικείας επιχειρηματικότητας γίνεται μία συντονισμένη προσπάθεια αντιμετώπισης των διαφόρων ανασταλτικών παραγόντων που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες επιχειρηματίες σήμερα.

Ερώτηση 14^η: Αν έχετε χρησιμοποιήσει κάποιο από τα παραπάνω προγράμματα, πόσο σας βοήθησε;

Πολύ

Λίγο



Στην δέκατη τέταρτη ερώτηση, οι 20 επιχειρήσεις απάντησαν πολύ (66,67%) και οι 10 επιχειρήσεις λίγο (33,33%). Κατά συνέπεια, η χρήση των διαφόρων ευρωπαϊκών προγραμμάτων στήριξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας, όπως φαίνεται από τις απαντήσεις που δόθηκαν στην συγκεκριμένη ερώτηση, υπήρξε ιδιαίτερως σημαντική για το σύνολο των γυναικών. Είναι ευρέως αποδεκτό ότι για να διατηρηθεί η δυναμικότητα και να συνεχιστεί η ανάπτυξη, απαιτούνται πολιτικές υποστήριξης καθώς η αυξανόμενη δημιουργία επιχειρήσεων από γυναίκες παρατηρείται και στη χώρα μας προσφέροντας απασχόληση και εισόδημα στις ίδιες αλλά και θέσεις εργασίας και ανάπτυξη στη χώρα. Στους επιμέρους στόχους των προγραμμάτων αυτών θα πρέπει να συμπεριλαμβάνονται υποστηρικτικές δράσεις και συγκεκριμένα, τεχνική βοήθεια για το σχεδιασμό και την υλοποίηση επιχειρηματικών σχεδίων, ενημέρωση για τις δυνατότητες χρηματοδότησης, παρακολούθηση της νέας επιχείρησης από ειδικούς συμβούλους και οικονομική ενίσχυση. Καθώς ένα ποσοστό της τάξεως του 33,33% δεν έμεινε ιδιαίτερως ευχαριστημένο από τα προαναφερόμενα προγράμματα οδηγεί στο συμπέρασμα ότι πολλά θα πρέπει ακόμα να γίνουν προκειμένου να φτάσουμε στο επιθυμητό αποτέλεσμα.

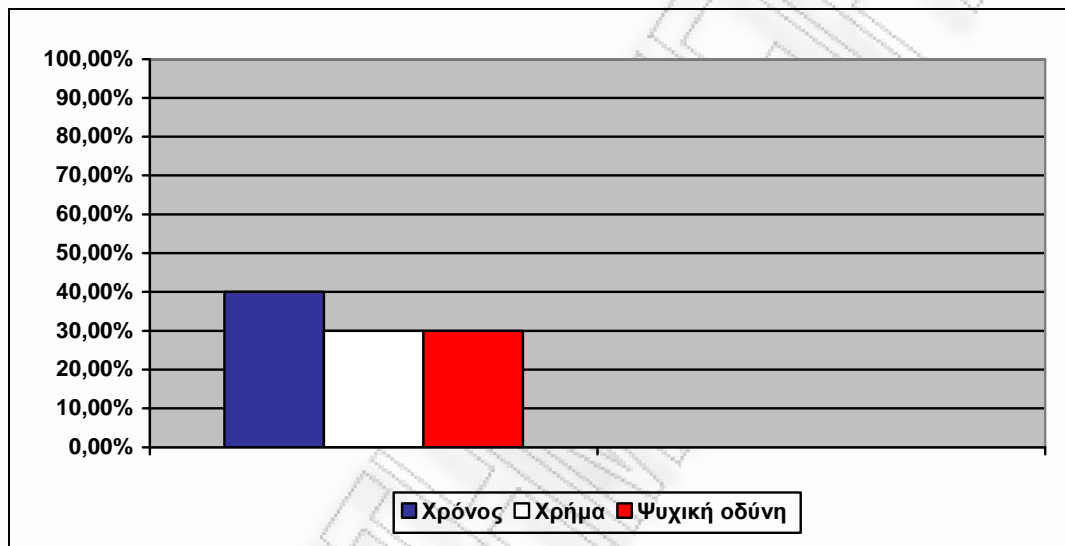
Ερώτηση 15^η: Η γραφειοκρατία αποτελεί σημαντικό αρνητικό πρόβλημα στις σύγχρονες επιχειρήσεις. Τι από τα παρακάτω σας επηρέασε περισσότερο;

Χρόνος

Χρήμα

Ψυχική οδύνη

Κανένα από τα παραπάνω



Στην δέκατη-πέμπτη ερώτηση, οι 12 γυναίκες απάντησαν πως θεωρούν ιδιαίτερος σημαντικό τον χρόνο (40%), οι 9 άκρως σημαντικό το χρήμα (30%) και οι υπόλοιπες 9, άκρως σημαντική την ψυχική οδύνη (30%). Από τις δοθείσες απαντήσεις επιβεβαιώνεται ότι η γραφειοκρατία στη χώρα μας είναι ένα πολύ σοβαρό ζήτημα που πρέπει να αντιμετωπιστεί άμεσα από το κράτος έτσι ώστε το περιβάλλον να είναι πιο φιλικό προς τις επιχειρήσεις. Η ανυπαρξία ενιαίας πολιτικής γύρω από τις επιχειρήσεις στην Ελλάδα είναι το μεγαλύτερο εμπόδιο το οποίο πρέπει να υπερπηδήσει μία γυναίκα που θέλει να δραστηριοποιηθεί επιχειρηματικά. Συνεχείς φορολογικές μετατροπές και νέοι τρόποι δανεισμού για τις επιχειρήσεις είναι κάποια από τα μεγάλα προβλήματα που πρέπει να αντιμετωπιστούν. Συνεπώς, η θέληση δεν είναι αρκετή για μια επιτυχημένη επαγγελματική πορεία. Χρειάζεται η υποστήριξη του κράτους σε θέματα γραφειοκρατικών και νομικών διαδικασιών και σωστές υποδομές για να κάνουν το επιχειρηματικό περιβάλλον πιο ευνοϊκό για τις γυναίκες προκειμένου να αποφευχθεί η άδικη σπάταλη χρόνου και χρήματος.

Ερώτηση 16^η: Ποιο θεωρείτε ότι αποτελεί το «κλειδί» της επιτυχίας; (βαθμολογείστε από το 1-5 θεωρώντας το 5 ως το σημαντικότερο και το 1 ως το λιγότερο σημαντικό).

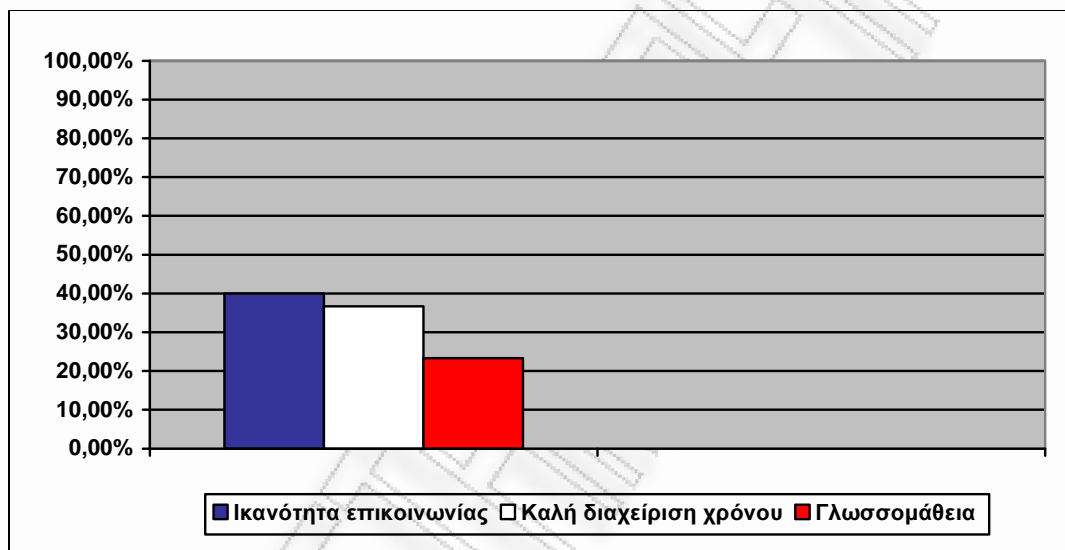
Γλωσσομάθεια

Ικανότητα καινοτομίας

Αρμονική λειτουργία σε ομάδες

Ικανότητα επικοινωνίας

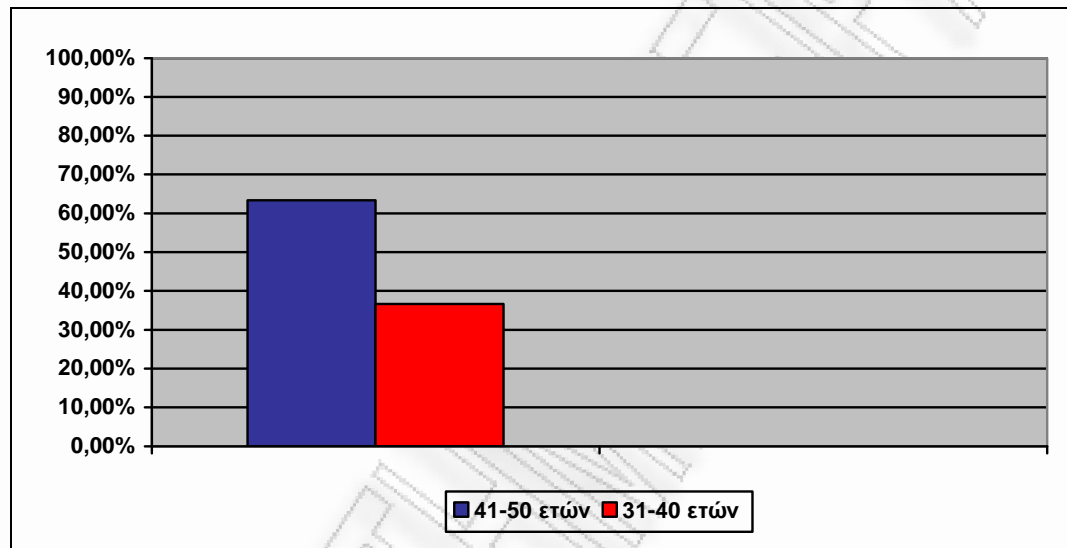
Καλή διαχείριση χρόνου



Στην δέκατη έκτη ερώτηση, οι 12 απάντησαν πως θεωρούν ιδιαίτερος σημαντικό πλεονέκτημα την ικανότητα επικοινωνίας (40%), οι 11 θεωρούν ιδιαίτερος σημαντικό πλεονέκτημα την καλή διαχείριση χρόνου (36,67%) και οι 7 θεωρούν κλειδί της επιτυχίας τους την γλωσσομάθεια (23,33%). Όπως διαφαίνεται από τα ευρήματα της συγκεκριμένης ερώτησης, οι γυναίκες επιχειρηματίες φαίνεται να θεωρούν ως σημαντικούς παράγοντες επιτυχίας της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας, την ικανότητα επικοινωνίας και την καλή διαχείριση του χρόνου. Το γεγονός αυτό, ενισχύει την άποψη ότι οι γυναίκες αποδίδουν καλύτερα σε ηγετικές θέσεις που θεωρούνται «θηλυκές» από τη φύση τους, δηλαδή απαιτούν ικανότητες διαπροσωπικής επικοινωνίας και συνεργασίας ενώ ταυτόχρονα η καλή διαχείριση του χρόνου τους, τους επιτρέπει να συνδυάζουν με επιτυχία τις οικογενειακές και προσωπικές τους υποχρεώσεις. Τέλος η γνώση ξένων γλωσσών προβάλλεται ως ένα ακόμα «κλειδί» επιτυχίας της γυναικείας επιχειρηματικότητας, εύρημα που υποστηρίζεται και από άλλες εμπειρικές μελέτες τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό.

