



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ - ΟΛΙΚΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑ
(MBA-TQM)**

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ
ΠΟΥ ΤΗΝ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ»**

ΒΡΑΚΑ Κ. ΕΛΕΝΗ

Τριμελής Επιτροπή:

Καθηγήτρια Βικτωρία Πέκκα – Οικονόμου (επιβλέπουσα καθηγήτρια)
Αναπληρωτής Καθηγητής Δημήτριος Γεωργακέλλος
Λέκτορας Πέτρος Μαραβελάκης

Πειραιάς, 2013

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

*Στον Παπαγιώτη
Και τους γονείς μου...*

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

Ευχαριστώ θερμά,

Την επιβλέπουσα καθηγήτριά μου κ. Β. Πέκκα – Οικονόμου για την ευγενική της συνεργασία, την πολύτιμη καθοδήγηση και την εμπιστοσύνη που μου έδειξε καθ' όλη τη διάρκεια εκπόνησης της διπλωματικής μου εργασίας.

Τους γονείς μου, τη γιαγιά μου, τα αδέρφια μου και τις φίλες μου, Μαρίνα και Έλια, για την αμέριστη συμπαράσταση και στήριξη που μου έχουν προσφέρει σε όλη τη διάρκεια των σπουδών μου.

Τέλος, ευχαριστώ τον Παναγιώτη για την πολύτιμη βοήθεια του και την ηθική συμπαράσταση σε αυτή μου την πολύμηνη προσπάθεια.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

«Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΤΗΝ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ»

Σημαντικοί όροι: Επιχειρηματικότητα, Γυναίκα, Παράγοντες που Επηρεάζουν, Κίνητρα, Εμπόδια, Προγράμματα Ενίσχυσης

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η επιχειρηματικότητα αποτελεί αδιαμφισβήτητο κρίσιμο παράγοντα όσον αφορά στη μελλοντική οικονομική ανάπτυξη και στη δημιουργία θέσεων εργασίας στο σύγχρονο ανταγωνιστικό περιβάλλον. Καταλυτικός, όμως, είναι και ο ρόλος της γυναικείας επιχειρηματικότητας, προκειμένου να υπάρξει περαιτέρω ανάπτυξη στην οικονομία κάθε χώρας. Καθοριστικής σημασίας καθίσταται η ύπαρξη κατάλληλων συνθηκών ώστε οι γυναικείες επιχειρήσεις να μπορούν να ευδοκιμήσουν. Επομένως, η ίδρυση υποστηρικτικών οργανισμών και η ενθάρρυνση και στήριξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για τη βελτίωση των οικονομικών συνθηκών σε μια χώρα.

Σκοπός της παρούσης διπλωματικής εργασίας είναι η μελέτη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και η παρουσία της στην Ελλάδα, σε χώρες της Ανατολής και σε χώρες της Δύσης. Επιπλέον στόχος, είναι ο εντοπισμός των κινήτρων, των ανασταλτικών παραγόντων, καθώς και των παραγόντων που επηρεάζουν την ανάληψη της επιχειρηματικής δραστηριότητας, δεδομένων των συνθηκών που επικρατούν στην εκάστοτε χώρα.

Τέλος, η παρούσα διπλωματική εργασία ολοκληρώνεται με την παρουσίαση διαφόρων οργανισμών που συμβάλλουν στη στήριξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Επιπρόσθετα, παρουσιάζονται οι υπηρεσίες και τα μέσα που παρέχουν αυτοί οι οργανισμοί ώστε οι γυναίκες να αναλάβουν τη δική τους επιχειρηματική δράση. Εν κατακλείδι, πραγματοποιείται παρουσίαση ιστοσελίδας, η οποία κατασκευάστηκε για τους σκοπούς της εν λόγω εργασίας και αποτελεί το καινοτόμο στοιχείο της. Η ιστοσελίδα αυτή θα μπορούσε να αποτελέσει ένα μέσο προώθησης της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

«THE CONCEPT OF FEMALE ENTREPRENEURSHIP AND THE FACTORS AFFECTING IT»

Keywords: Entrepreneurship, Woman, Factors' Affecting, Incentives, Barriers, Support Programs

ABSTRACT

Entrepreneurship is an undoubtedly crucial factor for the future economic growth and job creation in the competitive environment we live in. Catalyst, however, is the role of female entrepreneurship in each country as far as the development of the economy is concerned. Crucial for the contribution of women entrepreneurs is the existence of the appropriate conditions to thrive in such businesses and the establishment of supporting institutions in each country.

The purpose of this thesis is to study women's entrepreneurship in Greece and in selected countries of East and West. Also, identifies incentives, barriers and factors affecting the start-up of a business. Finally, the present thesis deals with the presentation of organisations that support women's entrepreneurship and the way they manage it, and the presentation of the website constructed for the purposes of this thesis and this is its innovative element.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ - ΟΛΙΚΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑ
(MBA-TQM)

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

«Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, στη Διοίκηση Επιχειρήσεων - Ολική Ποιότητα: MBA-TQM» με τίτλο «Η Έννοια της Επιχειρηματικότητας και οι Παράγοντες που την Επηρεάζουν» έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και στο σύνολό 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 σύνολό τους, κάνοντας πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου»

Υπογραφή Μεταπτυχιακής Φοιτήτριας:

Όνοματεπώνυμο: ΒΡΑΚΑ ΕΛΕΝΗ

Ημερομηνία: 15/05/2013

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

Περιεχόμενα

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	9
ABSTRACT.....	11
Περιεχόμενα Πινάκων	19
Περιεχόμενα Διαγραμμάτων	20
Κεφάλαιο 1 ^ο - Βασικές Έννοιες Επιχειρηματικότητας	1
1.1 Εισαγωγή	1
1.2 Η Έννοια της Επιχειρηματικότητας	1
1.3 Κίνητρα για την Ανάληψη Επιχειρηματικής Δραστηριότητας.....	5
1.4 Κύκλος ζωής της Επιχειρηματικότητας.....	9
1.5 Κλαδική Διάσταση της Επιχειρηματικότητας.....	12
1.6 Βασικοί Δείκτες Επιχειρηματικότητας	14
1.7 Συμπεράσματα	17
Επιλεγμένη Βιβλιογραφία 1 ^{οο} Κεφαλαίου	19
Κεφάλαιο 2 ^ο - Γυναικεία Επιχειρηματικότητα σε Ανατολή και Δύση.....	21
2.1 Εισαγωγή	21
2.2 Η Γυναίκα και η κοινωνική της θέση.....	21
2.3 Ανατολικές Χώρες	24
2.3.1 Γενικά- Εισαγωγικά.....	24
2.3.2 Μελέτη Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στις Χώρες της Ανατολής	24
2.3.3 Λόγοι έναρξης Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στην Ανατολή.....	29
2.3.4 Κίνητρα Γοναϊκών για την Έναρξη Επιχειρηματικής Δραστηριότητας	30
2.3.5 Προβλήματα Γοναϊκών στην Ανάληψη Επιχειρηματικής Δραστηριότητας	31
2.3.6 Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα	34
2.4 Δυτικές Χώρες	38
2.4.1 Γενικά- Εισαγωγικά.....	38
2.4.2 Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στις Χώρες της Δύσης	40
2.4.3 Κίνητρα Γοναϊκών για την Έναρξη Επιχειρηματικής Δραστηριότητας	48

2.4.4	<i>Εμπόδια Γυναικών στην Ανάλυση Επιχειρηματικής Δραστηριότητας.....</i>	50
2.4.5	<i>Χαρακτηριστικά Επιχειρήσεων Γυναικών στην Αργεντινή.....</i>	51
2.5	<i>Γυναίκες Μετανάστριες και Επιχειρηματικότητα</i>	52
2.5.1	<i>Γενικά</i>	52
2.5.2	<i>Μελέτη περίπτωσης: Μετανάστριες στο Ισραήλ.....</i>	54
2.5.3	<i>Μελέτη περίπτωσης: Τουρκάλες Μετανάστριες στο Άμστερνταμ</i>	54
2.6	<i>Συμπεράσματα.....</i>	57
	<i>Επιλεγμένη Βιβλιογραφία 2^ο Κεφαλαίου</i>	60
	<i>Κεφάλαιο 3^ο- Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη.....</i>	64
3.1	<i>Εισαγωγή</i>	64
3.2	<i>Μελέτη Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στις Χώρες της Ευρώπης.....</i>	64
3.2.1	<i>Χαρακτηριστικά Στοιχεία Χωρών</i>	64
3.2.1.1	<i>Γερμανία.....</i>	64
3.2.1.1.1	<i>Παράγοντες που Επηρεάζουν τη Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στη Γερμανία</i>	66
3.2.1.1.2	<i>Οργανισμοί για Προώθηση και Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στη Γερμανία.....</i>	68
3.2.1.2	<i>Γαλλία.....</i>	72
3.2.1.2.1	<i>Παράγοντες που Επηρεάζουν τη Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στη Γαλλία</i>	73
3.2.1.2.2	<i>Οργανισμοί για Προώθηση και Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στη Γαλλία.....</i>	75
3.2.1.3	<i>Ιταλία.....</i>	76
3.2.1.3.1	<i>Παράγοντες που Επηρεάζουν τη Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στη Ιταλία</i>	77
3.2.1.3.2	<i>Οργανισμοί για Προώθηση και Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στην Ιταλία.....</i>	80
3.2.1.4	<i>Ιρλανδία.....</i>	82
3.2.1.5.1	<i>Παράγοντες που Επηρεάζουν τη Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ιρλανδία</i>	84
3.2.1.5.2	<i>Οργανισμοί για Προώθηση και Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στην Ιρλανδία.....</i>	85

3.2.1.5	Σουηδία.....	86
3.2.1.6.1	Παράγοντες που Επηρεάζουν τη Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στη Σουηδία	87
3.2.1.6.2	Οργανισμοί για Προώθηση και Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στη Σουηδία	89
3.2.1.6	Ηνωμένο Βασίλειο.....	90
3.2.1.7.1	Παράγοντες που Επηρεάζουν τη Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στο Ηνωμένο Βασίλειο	92
3.2.1.7.2	Οργανισμοί για Προώθηση και Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στο Ηνωμένο Βασίλειο.....	93
3.2.1.7	Ολλανδία.....	95
3.2.1.8.1	Παράγοντες που Επηρεάζουν τη Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ολλανδία	98
3.2.1.8.2	Οργανισμοί για Προώθηση και Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στην Ολλανδία	99
3.2.1.8	Ισπανία	100
3.2.1.8.1	Παράγοντες που Επηρεάζουν τη Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ισπανία	102
3.2.1.8.2	Οργανισμοί για Προώθηση και Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στην Ισπανία	103
3.2.1	Μελλοντικοί Στόχοι στην Ευρώπη	105
3.2.2.1	Οικονομική Ανεξαρτησία.....	105
3.2.2.2	Εισόδημα	106
3.2.2.3	Εκπροσώπηση των Γυναικών στα Διοικητικά Συμβούλια.....	107
3.3	Συμπεράσματα	107
	Επιλεγμένη Βιβλιογραφία 3 ^ο Κεφαλαίου	109
	Κεφάλαιο 4 ^ο - Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Αμερική.....	111
4.1	Εισαγωγή	111
4.2	Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στις ΗΠΑ	111
4.3	Παράγοντες που Επηρεάζουν τη Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στις ΗΠΑ	112
4.4	Ο Αντίκτυπος των Γυναικείων Επιχειρήσεων για την Οικονομία των ΗΠΑ	114

4.5	<i>Δράσεις για την Υποστήριξη της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στην Αμερική</i>	115
4.6	<i>Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στον Καναδά.....</i>	116
4.6.1	<i>Κίνητρα για Έναρξη Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στον Καναδά.....</i>	121
4.6.2	<i>Εμπόδια Γυναικών στην Ανάλυση Επιχειρηματικής Δραστηριότητας...</i>	122
4.6.3	<i>Χαρακτηριστικά Επιχειρήσεων Γυναικών στον Καναδά</i>	122
4.7	<i>Δράσεις για την Υποστήριξη της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στον Καναδά</i>	123
4.8	<i>Συμπεράσματα</i>	125
	<i>Επιλεγμένη Βιβλιογραφία 4^ο Κεφαλαίου</i>	127
	<i>Κεφάλαιο 5ο- Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα</i>	129
5.1	<i>Εισαγωγή</i>	129
5.2	<i>Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.....</i>	129
5.3	<i>Επιχειρηματικότητα και φύλο</i>	130
5.4	<i>Κοινωνικά Χαρακτηριστικά και Επιχειρηματικότητα (Σύγκριση Ανδρών - Γυναικών).....</i>	135
5.5	<i>Δημογραφικά Χαρακτηριστικά Επιχειρηματία Αρχικών Σταδίων.....</i>	139
5.6	<i>Προβλήματα που Συνδέονται με τη Γυναικεία Επιχειρηματικότητα.....</i>	142
5.7	<i>Παράγοντες που Επηρεάζουν τη Γυναικεία Επιχειρηματικότητα.....</i>	144
5.8	<i>Οργανισμοί για Προώθηση και Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας</i>	159
5.9	<i>Συμπεράσματα</i>	162
	<i>Επιλεγμένη Βιβλιογραφία 5^ο Κεφαλαίου</i>	164
	<i>Παράρτημα I (GEM)</i>	166
	<i>Επιλεγμένη Βιβλιογραφία Παραρτήματος</i>	170
	<i>Συνολική Βιβλιογραφία</i>	171

Περιεχόμενα Πινάκων

<i>Πίνακας 1. 1: Ποσοστιαία κατανομή της επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων στις χώρες καινοτομίας κατά τομέα.....</i>	<i>14</i>
<i>Πίνακας 1. 2: Εξέλιξη βασικών δεικτών επιχειρηματικότητας.....</i>	<i>15</i>
<i>Πίνακας 2. 1: Εξέλιξη της συμμετοχής των γυναικών σε ηγετικές θέσεις.....</i>	<i>47</i>
<i>Πίνακας 2. 2: Προφίλ των Τουρκάλων επιχειρηματιών.....</i>	<i>56</i>
<i>Πίνακας 3. 1: Οργανισμοί προώθησης και ενίσχυσης γυναικείας επιχειρηματικότητας στη Γερμανία.....</i>	<i>69</i>
<i>Πίνακας 3. 2: Οργανισμοί προώθησης και ενίσχυσης γυναικείας επιχειρηματικότητας στη Γαλλία.....</i>	<i>75</i>
<i>Πίνακας 3. 3: Οργανισμοί προώθησης και ενίσχυσης γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ιταλία.....</i>	<i>80</i>
<i>Πίνακας 3. 4: Οργανισμοί προώθησης και ενίσχυσης γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ιρλανδία.....</i>	<i>85</i>
<i>Πίνακας 3. 5: Οργανισμοί προώθησης και ενίσχυσης γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Σουηδία.....</i>	<i>89</i>
<i>Πίνακας 3. 6: Οργανισμοί προώθησης και ενίσχυσης γυναικείας επιχειρηματικότητας στο Ηνωμένο Βασίλειο</i>	<i>94</i>
<i>Πίνακας 3. 7: Οργανισμοί προώθησης και ενίσχυσης γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ολλανδία.....</i>	<i>99</i>
<i>Πίνακας 3. 8: Οργανισμοί προώθησης και ενίσχυσης γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ισπανία</i>	<i>103</i>
<i>Πίνακας 4. 1: Επιλεγμένα οικονομικά μεγέθη (μέσος όρος \$)*</i>	<i>120</i>
<i>Πίνακας 4. 2: Οργανισμοί προώθησης και ενίσχυσης γυναικείας επιχειρηματικότητας στον Καναδά.....</i>	<i>123</i>
<i>Πίνακας 5. 1: Ποσοστό επιχειρηματικότητας ανάγκης στη συνολική επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά φύλο (2010)</i>	<i>134</i>
<i>Πίνακας 5. 2: Χαρακτηριστικά επιχειρηματικότητας για γυναίκες και άντρες.....</i>	<i>137</i>
<i>Πίνακας 5. 3: Ποσοστιαία διάρθρωση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ως προς το εκπαιδευτικό κλιμάκιο, Ελλάδα (2008).....</i>	<i>140</i>
<i>Πίνακας 5. 4: Οργανισμοί Προώθησης και Ενίσχυσης Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα.....</i>	<i>159</i>

Περιεχόμενα Διαγραμμάτων

<i>Διάγραμμα 1. 1: Ποσοστιαία μεταβολή ήδη εγκατεστημένων επιχειρήσεων και επιχειρήσεων αρχικού σταδίου.....</i>	<i>12</i>
<i>Διάγραμμα 3. 1: Γυναίκες στα διοικητικά συμβούλια και στην επίδοση της επιχείρησης.....</i>	<i>98</i>
<i>Διάγραμμα 4. 1: Επιχειρηματική Στάση του Ενήλικου Πληθυσμού (18-64 ετών) των ΗΠΑ, 2011.....</i>	<i>114</i>
<i>Διάγραμμα 4. 2: Κατανομή των Φύλων στην Ιδιοκτησία ΜΜΕ.....</i>	<i>117</i>
<i>Διάγραμμα 4. 3: ΜΜΕ που τείνουν να επεκτείνουν το μέγεθος και το πεδίο δράσης τους</i>	<i>121</i>
<i>Διάγραμμα 5. 1: Επιχειρηματικότητα ανάγκης ανά φύλο, στις χώρες που χαρακτηρίζονται από καινοτομία, 2010</i>	<i>132</i>

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

Κεφάλαιο 1^ο - Βασικές Έννοιες Επιχειρηματικότητας

1.1 Εισαγωγή

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο γίνεται μελέτη των βασικών εννοιών της επιχειρηματικότητας, οι οποίες είναι απόλυτα συνυφασμένες με τη σύγχρονη εποχή, καθώς επίσης και των χαρακτηριστικών γνωρισμάτων του επιχειρηματία. Αναλύονται, ακόμη, τα κίνητρα που υπάρχουν σχετικά με την ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας, είτε αυτά αφορούν σε προσωπικά κίνητρα είτε σε αυτά που προέρχονται από τις κυβερνήσεις. Γίνεται, επιπρόσθετα, περιγραφή των φάσεων που αποτελούν τον κύκλο ζωής της επιχειρηματικής δραστηριότητας και δίνεται έμφαση σε στοιχεία που διαφέρουν στις αναπτυγμένες και στις αναπτυσσόμενες χώρες. Τέλος, γίνεται αναφορά στη σπουδαιότητα των ποιοτικών χαρακτηριστικών των νέων επιχειρημάτων, εφόσον είναι αυτά που κάνουν την επιχείρηση να είναι βιώσιμη ακόμα και σε περιόδους ύφεσης της οικονομίας, και αναλύονται οι βασικοί δείκτες της επιχειρηματικότητας.

1.2 Η Έννοια της Επιχειρηματικότητας

Η επιχειρηματικότητα είναι μια πλατιά έννοια με διαφορετική σημασία για τον καθένα. Καλύπτει ένα ευρύ φάσμα εννοιών που περιλαμβάνει τη δημιουργικότητα, την ανάληψη κινδύνου και την εφαρμογή του τρόπου διοίκησης που αρμόζει στην κάθε περίπτωση για την επίτευξη ενός στόχου. *«Συνιστά ένα σύμπλεγμα νομικών, διοικητικών, οικονομικών, πολιτικών, κοινωνικών, ψυχολογικών και άλλων όρων και διαδικασιών, με αποτέλεσμα να προσελκύει το ενδιαφέρον επιστημόνων και επαγγελματιών από διάφορους ακαδημαϊκούς και επιχειρησιακούς κλάδους, αντίστοιχα»* (Γεωργιάδης, 2008). Η πρώτη αναφορά έχει βρεθεί ότι έγινε από τον Richard Cantillon (1734), ο οποίος θεωρούσε πως η επιχειρηματικότητα είχε να κάνει με την αυτό-απασχόληση με ένα αβέβαιο όφελος, (Γεωργιάδης, 2008: 5, Sharma & Chrisman, 2007: 84-85).