Ερώτηση 17^η : Ποια ηλικία έχετε;

- 20-30
- 31-40
- 41-50
- 51-60
- >61



Στην δέκατη έβδομη ερώτηση, οι 19 γυναίκες έχουν ηλικία από 41-50 ετών (63,33%) και οι 11 γυναίκες από 31-40 ετών (36,67%). Το εύρημα αυτό σε συνδυασμό με το γεγονός ότι ο μέσος όρος των ετών της επιχειρηματικής δραστηριότητας των ερωτηθέντων γυναικών ανέρχεται στα 11 χρόνια, επιβεβαιώνει για ακόμη μία φορά την άποψη ότι οι γυναίκες συνήθως ξεκινούν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα σε ηλικία τέτοια όπου έχουν ολοκληρώσει σε ένα μεγάλο βαθμό τις οικογενειακές τους υποχρεώσεις όπως είναι η ανατροφή των παιδιών τους. Μετά την ηλικία των 40 ετών οι γυναίκες αποκτούν μεγαλύτερη ευελιξία στο να συνδυάσουν τις ευθύνες που απορρέουν τόσο από την ιδιότητα τους ως μητέρες και σύζυγοι όσο και από την συμμετοχή τους στην ανταγωνιστική αγορά εργασίας.

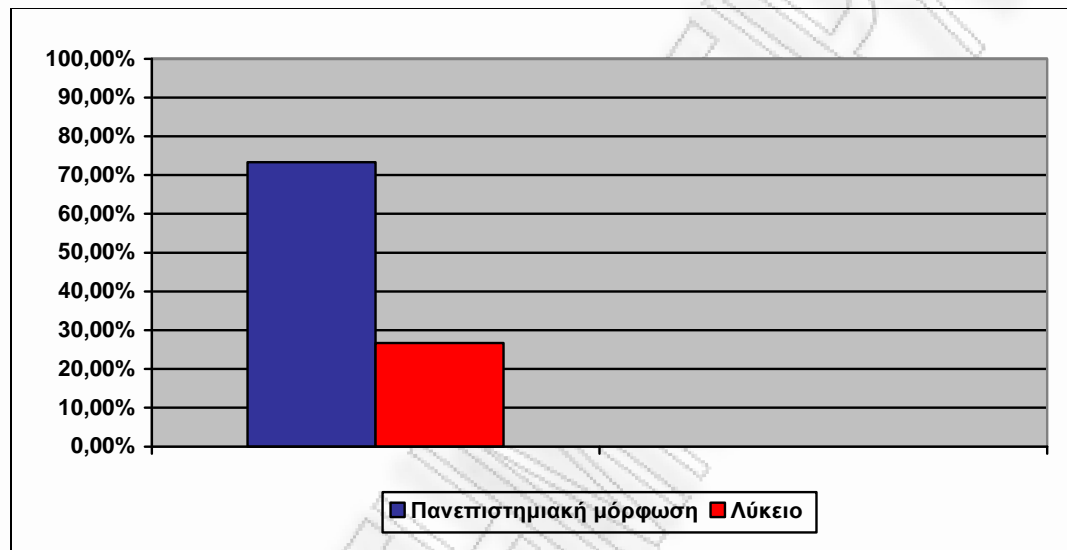
Ερώτηση 18^η: Ποιο είναι το επίπεδο εκπαίδευσής σας;

Δημοτικό

Λύκειο

Πανεπιστήμιο

Μεταπτυχιακό

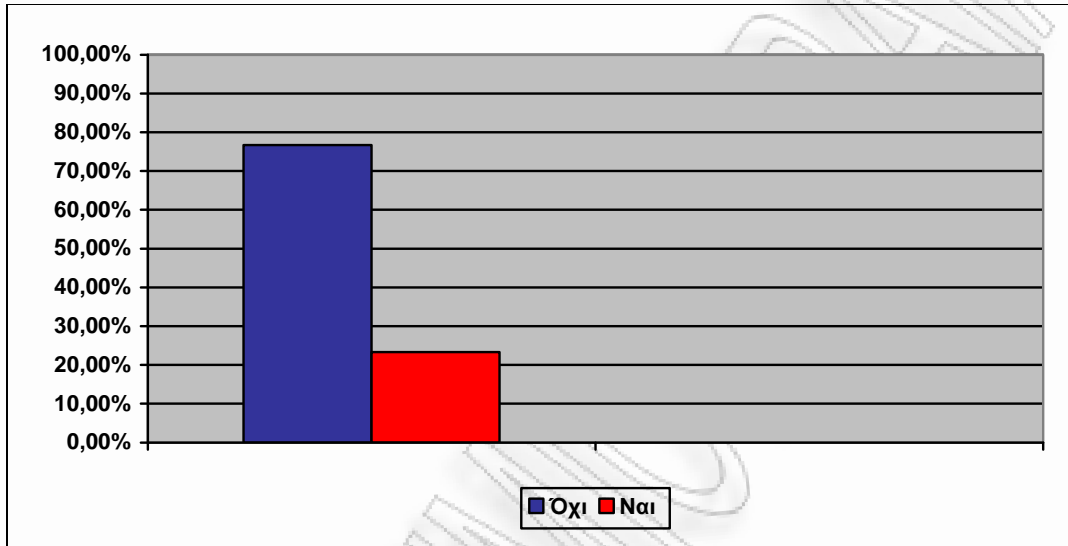


Στην δέκατη όγδοη ερώτηση, οι 22 γυναίκες έχουν πανεπιστημιακή μόρφωση (73,33%) και οι 8 γυναίκες είναι απόφοιτες λυκείου (26,67%). Το επίπεδο μόρφωσης των γυναικών επιχειρηματιών φαίνεται να είναι αρκετά υψηλό. Η βελτίωση του μορφωτικού επιπέδου των γυναικών τα τελευταία χρόνια αποτέλεσε καθοριστικό παράγοντα ενίσχυσης της συμμετοχής των γυναικών τόσο στην απασχόληση όσο και στην επιχειρηματική δραστηριότητα. Μια αξιοσημείωτη εξέλιξη των τελευταίων χρόνων αποτελεί η μετατόπιση των γυναικών από επαγγελματικές ομάδες χαμηλών δεξιοτήτων σε επαγγέλματα υψηλών μορφωτικών απαιτήσεων. Άλλωστε είναι τεκμηριωμένο διεθνώς ότι όσο περισσότερο ανεβαίνει το επίπεδο μόρφωσης και δεξιοτήτων των γυναικών, τόσο η τάση τους για συμμετοχή στον εργασιακό χώρο αυξάνει συστηματικά χωρίς αυτό όμως να αντισταθμίζει τα μειονεκτήματα που συνήθως αντιμετωπίζουν οι γυναίκες λόγω του φύλου τους.

Ερώτηση 19^η: Εργάζεστε σύμφωνα με τις σπουδές που έχετε ακολουθήσει;

Ναι

Όχι



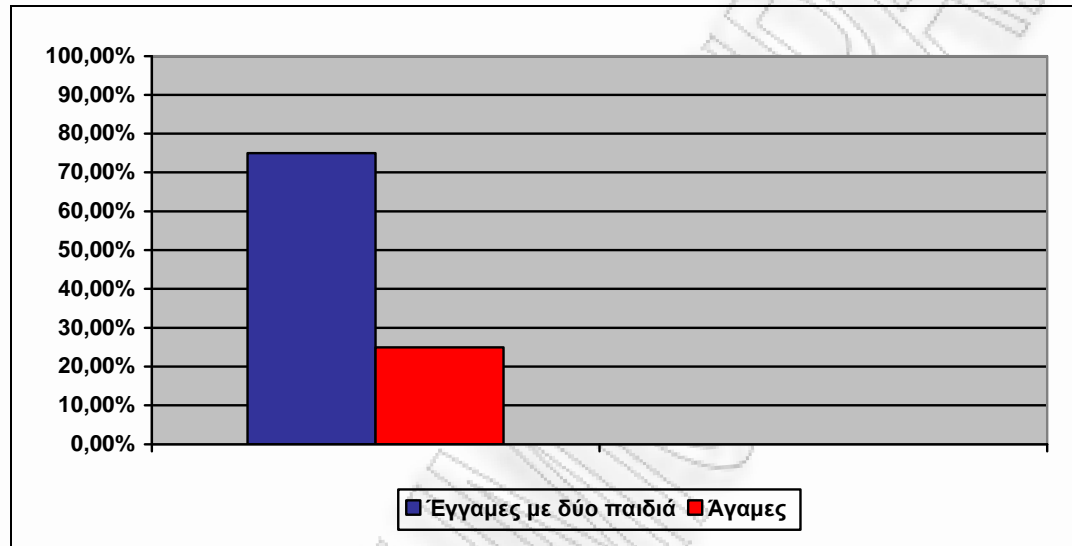
Στην δέκατη ένατη ερώτηση, οι 22 γυναίκες δεν έχουν ακολουθήσει τις σπουδές τους (76,67%) ενώ μόλις οι 7 γυναίκες έχουν ακολουθήσει επαγγελματική σταδιοδρομία συνυφασμένη με το αντικείμενο των σπουδών τους (23,33%). Σύμφωνα με τις δοθείσες, στο συγκεκριμένο ερώτημα, απαντήσεις οδηγούμαστε στο συμπέρασμα ότι οι γυναίκες και κυρίως οι νέες, επιλέγουν στην πλειονότητα τους σπουδές που συνδέονται με κορεσμένα επαγγέλματα και έχουν περιορισμένες διεξόδους στην αγορά εργασίας, αποφεύγοντας ανερχόμενα επαγγέλματα, όπως αυτά της νέας τεχνολογίας. Ταυτόχρονα, τα τελευταία χρόνια ολοένα και περισσότερες γυναίκες επιδιώκουν μία θέση στο Δημόσιο, χωρίς, όμως, να το επιτυγχάνουν πάντα. Σε σχέση με το παρελθόν, σήμερα οι γυναίκες αντιπροσωπεύονται ευρύτερα σε κλάδους του Δημοσίου με μονιμότητα εργασίας και υψηλό κύρος καθώς επίσης και σε κλάδους με μόνιμη ή μάλλον διασφαλισμένη απασχόληση, όπως η υγεία, η εκπαίδευση και οι τράπεζες.

Ερώτηση 20^η: Ποια είναι η οικογενειακή σας κατάσταση;

Άγαμη

Έγγαμη

Αριθμός παιδιών



Στην εικοστή ερώτηση, οι 22 γυναίκες είναι έγγαμες με δύο παιδιά (73,33%) και οι 8 άγαμες (26,67%). Η σύγχρονη Ελληνίδα επιχειρηματίας φαίνεται ότι έχει εκπαιδευθεί από μόνη της να είναι και μητέρα και επιχειρηματίας και φροντίζει να κάνει διακριτούς τους ρόλους της. Το μεγαλύτερο ποσοστό 73,33% απάντησε ότι είναι έγγαμες με δύο παιδιά και πως η οικογένεια δεν επηρεάζει την επιχειρηματική τους δραστηριότητα, ενώ ποσοστό 26,67% απάντησε ότι είναι άγαμες και πως θεωρούν ότι το οικογενειακό περιβάλλον θα επηρεάσει ενδεχομένως την επαγγελματική τους σταδιοδρομία είτε θετικά είτε αρνητικά. Γενικότερα, η ταυτόχρονη ανάγκη επαγγελματικής καταξίωσης και οικογενειακής ευτυχίας δεν αποτελεί ανέφικτο στόχο. Αντίθετα πρόκειται για μία βαθιά και ουσιαστική ανάγκη κάθε ανθρώπου.

7.4. Σχολιασμός των Αποτελεσμάτων Έρευνας

Στο νέο γεμάτο προκλήσεις επιχειρηματικό περιβάλλον, η επιχειρηματικότητα αποτελεί ένα νέο τομέα ανάπτυξης της γυναικείας οικονομικής δραστηριότητας. Νέες αγορές και θέσεις εργασίας παρέχονται σήμερα στις γυναίκες για την ανάπτυξη των δεξιοτήτων και ικανοτήτων τους. Σύμφωνα με το ερωτηματολόγιο και τις απαντήσεις των γυναικών επιχειρηματιών σε αυτό, φαίνεται καθαρά η κατάσταση που επικρατεί στην Ελλάδα στο θέμα της γυναικείας παρουσίας στον τομέα της επιχειρηματικότητας. Τα σημαντικότερα συμπεράσματα της έρευνας φαίνεται να είναι τα ακόλουθα.

Αναφορικά, με το μορφωτικό επίπεδο των γυναικών επιχειρηματιών, φαίνεται να είναι αρκετά υψηλό, καθώς το 73,33% αυτών είναι απόφοιτοι πανεπιστημίου. Αντίθετα, το ποσοστό των γυναικών επιχειρηματιών, που έχει ολοκληρώσει μόνο την δευτεροβάθμια εκπαίδευση υπολογίζεται ότι είναι περίπου 26,67%. Το υψηλό επίπεδο μόρφωσης των γυναικών επιχειρηματιών επιβεβαιώνεται και με προηγούμενη μελέτη (ποσοστό 42% το έτος 2002 ήταν απόφοιτες Ανώτατων Πανεπιστημιακών Ιδρυμάτων σύμφωνα με τους Σαρρή και Τριχοπούλου 2004), αν και τα οφέλη που προσφέρει η ανώτατη εκπαίδευση δεν αντισταθμίζουν τα μειονεκτήματα που συνήθως αντιμετωπίζουν οι γυναίκες λόγω του φύλου τους⁴⁷. Επίσης, η γνώση ξένων γλωσσών προβάλλεται ως ένα ακόμα κίνητρο που ενθαρρύνει την γυναικεία επιχειρηματικότητα, εύρημα που υποστηρίζεται και από άλλες εμπειρικές μελέτες τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό.

Όσον αφορά την οικογενειακή κατάσταση, μόνο το 26,67% των γυναικών επιχειρηματιών είναι άγαμες. Η πλειοψηφία των γυναικών επιχειρηματιών ανήκουν στην κατηγορία «παντρεμένες με παιδιά» ενώ περνούν περισσότερο από 10 ώρες την ημέρα στην επιχείρησή τους. Ως εκ τούτου, συνάγεται το συμπέρασμα ότι οι γυναίκες έχουν κατορθώσει να αναπτύξουν τέτοιες ικανότητες και δεξιότητες που τους επιτρέπουν να συνδυάσουν με επιτυχία την επιχειρηματική δραστηριότητα με την προσωπική ζωή. Η διαπίστωση αυτή συμφωνεί άλλωστε και με προηγούμενη μελέτη των Σαρρή και Τριχοπούλου (2004). Σύμφωνα με δική τους εμπειρική έρευνα, ποσοστό 66,5% των Ελληνίδων επιχειρηματιών είναι έγγαμες με παιδιά ενώ μόνο το 18,5% αυτών είναι άγαμες. Αντίθετα σε παρόμοια έρευνα που διεξήχθη στην Ολλανδία (1994), προτάθηκε ότι οι περισσότερες γυναίκες που συμμετείχαν στην μελέτη τους ήταν άγαμες. Η απόκλιση αυτή της οικογενειακής κατάστασης των γυναικών

⁴⁷ Carter, 2003

επιχειρηματιών ανάμεσα στην Ελλάδα και στην Ολλανδία μπορεί να εξηγηθεί από τη διαφορά των πολιτισμών μεταξύ των δύο χωρών.

Η πλειοψηφία (53,33%) των μικρών σε μέγεθος επιχειρήσεων οι οποίες ανήκουν σε γυναίκες επιχειρηματίες αποτελείται από νεοσύστατες επιχειρήσεις. Ακολουθούν οι οικογενειακές επιχειρήσεις με ποσοστό 30,12%, ενώ το ποσοστό των γυναικών που δήλωσαν ότι εξαγόρασαν την επιχείρησή τους από κάποιον άλλον ανέρχεται σε 16,55%. Είναι ιδιαίτερα ενδιαφέρον το γεγονός ότι οι περισσότερες γυναίκες επιχειρηματίες (70%) δεν προέρχονται από μια οικογένεια όπου κάποια μέλη ήταν ή είναι ιδιοκτήτες μιας επιχείρησης. Το ανωτέρω ποσοστό αποδεικνύει ότι η επιχειρηματικότητα έχει γίνει ένα νέος τομέας οικονομικής δραστηριότητας για τις γυναίκες κατά τη διάρκεια της τελευταίας δεκαετίας και ενισχύει την έννοια της «αυτοδημιουργίας» των Ελληνίδων επιχειρηματιών⁴⁸. Επίσης, γίνεται φανερό ότι οι γυναίκες φαίνεται να επιθυμούν περισσότερο να ιδρύσουν μια νέα επιχείρηση, αντί να ακολουθήσουν άλλες μορφές ιδιοκτησίας, δηλαδή, να εξαγοράσουν μια ήδη υπάρχουσα ή να συνεχίσουν μια οικογενειακή επιχείρηση. Το αποτέλεσμα αυτό της έρευνας φαίνεται να συμφωνεί με αποτελέσματα προηγούμενων ερευνών που έχουν πραγματοποιηθεί στην Ελλάδα. Σύμφωνα με τους Σαρρή και Τριχοπούλου (2004), το ποσοστό των νεοσύστατων γυναικείων επιχειρήσεων αποτελεί περίπου το 72% της συνολικής επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα κατά τη διάρκεια της δεκαετίας 1992-2000.

Οι γυναίκες που ξεκινούν δικές τους επιχειρήσεις στο σύγχρονο οικονομικό περιβάλλον είναι συνήθως άτομα με ποικίλα προσωπικά χαρακτηριστικά και διαφορετικό υπόβαθρο⁴⁹. Όσον αφορά τους παράγοντες που ενθαρρύνουν τόσο την γυναικεία όσο και την ανδρική επιχειρηματικότητα, διαπιστώθηκε ότι στην πρώτη θέση βρίσκονται η ανάγκη για εκπλήρωση των στόχων και η ανάγκη για επίτευγμα. Ειδικά για τις γυναίκες, με αυξημένες οικογενειακές υποχρεώσεις, η εργασιακή ευελιξία αποτελεί έναν πρόσθετο παράγοντα. Η ικανότητα αποτελεσματικής διαχείρισης του χρόνου προβάλλεται ως σημαντική κινητήρια δύναμη για την ενθάρρυνση της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Η ικανότητα αυτή φαίνεται αρκετά κρίσιμη, δεδομένου και του γεγονότος ότι οι γυναίκες στην Ελλάδα είναι συνήθως υποχρεωμένες να συνδυάζουν τις ευθύνες που απορρέουν τόσο από την ιδιότητα τους ως μητέρες και σύζυγοι όσο από την συμμετοχή τους στην νέα ανταγωνιστική αγορά εργασίας.

⁴⁸ Karagiannis, 2003

⁴⁹ Green and Cohen, 1995

Πιο συγκεκριμένα, οι πιο σημαντικοί παράγοντες ενίσχυσης της γυναικείας επιχειρηματικότητας, μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σύμφωνα με την θεωρία των κινήτρων⁵⁰. Σύμφωνα λοιπόν με την θεωρία αυτή, τα επιχειρηματικά κίνητρα διακρίνονται σε αυτά που «ωθούν» τον επιχειρηματία να απομακρυνθεί από άλλες μορφές απασχόλησης και να προσανατολισθεί προς την αυτοαπασχόληση μέσω της ανάληψης κάποιας επιχειρηματικής πρωτοβουλίας και σε αυτά που «έλκουν» τον επιχειρηματία να αναλάβει κάποια πρωτοβουλία. Ως κίνητρα ώθησης θεωρούνται το χαμηλό οικογενειακό εισόδημα, τα διαζύγια, η απώλεια θέσεων εργασίας, η υψηλή ανεργία, η αδυναμία προαγωγής, η οικονομική ύφεση και άλλοι οικονομικής φύσεως λόγοι. Επίσης, η ενίσχυση της εργασιακής ευελιξίας αποτελεί ζωτικής σημασίας παράγοντα προώθησης της γυναικείας επιχειρηματικότητας⁵¹. Αντίθετα ως κίνητρα έλξης θεωρούνται η ανάγκη για ανεξαρτησία και επίτευξη, οικονομικοί λόγοι (απόκτηση περισσότερου πλούτου και κέρδους), η ανάγκη αξιοποίησης γνώσεων, δεξιοτήτων και εμπειρίας⁵². Εντούτοις, θα πρέπει να επισημάνουμε ότι στην πραγματικότητα τα κίνητρα ώθησης και έλξης χρησιμοποιούνται συνδυαστικά⁵³. και φαίνεται να επηρεάζουν σημαντικά την γυναικεία επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα κατά την διάρκεια της τελευταίας δεκαετίας, κάτι που υποστηρίζεται και από άλλα εμπειρικά στοιχεία στην Ελλάδα⁵⁴. Παρόλο που δεν υπάρχουν τεκμηριωμένα αποτελέσματα ερευνών, υποστηρίζεται ευρύτερα ότι τα άτομα που κινήτρια δύναμη στην απόφασή τους να ιδρύσουν δική τους επιχείρηση αποτέλεσαν τα κίνητρα έλξης, εμφανίζουν πιο αποδοτικές και υψηλότερης μεγέθυνσης επιχειρήσεις⁵⁵. Όσον αφορά την αυτό-εκπλήρωση και την αυτό-πραγμάτωση στόχων, οι Buttner και Moore (1997) υποστηρίζουν ότι ειδικά για τις γυναίκες τα παραπάνω, λαμβάνονται σοβαρά υπόψη ως κίνητρα επιτυχίας, αντιθέτως τα κέρδη και η επιχειρηματική ανάπτυξη, αν και ζωτικής σημασίας, θεωρούνται λιγότερο σημαντικοί παράγοντες για την επιτυχία τους.