Ως επιχειρηματικότητα χαρακτηρίζεται η προσπάθεια μετατροπής της πρωτοβουλίας σε αποτέλεσμα και από αυτή τη διαδικασία να προκύψει και οικονομικό κέρδος. Αποτελεί κρίσιμο παράγοντα για τη μελλοντική οικονομική ανάπτυξη και τη δημιουργία εργασίας στο ανταγωνιστικό περιβάλλον που ζούμε. Καταλυτικό ρόλο στην εφαρμογή της έχει η δυνατότητα άσκησης ηγεσίας, η διαχείριση και η ανάπτυξη πρωτοβουλίας, η

επένδυση, η επέκταση σε νέες αγορές είτε σε νέα προϊόντα είτε σε νέες μεθόδους, καθώς και η διαχείριση της αλλαγής. Περιλαμβάνει ως βήματα την καινοτομία, την ηγεσία, τη διαχείριση και την ανάπτυξη της πρωτοβουλίας. Μέσω αυτών μπορεί να επιλεγεί η καλύτερη ευκαιρία η οποία, ουσιαστικά, θα αποτελέσει το καλύτερο εργαλείο επιβίωσης, (www.career.tuc.gr).

Ο όρος επιχειρηματικότητα προέρχεται από το ρήμα «επιχειρώ» το οποίο σημαίνει «δοκιμάζω», «αρχίζω κάποιο έργο», «καταπιάνομαι με κάποια δραστηριότητα». Ο διεθνώς επικρατών όρος (entrepreneurship) θα μπορούσε να μεταφραστεί κυριολεκτικά ως «παρεμβολή» ή ως «διοίκηση στρατευμάτων στη μάχη». Συνεπώς, η ίδια η έννοια υποδηλώνει ή εμπεριέχει συμπεριφορές και δεξιότητες, οι οποίες αφορούν στην πρωτοβουλία και την απόπειρα για την έναρξη μιας δραστηριότητας, στην ύπαρξη κάποιου στόχου και στην κινητοποίηση προς την επίτευξη του, δηλαδή για ουσιαστική και δυναμική παρέμβαση στην κοινωνική πραγματικότητα, (Γεωργιάδης, 2008: 5).

Η επιχειρηματικότητα αναφέρεται σε οικονομούντα άτομα που δείχνουν προθυμία να αναλάβουν επιχειρηματικούς κινδύνους και να ξεκινήσουν μια νέα επιχείρηση. Σε αυτό το σημείο, λοιπόν, θεωρείται σημαντικό να ορισθεί η έννοια του επιχειρηματία. Αδιαμφισβήτητα ο επιχειρηματίας αποτελεί ζωτικό παράγοντα για την επιχείρηση. Δεν είναι μόνο ο άνθρωπος ο οποίος επενδύει χρήματα προκειμένου να έχει κάποιο κέρδος. Διαδραματίζει και αναλαμβάνει πολύ περισσότερο «πολύπλοκο» ρόλο. Δεσμεύεται, συλλαμβάνει την ιδέα, τη σχεδιάζει, την παρουσιάζει και πλησιάζει κυβερνητικούς φορείς, επενδύει και συντονίζει τους διαθέσιμους πόρους, κατασκευάζει το προϊόν και το πουλά, (Γεωργιάδης 2008: 6).

Στη σύγχρονη εποχή ο όρος επιχειρηματίας χρησιμοποιείται χωρίς να διευκρινίζεται αν αναφέρεται σε ανθρώπους που έχουν στην ιδιοκτησία τους μικρές επιχειρήσεις (π.χ. μανάβικο, καθαριστήριο) ή μεγάλους ομίλους, που έχουν ιδρύσει μια επιχείρηση ή την έχουν κληρονομήσει. Γενικά, κάποια χαρακτηριστικά που προσιδιάζουν στο προφίλ του επιχειρηματία είναι η δημιουργικότητα, η περιέργεια, η φιλομάθεια, η επιμονή, η ανάγκη για επίτευξη υψηλών στόχων, η επιμονή και η δέσμευση σε ένα σκοπό, η αποτελεσματικότητα, ο αυτοέλεγχος, ο αυτοσεβασμός, η έντονη ενεργητικότητα, η συναισθηματική σταθερότητα και η ικανότητα δικτύωσης, (Κανελλόπουλος, 2000: 73-78, Blanchflower, Oswald, 1990).

Μια σχετική στατιστική ανάλυση που πραγματοποιήθηκε από τους Achim Ioan & Popescu (1990), εξετάζοντας μια ετερογενή ομάδα επιχειρηματιών στην Αγγλία έδειξε κάποιες ομάδες ατόμων που είναι πιο πιθανό να είναι αυτοαπασχολούμενοι. Σε αυτές τις ομάδες ανήκουν άτομα τα οποία είναι άνδρες με παιδιά και έχουν αυτοαπασχολούμενες συζύγους, έχουν πατέρα ο οποίος ήταν διευθυντής μιας επιχείρησης που απασχολούσε λιγότερο από 25 άτομα ή ήταν αγρότης, είχαν- ως μαθητές- δουλειά το Σαββατοκύριακο και τις καθημερινές, δεν είχαν ενταχθεί σε συνδικαλιστική οργάνωση, δεν ασχολούνταν με τζόγο, ήταν υπέρ θέσεων εργασίας με καλές αποδοχές, ήταν ως παιδιά εχθρικά προς τους άλλους, αλλά δεν είχαν ανησυχία για τη μη αποδοχή τους και είχαν πολλές θέσεις εργασίας μετά την αποχώρηση από το σχολείο. Υπάρχουν επίσης κάποιες ενδείξεις ότι τα άτομα που ζουν σε περιοχές με χαμηλό δείκτη ανεργίας, είναι πιο πιθανό να είναι αυτοαπασχολούμενοι, (Achim & Popescu, 2008: 25-29).

Κατά συνέπεια, πραγματικοί επιχειρηματίες είναι τα άτομα εκείνα που αρχίζουν ουσιαστικά από το μηδέν και αναπτύσσουν μια ολόκληρη επιχείρηση. Παράλληλα, έχουν την ικανότητα να αντιλαμβάνονται επιχειρηματικές ευκαιρίες και να τις αξιοποιούν με τον πλέον αποδοτικό τρόπο, ώστε να πετύχουν το μέγιστο κέρδος. Οι επιχειρηματίες είναι άτομα τα οποία βοηθούν αποτελεσματικά στην ανάπτυξη της οικονομίας μέσα από τη δημιουργία καινούριων θέσεων εργασίας, καινούριων πηγών πλούτου αλλά και την ανάπτυξη του τρόπου ικανοποίησης των αναγκών του κοινωνικού συνόλου. Κίνητρο αυτών των ανθρώπων δεν είναι απλά το κέρδος, αλλά είναι η επιθυμία που τους διακατέχει να ιδρύσουν μια δική τους δυναστεία, η θέληση να κερδίσουν στη μάχη του ανταγωνισμού καθώς και η χαρά της δημιουργίας, (Apergis & Pekka-Economou, 2010: 2, 5, Sharma & Chrisman, 2007: 84-85).

Πιο απλά, ο επιχειρηματίας θα πρέπει να συνδυάζει με τέτοιο τρόπο τους τρεις παραγωγικούς συντελεστές ώστε να αποκομίσει όφελος – κέρδος. Η καινοτομία αποτελεί βασικό παράγοντα που συντελεί στη δημιουργία κέρδους. Ανάλογα με τη σκοπιά από την οποία εξετάζεται η καινοτομία ως φαινόμενο της οικονομικής ζωής υπάρχει και διαφορετική ερμηνεία. Ενδεικτικά ακολουθούν οι εξής ορισμοί:

- *«Καινοτομία είναι η διαδικασία αξιοποίησης νέας γνώσης ή τεχνολογίας με την οποία δημιουργείται μεγαλύτερη αξία σε προϊόντα ή υπηρεσίες για τους πελάτες μιας επιχείρησης. Όσο μεγαλύτερος είναι ο ρυθμός εισαγωγής νέων επιτυχημένων καινοτομιών σε μια οικονομία τόσο πιο γρήγορα βελτιώνεται το βιοτικό επίπεδο*

μέσα από ταχύτερη οικονομική ανάπτυξη και αύξηση του αριθμού των θέσεων εργασίας.»

- *«Καινοτομία είναι η υλοποίηση μιας σημαντικής νέας ιδέας που βελτιώνει την προσφερόμενη αξία σε προϊόντα, υπηρεσίες ή διαδικασίες μιας επιχείρησης», (Δερβιτσιώτης, Λαγοδήμος, 2007: 256).*

Η καινοτομία αποτελεί την μελλοντικά άμεσα υλοποιούμενη νέα και πρωτοποριακή ιδέα με απτά αποτελέσματα. Συνδέεται με την έρευνα και την ανάπτυξη, ειδικά στο χώρο των επιχειρήσεων, με τα αντίστοιχα τμήματα Έρευνας και Ανάπτυξης (Research and Development, (R&D)). Στην Ευρωπαϊκή Ένωση, η καινοτομία είναι επιτεύξιμος στόχος μέσω ευρωπαϊκών προγραμμάτων συνεργασίας μεταξύ διακρατικών εταιρών. Η καινοτομία στην Ε.Ε. μετράται με το Innovation Scorecard, το οποίο ξεκίνησε ως θεσμός το 2006, καθώς και με δείκτες, οι οποίοι συσταδοποιούνται σε κατηγορίες, (www.career.tuc.gr).

Όπως ειπώθηκε και προηγουμένως, η επιχειρηματικότητα βοηθά στην οικονομική ανάπτυξη της κοινωνίας. Για το λόγο αυτό γίνονται προσπάθειες προκειμένου να προωθηθεί εφόσον συμβάλλει στην ανάπτυξη θέσεων εργασίας, είναι βασική για την ανταγωνιστικότητα, απελευθερώνει προσωπικές δυνατότητες και τέλος οι επιχειρηματίες μπορούν να επηρεάσουν όχι μόνο την οικονομική κατάσταση των αγορών, αλλά και τη δομή της κοινωνίας με την εφαρμογή στρατηγικών που αφορούν στην εταιρική και κοινωνική υπευθυνότητα (π.χ. παροχή υγειονομικών υπηρεσιών), (Καρβούνης, 2006: 30-33).

Είναι, λοιπόν, φυσικό επακόλουθο για τις χώρες που δίνουν έμφαση στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας να έχουν συγκριτικό πλεονέκτημα απέναντι στις υπόλοιπες. Τα πλεονεκτήματα αυτά είναι τα εξής:

- Ενδυνάμωση της αυτοπεποίθησης και του αισθήματος ατομικής πρωτοβουλίας και ευθύνης
- Ευελιξία και ταχύτητα στη λήψη αποφάσεων
- Ανάπτυξη προσωπικών σχέσεων και γνωριμία με πελάτες
- Γρήγορη προσαρμογή στις μεταβαλλόμενες συνθήκες
- Αξιοποίηση ταλέντων
- Εκμετάλλευση τοπικών πόρων

- Επιδόσεις στις καινοτομίες
- Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, (Κανελλόπουλος, 2000: 26).

Βασικό προαπαιτούμενο για να δημιουργηθούν μέσω της επιχειρηματικότητας τα προαναφερθέντα πλεονεκτήματα είναι ο επιχειρηματίας να διαθέτει τα εξής χαρακτηριστικά:

- Δέσμευση (αίσθηση υποχρέωσης) και αποφασιστικότητα
- Επιθυμία για εκμετάλλευση της ευκαιρίας
- Αντίληψη του επιχειρηματικού κινδύνου, της αβεβαιότητας και των αμφίβολων καταστάσεων
- Αυτοπεποίθηση
- Δημιουργικότητα και ευελιξία
- Επιθυμία για άμεση ανάδραση
- Υψηλό επίπεδο ενεργητικότητας
- Προσανατολισμός προς το μέλλον
- Ηγετικές ικανότητες, (Καρβούνης, 2006: 35).

Οι επιχειρηματίες που έχουν τα παραπάνω χαρακτηριστικά και μπορούν να τα αξιοποιήσουν με σωστούς και αποδοτικούς συνδυασμούς, είναι σε θέση να ιδρύσουν και να διευθύνουν την επιχείρηση με κατάλληλο τρόπο ώστε να οδηγηθεί τόσο ο ίδιος όσο και η κοινωνία στην επίτευξη κέρδους, (Κανελλόπουλος., 2000: 32-33).

1.3 Κίνητρα για την Ανάλυση Επιχειρηματικής Δραστηριότητας

Η δημιουργία νέων επιχειρήσεων είναι κρίσιμη για την ανάπτυξη μιας χώρας. Τα κίνητρα για την έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας μπορούν να ταξινομηθούν σε πολλές κατηγορίες. Μια πρώτη διάκριση που μπορεί να γίνει είναι σε κίνητρα που προέρχονται από τις ανάγκες του ατόμου (necessity motives) και σε εκείνα που προέρχονται από ευκαιρίες που του δίνονται να συνεισφέρει σε βελτιώσεις (improvement- driven opportunity motives). Οι επιχειρηματίες της πρώτης κατηγορίας είναι εκείνοι που ξεκίνησαν μια τέτοιου είδους δράση επειδή δεν είχαν κάποια καλύτερη επιλογή στον τομέα της εργασίας. Αξίζει να σημειωθεί πως τα κίνητρα σε αυτή την περίπτωση είναι απόλυτα συνυφασμένα με τις οικονομικές συνθήκες που επικρατούν. Αυτό σημαίνει πως όσο πιο χαμηλά είναι τα επίπεδα ανάπτυξης της οικονομίας σε μια

χώρα, τόσο περισσότερα άτομα προσπαθούν να ξεκινήσουν επιχειρηματική δραστηριότητα, λόγω έλλειψης θέσεων εργασίας. Με την ανάπτυξη της οικονομίας, αυξάνουν και οι θέσεις εργασίας και έτσι δεν αναγκάζονται οι άνθρωποι να ξεκινήσουν μια δική τους επιχείρηση προκειμένου να έχουν δουλειά. Τα κίνητρα της δεύτερης κατηγορίας δεν εξαρτώνται, όσο της πρώτης, από τις οικονομικές συνθήκες. Αυτό συμβαίνει επειδή τα άτομα αυτής της κατηγορίας επιδιώκουν να αξιοποιήσουν μια ευκαιρία με απώτερο σκοπό την αύξηση των εσόδων τους ή και την οικονομική τους ανεξαρτησία. Έτσι λοιπόν, σε αυτή την κατηγορία, η ανάγκη της ανεξαρτησίας ή και η ανάγκη για επίτευγμα, καθώς και η ανάγκη να εξελιχθεί το άτομο είναι κίνητρα που το ωθούν να ιδρύσει τη δική του επιχείρηση. Δεν πρέπει όμως να αγνοούνται και τα κίνητρα που αναγκάζουν το άτομο να ιδρύσει μια επιχείρηση, (GEM 2011: 24-25, Dubini, 1998: 11-26, Ηλιάκης Στ., 2011: 25-27).

Πέρα όμως από τα προσωπικά κίνητρα υπάρχουν και αυτά που παρέχονται σε τοπικό και εθνικό επίπεδο. Η χρηματοδότηση που παρέχουν διάφορες κυβερνήσεις με τις διάφορες μορφές που μπορεί να πάρει, ανάλογα με τον τρόπο χρηματοδότησης που εφαρμόζεται κάθε φορά, αποτελεί ουσιαστικό κίνητρο για την έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Οι πλέον συνηθισμένοι τρόποι χρηματοδότησης των επιχειρήσεων είναι οι εξής:

➤ Τραπεζικός δανεισμός

Οι τράπεζες προσφέρουν στις επιχειρήσεις τις εξής δύο κατηγορίες δανείων: είτε κεφάλαιο κίνησης είτε μακροπρόθεσμα. Τα δύο χαρακτηριστικά που έχει αυτή η κατηγορία δανεισμού είναι πρώτα από όλα ότι ο δανεισμός παρέχεται μόνο σε όσους έχουν στην κατοχή τους κάποιο περιουσιακό στοιχείο και δεύτερον ότι το επιτόκιο του δανεισμού είναι ανάλογο της πιστοληπτικής ικανότητας του δανειοδοτούμενου.

➤ Χρηματοδοτική μίσθωση (leasing)

Νομική σύμβαση που συνήθως αποτελείται από δύο μέρη. Σε αυτή ο ιδιοκτήτης ενός περιουσιακού στοιχείου (συνήθως κινητού εξοπλισμού ή επαγγελματικής στέγης) παραχωρεί σε κάποιον αποκλειστικό δικαίωμα χρήσης αυτού του περιουσιακού στοιχείου για καθορισμένη περίοδο. Με το πέρας της περιόδου αυτής, ο μισθωτής μπορεί να ανανεώσει τη μίσθωση.

Μάλιστα, έχει τη δυνατότητα «το μίσθωμα να είναι χαμηλότερο από το ισχύον ή να εξαγοράσει το μισθωμένο περιουσιακό στοιχείο σε προκαθορισμένη συμβολική τιμή» (Γεωργιάδης, 2008: 16).

Οι κατηγορίες μισθώσεων που συναντώνται συχνότερα είναι οι εξής: λειτουργική, χρηματοδοτική, πώληση και επαναμίσθωση, συμμετοχική ή μοχλευμένη και χρηματοδοτική μίσθωση με υπομίσθωση.

➤ **Κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (venture capitals)**

Προσφέρει πλεονεκτήματα κυρίως σε νέες επιχειρήσεις διότι δημιουργεί μια ισχυρή κεφαλαιακή βάση για τη μελλοντική ανάπτυξη της επιχείρησης. Επίσης, εταιρείες με επιχειρηματικά κεφάλαια έχουν διευρυμένα δίκτυα επαφών σε διάφορους κλάδους, κάτι που τους δίνει τη δυνατότητα να προσελκύσουν πελάτες, να προσλάβουν στελέχη καθώς και να αναζητήσουν στρατηγικούς συμμάχους και επενδυτές.

➤ **Θερμοκοιτίδες (incubators)**

Εργαλείο σχεδιασμένο για να επιταχύνει την ανάπτυξη και επιτυχία νεοϊδρυθεισών επιχειρήσεων. Παρέχει στους επιχειρηματίες πρόσβαση σε πόρους (χρηματοδότηση) και υποστηρικτικές υπηρεσίες (χώρους και εξοπλισμό, υπηρεσίες γραμματειακής υποστήριξης, συμβουλευτικές υπηρεσίες κλπ). Ο Incubator με τη σειρά του παίρνει, συνήθως, ένα ποσοστό από το μετοχικό κεφάλαιο.

➤ **Επιχειρηματικοί άγγελοι (business angels)**

Ουσιαστικά είναι χαρακτηρισμός για ιδιώτες επενδυτές οι οποίοι επενδύουν σε νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις. Για την ακρίβεια, τοποθετούν κεφάλαια με αντάλλαγμα τη συμμετοχή τους στο μετοχικό κεφάλαιο της επιχείρησης. Μετά από ένα με δύο χρόνια, που η επιχείρηση έχει καταφέρει να αναπτυχθεί αρκετά, οι επιχειρηματικοί άγγελοι πωλούν το μερίδιό τους (εξαργύρωση της συμμετοχής τους) σε άλλον επενδυτή και αποχωρούν.

Ο συγκεκριμένος τρόπος χρηματοδότησης είναι ιδιαίτερα διαδεδομένος στην Ελλάδα.

➤ Τεχνοβλαστοί (spin-offs)

Νέες επιχειρήσεις που εκμεταλλεύονται τη γνώση που παράγεται σε ερευνητικά εργαστήρια (αξιοποίηση αποτελεσμάτων), στοχεύουν στην επέκταση συνεργασιών με επιχειρηματικούς και ερευνητικούς οργανισμούς ή στην εντατικοποίηση της έρευνας με τη συνδρομή ιδιωτικών κεφαλαίων και χρηματοδοτικών οργανισμών.

➤ Δίκτυα ή συσπειρώσεις επιχειρήσεων (clusters)

Γεωγραφικές, ή μη, συγκεντρώσεις επιχειρήσεων και άλλων οργανισμών από συγκεκριμένους κλάδους. Περιλαμβάνουν δεσμούς με προμηθευτές, δίκτυα διανομής και πελάτες, κατασκευαστές συμπληρωματικών προϊόντων και κυβερνητικούς και άλλους οργανισμούς(π.χ. πανεπιστήμια, εμπορικές ενώσεις κ.ο.κ.). Οι δεσμοί αυτοί θεωρούνται ως πλεονέκτημα από τις επιχειρήσεις διότι τους δίνει τη δυνατότητα να πετύχουν φθηνότερες δοσοληψίες, γρήγορη επίλυση προβλημάτων, καθώς και ταχύτερη ενημέρωση για καινοτομικές τεχνολογίες και πρακτικές, (Γεωργιάδης, 2008: 15-19).

Το 2008 (IOBE) είχε παρατηρηθεί άνοδος της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων, ενώ το 2009 το αντίστοιχο ποσοστό διατηρήθηκε σε υψηλά επίπεδα. Με τον όρο «επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων» εννοούνται δύο κατηγορίες ατόμων. Στην πρώτη κατηγορία ανήκουν οι επίδοξοι επιχειρηματίες οι οποίοι έχουν κάνει κάποιες πρώτες ενέργειες για την έναρξη της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας. Η δεύτερη κατηγορία ατόμων είναι οι νέοι επιχειρηματίες οι οποίοι έχουν ξεκινήσει μια νέα επιχείρηση η οποία λειτουργεί το πολύ 3,5 χρόνια. Στην Ελλάδα το 2008, οι επίδοξοι επιχειρηματίες, που δήλωναν ως κύριο κίνητρο της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας την ανάγκη, ανέρχονταν στο 35%, ενώ την προηγούμενη χρονιά ήταν μόλις στο 13%. Αυτή η αύξηση δείχνει ότι υπάρχουν απώλειες στην ποιοτική διάσταση της επιχειρηματικότητας, δηλαδή δεν υπάρχει επικαιροποίηση της γνώσης στο κομμάτι της επιχειρηματικότητας, κατάλληλη συνεργασία με αρμόδιους φορείς για την ανάπτυξη δράσεων-εκδηλώσεων σε θέματα επιχειρηματικότητας, εξ' αποστάσεως κατάρτιση μέσω κατάλληλα διαμορφωμένης ηλεκτρονικής πλατφόρμας κλπ. Επιπλέον, η αύξηση αυτή του αριθμού των νέων/επίδοξων επιχειρηματιών που δηλώνουν πως ως βασικό

τους κίνητρο έχουν την ανάγκη, αποδίδεται σε μεγάλο βαθμό στην οικονομική κρίση που ήταν τότε στα πρώτα της στάδια, (IOBE, 2008, 48-49).

Η τόνωση του προσωπικού εισοδήματος συνεχίζει να αποτελεί την κινητήριο δύναμη των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων για το 25% του συνόλου, ενώ η επίτευξη μεγαλύτερης ανεξαρτησίας δηλώνεται από το 14.5%. Το στοιχείο αυτό διαφοροποιεί τους Έλληνες επιχειρηματίες από τους υπόλοιπους Ευρωπαίους, οι οποίοι προβάλλουν κατά κύριο λόγο την εργασιακή ανεξαρτησία ως βασικό τους κίνητρο με ποσοστό που αγγίζει το 25.2%, (IOBE, 2008, 48-49).

1.4 Κύκλος ζωής της Επιχειρηματικότητας

Ο κύκλος ζωής της επιχειρηματικότητας αποτελείται από τέσσερις φάσεις. Καθεμία από αυτές έχει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και επηρεάζεται από κάποιους παράγοντες οι οποίοι πολλές φορές μπορεί να διαφέρουν ανάμεσα στις αναπτυγμένες και στις αναπτυσσόμενες χώρες, (Minniti, Naude, 2010: 277-293).

Πρώτη φάση είναι η *φάση της σύλληψης της ιδέας και της κήσης*. Είναι το διάστημα εκείνο κατά το οποίο οι υποψήφιοι επιχειρηματίες αναζητούν επιχειρηματικές ευκαιρίες. Απαραίτητο σε αυτή τη φάση είναι να υπάρχει επαγρύπνηση από τους επιχειρηματίες έτσι ώστε να αντιληφθούν την ευκαιρία και να δράσουν ακόμα και κάτω από συνθήκες αβεβαιότητας. Στις αναπτυσσόμενες χώρες, όμως, ακόμα και αν υπάρχει ετοιμότητα, υπάρχουν ανασταλτικοί παράγοντες που επηρεάζουν σε πολύ μεγάλο βαθμό την ικανότητα δράσης κάτω από την αβεβαιότητα και τον κίνδυνο που χαρακτηρίζει μια επιχείρηση σε αυτή τη φάση. Παραδείγματος χάρη, είναι μη αποδεκτό να μπαίνουν στη διαδικασία εκμετάλλευσης μιας ευκαιρίας με αβέβαιο αποτέλεσμα νοικοκυριά τα οποία βρίσκονται σε επίπεδο στοιχειώδους συντήρησης, (Minniti, Naude, 2010: 280-281).

Δεύτερη φάση είναι η *φάση έναρξης ή νηπιακή ηλικία*. «*Η οικονομική θεωρία έχει προσεγγίσει την απόφαση ενός ατόμου να ξεκινήσει μια επιχείρηση ως μια επαγγελματική επιλογή ανάμεσα στην αυτοαπασχόληση και την απασχόλησή του ως μισθωτός*» (Evans και Jonanovic, 1989). Ουσιαστικά οι παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή του κάθε ατόμου για την έναρξη επιχειρησιακής δραστηριότητας, δε διαφέρουν ανάμεσα στις αναπτυγμένες και στις αναπτυσσόμενες χώρες. Γενικά, ένα άτομο θα καταφέρει να γίνει επιχειρηματίας αν το άθροισμα του μισθού του και των πρόσθετων ωφελειών που έχει

ως μισθωτός είναι μικρότερο από τα κέρδη που προέρχονται από την αυτοαπασχόλησή του. Έτσι λοιπόν, στη φάση έναρξης ή νηπιακής ηλικίας οι παράγοντες που πρέπει να εξετασθούν περιλαμβάνουν την επιχειρηματική ικανότητα του καθενός εμπλεκόμενου (Astebro και Bernhardt, 2005), τις σχετικές αποδόσεις της επιχειρηματικότητας (Murphy et al, 1991), τους περιορισμούς του κεφαλαίου (Banerjee και Newman, 1993), το κόστος εισόδου (Djankov et al, 2002) και τους παράγοντες που επηρεάζουν το κόστος ευκαιρίας του να γίνει κανείς αυτοαπασχολούμενος, όπως η κοινωνική ασφάλιση (Fonseca et al, 2007), (Minniti, Naude, 2010: 281-282).

Αξίζει να σημειωθεί ότι στις αναπτυσσόμενες χώρες η επιχειρηματική ικανότητα, η οποία μετριέται με βάση το μορφωτικό επίπεδο και την εμπειρία, αποτελεί έναν από τους πιο σημαντικούς παράγοντες στην απόφαση του ατόμου να ξεκινήσει επιχειρηματική δραστηριότητα. Ενώ το μορφωτικό επίπεδο και η εμπειρία είναι ουσιαστικά εξίσου σημαντικές, στις αναπτυσσόμενες χώρες η δεύτερη σε συνδυασμό με την ηλικία και το υπόβαθρο (Nafziger και Terrell, 1996) μπορεί να αντισταθμίσει την πρώτη. Επίσης, και στις αναπτυγμένες καθώς και στις αναπτυσσόμενες χώρες, το κόστος έναρξης αποτελεί σημαντικό περιορισμό στο ξεκίνημα μιας επιχείρησης, όπως επίσης και διάφορα εμπόδια εισόδου. Αυτό που μπορεί να διαφέρει ανάμεσα στις αναπτυγμένες και στις αναπτυσσόμενες χώρες στο ξεκίνημα μιας επιχείρησης είναι ο βαθμός στον οποίο οι επιχειρηματίες στηρίζονται στα κοινωνικά δίκτυα τα οποία μπορεί να έχουν είτε υποστηρικτικό είτε ανασταλτικό ρόλο. Χώρες στις οποίες το θεσμικό περιβάλλον είναι αδύναμο, τα κοινωνικά δίκτυα βοηθούν στο να ξεπεραστούν τυχόν εμπόδια που εμφανίζονται στην έναρξη της δραστηριότητας μιας επιχείρησης, (Minniti, Naude, 2010: 282).

Τρίτη στη σειρά είναι η *φάση της ανάπτυξης*. Για να περάσει μια επιχείρηση σε αυτό το στάδιο σημαίνει ότι έχει καταφέρει να επιβιώσει στα προηγούμενα στάδια και κυρίως στο νηπιακό που είναι και επικίνδυνο. Έχοντας, λοιπόν, γίνει μια εγκατεστημένη πλέον επιχείρηση, «*μπορεί να πετύχει ή να μην πετύχει αύξηση των πωλήσεών της ή του αριθμού των υπαλλήλων της ή και τα δύο*». Γενικά, έχει παρατηρηθεί ότι οι περισσότερες επιχειρήσεις που ξεκινούν τη δραστηριότητά τους στις αναπτυσσόμενες χώρες είναι μικρομεσαίες και απασχολούν λιγότερους από πέντε εργαζόμενους. Επίσης, είναι γνωστό ότι οι περισσότερες επιχειρήσεις δεν εξελίσσονται καθόλου και υπάρχει η τάση οι μικρότερες επιχειρήσεις να αναπτύσσονται ταχύτερα. Ένα συγκεκριμένο παράδειγμα

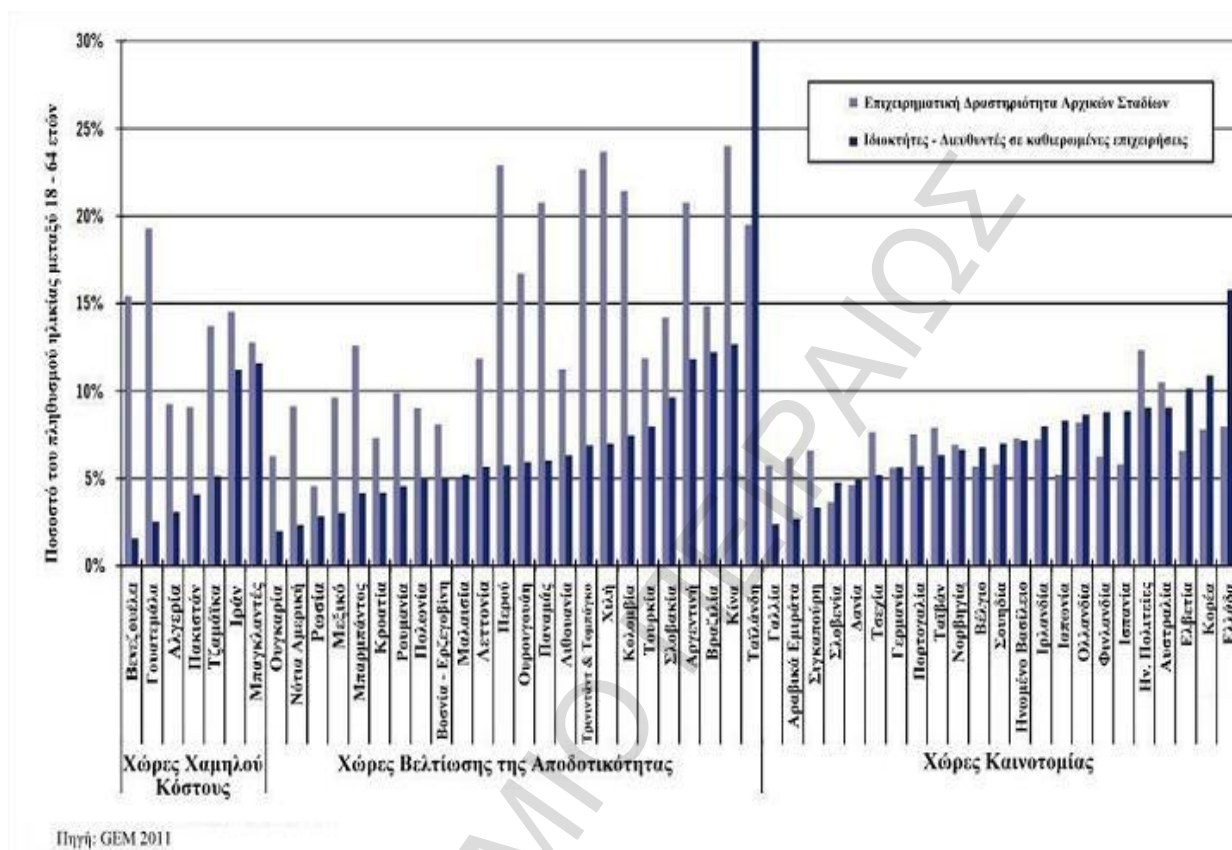
που επαληθεύει τα προαναφερθέντα είναι ότι στην Αφρική και στην Λατινική Αμερική, λιγότερο από 3% των μικρομεσαίων επιχειρήσεων έχουν επεκταθεί με τέσσερις ή περισσότερους εργαζομένους. Τέλος, άτυπες επιχειρήσεις τείνουν να αυξάνονται με ακόμη πιο αργούς ρυθμούς, πιθανώς αντανακλώντας την πιο περιορισμένη πρόσβασή τους στην αγορά (Nichter και Goldmark, 2009), (Minniti, Naude, 2010: 282-283).

Τέλος, ενδιαφέρον παρουσιάζει η ανάλυση θεμάτων που σχετίζονται με την *έξοδο της επιχείρησης* από τη δραστηριότητά της. Ο ρυθμός εξόδου νέων επιχειρήσεων είναι υψηλός σε όλες τις χώρες. Για την ακρίβεια έχει διαπιστωθεί ότι το 50% των επιχειρήσεων εξέρχονται από την αγορά σε διάστημα μόλις 18-24 μηνών (Cressy, 2006). Γενικά, σε ότι αφορά στην έξοδο των επιχειρήσεων έχουν παρατηρηθεί τα εξής:

- ✓ Στις αναπτυσσόμενες χώρες, επιχειρήσεις σε αγροτικές περιοχές είναι πιθανότερο να αποτύχουν απ' ό,τι επιχειρήσεις σε αστικές περιοχές (Liedholm, 2002).
- ✓ Μέχρι και το 80% των εξόδων των επιχειρήσεων μπορεί να είναι «εθελοντικές» (Taylor, 1999). Η περίπτωση της εθελοντικής εξόδου παρατηρείται συχνότερα από γυναίκες επιχειρηματίες παρά από άντρες, (Minniti, Naude, 2010: 283-284).

Στο παρακάτω Διάγραμμα 1.1 εμφανίζονται τα ποσοστά των εγκατεστημένων επιχειρήσεων και αυτών που βρίσκονται στο αρχικό στάδιο της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας ως προς την οικονομική τους ανάπτυξη. Οι οικονομίες ταξινομούνται με βάση το ποσοστό των εγκατεστημένων επιχειρήσεων σε κάθε ομάδα. Φαίνεται χαρακτηριστικά το χαμηλό ποσοστό των εγκατεστημένων επιχειρήσεων σε σύγκριση με τη συνολική επιχειρησιακή δραστηριότητα αρχικού σταδίου. Μάλιστα, το Μπαγκλαντές αποτελεί την μόνη οικονομία όπου οι εγκατεστημένες επιχειρήσεις φτάνουν το ποσοστό εκείνων που έχουν συνολική επιχειρησιακή δραστηριότητα αρχικού σταδίου.

Διάγραμμα 1. 1: Ποσοστιαία μεταβολή ήδη εγκατεστημένων επιχειρήσεων και επιχειρήσεων αρχικού σταδίου



1.5 Κλαδική Διάσταση της Επιχειρηματικότητας

Η επιχειρηματικότητα να μεν βοηθά στην οικονομική ανάπτυξη, αλλά είναι προτιμότερο να ενισχύεται η επιχειρηματικότητα εκείνη η οποία μπορεί να είναι βιώσιμη σε φάσεις «πιστωτικής στενότητας και ύφεσης». Για παράδειγμα, κατά τη τρέχουσα περίοδο, όπου η οικονομική κατάσταση είναι άσχημη για πολλές χώρες, υπάρχει άμεση ανάγκη για ανάπτυξη τέτοιου είδους επιχειρηματικότητας. Επομένως, δεν πρέπει να εστιάζουμε μόνο στην ποσοτική αύξηση της επιχειρηματικότητας. Είναι προτιμότερο να ενισχύονται εκείνες οι επιχειρήσεις οι οποίες «είναι καινοτόμες, επενδύουν στη γνώση, μπορούν να είναι διεθνώς ανταγωνιστικές, να συνεισφέρουν δραστικά στην απασχόληση δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας και να υπηρετούν τις ανάγκες μιας οικονομίας με σκοπό τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητάς τους», (Ιωαννίδης, Τσακανίκας, Χατζηχρήστου, 2010: 29-30).

Η επιχειρηματική δραστηριότητα χωρίζεται σε τέσσερις κατηγορίες. Έχουμε, λοιπόν, επιχειρηματική δραστηριότητα στον πρωτογενή τομέα, προϊόντα και υπηρεσίες

που παρέχονται στον καταναλωτή, επιχειρήσεις που παρέχουν υπηρεσίες σε άλλες επιχειρήσεις και επιχειρήσεις που ασχολούνται με τη βιομηχανική δραστηριότητα. Τα αποτελέσματα των ερευνών του 2009 έδειξαν ότι το υψηλότερο μερίδιο των νέων επιχειρημάτων, και στην Ευρώπη αλλά και στη χώρα μας, αφορούν σε προϊόντα και υπηρεσίες με τελικό αποδέκτη τον καταναλωτή. Δεύτερη στην κατάταξη, στη χώρα μας, έρχεται η κατηγορία των επιχειρήσεων που έχουν βιομηχανική δραστηριότητα, γεγονός ενθαρρυντικό εφόσον δείχνει ότι η νέα επιχειρηματικότητα διευρύνεται και σε *«άλλους κρίκους της αλυσίδας αξίας και όχι μόνο στο τελικό προϊόν, όπως παρατηρείται τα τελευταία χρόνια»*. Τρίτες στην κατάταξη έρχονται οι επιχειρήσεις που παρέχουν υπηρεσίες σε άλλες επιχειρήσεις, με ποσοστό στάσιμο. Αυτή η στασιμότητα δεν είναι θετική διότι σε διεθνές επίπεδο τέτοιου είδους επιχειρήσεις θεωρείται ότι μπορούν να *«επηρεάσουν θετικά την προστιθέμενη αξία και την καινοτομικότητα μιας σύγχρονης οικονομίας»*. Τέλος, τέταρτες στην κατάταξη είναι οι επιχειρήσεις που επικεντρώνονται στον πρωτογενή τομέα, (Ιωαννίδης Σ., Τσακανίκας Α., Χατζηχρήστου Σ., 2010: 30-31).