Στην Ελλάδα, οι γυναίκες ξεκινούν συνήθως νέες επιχειρηματικές δραστηριότητες επηρεαζόμενες από παράγοντες που σχετίζονται με οικονομικούς λόγους, όπως η επίτευξη των ατομικών στόχων τους, η δημιουργικότητα, η αυτονομία και η ανάγκη ανεξαρτησίας. Ως εκ τούτου, η γυναικεία επιχειρηματικότητα δεν είναι αποτέλεσμα μόνο των κινήτρων ώθησης ή μόνο των κινήτρων έλξης αλλά αντιθέτως ο συνδυασμός και των δύο είναι αυτό που οδηγεί τις γυναίκες στην δημιουργία και διοίκηση των δικών τους επιχειρήσεων⁵⁶. Σε αυτό το σημείο αξίζει να σημειωθεί ότι οι Henry και Johnston

⁵⁰ Brush, 1999, Buttner and Moore, 1997

⁵¹ Orchan and Scott, 2001

⁵² Glancey et al., 1998

⁵³ Brush, 1999

⁵⁴ Σαρρή και Τριχοπούλου, 2004

⁵⁵ Storey, 1994; Glancey et al 1998

⁵⁶ Σαρρή και Τριχοπούλου, 2004

(2007), τόνισαν την πολύτιμη συμβολή των δύο φύλων στην τόνωση της οικονομικής ανάπτυξης και την δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, παρέχοντας καινοτόμες και δημιουργικές λύσεις στην επίλυση προβλημάτων που σχετίζονται με την επιχειρηματικότητα καθώς επίσης και στην αξιοποίηση κάθε νέας ευκαιρίας που μπορεί να εμφανιστεί στην αγορά.

Όσον αφορά τις χώρες της Δυτικής Ευρώπης, η επιχειρηματική δραστηριότητα φαίνεται να έχει θεμελιώδη επίδραση και συνέπειες στο κοινωνικο-οικονομικό περιβάλλον από την άποψη της ενίσχυσης της ανάπτυξης, της δημιουργίας θέσεων εργασίας και πλούτου⁵⁷. Στην Ευρώπη, τα στοιχεία δείχνουν ότι πάνω από 10 εκατομμύρια αυτοαπασχολούμενες γυναίκες προσφέρουν θέσεις εργασίας σε περισσότερα από 15 εκατομμύρια υπαλλήλους, ενώ στις ΗΠΑ 6,4 εκατομμύρια επιχειρήσεις που ανήκουν σε αυτοαπασχολούμενες γυναίκες προσφέρουν απασχόληση σε 9,2 εκατομμύρια άτομα⁵⁸.

Οι τομείς στους οποίους φαίνεται να δραστηριοποιούνται περισσότερο οι γυναίκες επιχειρηματίες είναι αυτός των υπηρεσιών και του λιανικού εμπορίου. Πιο αναλυτικά οι επιχειρήσεις στις οποίες εμπλέκονται συχνότερα οι γυναίκες είναι οι ξενοδοχειακές, οι τουριστικές και αυτές που σχετίζονται με την παροχή προϊόντων και υπηρεσιών ομορφιάς (κομμωτήρια, καταστήματα πώλησης καλλυντικών κ.α.).

Τα τελευταία χρόνια η γυναικεία επιχειρηματικότητα έχει προσελκύσει το ενδιαφέρον τόσο των διαφόρων μελετητών όσο και των κυβερνήσεων. Για τον λόγο αυτό μία σειρά ερευνών έχει διεξαχθεί για να μελετήσει τα προσωπικά χαρακτηριστικά, το προφίλ και τα κίνητρα των γυναικών επιχειρηματιών.

Αν και ένα μεγάλο ποσοστό των ατόμων είναι διατεθειμένο να αναλάβει τον κίνδυνο της ίδρυσης μιας νέας επιχείρησης ή της διοίκησης μιας ήδη υπάρχουσας, εντούτοις για ποικίλους λόγους πολλοί Ευρωπαίοι εξακολουθούν να εργάζονται ως υπάλληλοι τόσο σε ιδιωτικές επιχειρήσεις όσο και σε δημόσιους οργανισμούς. Ο κίνδυνος της αποτυχίας εμφανίζεται σαν αρνητικός παράγοντας για τις γυναίκες στην Ελλάδα, ένα πόρισμα που συμφωνεί με έρευνα του IOBE σύμφωνα με την οποία οι Ελληνίδες επιχειρηματίες παρουσιάζουν υψηλά ποσοστά αποτυχίας⁵⁹. Αναλυτικότερα μία σειρά μελετών αποδεικνύει ότι οι γυναίκες είναι λιγότερο αισιόδοξες σε σχέση με τους άνδρες όσον αφορά τις προσδοκίες τους για την επιτυχή πορεία της επιχείρησης και συνήθως είναι πιο συντηρητικές όταν λαμβάνουν αποφάσεις που σχετίζονται με την επιχείρηση

⁵⁷ Macaulay, 2003; Centre for Women's Research, 2005

⁵⁸ ΟΟΣΑ, 2004

⁵⁹ IOBE, 2005

τους⁶⁰. Οι λόγοι για τους οποίους ισχύει αυτό είναι κοινοί τόσο για τους άνδρες όσο και για τις γυναίκες. Βέβαια πάντοτε υπάρχουν και κάποιοι επιπρόσθετοι λόγοι που κάνουν την επιχειρηματικότητα λιγότερο ελκυστική για τις γυναίκες.

Παρόλο που την τελευταία δεκαετία υπήρξε μία ενθαρρυντική ανάκαμψη της γυναικείας επιχειρηματικότητας πολλά είναι αυτά που πρέπει να γίνουν με σκοπό να ξεπεραστούν συγκεκριμένοι παράγοντες που αποθαρρύνουν τις γυναίκες στο να αναλάβουν ένα νέο εγχείρημα. Ακόμη πιο σημαντικό, θεωρείται η δημιουργία ενός κατάλληλου εξωτερικού περιβάλλοντος στο οποίο οι γυναίκες θα μπορούν πιο εύκολα να διευρύνουν τις ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις τους.

Ένας σημαντικός παράγοντας της γυναικείας επιχειρηματικότητας τόσο στην Ελλάδα όσο και σε άλλες χώρες είναι η ύπαρξη ή μη εύκολης πρόσβασης σε βασικές πηγές τόσο χρηματοδότησης όσο και υποστήριξης κατά την ίδρυση μιας νέας επιχείρησης. Πιο αναλυτικά, σχετικές εμπειρικές έρευνες αποδεικνύουν ότι οι γυναίκες έχουν συνήθως δύσκολη πρόσβαση σε αρχικές πηγές χρηματοδότησης και πάγιο εξοπλισμό ενώ ταυτόχρονα δεν διαθέτουν διοικητική εμπειρία και δεν συμμετέχουν σε ανεπίσημα κοινωνικά δίκτυα που αναπτύσσονται στα πλαίσια της λειτουργίας των επιχειρήσεων.

Ως αποτέλεσμα και παρά τις αντίξοες συνθήκες που επικρατούν στο οικονομικό περιβάλλον έχει παρατηρηθεί αύξηση των αυτοαπασχολούμενων γυναικών στην Ελλάδα. Σύμφωνα με στοιχεία της Eurostat, περίπου μία στις δύο γυναίκες στην Ελλάδα συμμετέχει στο εργατικό δυναμικό της χώρας ενώ το 21,3% αυτών αναφέρονται ως αυτοαπασχολούμενες (Eurostat, 2004). Επιπροσθέτως, θα πρέπει να σημειωθεί ότι αν και η συμμετοχή των γυναικών στην ελληνική αγορά εργασίας έχει βελτιωθεί ελαφρώς την περίοδο 1999-2003 από 40,7% σε 44%, το ποσοστό αυτό είναι αρκετά χαμηλό σε σχέση με τον αντίστοιχο μέσο όρο που ισχύει στην Ευρωπαϊκή Ένωση και υπολογίζεται στο 55,6%. Πιο αναλυτικά, η Ελλάδα, η Ισπανία και η Ιταλία αποτελούν τις χώρες της Μεσογείου με γυναικεία ποσοστά απασχόλησης κάτω του 50% σε σύγκριση με το συνολικό ποσοστό απασχόλησης, ως εκ τούτου, αποτελεσματικές πολιτικές και μέτρα πρέπει να ληφθούν, προκειμένου οι χώρες αυτές να επιτύχουν τους στόχους της Συνθήκης της Λισαβόνας (Υπουργείο Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης, Έγγραφο Ιουλίου 2005). Επιπλέον, σε μελέτη που έγινε για την σχέση μεταξύ της γυναικείας επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα και του ήδη υπάρχοντος επιχειρηματικού περιβάλλοντος, έχει παρατηρηθεί μια αυξητική τάση των αυτοαπασχολούμενων γυναικών κατά τα τελευταία 25 χρόνια, τόσο

⁶⁰ Rosa et al, 1996; Slovic, 2000

για τους άνδρες όσο και για τις γυναίκες παρά το χαμηλό υποστηρικτικό οικονομικό περιβάλλον⁶¹.

7.5. Προτεινόμενες Πολιτικές και Μέτρα Ενίσχυσης της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας

Τα τελευταία 15 χρόνια η επιχειρηματικότητα αναγνωρίζεται διεθνώς ως παράγοντας-κλειδί για την οικονομική ανάπτυξη⁶². Η Ευρωπαϊκή Ένωση θεωρεί τις μικρές επιχειρήσεις βασική πηγή επιχειρηματικού δυναμισμού και καινοτομίας και προσβλέπει ειδικότερα σε αυτές να διαδραματίσουν το δικό τους ρόλο για να γίνει η Ευρώπη η ανταγωνιστικότερη και δυναμικότερη οικονομία⁶³. Σε ότι αφορά την κατάλληλη πολιτική που θα πρέπει να ακολουθηθεί στην Ελλάδα, με κύριο στόχο την ενίσχυση των χαρακτηριστικών που αναφέρονται στην ποιοτική επιχειρηματικότητα, προτείνεται η προώθηση και η υλοποίηση πολιτικών και προγραμμάτων που να αντιμετωπίζουν αποτελεσματικά τις αντίξοες συνθήκες που έχει να αντιμετωπίσει ένας εν δυνάμει επιχειρηματίας, όπως:

- την ύπαρξη του περιορισμένου αριθμού επιχειρηματιών ευκαιρίας,
- την παρουσία χαμηλής εταιρικής επιχειρηματικότητας,
- το φόβο της αποτυχίας, ως σοβαρό αποτρεπτικό παράγοντα ανάληψης επιχειρηματικών πρωτοβουλιών,
- τη διαπιστωμένη χαμηλή επιχειρηματικότητα των γυναικών,
- το σχετικά υψηλό κόστος της επένδυσης, σε συνδυασμό με τις χρονοβόρες διαδικασίες εκκίνησης του νέου επιχειρηματικού εγχειρήματος,
- τον χαμηλό βαθμό εξωστρεφούς προσανατολισμού,
- την έλλειψη επαρκούς πληροφόρησης και τέλος,
- την ύπαρξη θεσμικού πλαισίου που να προβλέπει την επαρκή χρηματοδότηση των επιχειρηματικών πρωτοβουλιών.

Σε όλο τον κόσμο η γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι τα τελευταία χρόνια ένα ανερχόμενο φαινόμενο. Η μεγάλη ποικιλία επιχειρήσεων που αναπτύσσουν συμβάλλει στη σταθερότητα και την ανθεκτικότητα των τοπικών οικονομιών και αναδεικνύει ένα νέο ρόλο για τις γυναίκες στο μεταβαλλόμενο με ταχείς ρυθμούς σήμερα οικονομικό περιβάλλον. Σε τοπικό επίπεδο, η επιχειρηματικότητα εκτιμάται ως μέσο για την

⁶¹ Karagiannis, 1999

⁶² Petrin 1977

⁶³ Ευρωπαϊκή Επιτροπή 2005

πρόσβαση των γυναικών στην αγορά εργασίας αλλά και ενσωμάτωσής τους στη διαδικασία της ολοκληρωμένης ανάπτυξης του χώρου αυτού.