Συγκρίνοντας τα ποσοστά, για την Ελλάδα, του 2009 με αυτά του 2010, όπως αυτά αποτυπώνονται παρατηρείται πως οι επιχειρήσεις που παρέχουν υπηρεσίες σε άλλες επιχειρήσεις έρχονται δεύτερες στην κατάταξη, σημειώνοντας αύξηση 12,9% (15,2% το 2009 και 28,1% το 2010). Τελευταίες παραμένουν στην κατάταξη οι επιχειρήσεις που ασχολούνται με τον πρωτογενή τομέα, (Ιωαννίδης Σ., Χατζηχρήστου Σ., 2012: 33).

Πίνακας 1. 1: Ποσοστιαία κατανομή της επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων στις χώρες καινοτομίας κατά τομέα

Χώρα	Πρωτογενής τομέας	Βιομηχανική δραστηριότητα	Υπηρεσίες προς επιχειρήσεις	Προϊόντα / υπηρεσίες προς καταναλωτές
ΗΠΑ	5,0	24,3	28,7	42,0
Ελλάδα	1,8	36,5	15,2	46,5
Ολλανδία	20,3	0,0	26,0	53,7
Βέλγιο	5,5	20,6	38,9	35,0
Γαλλία	6,1	13,2	33,3	47,4
Ισπανία	5,1	26,0	13,4	55,5
Ιταλία	3,1	29,7	16,5	50,7
Ελβετία	3,9	18,0	37,0	41,1
Ην. Βασίλειο	3,6	19,4	33,6	43,4
Δανία	11,9	12,8	42,0	33,3
Νορβηγία	8,3	19,9	27,7	44,2
Γερμανία	2,7	13,6	35,8	47,9
Ιαπωνία	2,8	24,6	14,7	58,0
Κορέα	6,1	19,6	13,1	61,1
Ισλανδία	7,9	36,5	19,6	36,1
Φινλανδία	13,4	26,2	17,3	43,2
Σλοβενία	1,8	29,6	26,2	42,4
Χονγκ Κονγκ	0,0	13,8	14,5	71,6
Ην. Αρ. Εμιράτα	1,0	31,4	14,6	53,0
Ισραήλ	1,0	24,9	26,6	47,4
M.O. Ευρώπης	32,4	20,5	3,0	44,1
M.O. GEM	1,0	24,9	26,6	47,4

Πηγή: (IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM, 2009)

1.6 Βασικοί Δείκτες Επιχειρηματικότητας

Από το 2003, μέσω του ερευνητικού προγράμματος που πραγματοποιείται από το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας (Global Entrepreneurship Monitor, GEM), το Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE) έχει αναλάβει το κομμάτι της έρευνας σχετικά με την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα. Ο βασικός δείκτης της επιχειρηματικότητας επικεντρώνεται στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων και περιλαμβάνει δύο συγκεκριμένες κατηγορίες ατόμων. Η πρώτη αφορά στους «επίδοξους επιχειρηματίες», είναι τα άτομα που έχουν κάνει κάποιες πρώτες ενέργειες για την έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Η δεύτερη κατηγορία είναι οι λεγόμενοι «νέοι επιχειρηματίες» και είναι αυτοί που έχουν ήδη ξεκινήσει μια νέα επιχείρηση η οποία λειτουργεί το πολύ 3,5 χρόνια, (Ιωαννίδης, 2007: 2, Ιωαννίδης, Τσακανίκας, 2008: 1, Ιωαννίδης, Χατζηχρήστου, 2012: 19-26).

Στην Ελλάδα, το 2008, το 9,9% του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών – περίπου 670.000 άτομα- δήλωσαν ότι βρίσκονται στα αρχικά στάδια έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας (συμπεριλαμβανομένης της αυτοαπασχόλησης). Πρόκειται για το υψηλότερο ποσοστό που έχει καταγραφεί στα πλαίσια των ερευνών του GEM και μάλιστα προέρχεται μετά από «μια χρόνια πτώση». Από αυτό το ποσοστό, το 4,6% είναι νέοι επιχειρηματίες (περίπου 300.000 άτομα). Το 2009 ακολουθεί μια πτώση του ποσοστού της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων, φτάνοντας στο 8,8%- μείωση η οποία οφείλεται σημαντικά στον περιορισμό των επίδοξων επιχειρηματιών. Παρόλα αυτά, το ποσοστό αυτό βρίσκεται πάνω από το μέσο όρο που έχει σημειωθεί τα τελευταία πέντε χρόνια, (Ιωαννίδης, Τσακανίκας, Χατζηχρήστου, 2009: 9-11).

Όσον αφορά στη δεύτερη κατηγορία, δηλαδή τους «νέους επιχειρηματίες», που μελετά ο βασικός δείκτης επιχειρηματικότητας, την ίδια περίοδο, παρατηρείται αύξηση του ποσοστού της και φτάνει περίπου στο 14%. Συνολικά, λοιπόν, η συμμετοχή σε κάποιον τύπο επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα διαμορφώνεται περίπου στο 23,6% του πληθυσμού ηλικίας 18-64, όπως φαίνεται και στον παρακάτω πίνακα 1.2, (Ιωαννίδης, Χατζηχρήστου, 2012: 19-26).

**Πίνακας 1. 2: Εξέλιξη βασικών δεικτών επιχειρηματικότητας
(% πληθυσμού ηλικίας 18-64)**

	Επίδοξη επιχειρηματικ ότητα	Νέα επιχειρηματικό τητα	Επιχειρηματικό τητα αρχικών σταδίων	Καθιερωμένη επιχειρηματικό τητα	Συνολική επιχειρηματικό τητα
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
2010	2,0	3,5	5,3	14,2	18,8
Μέσος όρος	4,4	3,2	7,5	12,7	19,9

Πηγή: (IOBE, 2012, σ. 23)

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

	Πρόθεση έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητα	Αναστολή επιχειρηματικής δραστηριότητας
2006	14,1	2,7
2007	13,7	2,6
2008	16,6	2,3
2009	17,2	2,6
2010	14,4	3,3
Μέσος όρος	15,2	2,7

Πηγή: (GEM, Επεξεργασία στοιχείων IOBE 2012)

Αξιοσημείωτο είναι και το ποσοστό που καταγράφεται σχετικά με τη διακοπή της λειτουργίας μιας επιχείρησης το 2008, το οποίο φτάνει στο 2,3% του πληθυσμού 18-64, (με αντίστοιχο ποσοστό το 2007, 2,6%). Το ποσοστό αυτό δείχνει χαρακτηριστικά ότι όσο εύκολο είναι το ποσοστό επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων να είναι υψηλό, εξίσου εύκολο είναι να φτάσει σε υψηλά επίπεδα και αυτό της αναστολής της λειτουργίας των επιχειρήσεων. Μέσα στη διετία 2008-2009, βασικές αιτίες που συνετέλεσαν στο ποσοστό διακοπής της λειτουργίας των επιχειρήσεων ήταν η μειωμένη κερδοφορία («στα μισά εγχειρήματα»), η δυσκολία χρηματοδότησης (σε ποσοστό 17%), η δυνατότητα πώλησής της (σε ποσοστό 3,7%), η εύρεση άλλης απασχόλησης καθώς και η δυνατότητα αξιοποίησης μιας άλλης επιχειρηματικής ευκαιρίας (σε ποσοστό 7,5%). Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω βλέπουμε πως η οικονομική κρίση που ακολούθησε είχε αρχίσει να φαίνεται, μιας και η αιτία που έχει να κάνει με τη μειωμένη κερδοφορία είναι αυτή που έχει το μεγαλύτερο αντίκτυπο στην έξοδο μιας επιχείρησης από τη δραστηριότητά της, (Ιωαννίδης, Τσακανίκας, Χατζηχρήστου, 2009: 9-11).

Πιο συγκεκριμένα, στα ποσοστά που έχουν καταγραφεί για το 2010 είναι προτιμότερο να αναλυθούν ξεχωριστά, εφόσον δείχνουν ξεκάθαρα τις «αρχικές επιπτώσεις της δημοσιονομικής κρίσης της χώρας». Συγκριτικά, λοιπόν, με την υπόλοιπη πενταετία η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων για το 2010 ανέρχεται στο 7,5%, σημειώνοντας έτσι το χαμηλότερο ποσοστό, γεγονός που οφείλεται κυρίως στους επίδοξους επιχειρηματίες (2,0%, ενώ το 2009 ήταν 4,5%). Είναι προφανές πως η συρρίκνωση αυτή της επιχειρηματικότητας έχει να κάνει με την οικονομική κατάσταση

που επικρατούσε στη χώρα καθώς και με την αβεβαιότητα που χαρακτηρίζει το μέλλον. Ακόμα και το ποσοστό των ατόμων 18-64 που δηλώνουν πως σκέφτονται να ξεκινήσουν την επιχειρηματική τους δράση μέσα στους επόμενους 36 μήνες μειώνεται στο 14,4% το 2010 έναντι του 17,2% το 2009. Αυτό είναι άλλο ένα αποδεικτικό στοιχείο που δείχνει την κρίσιμη της οικονομικής αβεβαιότητας. Εκτός, όμως, των προαναφερθέντων, η επιρροή της κρίσης φαίνεται και στο ποσοστό που καταγράφεται σχετικά με την αναστολή της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Το 2010, το ποσοστό αυτό φτάνει στο 3,3%, δηλαδή είναι υψηλότερο των προηγούμενων ετών και παράλληλα ξεπερνά το μέσο όρο του ποσοστού που καταγράφηκε στις υπόλοιπες χώρες της καινοτομίας, (Ιωαννίδης, Χατζηαχρήστου, 2012: 23).

1.7 Συμπεράσματα

Στο παρόν κεφάλαιο, αναλύθηκε η έννοια της επιχειρηματικότητας και του επιχειρηματία, συμπεριλαμβανομένου και των γνωρισμάτων που πρέπει να τον χαρακτηρίζουν ώστε να οδηγηθεί σε κερδοφορία τόσο ο ίδιος όσο και η κοινωνία. Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στην καινοτομία και στο σπουδαίο ρόλο που διακατέχει σχετικά με την εξέλιξη του τρόπου παροχής υπηρεσιών στις ανάγκες της σύγχρονης κοινωνίας. Σημαντικά είναι, επίσης, τα σημεία που αναλύονται ως αναφορά στα κίνητρα για την ανάληψη της επιχειρηματικότητας. Τα κίνητρα αυτά δεν προέρχονται μόνο από τις κυβερνήσεις οι οποίες συνήθως δίνουν κάποιου είδους χρηματοδότηση. Είναι και εκείνα που προέρχονται από το ίδιο το άτομο και τις ανάγκες του, εκείνα που μπορεί να οφείλονται στην αδυναμία εύρεσης εργασίας ή στη μη ύπαρξη καλύτερης επιλογής εργασίας, καθώς και εκείνα που έχουν να κάνουν με επιχειρηματικές ευκαιρίες που δίνονται στους εν δυνάμει επιχειρηματίες.

Επιπλέον, γίνεται ανάλυση του κύκλου ζωής της επιχειρηματικότητας και των παραγόντων που επηρεάζουν την κάθε φάση αυτής στις αναπτυγμένες και στις αναπτυσσόμενες χώρες. Αξιοσημείωτο, στο σημείο αυτό, είναι ότι πέραν της πρώτης φάσης- φάση σύλληψης και κήσης της ιδέας- οι παράγοντες αυτοί δεν παρουσιάζουν ιδιαίτερες διαφορές ανάμεσα στις δύο αυτές κατηγορίες χωρών. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι έρευνες που δείχνουν πως δεν πρέπει να μας ενδιαφέρει μόνο η ποσότητα των νέων εγχειρημάτων αλλά και η ποιότητά τους, αφού παίζει καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη της οικονομίας της κάθε χώρας. Επομένως, βαρύτητα πρέπει να

δίνεται σε εκείνες τις επιχειρήσεις οι οποίες είναι καινοτόμες, προσφέρουν θέσεις εργασίας, μπορούν να φτάσουν στα επίπεδα του διεθνούς ανταγωνισμού και να συνεισφέρουν στην ανάπτυξη της οικονομίας της χώρας στην οποία ανήκουν.

Τέλος, μέσω βασικών δεικτών της επιχειρηματικότητας, έχουμε για την Ελλάδα ότι το 2009 η επιχειρηματική δραστηριότητα έφτανε στο 23,6% του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών, ποσοστό που σημείωσε σημαντική πτώση το 2010 γεγονός που αποδεικνύει τη δυσμενή οικονομική κατάσταση της χώρας και τη σπουδαιότητα της αβεβαιότητας για την ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

Επιλεγμένη Βιβλιογραφία 1^ο Κεφαλαίου

Achim I.M., Popescu Th., 2008, Is Entrepreneurship Teachable?, p. 25-29.

Apergis N. & Pekka-Economou V., 2010, Incentives and Female Entrepreneurial Activity: Evidence from Panel Firm Level Data, IAER, Springer, Vol. 16.2010, 4, p. 371-387.

Blanchflower D., Oswald A., 1990, What Makes a Young Entrepreneur?, Paper No. 3252.

Dubini P., 1998, The Influence of Motivations and Environment of Business Start-ups: Some Hints for Public Policies, p. 11-26.

GEM, Bosma N., Wennekers S., Amoros E. J., 2011 Extended Report: Entrepreneurs and Entrepreneurial Employees Across the Globe.

Minniti M., Naude W., 2010, What Do We Know about the Patterns and Determinants of Female Entrepreneurship across Countries?, Vol. 22, p. 277-293, European Journal of Development Research.

Sharma Pramodita & Chrisman Sankaran James, 2007, Toward a Reconciliation of the Definitional Issues in the Field of Corporate Entrepreneurship, p. 84-85.

Γεωργιάδης Π., 2008, Εγχειρίδιο Επιχειρηματικότητας για Υποψήφιους και Νέους Επιχειρηματίες, Γραφείο Ενθάρρυνσης & Υποστήριξης της Νεανικής Επιχειρηματικότητας, Αθήνα.

Γραφείο Διασύνδεσης και Σταδιοδρομίας, www.career.tuc.gr.

Δερβιτσιώτης Κ., Λαγοδήμος Α., 2007, Ανταγωνιστικότητα των Επιχειρήσεων, Β Έκδοση, Νομική Βιβλιοθήκη.

Ηλιάκης Σ., 2011, Αναβάθμιση και Επέκταση της Λειτουργίας των Θυρίδων Επιχειρηματικότητας για την Ενθάρρυνση και Στήριξη της Νεανικής Επιχειρηματικότητας, Ινστιτούτο Νεολαίας, Αθήνα.

IOBE, Ιωαννίδης Σ., 2007, Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα: 2007-2013.

ΙΟΒΕ, Ιωαννίδης Σ., Τσακανίκας Α., 2008, Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2007-2008, Ετήσια Έκθεση, Αθήνα, Νοέμβριος.

ΙΟΒΕ, Ιωαννίδης Σ., Τσακανίκας Α., Χατζηχρήστου Σ., 2009, Η Επιχειρηματικότητα στα Πρόθυρα της Κρίσης. Η Έρευνα του GEM 2008-2009, Δελτίο Τύπου, Αθήνα, Νοέμβριος.

ΙΟΒΕ, Ιωαννίδης Σ., Τσακανίκας Α., Χατζηχρήστου Σ., 2010, Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2009-2010: Αναζητώντας Διέξοδο από την Κρίση, Δελτίο Τύπου, Αθήνα, Δεκέμβριος.

ΙΟΒΕ, Ιωαννίδης Σ., Χατζηχρήστου Σ., 2012, Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2010-2011, Η «Μικρή» Επιχειρηματικότητα σε Περίοδο Κρίσης, Δελτίο Τύπου, Αθήνα, Ιανουάριος.

Κανελλόπουλος Χ., 2000, Διοίκηση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων και Επιχειρηματικότητα, Β Έκδοση.

Καρβούνης Σ., 2006, Μεθοδολογία, Τεχνικές και Θεωρία για Οικονομοτεχνικές Μελέτες, Εκδόσεις Σταμούλη.

Κεφάλαιο 2^ο- Γυναικεία Επιχειρηματικότητα σε Ανατολή και Δύση

2.1 Εισαγωγή

Στο παρόν κεφάλαιο γίνεται μια σύντομη μελέτη της θέσης της γυναίκας στα αρχαία χρόνια και πώς αυτή άλλαξε με το πέρασμα των χρόνων. Επιπλέον, εξετάζονται οι καταστάσεις που επικρατούν στις μέρες μας στην ανατολή και στη δύση και κατά πόσο μπορούν οι γυναίκες να ξεκινήσουν κάποια επιχειρηματική δράση. Προκειμένου να γίνει αυτό, μελετώνται μεμονωμένα περιπτώσεις διαφόρων χωρών και καταγράφονται τα κίνητρα και τα εμπόδια που συναντώνται ανά περίπτωση. Τέλος, εξετάζεται η κατάσταση που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες μετανάστριες στην προσπάθειά τους να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση.

2.2 Η Γυναίκα και η κοινωνική της θέση

Από την αρχαιότητα, υπάρχουν στοιχεία που επιβεβαιώνουν ότι η θέση της γυναίκας στην κοινωνία δεν ήταν ισάξια με του άνδρα. Συγκεκριμένα η Βίβλος αναφέρει ότι αξιόλογες γυναίκες, όπως ήταν η Σάρα και η Μύριαμ, οι οποίες αν και αποδείχτηκαν ηρωίδες δεν είχαν τα ίδια δικαιώματα με τους άνδρες διότι ήταν σκλάβες ή μισθωτές υπηρέτριες. Αξιοσημείωτο είναι ότι την εποχή εκείνη υπήρχαν οι λεγόμενες «*Βιβλικές ρήτρες*», οι οποίες ήταν κάτι σαν προειδοποιήσεις και ουσιαστικά προστάτευαν τις γυναίκες. Για την ακρίβεια, αυτές οι ρήτρες επικεντρώνονταν ιδιαίτερα στις χήρες, τις εγκυμονούσες και τις γυναίκες που είχαν κεντρική θέση στο νοικοκυριό για τις θρησκευτικές τελετές. Παρόλα αυτά, εκείνες συνέχιζαν να θεωρούνται υποδεέστερες των ανδρών και πολλές φορές ιδιοκτησία των συζύγων τους εφόσον δεν ήταν λίγες οι περιπτώσεις όπου οι άνδρες έδιναν χρηματικό αντίτιμο προκειμένου να αγοράσουν τη γυναίκα που θα παντρεύονταν. Πέρα όμως από τα προαναφερθέντα, οι γυναίκες στερούνταν και άλλων δικαιωμάτων, όπως για παράδειγμα δε μπορούσαν να πάρουν διαζύγιο από τους συζύγους τους, όχι μόνο σε περιπτώσεις μοιχείας, αλλά και σε κάθε άλλη περίπτωση, σε αντίθεση με τους άνδρες. Αυτό μπορούσε να συμβεί μόνο αν οι άνδρες είχαν πρόθεση διακοπής του έγγαμου βίου. Επίσης, οι κόρες κληρονομούσαν την περιουσία του πατέρα μόνο αν δεν υπήρχαν γιοι στην οικογένεια, (Ishay, 2008: 1-6).

Μια διαφορετική προσέγγιση για τη θέση της γυναίκας έγινε από τον Πλάτωνα, ο οποίος προσπαθούσε να «ενθαρρύνει» τη δίκαιη συμπεριφορά απέναντι στις γυναίκες

που και στην αρχαία Ελλάδα, και συγκεκριμένα στην Αθήνα, είχαν περιορισμένα δικαιώματα αλλά οι υποχρεώσεις τους δε διέφεραν ιδιαίτερα από των ανδρών. Είχε προσπαθήσει, λοιπόν, να υποστηρίξει ότι θα είναι καλό και οι γυναίκες να αποκτούν την ίδια μόρφωση με τους άνδρες και να έχουν τη δυνατότητα να αναλαμβάνουν τις ίδιες θέσεις εργασίας. Σε αντίθεση, όμως, με την Αθήνα, η γυναίκα στη Σπάρτη έκανε καθημερινή εκγύμναση του σώματός της όπως και οι άνδρες και δεν περιοριζόταν στις δουλειές του νοικοκυριού. Μάλιστα υπάρχουν στοιχεία που μαρτυρούν ότι, ανάμεσα στις ελευθερίες τους, και χωρίς να θεωρείται ότι ξεφεύγουν από τα όρια της ευπρέπειας, σε ορισμένες συνθήκες θα μπορούσαν να έχουν περισσότερους από ένα συζύγους. Επίσης, συμμετείχαν σε θέματα της πολιτικής και ήταν τολμηρές, (Katz, 1992: 78-87, Redfield, 1978: 148-150).

Η αντίληψη ότι οι γυναίκες πρέπει να ασχολούνται αποκλειστικά με το νοικοκυριό και ότι οι άνδρες είναι οι μόνοι που μπορούν να φέρνουν χρήματα στο σπίτι τους, άρχισε να αλλάζει σταδιακά με το πέρασμα των χρόνων. Στις δεκαετίες από το 1880 έως το 1920 παρατηρήθηκε ιδιαίτερα αυξημένη συμμετοχή των γυναικών στις επιχειρήσεις και ως επιχειρηματίες και ως εργατικό δυναμικό κυρίως στην Αμερική. Φτάνοντας στις μεταπολεμικές δεκαετίες ήταν, πλέον, αποδεκτό να εργαστεί η γυναίκα εκτός σπιτιού, όχι όμως να είναι αυτή η βασική της απασχόληση. Και σε αυτή τη χρονική περίοδο οι αντιλήψεις είναι σχετικές, απλά αλλάζουν με πιο γρήγορο ρυθμό. Παρόλα αυτά είναι σπάνιες οι περιπτώσεις χωρών όπου το μοντέλο της οικογένειας με τον άνδρα και τη γυναίκα να έχουν ισότιμους ρόλους είναι πλήρως αποδεκτό. Χαρακτηριστικά παραδείγματα χωρών που ανήκουν σε αυτή την κατηγορία είναι η Ελλάδα, η Δανία, η Ιταλία και η Γαλλία. Στην Ιαπωνία φαίνεται επίσης με το πέρασμα των χρόνων να απορρίπτεται η αντίληψη ότι ο σύζυγος θα πρέπει να είναι αρχηγός της οικογένειας και η σύζυγος να μένει στο σπίτι. Σε αντίθεση με την Ιαπωνία, στις Φιλιππίνες δεν ακολουθείται η ίδια φθίνουσα πορεία στα ποσοστά που καταγράφονται, (Black, Winfrey, Whitman, Johnson, Fiorina, Stewart, 2002: 2-4, Hakim, 1996: 181-183).

Άξια σχολιασμού είναι η πολιτική που εφάρμοσε η Κίνα από το 1950 όπου καθιέρωσε τον Νόμο περί Γάμου ο οποίος προβλέπει «*τις αρχές της ισότητας μεταξύ των δύο φύλων, μονογαμία, την ελευθερία επιλογής του οικογενειακού εταίρου και το δικαίωμα άσκησης αγωγής για διαζύγιο*». Μέσω αυτού έγινε εφικτή η εξάλειψη των αντιλήψεων που επικρατούσαν για αιώνες σχετικά με την ανισότητα των φύλων και

κοινωνικά και στον καταμερισμό της εργασίας. Βέβαια τα πράγματα άλλαξαν μετά το πρόγραμμα οικονομικής μεταρρύθμισης (1970-1988). Τότε οι γυναίκες άρχισαν να αποσύρονται από τις εργασίες τους και το αξιοσημείωτο ήταν το μεγάλο ποσοστό των γυναικών που συμφωνούσαν με το διαχωρισμό της εργασίας με βάση το φύλο. Ακόμα και το 1993 που επιβλήθηκε η πολιτική του ενός παιδιού ανά οικογένεια, το ένα τρίτο των παντρεμένων γυναικών δήλωναν ότι προτιμούσαν να μένουν στο σπίτι παρά να εργάζονται. Παρόλα αυτά το μεγαλύτερο ποσοστό (πάνω από τα τρία τέταρτα) δήλωναν ότι οι αποφάσεις στην οικογένεια παίρνονταν από κοινού. Αντίθετα, στην Μπανγκόγκ, τη Σεούλ και το Φουκουόκα, την ίδια περίοδο υπάρχει πολύ εντονότερη διάκριση ανάμεσα στα δύο φύλα και στη λήψη αποφάσεων κυριαρχούν οι άνδρες σύζυγοι. Συνολικά, τα στοιχεία δείχνουν ότι από ο 1985 η συμμετοχή των γυναικών στο εργατικό δυναμικό αυξάνεται ολοένα και περισσότερο, με εξαίρεση τις πρώην κομμουνιστικές χώρες όπου παρατηρείται μείωση της συμμετοχής τους, (Hakim, 1996, *The Sexual Division of Labour and Women's Heterogeneity*, Vol. 47, p. 183-185).

Ολοκληρώνοντας, θα ήταν χρήσιμο να αναφερθούν κάποια σχετικά ποσοστά που καταγράφηκαν για χώρες του νότου το 2009. Έτσι, έχουμε την συμμετοχή των γυναικών στην εργασία να φτάνει στο: 12% στο Κατάρ, 17% στη Σαουδική Αραβία, 19% στο Ομάν, 17% στο Ιράκ, 23% στην Αίγυπτο. Στο Μπουρούντι και στη Ρουάντα καταγράφηκε το υψηλότερο ποσοστό (53%), ενώ χαρακτηριστικό είναι και το ποσοστό στο Λεσότο και στη Μοζαμβίκη (52%) όπου οι εργαζόμενες γυναίκες ξεπερνούν το αντίστοιχο ποσοστό των ανδρών. Επίσης, λίγα χρόνια πριν είχαν καταγραφεί για τις γυναίκες στην Ευρώπη τα εξής ποσοστά: στη Γαλλία 32,6%, στο Ηνωμένο Βασίλειο 30,4%, στην Ιταλία 34,3%. Αντίστοιχα στην Αυστραλία το ποσοστό φτάνει το 32,1%, ενώ στην Αργεντινή 40,8%. Φαίνεται, επομένως, πως με το πέρασμα των χρόνων οι γυναίκες κάνουν όλο και πιο έντονη την παρουσία τους στο εργατικό δυναμικό της εκάστοτε χώρας, (Lelea, 2012: 60-69).

2.3 Ανατολικές Χώρες

2.3.1 Γενικά- Εισαγωγικά

Είναι γεγονός ότι ενώ για τις δυτικές οικονομίες έχουν γίνει ολοκληρωμένες μελέτες σχετικά με τους επιχειρηματίες και τις επιχειρήσεις τους, στις ανατολικές οικονομίες, όμως, δε συμβαίνει το ίδιο. Οι πληροφορίες για αυτές είναι στοιχειώδεις και «μόνο λίγες μελέτες έχουν χρησιμοποιήσει μια αυστηρή επιστημονική προσέγγιση» (Tkachev και Kolvereid, 1999, p. 270). Ακόμα πιο περιορισμένες, είναι οι πληροφορίες εκείνες οι οποίες αφορούν τη γυναικεία επιχειρηματικότητα στις μεταβατικές οικονομίες, σε αντίθεση με τις προηγμένες χώρες όπου είναι διαθέσιμη εκτενής βιβλιογραφία. Προκειμένου, να γίνει μια ολοκληρωμένη μελέτη σχετικά με την επιχειρηματικότητα σε μια χώρα, θα πρέπει να μελετώνται πρώτα οι οικονομικές συνθήκες που επικρατούν σε αυτή καθώς επίσης και οι ιστορικές συνθήκες της οικονομικής της ανάπτυξης, (Gerrard, Schoch, Cunningham, 2003: 140-142, Ylinenpaa, Chechurina, 2000: 3-4).

2.3.2 Μελέτη Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στις Χώρες της Ανατολής

Μελετώντας μεμονωμένα χώρες της Ανατολής, παρατηρείται τι συμβαίνει σε καθεμία από αυτές όσον αφορά στη γυναικεία επιχειρηματικότητα. Στην παρούσα ενότητα εξετάζονται οι περιπτώσεις κάποιων χωρών της ανατολής οι οποίες είναι ιδιαίτερα αντιπροσωπευτικές για την κατανόηση των συνθηκών που επικρατούν εφόσον συναντώνται ευνοϊκές και μη ευνοϊκές συνθήκες για τις γυναίκες επιχειρηματίες. Το κατά πόσο είναι ευνοϊκές οι συνθήκες για τις γυναίκες επιχειρηματίες εξαρτάται από τις κοινωνικές συνθήκες που επικρατούν και από τις δυνατότητες που παρέχονται στις γυναίκες προκειμένου να εξελιχθούν. Ωστόσο, οι παράγοντες που επηρεάζουν τη γυναικεία επιχειρηματικότητα παρουσιάζουν σημαντικές ομοιότητες.

Ξεκινώντας την ανάλυση από τη Ρωσία έχει καταγραφεί ότι η Ρώσικη Ομοσπονδία προσπάθησε να καθιερώσει ότι οι άνδρες και οι γυναίκες έχουν τα ίδια δικαιώματα. Δυστυχώς, όμως, είναι αδιαμφισβήτητο ότι κάτι τέτοιο δεν ισχύει και ότι οι γυναίκες δεν έχουν πολλές επιλογές ως προς την απόκτηση μιας ηγετικής θέσης σε οποιονδήποτε τομέα της κοινωνικής παραγωγής (βιομηχανία, πολιτική, κλπ.). Αυτός ο περιορισμός λειτουργεί ως μια «γυάλινη οροφή» τόσο στις φιλοδοξίες τους όσο και στη θέλησή τους να εργαστούν- τα ποσοστά της ανεργίας είναι αρκετά υψηλά- έτσι ώστε να μπορούν να

συμβάλλουν στο εισόδημα της οικογένειας και να εκπληρώσουν το όνειρό τους, παρόλο που θα έχουν να συνδυάσουν την εργασία τους με τις δουλειές του σπιτιού και την ανατροφή των παιδιών τους (Chechurina, 2000). Αυτό είναι το λεγόμενο «διπλό βάρος» που φέρουν οι γυναίκες, χαρακτηρισμός που αναφέρεται και στις δυτικές οικονομίες, και δείχνει ότι δε μπορούν να εξελιχθούν στον επαγγελματικό τομέα με τον ίδιο ρυθμό που μπορεί να εξελιχθεί ένας άνδρας. Αυτό επιβεβαιώνεται και σύμφωνα με τον Pilkington (1992) ο οποίος παρατήρησε την απουσία των γυναικών από ηγετικές θέσεις αλλά και τα άνισα ποσοστά ανδρών και γυναικών σε εργασίες χαμηλής ειδίκευσης. Βέβαια αυτό το «βάρος» εξετάζεται και από μια άλλη οπτική γωνία στη Ρωσία, αυτή των δημογραφικών ζητημάτων. Έτσι λοιπόν, εκεί τους ενδιαφέρει πολύ περισσότερο να μη μειώνεται ο αριθμός των γεννήσεων, να μην αυξάνεται ο αριθμός των διαζυγίων, να μην υπάρχουν φαινόμενα νεανικής παραβατικότητας και να μην υπάρχει ανηθικότητα. Για όλα αυτά θεωρούν πως η βάση είναι η σωστή παρουσία της γυναίκας στο σπίτι και φροντίζουν να τους το υπενθυμίζουν συνεχώς. Σε αντίθεση με αυτό, έρχεται η πλειονότητα των γυναικών της χώρας που χαρακτηρίζει την επιχειρηματικότητα ως μέσο για κοινωνική παραγωγή και για προσωπική ολοκλήρωση, (Ylinenraa, Chechurina, 2000: 3-6).

Μελετώντας την ανάπτυξη της αγοράς στη Ρωσία έχουν παρατηρηθεί δύο σημαντικές διαφορές ανάμεσα στο παρελθόν και στο παρόν. Ένας χαρακτηρισμός που αντιπροσώπευε τον αναδυόμενο επιχειρηματικό τομέα, κατά τα πρώτα χρόνια αυτής της ανάπτυξης, είναι «κερδοσκοπικός» ή «αρπακτικός» (Agreev et al., 1995), εφόσον ο τρόπος που λειτουργούσε ήταν, μέσω της εκμετάλλευσης των αδυναμιών που υπήρχαν στη νομοθεσία ή στη φορολογία. Γίνεται κατανοητό, λοιπόν, πως απώτερος στόχος ήταν η δημιουργία κέρδους με οποιονδήποτε τρόπο, ακόμα και με ανήθικα μέσα. Αυτό πλέον έχει αλλάξει και οι επιχειρηματίες δουλεύουν σκληρά προκειμένου να πετύχουν την ανάπτυξη της επιχείρησής τους. Η δεύτερη αξιοσημείωτη διαφορά είναι ότι ενώ αρχικά οι μικρές επιχειρήσεις- ως επί το πλείστον στον κατασκευαστικό τομέα- που είχαν ιδρυθεί στη Ρωσία ήταν ελάχιστες και είχαν χαρακτηριστεί ως «η Μαύρη Τρύπα του Σοσιαλισμού» (Vahcic and Petrin, 1989), τον Οκτώβριο του 1992 είχαν ιδρυθεί 437.000 μικρομεσαίες επιχειρήσεις, τον Ιανουάριο του 1995 είχαν φτάσει το 1.380.000. Αυτό συνέβαλε σημαντικά στην δημιουργία θέσεων εργασίας. Συγκεκριμένα το 15% του

εργαζόμενου πληθυσμού (8,9 εκατομμύρια), εργαζόταν σε τέτοιου είδους επιχειρήσεις, (Ylinenpaa, Chechurina, 2000: 4-7).

Συνοψίζοντας, λοιπόν, δεν παρατηρούνται ιδιαίτερα ευνοϊκές συνθήκες στην απόκτηση ηγετικών θέσεων των γυναικών στη Ρωσία. Αυτό συμβαίνει διότι θεωρείται καταλυτικός ο ρόλος τους σε θέματα κοινωνικά, προκειμένου να δώσουν την κατάλληλη ανατροφή στα παιδιά τους, καθώς αποτελούν το θεμέλιο για την οικογένειά τους.

Σχετικά με την κατάσταση σε άλλες περιοχές όπως της Ινδίας, παρατηρούνται τα εξής: Σημειώνεται μια αρκετά εξελιγμένη πορεία σχετικά με τα δικαιώματα της γυναίκας (π.χ. μεταρρυθμίσεις στην εκπαίδευση, δικαιώματα ψήφου, δικαίωμα κληρονομιάς) στην αστική τάξη της Ινδίας σε αντίθεση με τις αγροτικές περιοχές όπου η επιρροή της πορείας αυτής δεν είναι ιδιαίτερα εμφανής. Είναι μια χώρα της οποίας η οικονομία αναπτύσσεται ταχύτατα και η σημασία της επιχειρηματικότητας γίνεται όλο και πιο κατανοητή. Στην Ινδία δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στη μόρφωση όσον αφορά στην αντίληψη, στις ιδέες και τις φιλοδοξίες των γυναικών. Είναι γεγονός και αποδεδειγμένο από τους Dyson και Moore (1983) ότι οι γυναίκες με αυτό τον τρόπο νιώθουν πιο ασφαλείς και δυνατές και αυτό τις κάνει αυτόνομες. Στην αυτονομία τους αυτή συμβάλει και η δημιουργία των δικών τους επιχειρήσεων, πράξη που ενδυναμώνει ταυτόχρονα και την οικονομική τους δύναμη αλλά και τη θέση τους στην κοινωνία. Το 1975 οι γυναίκες ήταν πολύ περιορισμένες, σε βαθμό που τους απαγορευόταν να κυκλοφορούν στο δρόμο. Γεγονός είναι ότι τότε το ποσοστό των μορφωμένων γυναικών ήταν μόλις 19%, ενώ το 1987 φτάνουν το 34%. Η απασχόλησή τους ήταν είτε μέσα στο σπίτι, είτε εργάζονταν ως αγρότισσες, είτε ως μισθωτές. Με το πέρασμα των ετών, όμως, οι γυναίκες στην Ινδία κάνουν ολοένα και περισσότερο αισθητή την παρουσία τους σε όλα τα επίπεδα, καθώς επίσης γίνονται όλο και πιο επιτυχημένες στο επίπεδο των επαγγελματικών δραστηριοτήτων. Χαρακτηριστικά έχει ειπωθεί ότι οι γυναίκες έχουν ξεπεράσει τη φάση που αντιστοιχούσε στο τρίπτυχο «κουζίνα, παιδιά, πλέξιμο» (3 Ks- Kitchen, Kids, Knitting). Πλέον έχουν «εκμοντερνιστεί» και υπάρχουν και για αυτές «Ηλεκτρισμός, Ηλεκτρονικά, Ενέργεια, Τεχνολογία» (4 Es- Electricity, Electronics, Energy, Engineering), (Rana Zehra Masood, 2011: 233-234, Vlassoff, 1992: 197-200).

Συνεπώς, οι γυναίκες στην Ινδία έχουν κατορθώσει με το πέρασμα των ετών να κάνουν ολοένα και περισσότερο αισθητή την παρουσία τους στον επιχειρηματικό κόσμο, στο οποίο καταλυτικό ρόλο έχει η μόρφωση που αποκτούν και τις κάνει να νιώθουν μεγαλύτερη ασφάλεια και αυτονομία.

Ως αναφορά στην πορεία της γυναικείας επιχειρηματικότητας στο Βιετνάμ, φαίνεται να είναι σημαντικός ο ρόλος της διότι, εκτός από την προσφορά εργασίας, συμμετέχει στη συμβολή του ακαθάριστου εθνικού προϊόντος. Η ύπαρξη της Ένωσης των Γυναικών, οργανισμού που παρέχει ειδικά προγράμματα κατάρτισης, είναι αποτέλεσμα της ανάγκης που υπάρχει από την πλευρά των γυναικών να αντιμετωπίσουν τα εμπόδια που εμφανίζονται, εφόσον η συγκρότηση επιχειρήσεων συνεισφέρει σημαντικά στην οικονομία του κράτους. Το ποσοστό των εργαζόμενων γυναικών φτάνει το 55% του συνολικού εργατικού δυναμικού (Tuong, 2002) και περίπου το 16% των ιδιωτικών επιχειρήσεων (δηλαδή, 4.800 επιχειρήσεις κατά προσέγγιση) ανήκουν σε γυναίκες- σε αυτές δεν συμπεριλαμβάνονται οι ανώνυμες επιχειρήσεις και οι επιχειρήσεις οι οποίες διευθύνονται μεν από γυναίκες αλλά είναι στο όνομα των συζύγων τους είτε είναι συνιδιοκτήτριες με τους συζύγους τους-. Μεγάλη βαρύτητα δίνουν οι γυναίκες επιχειρηματίες στη συγκεκριμένη χώρα στην ύπαρξη αρμονίας μεταξύ των μελών της ομάδας που εργάζονται στην επιχείρησή τους καθώς και στις δεξιότητες διαχείρισης εφόσον θεωρούν ότι ο ρόλος τους είναι καταλυτικός στη βιωσιμότητα της επιχείρησης και στην οικονομική της ανάπτυξη, (Gerrard, Schoch, Cunningham, 2003: 139-146).