Η γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι σήμερα ζητούμενο. Οι πολιτικές διεύρυνσης της οικονομίας στηρίζουν μικρές επιχειρηματικές πρωτοβουλίες, ενώ η ισχύς των συμβολικών εμποδίων σταδιακά αποδυναμώνεται. Όμως η εικόνα της γυναικείας επιχειρηματικότητας δεν είναι ανάλογη των θεωρητικών προσδοκιών που αναμένεται αυτή να εκπληρώσει στο πλαίσιο της ανάπτυξης. Η ποσοτική και ποιοτική εικόνα των γυναικείων επιχειρήσεων που προηγήθηκε δείχνει μια αύξουσα πορεία, η οποία όμως συναντά και πολλά προβλήματα και πρέπει να στηριχτεί για να επιταχυνθεί ο βηματισμός της. Κάποιες δέσμες μέτρων είναι ιδιαίτερο χρήσιμο να προσανατολίζονται στην αποτελεσματικότερη αντιμετώπιση των προβλημάτων που έχει να αντιμετωπίσει μία εν δυνάμει γυναίκα επιχειρηματίας όπως:

- τα υψηλά ποσοστά της γυναικείας ανεργίας,
- τη χαμηλή συμμετοχή των γυναικών στη συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα, γεγονός που εμφανίζεται στη συντριπτική πλειοψηφία των χωρών που συμμετέχουν στο GEM,
- τη δυσκολία ανεύρεσης των απαιτούμενων κεφαλαίων για ανάληψη επιχειρηματικής δράσης,
- την υπάρχουσα προκατάληψη στην ανάληψη επιχειρηματικής πρωτοβουλίας από την πλευρά των γυναικών,
- το φόβο αποτυχίας ως προς την ανάληψη επιχειρηματικής δράσης,
- τις αυξημένες οικογενειακές ευθύνες και υποχρεώσεις,
- το πολύ μικρό μέγεθος των επιχειρηματικών πρωτοβουλιών, δεδομένου ότι το 21% των γυναικείων επιχειρήσεων είναι ατομικές ή απασχολούν από 5-10 το πολύ εργαζόμενους.

Σχετικά με την χάραξη και εφαρμογή αποτελεσματικών πολιτικών ένα πλήθος βασικών μέτρων προτείνονται με σκοπό την ενδυνάμωση και προαγωγή της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Τα μέτρα αυτά θα πρέπει να προσανατολίζονται στην:

- δημιουργία ειδικών γραφείων δημοσίου χαρακτήρα με σκοπό την παροχή ενημερωτικών σεμιναρίων και συναντήσεων για ανταλλαγή απόψεων και πληροφοριών μεταξύ των γυναικών επιχειρηματιών,
- παροχή σε λογική τιμή υπηρεσιών φροντίδας τέκνων,
- παρότρυνση για βελτίωση των συνθηκών ίσης μεταχείρισης στους χώρους εργασίας,

- εξάπλωση των δικτύων γυναικείας επιχειρηματικότητας που χρησιμεύουν ως πηγές γνώσης και ως πολύτιμα εργαλεία για τις γυναικείες επιχειρηματικές δραστηριότητες,
- ενθάρρυνση της συνεργασίας και των εταιρικών σχέσεων μεταξύ εθνικών και διεθνών δικτύων, γεγονός που συντελεί στην επέκταση και εκμετάλλευση επιχειρηματικών ευκαιριών σε όλο τον κόσμο,
- ενσωμάτωση των γυναικείων απόψεων σε όλες τις πολιτικές που σχετίζονται με τις ΜΜΕ,
- αξιολόγηση των στρατηγικών που σχετίζονται με τις ΜΜΕ με στόχο να εντοπιστούν και να διατηρηθούν οι πιο αποτελεσματικές στρατηγικές που οδηγούν τις γυναικείες επιχειρηματικές δραστηριότητες σε επιτυχία,
- βελτίωση των αναλυτικών προσεγγίσεων για την αξιολόγηση των επιδράσεων που έχει η γυναικεία επιχειρηματική δραστηριότητα με την πάροδο του χρόνου,
- μελέτη της λειτουργίας των αγορών σε όρους διαφοροποίησης της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Όσο μεγαλύτερη είναι η διαφοροποίηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας τόσο μεγαλύτερη είναι και η πιθανότητα εμφάνισης νέων καινοτόμων επιχειρηματικών ευκαιριών,
- δημιουργία κεφαλαίων επιδότησης της επιχειρηματικής δραστηριότητας με στόχο την αύξηση συμμετοχής των γυναικών,
- προώθηση της εκπαίδευσης και καθοδήγησης καθώς επίσης και των προγραμμάτων κατάρτισης για την ανάπτυξη επιχειρηματικών ικανοτήτων και για την βελτίωση της συμμετοχής των γυναικών στον τομέα της επιχειρηματικότητας,
- εφαρμογή ειδικά σχεδιασμένων πολιτικών και μέτρων για την άρση της ανισότητας στην πρόσβαση σε κέντρα λήψης αποφάσεων, σε πόρους και ευκαιρίες για ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας,

Οι παραπάνω προτάσεις αν και παρουσιάζονται ως μεμονωμένες χρήσιμες δράσεις, ωστόσο αν συνδυαστούν κατάλληλα, μπορούν να δημιουργήσουν σημαντικές συνέργειες με θετικές οικονομικές και κοινωνικές επιπτώσεις στο γενικότερο επιχειρηματικό περιβάλλον.

Συνεπώς, η σύγχρονη ανταγωνιστική εποχή της παγκοσμιοποίησης των αγορών, των ευκαιριών και των κινδύνων που αυτή συνεπάγεται, καθιστά επιτακτική την ταχεία ανάληψη ευθυνών και δράσεων, σχετικά με την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας γενικότερα και της γυναικείας επιχειρηματικότητας ειδικότερα, εφόσον ο χρόνος λήψης των αποφάσεων και των απαραίτητων αλλαγών είναι καθοριστικής σημασίας για την

αναπτυξιακή πορεία του ατόμου, της επιχείρησης, του κλάδου αλλά και της εθνικής οικονομίας ως σύνολο.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΡΡΑΙΑ

Βιβλιογραφία 7^{ου} Κεφαλαίου

- Apergis, N. and Pekka-Economou, V. (2010), *Incentives and Female Entrepreneurial Activity: Evidence from Panel Firm Level Data*, International Advances of Economic Research, Springer, vol.16(4), pages 371-387
- *Research on Women Business Owners: Past Trends, a New Perspective and Future Directions: An Extension*, Entrepreneurship Theory and Practice, 16, 5-30
- Brush, C.G. (1999), *Research on Women Business Owners: Past Trends, a New Perspective and Future Directions: An Extension*, Entrepreneurship Theory and Practice, 16, 5-30
- Buttner, H. and Moore, D. (1997), *Women's Organizational Exodus to Entrepreneurship: Self-Reported Motivations and Correlated with Success*, Journal of Small Business Management, 35, 34-47
- Carter, N. (2003), *Female Entrepreneurship and Innovation*, Paper presented at the International WIR Conference, Berlin
- Cliff, J.E., 1998, *Does one size fit all? Exploring the relationship between attitudes towards growth, gender and business size*. J. Bus. Venturing 13 6, pp. 523-542
- Eagly, A.H., Karau, S.J. and Makhijani, M.G., 1995, *Gender and the effectiveness of leaders: a meta-analysis*, Psychol. Bull 117 1, pp. 125-145
- Eurostat (2001), *Key Employment Indicators*, 2nd term, Eurostat, Brussels
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2005), *Έκθεση σχετικά με την Εφαρμογή του Ευρωπαϊκού Χάρτη για τις Μικρές Επιχειρήσεις*, Λουξεμβούργο, Γενική Διεύθυνση Επιχειρήσεων και Βιομηχανίας.
- Glancey, K., Greig, M. and Pettigrew, M. (1998), *Entrepreneurial Dynamics in the Small Business Service Sector*, International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 4, 249-268
- Green, E. and Cohen, L. (1995), *Women's Business: Are Women Entrepreneurs Breaking New Ground or Simply Balancing the Demands of Women's Work in a New Way?*, Journal of Gender Studies, 4, 297-315
- Henry, C. and Johnston, K., (2007), *Female Entrepreneurship, Implications for Education, Training and Policy*, Edited by N Carter, C Henry, B. O. Cinneide and K. Johnston, Routledge Taylor and Francis Group
- Hogeschool van Amsterdam, (1994), *Success and Failure of Starting Women Entrepreneurs in Holland*, Research under the NOW Initiative, Amsterdam

- Ioannidis, S., Politis A., Tsakanikas A., (2005), *Entrepreneurship in Greece 2004-2005*, IOBE, Athens
- Jiannakopoulos, N.A. and Bernasek, A., 1998, *Are women more risk averse?* Econ. Inq. 36 4 pp. 620-630
- Karagiannis, A.D. (1999), *Entrepreneurship and the Economy*, Interbooks, Athens, 127-144
- Karagiannis, A.D. (2003), *The Entrepreneurial Environment and the Greek Economic Policy*, University of Piraeus, Piraeus
- Loscocco, K. A., Robinson, J. (1991), *Gender & society: Official publication of Sociologists for Women in Society*, Sage Publications
- Macaulay, C. (2003), *Changes to Self-Employment in the UK: 2002 to 2003*, Labour Market Trends, London: Office for National Statistics
- Ministry of Interior (2005), Public Administration and Decentralisation Paper
- Nina-Pazarzi, E. (1994), *Economic Development in Women's Employment in Greece*, in Peter Lang, ed. Participation, Organizational Effectiveness and Quality of Work Life in the Year 2000
- OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) (2004), *OECD Promoting Entrepreneurship and Innovative SMEs in a Global Economy: Women's Entrepreneurship: Issues and Policies*, Paris, OECD
- Orhan, M. and Scott, D. (2001), *Why Women Enter into Entrepreneurship: An Explanatory Model*, Women in Management Review, 16, 232-247
- Πέκκα-Οικονόμου, Β. (2008), *Η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην σύγχρονη οικονομική πραγματικότητα*, στο Ε. Νίνα-Παζαρζή (επιμ.) Μελέτες για το Φύλο, Πειραιάς: ΚΕΠΠ
- Petrin T. (1997), *Entrepreneurship as an economic force in rural development*, In: F.A.O. Regional Office for Europe (ed) Rural Development through Entrepreneurship, pp. 7-19
- Rosa, P., Carter, S. and Hamilton, D. (1996), *Gender as a Determinant of Small Business Performance: Insights from a British study*, Small Business Economics, 8, 463-478
- Sarri, K and Trihopoulou, A. (2004), *Female Entrepreneurs' Personal Characteristics and Motivation: A Review of the Greek Situation*, Women in Management Review, 20, 24-36

- Sexton, D.L. and Bowman-Upton, N., 1990, Female and male entrepreneurs: psychological characteristics and their role in gender-related discrimination, *J. Bus. Venturing* 5 1, pp. 29-36
- Show, E., Carter, S., and Brierton, J., (2001), *Unequal Entrepreneurs: Why Female Enterprise is an Uphill Business*, The Industrial Society, Policy Paper, Λονδίνο
- Slovic, P. (2000), *The Perception of Risk*, London, Earthscan Publications Ltd
- Storey, D.J. (1994), *Understanding the Small Business Sector*, London: Routledge
- Χασσίδ, Ι., Καραγιάννης, Α. (1999), *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελληνική Οικονομία. Οικονομική και Κοινωνική Προσέγγιση*, Interbooks, Αθήνα

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Βασικός σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας, είναι να αναφερθούν στις μέρες μας τα χαρακτηριστικά και τα δεδομένα της γυναικείας επιχειρηματικότητας καθώς επίσης και οι παράγοντες εκείνοι που επηρεάζουν τους καταναλωτές στην απόφαση τους για αγορά κάποιων αγαθών και πως οδηγούνται σε αυτές τις αποφάσεις. Επιπλέον πως λειτουργούν οι επιχειρήσεις οι οποίες διοικούνται από γυναίκες και μέσω τεχνικών της διαφοροποίησης, ποια είναι τα βασικά χαρακτηριστικά τους και ποιο το μέλλον τους στον Ελλαδικό χώρο και στην εγχώρια αγορά. Όλα αυτά αποτελούν σημεία τα οποία αναφέρονται στην παρούσα διπλωματική εργασία ενώ γίνεται προσπάθεια να εξαχθούν ορισμένα χρήσιμα συμπεράσματα τα οποία θα βοηθήσουν στην κατανόηση των χαρακτηριστικών στοιχείων που αφορούν στην γυναικεία επιχειρηματικότητα.

Η κυρίαρχη άποψη των ειδικών σήμερα είναι ότι οι επιχειρηματίες γίνονται μέσα από τις εμπειρίες της ζωής τους και μάλιστα σε κάθε στιγμή αυτής. Τονίζουν ότι το μεν ταλέντο και η προδιάθεση είναι έμφυτα, χρειάζεται όμως να υπάρχουν και οι απαραίτητες συνθήκες για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Στην αρχή της προσπάθειάς τους οι επιχειρηματίες έχουν το όραμα να ιδρύσουν μια επιχείρηση, που θα τους ανήκει και θα την διευθύνουν. Πρόκειται λοιπόν για ένα τρίπτυχο δημιουργίας – ιδιοκτησίας – διοίκησης, που προϋποθέτει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, γνώσεις και δεξιότητες. Ένα από τα ζητήματα που απασχολούν την ελληνική οικονομία, ιδιαίτερα την τελευταία δεκαπενταετία, είναι η δημιουργία και ανάπτυξη της «Γυναικείας Επιχειρηματικότητας».

Η έννοια της γυναικείας επιχειρηματικότητας αποτελεί ευαίσθητη πτυχή της ελληνικής οικονομίας. Μόλις τις τελευταίες δεκαετίες έχει επιτευχθεί μια ουσιαστική αναγνώριση και αναβάθμιση του ρόλου της γυναίκας⁶⁴. Μετά το 1975, όταν και προωθήθηκε η συνταγματική ρύθμιση για την ισότητα μεταξύ ανδρών και γυναικών, υπάρχει μια σταδιακή ενίσχυση της γυναικείας παρουσίας στον οικονομικό χώρο. Ενώ, οι σύγχρονες ελληνικές επιχειρήσεις αντιμετωπίζονται ως κύριος άξονας της οικονομίας, μέχρι πρόσφατα η επιχειρηματικότητα δεν είχε διερευνηθεί λαμβάνοντας υπόψη τη διάσταση του φύλου. Ειδικότερα, δεν είχε δοθεί έμφαση στο κατά πόσο ο παράγοντας φύλο λειτουργεί ανασταλτικά ή ενισχυτικά στην αντιμετώπιση των προκλήσεων της αγοράς ή αν επιδρά στις μεθόδους παραγωγής που επιλέγονται και στις στρατηγικές που χρησιμοποιούνται.

⁶⁴ Petraki-Kottis, Ventoura-Neokosmidi, 2004

Τέλος τα προγράμματα και οι δράσεις ενίσχυσης της γυναικείας επιχειρηματικότητας στοχεύουν στην ουσιαστική ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας από την πολιτεία, με την αντιμετώπιση των προβλημάτων ρευστότητας σε νέες επιχειρηματικές ιδέες, καθώς και με την εφαρμογή πρακτικών λύσεων προς την κατεύθυνση αυτή. Για την επίτευξη του στόχου ως μόνη λύση αναδεικνύεται η προώθηση προγραμμάτων και δράσεων για τη δημιουργία καινοτόμων επιχειρήσεων από την «ανερχόμενη δύναμη» των γυναικών, ικανών να αντέξουν στον ανταγωνισμό τόσο της εγχώριας όσο και της διεθνούς αγοράς. Παράλληλα η αξιοποίηση αυτών των προγραμμάτων, που προσφέρουν την κατάλληλη κατάρτιση στη νέα γυναίκα επιχειρηματία στα πρώτα στάδια εκκίνησης της επιχείρησής της, προβάλλεται ως επιτακτική ανάγκη, με στόχο την προώθηση της οικονομικής ανάπτυξης στην Ελλάδα και τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνόγλωσση

- Ανθοπούλου, Θ. (2006), *Όψεις και Δυναμικές Επιχειρηματικότητας Γυναικών της Υπαίθρου στην Παραγωγή Τροφίμου*. Εμπειρική προσέγγιση. Εισήγηση στο 9^ο Πανελλήνιο Συνέδριο της ΕΤ.ΑΓΡ.Ο, Αθήνα
- Αντωνοπούλου, Δ. (2007), *Στάσεις των Γυναικών απέναντι στην Επιχειρηματικότητα*, Έκδοση ΠΑΣΕΓΕΣ
- Αποτύπωση της εικόνας των Γυναικείων Συνεταιρισμών, (2000), Υπουργείο Εσωτερικών, Γενική Γραμματεία Ισότητας, ΠΑ.Σ.Ε.ΓΕ.Σ., Αθήνα
- Γενική Γραμματεία Ισότητας (2004), *Εθνικές Προτεραιότητες Πολιτικής και οι Άξονες*
- *Δράσεις για την Ισότητα των Φύλων (2004-2008)*
- Γεωργαντά, Ζ. (2003), *Επιχειρηματικότητα και Καινοτομίες: Το Management της Επιχειρηματικής Καινοτομίας*, Ανικούλα, Θεσσαλονίκη
- Γιδαράκου, Ι. (1996), *Πολυδραστηριότητα Αγροτισσών. Νέοι Ρόλοι τους στην Ύπαιθρο-Νέες Αναγκαιότητες*, 4^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Αγροτικής Οικονομίας, Θεσσαλονίκη
- Γιδαράκου, Ι. (1999), *Ενδογενής Ανάπτυξη της Υπαίθρου και Γυναικεία Απασχόληση, στο Ύπαιθρος Χώρα-Η Ελληνική Αγροτική Κοινωνία στο τέλος του Εικοστού Αιώνα*, Πλέθρον, σελ. 189-216
- Γιδαράκου, Ι. (2005), *Γυναικεία Συνεταιριστική Επιχειρηματικότητα: Θεωρία και Πρακτική*. Εισήγηση στην Ημερίδα του Ινστιτούτου Συνεταιριστικών Ερευνών και Μελετών με τίτλο: *Γυναικεία Συνεταιριστική Επιχειρηματικότητα του Ελληνικού Αγροτικού Χώρου*, Αθήνα
- Δροσοπούλου, Σ.Α. (1989), *Αγροτο-Τουριστικοί Συνεταιρισμοί*, Interbooks
- ΕΒΕΑ (1994), *Γυναικεία Επιχειρηματικότητα*, Αθήνα
- Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (2003), *Πράσινη Βίβλος για την Επιχειρηματικότητα*, Βρυξέλλες
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2005), *Έκθεση σχετικά με την Εφαρμογή του Ευρωπαϊκού Χάρτη για τις Μικρές Επιχειρήσεις*, Λουξεμβούργο, Γενική Διεύθυνση Επιχειρήσεων και Βιομηχανίας.
- Ζάβαλη, Μ. (2007), *Γυναικείοι Αγροτουριστικοί Συνεταιρισμοί: Η Συμβολή τους στην Τοπική και Περιφερειακή Ανάπτυξη και Πολιτικές Εξυγίανσης*. Μεταπτυχιακή Εργασία στο Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

- Θεοδωροπούλου, Ε. (2007), *Αγροτική Οικιακή Οικονομία*, Αθήνα, Εκδόσεις Χαροκοπείου Πανεπιστημίου
- Ιακωβίδου, Ο., Κουτσού, Σ. και Συμεωνίδου, Π. (2006), *Χαρακτηριστικά Γυναικών Επιχειρηματιών στην Ελληνική Ύπαιθρο*. Εισήγηση στο 9^ο Πανελλήνιο Συνέδριο της ΕΤ.ΑΓΡ.Ο., Αθήνα
- ΙΝΕ/ΓΣΕΕ/ΑΔΕΔΥ (2005), *Ανταγωνιστικότητα και Απασχόληση*, Ετήσια Έκθεση 2005, Αθήνα
- ΙΝΕ/ΓΣΕΕ/ΑΔΕΔΥ (2005), *Η Ελληνική Οικονομία και Απασχόληση*, Ετήσια Έκθεση 2005, Αθήνα
- Ιωαννίδης, Σ., Τσακανίκας, Α., Χατζηχρήστου, Σ. (2010), *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2009-2010: Αναζητώντας Διέξοδο από την Κρίση*, Αθήνα: ΙΟΒΕ
- Ιωαννίδης, Σ., Τσακανίκας, Α., Χατζηχρήστου, Σ. (2009), *Η Επιχειρηματικότητα στα Πρόθυρα της Κρίσης. Η Έρευνα του GEM 2008-2009*, Αθήνα: ΙΟΒΕ
- Ιωαννίδης, Σ., Τσακανίκας Α. (2008), *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2007-2008*, Αθήνα: ΙΟΒΕ
- Ιωαννίδης, Σ. (2007), *Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2006-2007. Επισκόπηση από την Σκοπιά της Ενίσχυσης της Επιχειρηματικότητας*, Αθήνα: ΙΟΒΕ
- Κασσαβέτης, Δ. (2000), *Αγροτικοί Συνεταιρισμοί και Κοινωνική Δυναμική*, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα
- Κ.Ε.Θ.Ι. (Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας), 2ο Στατιστικό Δελτίο, Δεκέμβριος 2004, *Το Επιχειρηματικό Κενό Ανάμεσα στους Άνδρες και τις Γυναίκες στην Ελλάδα*, Νίκος Ε. Ντερμανάκης
- Κετικίδης, Π. (1998), *Ηλεκτρονική Επικοινωνία & Στρατηγικές Συμμαχίες*, περιοδικό: Plant Management Ανάπτυξη, Ετήσια Έκδοση 1998-1999
- Λαΐου-Αντωνίου, Χ. (1995), *Μελέτης Σκοπιμότητας Αγροτουρισμού και Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού στην Επαρχία της Σητείας*, Ο.Α.Σ. Α.Ε. και Leader I, Αθήνα
- Λαμπρινίδης, Λ. (2005), *Επιχειρηματικότητα στην Ευρωπαϊκή Ύπαιθρο. Η περίπτωση της Ελλάδας*, Εκδόσεις Επίκεντρο
- Μαΐστρος, Π. (2000), *Οι Αναπτυξιακοί Θεσμοί της Αυτοδιοίκησης: Συμβολή στην Ιστορική Μνήμη*, Εκδόσεις Λιβάνη
- Μιχιώτης, Σ. 2006, *(Απόσπασμα από εκπαιδευτικό υλικό εκδοθέν από το Εθνικό Ίδρυμα Νεότητας)*
- Νίνα-Παζαρζή Ε. και Γιαννακούρου Μ. (2003), *Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα*, Μελέτες προς τιμήν του Καθηγητή Α. Λάζαρη, Πανεπιστήμιο Πειραιώς