Από τα παραπάνω, παρατηρείται ότι στο Βιετνάμ οι γυναίκες έχουν αρκετά έντονη παρουσία και στην αγορά εργασίας και στον επιχειρηματικό κόσμο, δείχνοντας ιδιαίτερο ενδιαφέρον για την πορεία των επιχειρήσεών τους.

Εξίσου ενθαρρυντικό εμφανίζεται και το περιβάλλον στην Ταϊλάνδη, όπου παρατηρείται ιδιαίτερα μεγάλο ποσοστό συμμετοχής των γυναικών στην επιχειρηματικότητα. Συγκεκριμένα, σχετική εμπειρική έρευνα (Minnitti, Arenius, and Langowitz, 2005) έχει δείξει ότι οι γυναίκες εκεί έχουν το υψηλότερο ποσοστό συμμετοχής στην επιχειρηματική δραστηριότητα ανάμεσα σε 35 χώρες και πέντε ηπείρους. Γενικά, η συνεισφορά των γυναικών θεωρείται κρίσιμη στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Ο ρόλος τους δεν περιορίζεται σε αυτόν της συζύγου και μητέρας, αλλά και στη φροντίδα των εργαζομένων τους (ενδιαφέρονται ιδιαίτερα να

προσελκύουν τους υπαλλήλους με τέτοιο τρόπο ώστε να δουλεύουν «με την καρδιά τους») καθώς και στην ύπαρξη αρμονίας σε όλα τα επίπεδα (δεν ενδιαφέρονται μόνο για τους υπαλλήλους τους αλλά και για τις οικογένειές τους). Έχουν ενεργό συμμετοχή στην κοινωνία και δεν έχουν να αντιμετωπίσουν «ταμπού» σχετικά με το να δουλεύουν, ακόμα και αν είναι παντρεμένες. Στην Ταϊλάνδη, όπου η θρησκεία που επικρατεί είναι ο Βουδισμός, δύο χαρακτηριστικές φράσεις που δείχνουν την αντίληψη που επικρατεί για τις γυναίκες είναι οι εξής: «εκτιμούμε τις γυναίκες» και «οι γυναίκες είναι οι ηρωίδες της χώρας μας». Και οι φράσεις αυτές δεν είναι μόνο λόγια. Φαίνονται και έμπρακτα εφόσον η επιχειρηματική δραστηριότητα ενθαρρύνεται μέσα από μηχανισμούς που παρέχονται από το βασιλιά και τη βασίλισσα. Επίσης, υπάρχει ένα τεράστιο κέντρο εκπαίδευσης και μόρφωσης που υποστηρίζει τη βελτίωση των γεωργικών πρακτικών, όπου μπορούν να συμμετέχουν και γυναίκες από όλη την Ταϊλάνδη προκειμένου να αποκτήσουν τις απαραίτητες γνώσεις στον τομέα της βιοτεχνίας και στη συνέχεια να δημιουργήσουν επιχειρηματικές ευκαιρίες για τα χωριά τους. Αξίζει να σημειωθεί πως στην Ταϊλάνδη υπάρχει το Συμβούλιο Επενδύσεων (Board of Investment- (BOI)), πολιτική στήριξης επιχειρήσεων, που βοηθά και στη χρηματοδότησή τους, αλλά και στην παροχή συμβουλών, (Hatcher, Terjesen, Planck, 2007: 337-344).

Συμπερασματικά, λοιπόν, στην Ταϊλάνδη παρουσιάζεται μια ακόμα πιο εξελιγμένη αντιμετώπιση των γυναικών και η σπουδαιότητά τους στον κόσμο των επιχειρήσεων είναι αναγνωρισμένη. Επομένως έχουν τη στήριξη που τους είναι απαραίτητη στην επιχειρηματική τους δράση.

Όσον αφορά στο Ισραήλ, σχετικές έρευνες που έχουν γίνει για την επιχειρηματικότητα έχουν δείξει ότι στη χώρα αυτή (Hofstede, 1991) λειτουργούν με μια πιο «ατομικιστική» κουλτούρα παρά με συλλογική. Τα τελευταία χρόνια, όμως, μετά την επιτυχία που έχει σημειώσει η ισραηλινή βιομηχανία υψηλής τεχνολογίας, οι επιχειρηματίες «μετατράπηκαν» στους νέους «πολιτιστικούς ήρωες» (Lerner and Avrahami, 1999; Pines et al., 2005). Οι γυναίκες εκεί δεν παρουσιάζουν ιδιαίτερες διαφορές από τους άνδρες σχετικά με την ηλικία ανάληψης επιχειρηματικής δράσης (άνδρες: 40,6, γυναίκες: 39,5). Μια μικρή διαφορά συνίσταται στο ότι οι γυναίκες υπερέχουν ως προς την προϋπηρεσία που είχαν προτού αρχίσουν να δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά. Τέλος, οι γυναίκες επιχειρηματίες δίνουν μεγάλη βαρύτητα στη μόρφωση. Παρόλα αυτά η μόρφωσή τους ως προς το τεχνικό κομμάτι δεν

είναι ιδιαίτερα εξελιγμένη (άνδρες 51%, γυναίκες 20%), ενώ στην απόκτηση μόρφωσης σχετικά με τη διοίκηση υπερέχουν (άνδρες 2%, γυναίκες 12%). Οι γυναίκες επιχειρηματίες στο Ισραήλ δεν υστερούν στο ποσοστό των επιχειρήσεων που έχουν στην κατοχή τους- συγκριτικά με τους άνδρες (άνδρες 83%, γυναίκες 85%)-, εργάζονται πολλές ώρες, έχουν πολλούς εταίρους και το πατρικό πρότυπο τις επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό στην ανάληψη της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας, (Malach-Pines, Schwartz, 2006: 312-317).

Συνοψίζοντας, προκύπτει ότι από τις χώρες που μελετήθηκαν, στη Ρωσία και στην Ινδία, δεν παρατηρείται ιδιαίτερα αυξημένη συμμετοχή των γυναικών στην επιχειρηματικότητα, παρόλο που με το πέρασμα των ετών σημειώνεται σημαντική βελτίωση. Αυξημένη συμμετοχή των γυναικών στην επιχειρηματική δραστηριότητα παρατηρείται στο Βιετνάμ και στην Ταϊλάνδη, ενώ στο Ισραήλ το ποσοστό των γυναικών που έχουν στην κατοχή τους επιχειρήσεις, ξεπερνά εκείνο των ανδρών.

2.3.3 Λόγοι έναρξης Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στην Ανατολή

Αναφέροντας τους λόγους έναρξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας, μια έρευνα (δείγμα 37 γυναικών επιχειρηματιών) που έγινε στη Ρωσία (Sharnina, 1999), δείχνει ότι η πλειοψηφία τους (96%) ξεκινά την ενασχόληση με τις επιχειρήσεις προκειμένου να είναι καλύτερες οι συνθήκες ζωής για εκείνες και για τις οικογένειές τους. Άλλοι λόγοι που έχουν καταγραφεί για την έναρξη της επιχειρηματικής δράση από γυναίκες είναι οι εξής:

- *Ανάγκη για εισόδημα (50%)*
- *Επιθυμία ανεξαρτησίας (27%)*
- *Οικοδόμηση μέλλοντος για τα παιδιά (19%)*
- *Απελευθέρωση προσωπικής φιλοδοξίας (12%)*
- *Να είναι χρήσιμες για την κοινωνία (8%), (Ylinenpaa, Chechurina, 2000: 4).*

Η επιθυμία για ανεξαρτησία είναι από τους πλέον κοινούς λόγους έναρξης της επιχειρηματικής δραστηριότητας των γυναικών σε διεθνές επίπεδο (Deng, Hassan, & Jivan, 1995; Lee- Gosselin & Gris , 1990) καθώς και η ανάγκη για την εκπλήρωση της προσωπικής φιλοδοξίας (Holmquist and Sundin 1990; Longstreth, Stafford and Mauldin 1987; Chaganti 1986; Goffee and Scase 1985; Schwartz 1976; Schrier 1975) ανήκουν

στους λόγους έναρξης της επιχειρηματικής δραστηριότητας από γυναίκες που έχουν καταγραφεί και στη Δυτική Ευρώπη, στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής (van Auken et al 1994) και στο Βιετνάμ (Teo, 1996, Maysami and Goby, 1999). Στους δύο αυτούς λόγους έρχεται να προστεθεί και ανάγκη των γυναικών για καταξίωση στη Δυτική Ευρώπη και στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής. Τέλος, στο Βιετνάμ άλλος ένας λόγος που οι γυναίκες ξεκινούν την επιχειρηματική τους δράση είναι η ευελιξία που τους δίνεται μέσω της διοίκησης της δικής τους επιχείρησης (Teo, 1996, Maysami and Goby, 1999), (Gerrard, Schoch, Cunningham, 2003: 139-143, Goby, Eroglu, 2011: 330-332, Ylinenpaa, Chechurina, 2000: 6).

Στην Ινδία, αντίστοιχα, οι δύο επικρατέστεροι λόγοι που οι γυναίκες εμπλέκονται στον επιχειρηματικό κόσμο είναι και η επιβίωση, αλλά κυρίως η επιθυμία τους να ικανοποιήσουν την εσωτερική τους θέληση για δημιουργία και η ανάδειξη των δυνατοτήτων τους. Δεν είναι τυχαίο άλλωστε ότι οι γυναίκες εκεί μορφώνονται συνεχώς και ανεβαίνουν επίπεδα και στο επαγγελματικό και στο τεχνικό κομμάτι προκειμένου να μπορούν να ανταποκριθούν στις ανάγκες της αγοράς. Αποτέλεσμα αυτού είναι η αυξημένη ενασχόλησή τους με επαγγέλματα όπως διακοσμήτριες, σχεδιάστριες, δημιουργοί ρούχων, κλπ, ενώ βρίσκονται σε συνεχή διερεύνηση για άλλες διεξόδους. Αυτό το έντονο ενδιαφέρον από τη μεριά των γυναικών κάνει και τους κυβερνητικούς οργανισμούς να ενδιαφέρονται για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα στη χώρα αυτή, (Rana Zehra Masood, 2011: 234).

2.3.4 Κίνητρα Γυναικών για την Έναρξη Επιχειρηματικής Δραστηριότητας

Στα κίνητρα που καταγράφονται (Ρωσία, Δεκέμβριος 1999) για την έναρξη γυναικείας επιχειρηματικότητας, ανήκουν τα εξής:

- *Επίτευξη ή διατήρηση μιας ανεξάρτητης μορφής ζωής (29%)*
- *Ύπαρξη υψηλότερου βιοτικού επιπέδου (25%)*
- *Συνειδητοποίηση προσωπικών ταλέντων και ικανοτήτων (16%)*
- *Αποφυγή της φτώχειας (14%)*
- *Απόκτηση κύρους και σεβασμού στην κοινωνία (14%)*
- *Επίτευξη περισσότερων χρημάτων (11%)*
- *Εξασφάλιση καλού βιοτικού επιπέδου μεγαλώνοντας (10%)*

- *Χρήση προσωπικού χρόνου και διαθέσιμων κεφαλαίων (7%)*
- *Επιθυμία να είναι χρήσιμα μέλη στην κοινωνία και σε άλλους ανθρώπους (4%), (Ylinenpaa, Chechurina, 2000: 11).*

Τα ποσοστά αυτά που καταγράφονται σχετικά με τα κίνητρα δείχνουν ότι τα κίνητρα που σχετίζονται με τα υλικά αγαθά είναι και τα πιο σημαντικά για τις γυναίκες επιχειρηματίες. Δεύτερα στη σειρά έρχονται τα κίνητρα που σχετίζονται με μεμονωμένες και άυλες κινητήριες δυνάμεις. Τα αποτελέσματα είναι απολύτως λογικά μιας και η οικονομική κατάσταση στη Ρωσία, τη χρονική περίοδο που διεξήχθη η έρευνα, είχε πολλά προβλήματα και ταυτόχρονα προσπαθούσε να φτάσει τις δυτικές οικονομίες ως προς το επίπεδο διαβίωσης. Οι οικονομικές διαταραχές που επικρατούσαν τότε είχαν ως επακόλουθο την αντιμετώπιση αντιξοοτήτων από άνδρες και γυναίκες εξίσου (Izyumov and Razumnova, 2000). Ένα διαφορετικού τύπου κίνητρο συναντάται στο Βιετνάμ, όπου η υποστήριξη των γυναικών επιχειρηματιών από τις οικογένειές τους αποτελεί όχι μόνο κινητήριο παράγοντα για την έναρξη της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας, αλλά και σπουδαίο λόγο για να συνεχίσουν αυτή τους τη δραστηριότητα (Hiebert, 1996), (Gerrard, Schoch, Cunningham, 2003: 141, Itani, Sidani, Baalbaki, 2009: 411, Ylinenpaa, Chechurina, 2000: 11).

2.3.5 Προβλήματα Γυναικών στην Ανάλυση Επιχειρηματικής Δραστηριότητας

Όσον αφορά, τώρα, στις δυσκολίες ή προβλήματα που δήλωσαν ότι αντιμετώπισαν οι γυναίκες στη Ρωσία, ως πιο σημαντικά καταγράφονται τα εξής:

- *Περιορισμένη ζήτηση προϊόντων και υπηρεσιών (75%)*
- *Έλλειψη εσωτερικής χρηματοδότησης για ανάπτυξη (46%)*
- *Μη ευνοϊκές συνθήκες εργασίας (43%)*
- *Υψηλή φορολογία (39%)*
- *Έντονος ανταγωνισμός (36%)*
- *Δυσκολίες συνεργασίας με τις τοπικές αρχές και τους αρμόδιους φοροελεγκτές (29%)*
- *Ανεπαρκής γνώση της νομοθεσίας (21%)*
- *Υψηλό κόστος έκδοσης αδειών (14%)*

- *Υψηλό κόστος ενοικίασης επαγγελματικών χώρων (11%), (Ylinenpaa, Chechurina, 2000: 4-5).*

Συγκεκριμένα για το θέμα της χρηματοδότησης πιθανή αιτία θεωρείται η έλλειψη εμπιστοσύνης που δείχνουν οι τράπεζες και μάλιστα έχει διαπιστωθεί και από μελέτες (Brush and Hisrich, 1987) ότι οι γυναίκες που αρχίζουν μια επιχειρηματική δραστηριότητα, ξεκινούν με μικρότερο κεφάλαιο απ' ότι ένας άνδρας. Βέβαια, αυτό μπορεί να σχετίζεται και με το είδος των επιχειρήσεων που ξεκινούν- κυρίως στον τομέα των υπηρεσιών- οι οποίες εκ των πραγμάτων δεν έχουν τόσες απαιτήσεις σε κεφάλαιο για την έναρξη της λειτουργίας τους συγκριτικά με άλλου είδους επιχειρήσεις (Brush 1997). Ωστόσο, διαφορετική κατάταξη στα προβλήματα σχετικά με την ανάληψη της δραστηριότητας παρατηρείται στην Ινδία, όπου ως πιο σύνηθες πρόβλημα είναι η μη παρότρυνση από την οικογένειά της στην επιχειρηματική δράση που θέλει να αναλάβει ή η μη υποστήριξη της δραστηριότητας που έχει ήδη ξεκινήσει. Και στην περίπτωση αυτή υπάρχει το πρόβλημα της χρηματοδότησης, καθώς επίσης υπάρχει έλλειψη γνώσης των γυναικών στη χρήση εξελιγμένης τεχνολογίας και αδυναμία εύρεσης πρώτων υλών. Όσον αφορά στην έλλειψη γνώσης των τελευταίων τεχνολογικών εξελίξεων, η αιτία βρίσκεται στο ότι περίπου το 40% των γυναικών στην Ινδία εξακολουθούν να είναι αναλφάβητες. Φαίνεται, λοιπόν, πως ανάλογα και με την κατάσταση που επικρατεί σε μια χώρα αλλάζουν και οι δυσκολίες που μπορεί να έχουν να αντιμετωπίσουν οι γυναίκες επιχειρηματίες αλλά και η κάθε ομάδα που μπορεί να μελετάται κάθε φορά, (Rana Zehra Masood, 2011: 240, Ylinenpaa, Chechurina, 2000: 6-7).

Ως αναφορά στο Βιετνάμ, έχουν καταγραφεί, έπειτα από έρευνες (Ronnaas, 1993; Hoang, 1993; Han and Baumgarte, 2000; Scheela and Tran, 1999;), αρκετές δυσκολίες όσον αφορά στη γυναικεία επιχειρηματικότητα, οι οποίες είναι συνοψίζονται στα παρακάτω σημεία:

- *Έλλειψη κεφαλαίων*
- *Άσχημα κανάλια διανομής*
- *Περιορισμένο μέγεθος αγοράς*
- *Μειονεκτική θέση στο εργασιακό περιβάλλον συγκριτικά με τους άνδρες*
- *Απαραίτητη η δικτύωσή τους προκειμένου να πετύχει η επιχείρηση, (Gerrard, Schoch, Cunningham, 2003: 141-142).*

Όσον αφορά στα προβλήματα που αναφέρουν οι γυναίκες ότι αντιμετωπίζουν κατά την έναρξη της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας, εντοπίζονται στα εξής:

- *Προσωπικά χαρακτηριστικά (ανάληψη κινδύνων, βαθμός επιθετικότητας) (27%)*
- *Έλλειψη κεφαλαίων εκκίνησης (24%)*
- *Ισχύοντες νόμοι και το σύστημα φορολόγησης (18%)*
- *Βαθμός πραγματικής σταθερότητας στην κοινωνία (13%)*
- *Έλλειψη προσόντων και εκπαίδευσης (10%)*
- *Έλλειψη προσωπικού κινήτρου (8%)*
- *Διαφθορά των αρχών και μαφία (7%)*
- *Ποινικοί εκβιασμοί (6%)*
- *Πληθωρισμός (3%), (Ylinenpaa, Chechurina, 2000: 13).*

Γίνεται αντιληπτό από τα παραπάνω ποσοστά πως το μεγαλύτερο πρόβλημα επικεντρώνεται σε ότι έχει να κάνει με την οικονομία και τη νομοθεσία της Ρωσίας. Αυτό δεν είναι καθόλου περίεργο εφόσον μετά την κρίση της 17^{ης} Αυγούστου το 1998 οι συνθήκες που επικρατούσαν χαρακτήριζαν μια «οικονομία υπό μετάβαση» και επομένως υπήρχε δυσκολία όχι μόνο για την έναρξη οποιασδήποτε επιχειρηματικής δράσης, αλλά και της ανάπτυξης μιας ήδη υπάρχουσας επιχείρησης. Όσον αφορά στην έλλειψη κεφαλαίου κίνησης για την έναρξη μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας, το ποσοστό που καταγράφεται θεωρείται σχετικά μικρό. Σε αντίθεση με το αποτέλεσμα αυτό έρχεται το αποτέλεσμα μιας παρόμοιας έρευνας που πραγματοποιήθηκε στις ΗΠΑ και εκεί το κεφάλαιο εκκίνησης αποτελούσε σημαντικό πρόβλημα (Brush, 1997). Άλλου είδους προβλήματα που συναντώνται σε αυτό το επίπεδο και έχουν παρατηρηθεί στην Ινδία, σχετίζονται με την προώθηση των προϊόντων που εμπορεύονται οι γυναίκες. Αυτό συμβαίνει διότι εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από τους μεσάζοντες που υπάρχουν προκειμένου να γίνει η κατάλληλη προώθηση. Επίσης, η έλλειψη αυτοπεποίθησης στα αρχικά στάδια της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας μπορεί να τις οδηγήσει σε λάθη που θα φέρουν εμπόδια στην πορεία της επιχείρησης, (Rana Zehra Masood, 2011: 239-241, Ylinenpaa, Chechurina, 2000: 13).