- Νταντάμη, Β. (2005), *Γυναικείοι Αγροτουριστικοί και Αγροβιοτεχνικοί Συνεταιρισμοί και η Προσφορά τους στην Τοπική Ανάπτυξη*, (διπλωματική εργασία), Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, Αθήνα
- Παπαδάκη-Κλαυδιανού, Α. (2004), *Πορεία Δικτύωσης στα Πλαίσια της Κ.Π. EQUAL: Αποτελέσματα Workshop – Δικτύωσης*, στα Πρακτικά Δημερίδας της Α.Σ. «ΗΡΑ» Δικτύωση Μικρομεσαίων Γυναικείων Επιχειρήσεων
- Παπακωστόπουλος, Κ., *Νομικές και Φορολογικές Παράμετροι για την Επιλογή της Νομικής Μορφής των Επιχειρήσεων*
- Πέκκα-Οικονόμου, Β. (2008), *Η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην σύγχρονη οικονομική πραγματικότητα*, στο Ε. Νίνα-Παζαρζή (επιμ.) Μελέτες για το Φύλο, Πειραιάς: ΚΕΠΠ
- Πετρίδου, Ε. και Γλαβέλη, Ν. (2005), *Ενθάρρυνση της Επιχειρηματικής Δραστηριότητας των Γυναικών-Μελών των Αγροτουριστικών Συνεταιρισμών: Διερεύνηση των Στάσεων τους*, στο Πρακτικά Δημερίδας της Α.Σ. «ΗΡΑ» Γυναικείοι Συνεταιρισμοί: Προοπτικές Ανάπτυξης στον 21ο αιώνα
- Ρεγκούζας, Α. (2004), *Ομιλία για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα*, Πρακτικά Ημερίδας: *Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα ως Παράγοντας Οικονομικής Ανάπτυξης και Απασχόλησης*
- Σδράλη, Δ. (2005), *Η Επιχειρηματικότητα ως Μορφή Απασχόλησης για την Πρόσβαση της Γυναίκας στην Αγορά Εργασίας*, Πρακτικά 3^{ης} Δημερίδας Επιχειρηματικότητας
- Σκορδίλη, Σ. (2005), *Ιδιοκτησία και Επιχειρηματικότητα στην Μεταποίηση, τις Υπηρεσίες και το Εμπόριο*, στο Μ. Στρατηγάκη, *Επιχειρηματικότητα Γυναικών – Όψεις Ιδιοκτησίας και Διοίκησης*
- Στρατηγάκη, Μ. (2005), *Επιχειρείν και Ανατρέφειν* στο Μ. Στρατηγάκη, *Επιχειρηματικότητα Γυναικών-Όψεις Ιδιοκτησίας και Διοίκησης*, ΚΕΚΜΟΚΟΠ Παντείου Πανεπιστημίου, Gutenberg, σελ. 17-40
- Υπουργείο Ανάπτυξης, (2007), *Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα (2007-2013)*, Ιούλιος 2007
- Φαναριώτης, Π. (1999), *Διοίκηση Δημοσίων Υπηρεσιών και Οργανισμών Εισαγωγή στο Σύγχρονο Δημόσιο Management: Δημόσια Διοίκηση*, Εκδόσεις Σταμούλη
- Χασσιδ, Ι., Καραγιάννης, Α. (1999), *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελληνική Οικονομία. Οικονομική και Κοινωνική Προσέγγιση*, Interbooks, Αθήνα
- Χατζηπαυστόλου, Θ., (2008), *Τεχνολογία Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα* Τμήμα Επιστήμης Πληροφορικής City College
- Χατζηγαρυφάλου, Ε. (2004), *Ίδρυση Πιλοτικής ΜΜΕ σε Εθνικό Επίπεδο, Προβλήματα Εφαρμογής*, στα Πρακτικά Δημερίδας της Α.Σ. «ΗΡΑ» Δικτύωση Μικρομεσαίων Γυναικείων Επιχειρήσεων

- Χατζηδημητρίου, Γ. (2000), *Εισαγωγή στις Διεθνείς Επιχειρηματικές Δραστηριότητες*, Θεσσαλονίκη

Ξενόγλωσση

- Abernathy, W. and Utterback, J. (1978), *Patterns of Industrial Innovation*, *Technology Review*, 80, 7, σελ.41-7
- Angel, D. (2002), *Inter-firm Collaboration and Technological Development Partnerships within US Manufacturing Industries*, *Regional Studies* 36, σελ. 333-44
- Apergis, N. and Pekka-Economou, V. (2010), *Incentives and Female Entrepreneurial Activity: Evidence from Panel Firm Level Data*, *International Advances of Economic Research*, Springer, vol.16(4), pages 371-387
- Archibugi, D., Howells, J. and Michie, J. (1999), *Innovations Systems and Policy in a Global Economy*, Cambridge University Press, σελ. 1-18
- Ashforth, E.B., Kreiner, G.E., Fugate, M. (2000), *All in a Day's Work: Boundaries and Micro-role Transitions*, *Academy of Management Review*, Vol. 25, Issue 3, σελ.472-491
- Audretsch, D. (1995), *Innovation, Growth and Survival*, *International Journal of Industrial Organization* 13, σελ. 441-57
- Barnett, C.R. (1998), *Toward a review and conceptualization of the work-family literature*, *Genetic, Social and General Psychology Monographs*, Vol. 124, No 2, σελ. 125-182
- Batt, R., Valcour, P.M. (2003), *Human Resource Practices as Predictors of Work-Family outcomes and Employee Turnover*, *Industrial Relations*, Vol. 17, No 3, σελ. 189-220
- Baum, J. A.C. and Silverman, B.S. (2004), *Picking Winners or Building them? Alliance Intellectual, and Human Capital as Selection Criteria in Venture Financing and Performance of Biotechnology Startups*, *Journal of Business Venturing*, 19 (3): 411-26
- Brockhaus, H.R. (1982), *The Psychology of the Entrepreneur*, *Encyclopedia of Entrepreneurship*, New Jersey: Prentice-Hall
- Brockner, Joel, Grover, Steven, O'Malley, Michael, Reed, F. Thomas, Glynn, Ann Mary (1993), *Threat of Future Layoffs, Self-esteem, and Survivors' Reactions: Evidence from the Laboratory and the Field*, *Strategic Management Journal*, Vol. 14, σελ. 153-166
- Brush, C.G. (1999), *Research on Women Business Owners: Past Trends, a New Perspective and Future Directions: An Extension*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16, 5-30

- Burke, J.R. (2001), *Managerial women's career experiences, satisfaction and well-being: A Five Country Study*, Cross Cultural Management, Vol. 8, No 3, σελ. 117-133
- Buttner, H. and Moore, D. (1997), *Women's Organizational Exodus to Entrepreneurship: Self-Reported Motivations and Correlated with Success*, Journal of Small Business Management, 35, 34-47
- Carter, N. (2003), *Female Entrepreneurship and Innovation*, Paper presented at the International WIR Conference, Berlin
- Casson, M. (1987), *Entrepreneur1* edited by J.Eatwell, M. Milgate and P. Newman
- *The New Palgrave: A Dictionary of Economics, tom.2* London: The Macmillan Press Limited
- Castro, E.A., Rodrigues, C., Esteves, C. and Pires, A.R. (2000), *The Triple Helix Model as a Motor for the Creative Use of Telematics*, Research Policy, Vol. 29, σελ. 193-203
- Chinchilla, Nuria, Poelmans, Stevens, Leon, Consuela (2005), *Women Managers under the Glass Ceiling*, IESE
- Cliff, J.E., 1998, *Does one size fit all? Exploring the relationship between attitudes towards growth, gender and business size*. J. Bus. Venturing 13 6, pp. 523-542
- Cockburn, C. (1991), *In the Way of Women: Men's Resistance to Sex Equality in Organizations*, London: Macmillan and Ithaca New York: ILR Press
- Cooper, R. G. (1993), *Winning at new products: Accelerating the Process from the Idea to Launch*, 2^η έκδοση, Perseus Books Publishing, USA
- Crampton, S. and Mishra, J. (1999), *Women in management. Public Personnel Management*, 28 (1) σελ. 87-107
- Daubman, K. and Sigall, H. (1997), *Gender Differences in Perceptions of How Others are Affected by self-disclosure of achievement*, Sex Roles, Vol. 37, No 1, σελ. 73-90
- Davidson, M.J. and Cooper, C.L. (1993), *European Women in Business and Management*, London: Paul Chapman
- Deakins, D. and Freel M. (2006), *Entrepreneurship and Small Firms*, Open University Press, UK Limited
- Dreher, G., Cox Jr. and Taylor H. (2000), *Labor market mobility and cash compensation: The moderating effects of race and gender*, Academy of Management Journal, 43 (5), σελ. 890-900

- Drucker, Peter F. (1993), *Innovation and Entrepreneurship: Practices and Principles*, Harper Business
- Eagly, A.H., Karau, S.J. and Makhijani, M.G., 1995, *Gender and the effectiveness of leaders: a meta-analysis*, *Psychol. Bull* 117 1, pp. 125-145
- Eurostat (2001), *Key Employment Indicators*, 2nd term, Eurostat, Brussels
- Feather, N.T., Simon, J.G. (1975), *Reactions to Male and Female Success and Failure, Causal Attributions and Perceived Likelihood of Different Consequences*, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 31, No 1, σελ. 20-31
- Freel, M. (2002), *On Regional Innovation Systems: Illustrations from the West Midlands*, *Environment and Planning C: Government and Policy* 20, σελ. 633-54
- Freeman, C. and Soete, L. (1997), *The Economics of Industrial Innovation*, 3^η έκδοση, Pinter, Λονδίνο
- Frone, R.M., Yardley, K.J., Markel, S.K. (1997), *Developing and Testing an Integrative Model of the Work-family Interface*, *Journal of Vocational Behaviour*, Vol. 50, No 2, σελ. 145-167
- GEM, 2009 Global Report
- Geroski, P. and Machin, S. (1992), *Do Innovating Firms Outperform Non-innovators?*, *Business Strategy Review*, σελ. 79-90
- Glancey, K., Greig, M. and Pettigrew, M. (1998), *Entrepreneurial Dynamics in Small Business Service Sector*, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 4, 249-268
- Goode, W.J. (1960), *A Theory of Role Strain*, *American Sociological Review*, Vol. 25, σελ. 483-496
- Green, E. and Cohen, L. (1995), *Women's Business: Are Women Entrepreneurs Breaking New Ground or Simply Balancing the Demands of Women's Work in a New Way?*, *Journal of Gender Studies*, 4, 297-315
- Greenhaus, H.J. & Beutell, J.N. (1985), *Source of Conflict between Work and Family Roles*, *Academy of Management Review*, Vol. 10, No 1, σελ. 76-88
- Hall, J. and Hofer, C.W. (1993), *Venture Capitalist's Decision Criteria in New Venture Evaluation*, *Journal of Business Venturing*, 8 (1): 25
- Hansemark, O.C. (1998), *The effects of an Entrepreneurship Program on Need for Achievement and Locus of Control of Reinforcement*
- Henry, C. and Johnston, K., (2007), *Female Entrepreneurship, Implications for Education, Training and Policy*, Edited by N Carter, C Henry, B. O. Cinneide and K. Johnston, Routledge Taylor and Francis Group