Ωστόσο, διαφορές παρατηρούνται αν συγκριθούν τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες κατά την έναρξη της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας

στη Ρωσία σε σχέση με των γυναικών στο Ισραήλ. Παραμένει, βέβαια, το πρόβλημα της χρηματοδότησης (κεφάλαιο κίνησης, διαθέσιμη χρηματοδότηση, εγγυήσεις κλπ). Ισάξια με το παραπάνω πρόβλημα θεωρούνται τα εξής:

- Περιφερειακός ανταγωνισμός
- Δικτύωση
- Έλεγχος του προϋπολογισμού
- Διαχείριση ανθρώπινων πόρων, (Malach-Pines, Schwartz, 2006: 320-321).

Μάλιστα, ο περιφερειακός ανταγωνισμός μπαίνει πρώτος στην κατάταξη των δυσκολιών που έχουν καταγραφεί, με ποσοστό 3,2%. Τελευταίο στην κατάταξη μπαίνει το πρόβλημα που αφορά στην διαχείριση των ανθρώπινων πόρων (2,2%). Αξίζει να σημειωθεί ότι στο Ισραήλ παρατηρούνται κάποιες ομοιότητες στα δύο φύλα σχετικά με τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν κατά την έναρξη της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας. Αυτά είναι τα εξής:

- Φυσική υποδομή
- Τοπική γραφειοκρατία
- Εθνική γραφειοκρατία
- Μελέτη σκοπιμότητας

Ακριβέστερα, η υψηλότερου βαθμού δυσκολία που αντιμετωπίζεται και από τα δυο φύλα είναι η τοπική γραφειοκρατία με ποσοστά 4,02% για τους άνδρες και 3,17% για τις γυναίκες, (Malach-Pines, Schwartz, 2006: 320-1).

2.3.6 Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα

Ξεχωριστή περίπτωση είναι αυτή των Ηνωμένων Αραβικών Εμιράτων, των οποίων η οικονομία εξαρτάται ως επί το πλείστον από τους πόρους του πετρελαίου. Η γενική αντίληψη που επικρατεί για τη Μέση Ανατολή είναι εκείνη του εχθρικού περιβάλλοντος για τις γυναίκες με «μη παραδοσιακούς ρόλους» (Goby, Eroglu, 2011). Παρόλο που η άποψη αυτή δεν είναι εντελώς λανθασμένη και ισχύει σε ορισμένες περιπτώσεις, δε μπορεί να συμπεριληφθούν και τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα (ΗΑΕ) σε αυτόν τον γενικό χαρακτηρισμό. Είναι γενικά φανερό η προσπάθεια που γίνεται εκεί για να συμμετέχουν όλοι στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη της χώρας, η οποία

εξελίσσεται με ταχείς ρυθμούς, και σε αυτό έρχεται να προστεθεί το ότι τίθενται νέα πρότυπα προκειμένου να υποστηρίξουν τις γυναίκες στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες. Ιδιαίτερη προσπάθεια έχει γίνει από τις κυβερνήσεις οι οποίες καταβάλουν σημαντική προσπάθεια για την εκπαίδευση του γυναικείου φύλου, η οποία σε αντίθεση με άλλες περιπτώσεις που χαρακτηρίζεται ότι έχει «περιοριστική επιρροή στο επιχειρηματικό πνεύμα», στην συγκεκριμένη περίπτωση φαίνεται ότι ενθαρρύνει τις γυναίκες να αναλάβουν τη δική τους επιχείρηση (Erogul and McCrohan, 2008; Nelson, 2004). Ανώτερος στόχος της εκπαίδευσης που παρέχεται στις γυναίκες είναι να τις κάνει να πιστέψουν ότι είναι ικανές να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις της παγκόσμιας και ανταγωνιστικής αγοράς (Mueller and Thomas, 2001) και έτσι να τις διευκολύνει να «κατακτήσουν» ηγετικές θέσεις σε επιχειρήσεις (Nelson, 2004). Χαρακτηριστική είναι η δήλωση του ιδρυτή των ΗΑΕ, Sheikh Zayed bin Sultan Al Nahyan, σύμφωνα με τον οποίο οι γυναίκες έχουν το δικαίωμα να εργάζονται παντού. Ένα αξιοσημείωτο αποτέλεσμα έπειτα από αυτή τη δήλωση ήταν εκείνο του 2000 που έδειχνε ότι το 76,8% των φοιτητών των ΗΑΕ ήταν γυναίκες (Al Kassadi, 2000) και μάλιστα αυτό το ποσοστό ήταν το υψηλότερο που είχε καταγραφεί στον κόσμο σχετικά με την τριτοβάθμια εκπαίδευση (Fergany, 2005). Όσον αφορά στο ποσοστό των γυναικών, που έχει καταγραφεί σχετικά με τη συμμετοχή τους, στο τοπικό εργατικό δυναμικό, ανέρχεται στο 59% και περιλαμβάνει πολλούς τομείς εργασίας (τομέας μηχανικής, επιστημών, υγείας, κλπ.) (United Arab Emirates Yearbook, 2008). Συνήθως, η παρουσία των γυναικών είναι εμφανής σε θέσεις όπως είναι οι εξής: υπουργοί, δημόσιοι υπάλληλοι, καθηγήτριες πανεπιστημίου, εκπαιδευτικοί, δικηγόροι, μηχανικοί, γιατροί, γραμματείς, διοικητές, στα μέσα μαζικής ενημέρωσης, αστυνομία και μέλη του στρατού, καθώς και επιχειρηματίες. Στην περίπτωση, όμως, που η καριέρα τους έρχεται σε σύγκρουση με τον παραδοσιακό τους ρόλο, τότε το πιο πιθανό είναι να θυσιάσουν την καριέρα τους. Μάλιστα σχετική έρευνα (Sayed, 2001) έδειξε ότι το 65% των γυναικών πιστεύουν πως αν η γυναίκα λείπει από το σπίτι της, η οικογένειά της υποφέρει, (Goby, Erogul, 2011: 329-332, Itani H., Sidani M.Y., Baalbaki I., 2009, United Arab Emirates Female Entrepreneurship: Motivations and Frustrations, Vol. 30, p. 412).

Η κυβέρνηση θέλοντας να ενθαρρύνει τις γυναίκες να αναλάβουν επιχειρηματική δραστηριότητα έχει πάρει αρκετές πρωτοβουλίες. Μερικές από αυτές είναι οι εξής:

- Σύσταση συμβουλίων για να στηρίζουν γυναίκες που ενδιαφέρονται να εργαστούν.
(Η δημιουργία τους έγινε από την Ομοσπονδία των Επιμελητηρίων Εμπορίου και Βιομηχανίας των ΗΑΕ το 2002)
- Εκπαίδευση για την ανάληψη επιχειρηματικότητας και πηγές βοήθειας σε διάφορα θέματα (π.χ. μελέτες σκοπιμότητας, συμβουλευτικές υπηρεσίες για τη σύσταση των επιχειρήσεων- συμπεριλαμβανομένης της εξασφάλισης χρηματοδότησης για επιχειρήσεις μικρού και μεσαίου μεγέθους-).
(Παρέχεται από την Ομάδα Γυναικών Επιχειρηματιών του Αμπού Ντάμπι και από το Συμβούλιο Γυναικών Επιχειρηματιών του Ντουμπάι)
- Εκπαίδευση των γυναικών στον τομέα της λογιστικής, του μάρκετινγκ, της διοίκησης, της διαχείρισης πόρων, της ηγεσίας και σε νομικά ζητήματα ώστε να τις βοηθήσει να πετύχουν ως επιχειρηματίες. Παράδειγμα τέτοιου προγράμματος που παρέχεται στις γυναίκες είναι η εκπαίδευση των εν δυνάμει επιχειρηματιών σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο Zayed και Ανώτερα Κολέγια Τεχνολογίας που αποτελούν εκπαιδευτικά ιδρύματα των ΗΑΕ. Ακόμη, εταιρείες που διοικούνται από μέλη της Ομάδας Γυναικών Επιχειρηματιών του Αμπού Ντάμπι προσφέρουν το λεγόμενο «Διαβατήριο για απασχόληση» προκειμένου να δώσουν την ευκαιρία σε γυναίκες πτυχιούχους να αποκτήσουν εργασιακή εμπειρία.
- Το 2005 δημιουργήθηκε ένα ταμείο (Blue Chip Fund) που ενθαρρύνει τη συμμετοχή των γυναικών στην τοπική, στην περιφερειακή και στη διεθνή αγορά κινητών αξιών.
- Επιπλέον, γίνεται προσπάθεια τέτοια ώστε να καθιερωθεί πολιτική που θα επιτρέπει στις γυναίκες να δουλεύουν από το σπίτι. Αυτή η προσπάθεια γίνεται κυρίως για να μην παρατούν τη δουλειά τους οι γυναίκες που κάνουν οικογένεια, (Goby, Eroglu, 2011: 330).

Ωστόσο, και στα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα οι γυναίκες επιχειρηματίες έχουν να αντιμετωπίσουν κάποια προβλήματα που συνδέονται άμεσα με την ανάληψη της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας. Μερικά από αυτά είναι τα εξής:

- *Εύρεση κεφαλαίου εκκίνησης. Συνήθως οι γυναίκες αναγκάζονται να χρησιμοποιήσουν τις αποταμιεύσεις τους διότι οι τράπεζες παρέχουν αρχική χρηματοδότηση μόνο για το 35% των γυναικών επιχειρηματιών. Βέβαια υπάρχουν και κάποιες μη τυπικές πηγές κεφαλαίων, οι λεγόμενοι «Επιχειρηματικοί Άγγελοι». «Επιχειρηματικοί Άγγελοι» είναι επενδυτές οι οποίοι έχουν πρόσβαση σε κεφάλαια που δε χρησιμοποιούν και προσπαθούν να τα επενδύσουν σε κάποιο επιχειρηματικό εγχείρημα που δείχνει την προοπτική κερδοφορίας στο άμεσο μέλλον. Οι γυναίκες, όμως, αντιμετωπίζουν εμπόδια σε τέτοιου είδους διαπραγματεύσεις δεδομένων των περιορισμών που υπάρχουν στις επαφές τους με άνδρες εκτός της οικογενείας τους.*
- *Περιορισμοί που προέρχονται από την κοινωνία εφόσον είναι άμεσα επηρεασμένη από τη θρησκεία και την παράδοση, οι οποίες είναι ιδιαίτερα συντηρητικές σχετικά με το ρόλο των γυναικών στην κοινωνία ακόμα και σήμερα. Αποτέλεσμα αυτού είναι να μην αξιοποιούνται στο έπακρο τα «επιχειρηματικά ταλέντα» αλλά τα άτομα αυτά να εξακολουθούν να ικανοποιούν τις απαιτήσεις που τους θέτουν η κοινωνία και οι οικογένειές τους (Preiss and McCrohan, 2006).*
- *Υποκειμενικοί περιορισμοί. Παρόλο που η θέση της γυναίκας είναι πλέον η επιθυμητή στα ΗΑΕ, υπάρχουν γυναίκες που εξακολουθούν να δεσμεύονται και να επηρεάζονται από την παράδοση και την κουλτούρα σε σχέση με το γάμο, τη μόρφωση και την εργασία. Επίσης, υπάρχουν γυναίκες οι οποίες φαίνεται να αντιμετωπίζουν εσωτερικά εμπόδια που δεν τους επιτρέπουν να διαπρέψουν ως επιχειρηματίες. Τέτοιου είδους εμπόδια είναι ο φόβος που έχει να κάνει με το αβέβαιο της επιχειρηματικής δραστηριότητας καθώς και ο φόβος της αποτυχίας, (Goby, Eroglu, 2011: 331-332, Itani, Sidani, Baalbaki, 2009: 410-421).*

Όσον αφορά στα κίνητρα για την ανάληψη της επιχειρηματικότητας τα οποία αναφέρουν οι γυναίκες εκεί, είναι κυρίως κίνητρα που έχουν να κάνουν με την ευκαιρία (McCrohan, Eroglu, Vellinga, and Tong, 2009) και όχι με την ανάγκη που αποτελεί πολύ συνηθισμένο κίνητρο. Συγκεκριμένα, τα αποτελέσματα σχετικής έρευνας (Eroglu

and McCrohan's, 2008) σχετικά με τα κίνητρα που οδηγούν τις γυναίκες να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση, έδειξαν τα εξής:

- Προσδοκία για ανεξαρτησία (24%)
- Επιθυμία να συνεισφέρουν στην κοινωνία (19%)
- Επιθυμία για προσωπική βελτίωση (13%)
- Επαγγελματική ανάπτυξη (11%)
- Δυσανεξία από την τρέχουσα εργασία (9%)
- Επιθυμία για αύξηση εισοδήματος (7%)
- Στόχος για υψηλότερο επίπεδο διαβίωσης (6%)
- Έλλειψη εργασίας (6%)

Παρατηρείται πως και στα ΗΑΕ, η προσδοκία των γυναικών για ανεξαρτησία, η οποία συμπεριλαμβάνει την αυτοπραγμάτωση και την ευελιξία που παρέχεται σε αυτές και τις οικογένειές τους, σημειώνει και σε αυτή την περίπτωση το υψηλότερο ποσοστό, (Goby, Eroglu, 2011: 332, Itani, Sidani, Baalbaki, 2009: 416).

2.4 Δυτικές Χώρες

2.4.1 Γενικά- Εισαγωγικά

Κάνοντας μια αντίστοιχη μελέτη για τις χώρες της Δύσης, γίνεται αντιληπτό ότι έχουν καταγραφεί σε επιστημονικά άρθρα και βιβλία περισσότερα στοιχεία σχετικά με τη γυναικεία επιχειρηματικότητα. Η βιβλιογραφία που αφορά γενικά τη γυναικεία επιχειρηματικότητα ξεκινά περίπου στις αρχές της δεκαετίας του 1980 (Moore and Buttner, 1997). Για τη δύση, συγκεκριμένα, φαίνεται ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες παρουσιάζουν πολλές ομοιότητες με τους άνδρες ως προς τις ψυχολογικές και τις δημογραφικές παραμέτρους (van Auken et al., 1994). Γενικά, είναι αποδεκτό ότι η είσοδος των γυναικών στον επιχειρηματικό κόσμο είναι «ένα σύνθετο μείγμα περιορισμών και ευκαιριών, καταναγκασμών και προσωπικών προσδοκιών» (Bruni, Gherardi, Poggio, 2004). Τα κυρίαρχα κίνητρα, που έχουν καταγραφεί, για την ανάληψη της επιχειρηματικής δραστηριότητας, και για τα δύο φύλα, είναι η θέληση για ανεξαρτησία, η ανάγκη για καταξίωση και η αναζήτηση του ατόμου για το αίσθημα της ικανοποίησης μέσα από τη δουλειά του (Holmquist and Sundin, 1990; Longstreth, Stafford and Mauldin, 1987; Chaganti, 1986; Goffee and Scase, 1985, Schwartz, 1976;

Schrier, 1975;). Επιπρόσθετοι λόγοι έναρξης της επιχειρηματικότητας που έχουν διαπιστωθεί στις γυναίκες είναι η «*επιθυμία για αναγνώριση από τους άλλους, η επιθυμία να εφαρμόσουν στην πράξη τις γνώσεις τους και τις δεξιότητές τους, ... ή η επιθυμία τους να έχουν τον έλεγχο της ζωής τους*» (Ylinenpaa, Chechurina, 2000), η αναζήτησή τους για δικό τους εισόδημα, καθώς και η θέλησή τους να κατακτήσουν χρηματικά έπαθλα. Προκειμένου, να γίνει μια ολοκληρωμένη μελέτη σχετικά με την επιχειρηματικότητα στη δύση, παρακάτω θα μελετηθούν μεμονωμένες χώρες σχετικά με τις οικονομικές συνθήκες που επικρατούν σε αυτές καθώς και τα κίνητρα και τα εμπόδια που παρατηρούνται σε καθεμία σχετικά με την ανάληψη της γυναικείας επιχειρηματικότητας, (Bruni, Gherardi, Poggio, 2004: 258-264, Ylinenpaa, Chechurina, 2000: 6-12).

Γενικά, μετά από σχετική μελέτη που διεξήχθη, στην πλειοψηφία των δυτικών χωρών συναντώνται τρεις βασικοί τύποι εμποδίων σχετικά με τη γυναικεία επιχειρηματικότητα. Ο πρώτος τύπος εμποδίων, σχετίζεται με το γεγονός ότι ο πλήρως αναγνωρισμένος ρόλος των γυναικών είναι η απόλυτη ευθύνη που έχει για την οικογένειά της και το σπίτι της («*κοινωνική και πολιτιστική κατάσταση της γυναίκας*»). Το αρνητικό είναι ότι αυτός ο πλήρως αναγνωρισμένος ρόλος τους είναι που τους μειώνει την αξιοπιστία των επιχειρήσεων που δημιουργούν. Ο δεύτερος τύπος εμποδίων που παρατηρείται είναι το γεγονός ότι υπάρχει ένα είδος αποκλεισμού των γυναικών από τα δίκτυα πληροφόρησης και παροχής βοήθειας (Aldrich et al., 1989). Τέλος, οι γυναίκες αντιμετωπίζουν δυσκολία στην πρόσβαση σε κεφάλαια προκειμένου να ξεκινήσουν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα και αυτό γιατί επικρατεί η αντίληψη ότι δεν μπορούν να διαχειριστούν με αξιόπιστο τρόπο τα χρήματά τους. Βέβαια, περαιτέρω μελέτες που έχουν γίνει έχουν δείξει ότι οι πραγματικοί λόγοι αποτυχίας μιας επιχείρησης δε βρίσκονται στη διαφορετική μεταχείριση που δέχονται τα δυο φύλα λόγω προκαταλήψεων και στερεοτύπων, αλλά σε ψυχολογικούς παράγοντες (Chotigeat et al., 1991; Butler, 1991; Feagin, 1987), (Bruni, Gherardi, Poggio, 2004: 262-263).