- Hisrich, R.D. and Jankowicz, A.D. (1990), *Intuition in Venture Capital Decisions: An exploratory study using a new technique*, Journal of Business Venturing, 5: 19-62
- Hogeschool van Amsterdam, (1994), *Success and Failure of Starting Women Entrepreneurs in Holland*, Research under the NOW Initiative, Amsterdam
- Hostede, G. (1991), *Cultures and Organizations: Software of the Mind*, McGraw-Hill, New-York
- House, R.J., Hanges, P.J., Javidan, M., Dorfman, P.W., and Gupta, V. (2004), *Culture, Leadership and Organizations*, The Globe Study of 62 Societies, Thousand Oaks: Sage
- Ioannidis, S., Politis A., Tsakanikas A., (2005), *Entrepreneurship in Greece 2004-2005*, IOBE, Athens
- Jiannakopoulos, N.A. and Bernasek, A., 1998, *Are women more risk averse?* Econ. Inq. 36 4 pp. 620-630
- Kalakota, P. and Robinson, N. (1999), *e-Business, Roadmap for Success*
- Karagiannis, A.D. (1999), *Entrepreneurship and the Economy*, Interbooks, Athens, 127-144
- Kiam, V. (1986), *Going For It: How to succeed as an Entrepreneur*, New York, Fontana/Collins
- Love, B. and Roper, S. (1999), *The Determinants of Innovation: R&D, Technology Transfer and Networking Effects*, Review of Industrial Organization 15, σελ. 43-64
- Loscocco, K. A., Robinson, J. (1991), *Gender & society: Official publication of Sociologists for Women in Society*, Sage Publications
- Lyness, K.S. and Terrazas, J. (2006), *Women in Management: An Update on their Progress and Persistent Challenges*, *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, Hodgkinson, G. and Ford, J.K.
- Macaulay, C. (2003), *Changes to Self-Employment in the UK: 2002 to 2003*, Labour Market Trends, London: Office for National Statistics
- Marks, S.R. (1977), *Multiple Roles and Role Strain: Some notes on Human Energy, Time and Commitment*, American Sociological Review, Vol. 42, σελ. 921-936
- Martins, L.L., Eddleston, A.K., Veiga, F.J. (2002), *Moderators of the Relationship between Work-family Conflict and Career Satisfaction*, Academy of Management Journal, Vol. 45, No 2, σελ. 399-409

- Maskell, P. and Malmberg, A. (1999), *The Competitiveness of Firms and Regions*, European Urban and Regional Studies 6, σελ. 9-25
- Mavin, S. (2001), *Women's Career in Theory and Practice: Time for Change?*, Women in Management Review, Vol. 16, No 4, σελ. 183-192
- Miller, D. and Friesen, P. (1982), *Innovation in Conservative and Entrepreneurial Firms: Two Models of Strategic Momentum*, Strategic Management Journal, 3, σελ. 1-25
- Ministry of Interior (2005), Public Administration and Decentralisation Paper
- Nelson, R. (2000), *Regional Innovation, Knowledge and Global Change*, Pinter, Λονδίνο, σελ. 11-26
- Nina-Pazarzi, E. (1994), *Economic Development in Women's Employment in Greece*, in Peter Lang, ed. *Participation, Organizational Effectiveness and Quality of Work Life in the Year 2000*
- Nina-Pazarzi, E. and Giannacourou, M. (2003), *Female entrepreneurship in Greece*. In the report of the German Ministry of Economic Affairs: Female entrepreneurship in five countries
- Nooteboom, B. (1999), *Innovation, Learning and Industrial Organization*, Cambridge Journal of Economics 23, σελ. 127-50
- OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) (2004), *OECD Promoting Entrepreneurship and Innovative SMEs in a Global Economy: Women's Entrepreneurship: Issues and Policies*, Paris, OECD
- OECD (Organization of Economic Cooperation and Development) (2005), *Women's Entrepreneurship: Issues and Policies, Background report prepared for OECD Conference on SMEs*, Istanbul 5/6/2005
- O'Leary, J. (1997), *Developing a New Mindset: The Career Ambitious' Individual*, Women in Management Review, Vol. 12, No 3, σελ. 91-99
- Orhan, M. and Scott, D. (2001), *Why Women Enter into Entrepreneurship: An Explanatory Model*, Women in Management Review, 16, 232-247
- Petraki-Kottis, A. and Ventura-Neokosmidi, Z. (2004), *Women in Management in Greece στο M.J. Davidson and R.J. Burke, Women in Management Worldwide*, London, Ashgate Publishers
- Petrin T. (1997), *Entrepreneurship as an economic force in rural development*, In: F.A.O. Regional Office for Europe (ed) *Rural Development through Entrepreneurship*, pp. 7-19
- Pittaway, L., Robertson, M., Munir, K., Denyer, D. and Neely, A. (2004) *Networking and Innovation: A systematic Review of the Evidence*, International Journal of Management Reviews 5/6, σελ. 137-68

- Porter, M.E. (1990), *The Competitive Advantage of Nations*, The free Press, USA, σελ 45-47
- Porter, M.E., Stern, S. (2001), *Innovation: Location Matters*, MIT Sloan Management Review
- Rah, J., Kyungjin, J. and Lee, J. (1994), *Validation of the Venture Evaluation Model in Korea*, Journal of Business Venturing
- Rau, L.B., Hyland, M.M. (2002), *Role Conflict and Flexible Work Arrangements: The Effects on Applicant Attraction*, Personnel Psychology, Vol. 55, No 2, σελ. 111-134
- Ricks, D. (1993), *Blunders in International Business*, Blackwell Business
- Riquelme, H. and Watson, J. (2000), *Do Venture Capitalists' Implicit Theories of New Business Success/Failure Have Empirical Validity?* Proceedings of the Research in Entrepreneurship and Small Business Conference, Prague: 214-218
- Rothbard, P.N. (2001), *Enriching or Depleting? The Dynamics of Engagement in Work and Family Roles*, Administrative Science Quarterly, Vol. 46, No 1, σελ. 655-684
- Rothwell, R. and Zegveld, W. (1982), *Industrial Innovation and Public Policy*, Francis Pinter, Λονδίνο
- Rotter, J. (1987), *External Control and Internal Control*, στο C. Baumbach, J. Manusco (επιμ.) *Entrepreneurship and Venture Management*, 2nd edition, New Jersey: Prentice-Hall
- Rosa, P., Carter, S. and Hamilton, D. (1996), *Gender as a Determinant of Small Business Performance: Insights from a British study*, Small Business Economics, 8, 463-478
- Ruby, L. (1984), *The Role of the Venture Capitalist in the Entrepreneurial Process*, in Khun, R. and Smilor, R., eds. *Corporate Creativity*, New York: Praeger Editorial
- Ruderman, M.M., Ohlott, J.P., Panzer, K., King, N.S. (2002), *Benefits of Multiple Rolew for Managerial Women*, Academy of Management Journal, Vol. 46, No 1, σελ. 380-386
- Rugman, M.A. and Hodgetts, R.M. (1995), *International Business: A Strategic Management Approach*, McGraw-Hill
- Sarri, K and Trihopoulou, A. (2004), *Female Entrepreneurs' Personal Characteristics and Motivation: A Review of the Greek Situatio'*, *Women in Management Review*, 20, 24-36
- Schmookler, J. (1996), *Invention and Economic Growth*, Harvard University Press, Cambridge, MA

- Schumpeter, J. (1934), *The Theory of Economic Development*, Harvard University Press, Cambridge, MA
- Sexton, D.L. and Bowman-Upton, N., 1990, Female and male entrepreneurs: psychological characteristics and their role in gender-related discrimination, *J. Bus. Venturing* 5 1, pp. 29-36
- Shapero, A., Sorol, L. (1982), *The Social Dimensions of Entrepreneurship*¹, στο Kent, C., Sexton, D., Vesper, K. (επιμ.), *Encyclopedia of Entrepreneurship*, New Jersey: Prentice-Hall
- Show, E., Carter, S., and Brierton, J., (2001), *Unequal Entrepreneurs: Why Female Enterprise is an Uphill Business*, The Industrial Society, Policy Paper, Λονδίνο
- Sieber, S.D. (1974), *Toward a Theory of Role Accumulation*, *American Sociological Review*, Vol. 39, σελ. 567-578
- Simpson, R. (1997), *Have Times Changed? Career Barriers and the Token Woman Manager*, *British Journal of Management*, 8 (2), σελ. 227-242
- Simpson, R. (1998), *Presenteeism, Power and Organizational Change: Long Hours as a Career Barrier and the Impact on the Working Lives of Women Managers*, *British Journal of Management*, Vol. 9
- Slovic, P. (2000), *The Perception of Risk*, London, Earthscan Publications Ltd
- Sternberg, R. (2000), *Innovation Networks and Regional Development – Evidence from the European Regional Innovation Survey (ERIS): Theoretical Concepts, Methodological Approach, Empirical Basis and Introduction to the Theme Issue*, *European Planning Studies* 8, σελ. 389-407
- Still, L., Timms, W. (1998), *Career Barriers and the Older Women Manager*, *Women in Management Review*, Vol. 13, No 4, σελ. 143-155
- Storey, D.J. (1994), *Understanding the Small Business Sector*, London: Routledge
- Tether, B. and Hipp, C. (2002), *Knowledge Intensive, Technical and Other Services: Patterns of Competitiveness and Innovation, Technology Analysis and Strategic Management* 14, σελ. 163-82
- Tether, B. (2002), *Who Cooperates for Innovation and Why? An Empirical Analysis*, *Research Policy* 31, σελ. 947-68
- Tharenou, P. (2001), *Going Up? Do Traits and Informal Social Processes Predict Advancing in Management?*, *Academy of Management Journal*, Vol. 44, No 51, σελ. 1005-1015
- Tyebjee, T.T. and Albert, B.V. (1984), *A Model of Venture Capitalist Investment Activity*, *Management Science*, 30(9): 1051-1056

- Utterback, J. (1996), *Mastering the Dynamics of Innovation*, HBS Press, Cambridge, MA
- Watson, K., Hogarth-Scott, S., Wilson, N. (1998), *Small Business Start-ups: Success Factors and Support Implications*
- White, B. (1995), *The Career Development of Successful Women*, *Women in Management Review*, Vol. 10, No 3, σελ. 4-15
- Wilson, M.F. (2003), *Organizational Behavior and Gender*, Ashgate Publishing, London
- Wosinka, W., Dabul, J.A., Whetstone-Dion, R., Cialdini, B.R. (1996), *Self-Presentational responses to success in the organization: the costs and benefits of modesty*, *Basic and Applied Social Psychology*, Vol. 18, No 2, σελ. 229-242

Ηλεκτρονικές Πηγές

- Γενική Γραμματεία Ισότητας των Φύλων (Γ.Γ.Ι.Φ.) – <http://www.isotita.gr/>
- Εθνικό Επιμελητηριακό Δίκτυο Ελληνίδων Γυναικών Επιχειρηματιών (Ε.Ε.Δ.Ε.Γ.Ε.) – <http://www.eedege.eu/default.asp>
- European Network to Promote Women's Entrepreneurship (WES) – <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/women/wes-network/>
- Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας (Κ.Ε.Θ.Ι.) – <http://www.kethi.gr/>
- Κοινοτική Πρωτοβουλία EQUAL – <http://www.equal-greece.gr/>
- Κοινοτική Πρωτοβουλία LEADER+ – <http://www.leader-plus.gr/>
- Portal Ενημέρωσης για τη γυναίκα επιχειρηματία – <http://www.businesswoman.gr/>
- Πρόγραμμα women@business – <http://www.womenatbusiness.eu/>
- Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Γυναικών Ελλάδος (ΣΕΓΕ) – <http://www.sege.gr/>
- Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Γυναικών της Μεσογείου (ΑΦΑΕΜΜΕ) – <http://www.afaemme.org/>