Κάποιοι γενικοί λόγοι έχουν καταγραφεί και σχετικά με την έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας από τη μεριά των γυναικών. Σε αυτούς τους λόγους και πάλι ανήκουν τα κίνητρα ανάγκης- τα οποία στην ουσία δείχνουν «*την ανάγκη του ατόμου για ανεξαρτησία και αυτονομία στη δουλειά, την αναζήτηση για επαγγελματική*

αυτοπραγμάτωση, την αναζήτηση εισοδήματος, την επιδίωξη κοινωνικής ένταξης η οποία συναντάται κυρίως από τα πιο ευάλωτα μέλη της κοινωνίας»- και τα κίνητρα ευκαιρίας- κίνητρα που αποτελούν «ένα τρόπο για επιπλέον εισόδημα στα νοικοκυριά που το χρειάζονται, ή μέσο εισόδου σε μια δραστηριότητα όπου τα κριτήρια επιλογής (προσόντα, εμπειρία και φύλο) δεν είναι ιδιαίτερα αυστηρά» (Monaci, 1997)- όπως έχουν αναφερθεί και στο προηγούμενο κεφάλαιο. Και στη δύση, δεν παραλείπεται να τονιστεί η δυσκολία της ταυτόχρονης ενασχόλησης της γυναίκας και με το σπίτι και με την εργασία. Αυτός είναι και ο λόγος που αποδίδεται σε αυτές τις γυναίκες ο χαρακτηρισμός «εξειδικευμένες στο να διαχειρίζονται με ευέλικτο τρόπο τους πόρους και τις διαπροσωπικές τους σχέσεις», (Bruni, Gherardi, Poggio, 2004: 263-264).

2.4.2 Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στις Χώρες της Δύσης

Στη συνέχεια της παρούσης ενότητας, αφήνοντας τη μελέτη της Ευρώπης και της Αμερικής για τα επόμενα κεφάλαια, θα παρουσιαστούν κάποιες ακραίες περιπτώσεις σχετικά με τη γυναικεία επιχειρηματικότητα που συναντώνται στη Δύση. Ξεκινώντας από την Αγκόλα, η οποία ανήκει στο δυτικό κομμάτι του χάρτη (κοιτώντας καθαρά τη γεωγραφική της θέση) και είναι χώρα της νότιας Αφρικής. Χρήσιμο είναι σε αυτό το σημείο, να αναφερθούν κάποια γενικά χαρακτηριστικά της Αφρικής. Για την ήπειρο της Αφρικής διατηρούνται λίγα στοιχεία σχετικά με την ανάπτυξη των επιχειρήσεων (Nicher and Goldmark, 2009). Σύμφωνα με αυτά, είναι γνωστό ότι οι περισσότερες επιχειρήσεις παρουσιάζουν μηδενική ανάπτυξη και οι μικρότερες και νεότερες επιχειρήσεις φαίνεται να αναπτύσσονται με ταχύτερους ρυθμούς (Jovanovic, 1982; Cabral and Mata, 2003; Desai et al, 2003). Πιο συγκεκριμένα, έχει καταγραφεί ότι λιγότερο από το 3% των μικρομεσαίων επιχειρήσεων έχουν επεκταθεί με τρεις ή περισσότερους εργαζόμενους και ότι οι άτυπες επιχειρήσεις παρουσιάζουν ακόμα πιο αργή ανάπτυξη. Αυτό δείχνει ότι η πρόσβασή τους στην αγορά είναι ιδιαίτερα περιορισμένη (Nicher and Goldmark, 2009), (Minniti, Naude, 2010: 7).

Επιστρέφοντας στη μελέτη για τη χώρα της Αγκόλας, έχει διαπιστωθεί ότι οι κάτοικοί της αγωνίζονται προκειμένου να μπορέσουν να ζήσουν με αξιοπρεπή τρόπο. Γενικά το μεγαλύτερο ποσοστό των γυναικών εκεί είναι φτωχές, αμόρφωτες (43,3% αμόρφωτες γυναίκες- 17,5% αμόρφωτοι άνδρες, 1996), δεν έχουν πρόσβαση σε βασικές υπηρεσίες, αγωνίζονται να στηρίξουν όχι μόνο τις οικογένειές τους, αλλά και τους

ίδιους τους εαυτούς τους, με βαθύτερη επιθυμία τους μια καλύτερη ζωή. Είναι επίσης χαρακτηριστικό ότι καθημερινά ολοένα και περισσότερες γυναίκες τραυματίζονται ή σκοτώνονται από νάρκες. Όλα αυτά είναι προβλήματα που πρέπει να αντιμετωπιστούν για να μπορούν και εκείνες με τη σειρά τους να συνεισφέρουν ουσιαστικά μέσω της συμμετοχής τους στα κοινά και στη λήψη τοπικών αποφάσεων, (Greenberg, 2000: 2-5).

Είναι αποδεδειγμένο ότι πλέον οι γυναίκες στην Αγκόλα συμμετέχουν περισσότερο στα κοινά σε σχέση με λίγα χρόνια πριν. Οι βασικοί λόγοι που συμβαίνει αυτό, δηλαδή τα κίνητρα που τις οδηγούν σε τέτοιου είδους συμπεριφορά, είναι τα εξής:

- Ως επικεφαλές του νοικοκυριού τους επικεντρώνονται στην επιβίωση
- Υποφέρουν από όλο και περισσότερες δυσκολίες
- Η εκπαίδευση, μέσω της οποίας τους δίνεται η δυνατότητα να αξιοποιούν πληροφορίες, να οργανώνονται σωστά και να μην είναι ανυπεράσπιστες, (Greenberg, 2000: 3).

Πέρα όμως από τα κίνητρα, υπάρχουν και εμπόδια που έχουν να αντιμετωπίσουν οι γυναίκες που ενδιαφέρονται να συμμετάσχουν στα κοινά. Στο σημείο αυτό αξίζει να επισημανθεί το γεγονός ότι δε γίνεται αναφορά για ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας, αλλά για απλή συμμετοχή σε δραστηριότητες που σχετίζονται με την σωστή λειτουργία του κράτους. Τα εμπόδια, λοιπόν, που συναντώνται στην Αγκόλα είναι τα εξής:

- Σε τοπικό επίπεδο
 - Χαμηλή συμμετοχή στο δημόσιο τομέα
 - Αναλφαβητισμός και αδυναμία προφορικού λόγου λόγω ελλιπούς γνώσης (άγνοιας) της γλώσσας
- Σε πολιτικό επίπεδο
 - Μειωμένη συμμετοχή των γυναικών πριν το 1992 (τότε υπήρχε μόνο ένα κόμμα γυναικών)
 - Μειωμένη συμμετοχή και των ισχυρών γυναικών (πόρος που μπορεί να προσφέρει και με τη μη αξιοποίησή του μπορεί να ζημιωθεί η κοινωνία), (Greenberg, 2000: 4).

Από το 1997, πέρα από τη συμμετοχή στα κοινά, έχουν σημειωθεί και κινήσεις ανάληψης επιχειρηματικής δραστηριότητας από την πλευρά των γυναικών. Συγκεκριμένα, γυναίκες ίδρυσαν 15 μη κυβερνητικές οργανώσεις το οποίο αποτέλεσε σπουδαίο βήμα. Επιπλέον, υπάρχουν ενώσεις για γυναίκες δικηγόρους, δημοσιογράφους και αστυνομικούς. Μέσω αυτών των ενώσεων εκπροσωπούνται τα συμφέροντα των μελών τους. Δυστυχώς, όμως, οι ενώσεις αυτές βρίσκονται ακόμα σε νηπιακό επίπεδο και επομένως δεν έχουν τη δυνατότητα να δρουν τόσο αποδοτικά όσο θα έπρεπε. Ωστόσο, έχει σημειωθεί αρκετά καλή εξέλιξη σε ένα Δίκτυο που δημιούργησαν γυναίκες- «Rede Mulher»- το οποίο έχει αναλάβει δράση για την υποστήριξη των γυναικών σε θέματα βίας, υποστηρίζει την εκστρατεία κατά του αναλφαβητισμού των γυναικών, βοηθά στην οικοδόμηση των οργανώσεων των γυναικών ώστε οι παροχές τους να είναι πιο αποδοτικές, (Greenberg, 2000: 3-5).

Σήμερα, όσον αφορά τη συμμετοχή των γυναικών στην Αγκόλα ως εργατικό δυναμικό επιχειρήσεων, το ποσοστό τους ανέρχεται στο 76%. Επίσης, μπορούν να ιδρύσουν μια επιχείρηση ακριβώς όπως οι άνδρες και στην εργασία τους αντιμετωπίζονται με τον ίδιο τρόπο με τους άνδρες ως προς τα ωράρια εργασίας αλλά και ως προς τα είδη των επιχειρήσεων που δουλεύουν. Μάλιστα, υπάρχουν νόμοι που δεν επιτρέπουν διακρίσεις ως προς το φύλο σχετικά με την πρόσληψη στις διάφορες θέσεις εργασίας. Ειδικά μέτρα ισχύουν για τις γυναίκες που είναι σε ενδιαφέρουσα κατάσταση ή που θηλάζουν, με το μισθό να παραμένει ανεπηρέαστος. Επιπλέον νομικά δικαιώματα ισχύουν και για τους εργαζόμενους με ανήλικα παιδιά, δίνοντάς τους τη δυνατότητα ευέλικτου ωραρίου εργασίας ή και να έχουν μερική απασχόληση. Ένα αρνητικό που επισημαίνεται είναι η απουσία νόμων για την προστασία από σεξουαλική παρενόχληση στο χώρο εργασίας, (Devan, 2012: 54-55).

Συνεχίζοντας τη μελέτη για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην ήπειρο της Αμερικής, μια πρώτη έρευνα πραγματοποιείται στη χώρα της Αργεντινής η οποία παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον.

Αξιοσημείωτο είναι ότι η Αργεντινή, η οποία ενώ μέχρι το 1997 είχε ξεπεράσει τις υπόλοιπες οικονομίες της περιοχής (Perry και Servén, 2003), το 1999 ξεκίνησε μια επιβράδυνση στην ανάπτυξη και ενώ σε άλλες χώρες ξεκίνησε μια μέτρια ανάκαμψη, η Αργεντινή βυθίστηκε σε μια παρατεταμένη ύφεση. Κύρια αιτία αυτού του γεγονότος

ήταν η κρίση στη Ρωσία που περιόρισε τη ροή των κεφαλαίων. Σχετικά με τη γυναικεία επιχειρηματικότητα παρατηρείται ότι το 30,2% των γυναικών είναι αυτοαπασχολούμενες και το 42,1% είναι μισθωτές (Montes Rojas, Siga, Table 1, p.2672). Φαίνεται, λοιπόν, πως οι γυναίκες εργαζόμενες είναι λιγότερο πιθανό να πάρουν ρίσκα προκειμένου να ξεκινήσουν κάποια επιχειρηματική δραστηριότητα. Αυτό είναι πολύ πιθανό να σχετίζεται με τα κοινωνικά πρότυπα που ισχύουν. Βέβαια, άλλοι δύο παράγοντες που επηρεάζουν σημαντικά είναι η ηλικία και η μόρφωση. Συγκεκριμένα, όσο μεγαλώνουν τα άτομα χωρίς μόρφωση, θεωρούν την αυτοαπασχόληση λιγότερο ελκυστική. Πιθανότατα, αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι αυτά τα άτομα ξεκινούν να εργάζονται ως ανειδίκευτοι και με το πέρασμα των χρόνων αποκτούν μια εξειδίκευση. Έτσι, υπάρχει αδυναμία στη συγκέντρωση του κεφαλαίου που απαιτείται για την ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας. Για τα άτομα που έχουν αποκτήσει υψηλότερα επίπεδα μόρφωσης, η πιθανή ηλικία για έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι 40-55 ετών, η οποία είναι σε άμεση συσχέτιση με τη συγκέντρωση του απαραίτητου κεφαλαίου, αλλά και την απαραίτητη εμπειρία που απαιτείται. Ακόμα και στην περίπτωση που κάποιος μισθωτός θέσει σε λειτουργία τη δική του επιχείρηση, η εκπαίδευσή του σε συνδυασμό με την ηλικία του επηρεάζουν και πάλι την πορεία της επιχειρηματικής του δραστηριότητας. Συγκεκριμένα, όσο χαμηλότερου επιπέδου εκπαίδευση έχει ένα άτομο, τόσο πιο πιθανό είναι να ξεκινήσει κάποια επιχειρηματική δραστηριότητα. Μία εξήγηση που δίνεται ως προς αυτό είναι ότι τέτοιου είδους άτομα δεν είναι σε θέση να καταλάβουν το μέγεθος του κινδύνου που συνεπάγεται η ανάληψη της επιχειρηματικής δραστηριότητας, (Montes Rojas, Siga, 2009: 2672-2675, Moreno, Laborda, Masere, 2010: 260).

Η παρατεταμένη ύφεση της οικονομίας της Αργεντινής άρχισε σιγά σιγά να παρουσιάζει μια ανάκαμψη από το 2004 και η φτώχεια μειώνεται όλο και πιο πολύ. Η κοινωνία, όμως, της Αργεντινής ενθαρρύνει τις διακρίσεις ως προς το γυναικείο φύλο. Οι διακρίσεις αυτές αφορούν και το θέμα των προσλήψεων αλλά και την πληρωμή. Γεγονός είναι ότι το συνολικό μέσο εισόδημα των γυναικών είναι το 65% εκείνου των ανδρών. Το χάσμα αυτό μειώνεται όσο τα επίπεδα μόρφωσης μειώνονται. Αυτό σημαίνει ότι άνδρες κι γυναίκες που δουλεύουν ως εργάτες έχουν τις ίδιες απολαβές. Όσο, όμως, «ανεβαίνουν» ιεραρχικά τόσο μεγαλύτερη απόκλιση παρατηρείται μεταξύ του εισοδήματος ανδρών και γυναικών. Επίσης, διακρίσεις ως προς το φύλο ισχύουν και

για τους επιχειρηματίες. Αυτό φαίνεται από το ότι οι γυναίκες δεν είναι ιδιαίτερα πιθανό να συμμετέχουν σε προγράμματα κατάρτισης όσο οι άνδρες συνάδελφοί τους- παρόλο που το 39% των γυναικών τα θεωρούν πολύ σημαντικά, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό των ανδρών φτάνει το 31%- και έτσι είναι λιγότερο προετοιμασμένες για την έναρξη τη επιχειρηματικής τους δραστηριότητας (Walker, 2002). Αυτή η διαφορετική αντιμετώπιση των δύο φύλων είναι ένας ακόμα παράγοντας που επηρεάζει τις γυναίκες αρνητικά και έτσι ο αριθμός τους είναι χαμηλός και δυσανάλογος με αυτόν των ανδρών στις αντίστοιχες θέσεις, όπως ενδεικτικά αναφέρεται η κατοχή διευθυντικής θέσης και συμμετοχή στην επιχειρηματική δραστηριότητα. Ωστόσο, το ποσοστό της γυναικείας επιχειρηματικής δραστηριότητας έχει δείξει μεγαλύτερη αύξηση από εκείνο των ανδρών (Heller, 1996). Ακόμη, οι γυναίκες συνήθως καταπιάνονται με τον τομέα των υπηρεσιών και το λιανικό εμπόριο, παρά με την κατασκευή ή την παραγωγή αγαθών. Μετά από σχετική εμπειρική έρευνα (Instituto APOYO, 2000) καταγράφηκαν τα εξής χαρακτηριστικά για την επιχειρηματικότητα στην Αργεντινή:

- *Οι άνδρες και οι γυναίκες έχουν παρόμοια κίνητρα για επιχειρήσεις*
- *Οι γυναίκες είναι περισσότερο αισιόδοξες για το μέλλον της εταιρείας τους*
- *Οι άνδρες και οι γυναίκες έχουν διαφορετικές ανησυχίες σχετικά με τις επιχειρήσεις τους*
- *Οι γυναίκες είναι πιο πιθανό να μοιραστούν με το σύζυγό τους την ιδιοκτησία της επιχείρησης*
- *Άνδρες και γυναίκες ιδιοκτήτες επιχειρήσεων έχουν ισοδύναμες βαθμίδες εκπαίδευσης, και*
- *Η απόδοση σε έσοδα των επιχειρήσεων που ανήκουν σε γυναίκες υστερεί της απόδοσης των επιχειρήσεων που ανήκουν σε άνδρες, (Walker, 2005: 97-117, Weeks, Seiler, 2001: 10-16).*

Συνοψίζοντας, τα κοινωνικά πρότυπα, η ηλικία, η μόρφωση και η διαφορετική αντιμετώπιση των δύο φύλων είναι οι βασικοί παράγοντες που καθορίζουν την ανάληψη της επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Αργεντινή.

Μελετώντας την επιχειρηματικότητα στις Μπαχάμες, παρατηρείται μια διαφορετική κατάσταση. Εκεί η επιχειρηματική δραστηριότητα εστιάζει και σε διαφορετικούς κλάδους από όσους έχουν ήδη αναφερθεί.

Οι κάτοικοι στις Μπαχάμες έχουν ιδιαίτερο ταλέντο στην επιχειρηματικότητα (όμορφα ντυμένοι οδηγοί ταξί, πωλητές φρούτων κατά μήκος των δρόμων κλπ.) μιας και τους διακατέχει η απαραίτητη αισιοδοξία (Glinton-Meicholas, 1994). Μάλιστα, γιορτάζουν την παράδοση που έχουν στη σκληρή δουλειά και στην επιχειρηματικότητα. Το πολιτιστικό φεστιβάλ της χώρας για τον εορτασμό της σκληρής δουλειάς και της δημιουργικότητας λέγεται «Junkanoo». Χαρακτηριστικό στις Μπαχάμες είναι ότι ο τουρισμός (4 εκ. τουρίστες το χρόνο) αποτελεί τη βάση για την επιτυχημένη οικονομία. Ωστόσο, παρατηρείται ότι υπάρχουν κάτοικοι που μεταναστεύουν προκειμένου να βρουν δουλειά. Γεγονός είναι η ενεργή συμμετοχή των γυναικών σχεδόν σε όλα τα επαγγέλματα, και στον ιδιωτικό τομέα και στο δημόσιο, ακόμα και σε διευθυντικές θέσεις που παραδοσιακά ανήκουν σε άνδρες. Σημαντική αύξηση της συμμετοχής τους, ύψους 65%, σημειώθηκε τη δεκαετία του 1970 και από το 1991 οι αιτήσεις των γυναικών για δουλειά ξεπερνούν τις αντίστοιχες των ανδρών. Από το 1992 είναι δεδομένη και η συμμετοχή τους στην Κυβέρνηση, παρόλο που η κοινωνία εκεί θεωρείται γενικά πατριαρχική όσον αφορά στην πολιτική και τη νομική δομή της. Μέχρι και σήμερα η χώρα συνεχίζει να κάνει προσπάθειες ώστε να κατοχυρωθεί η ισότητα ανάμεσα στα δυο φύλα φύλων και να προωθηθεί η χειραφέτηση των γυναικών διότι γνωρίζει ότι η ενδυνάμωσή τους είναι προς όφελος όλων. Χάρη σε αυτή την προώθηση που γίνεται από τη χώρα, οι γυναίκες στις Μπαχάμες έχουν σημειώσει σημαντική πρόοδο. Είναι χαρακτηριστική η έντονη ενασχόληση του πληθυσμού στις Μπαχάμες με τη γεωργία και την αλιεία, όχι μόνο για την επιβίωσή τους αλλά και για την προώθηση των προϊόντων τους στην τοπική αγορά. Μάλιστα, περίπου το 15% του πληθυσμού ζουν σε αγροτικές κοινότητες. Ιδιαίτερος είναι ο ρόλος των γυναικών, κυρίως μεγαλύτερης ηλικίας, σε αυτές τις κοινότητες. Υπάρχουν, όμως, και κάτοικοι οι οποίοι είναι επιχειρηματίες οι οποίοι έχουν μικρές ή και μεσαίες γεωργικές και βιοτεχνικές επιχειρήσεις. Όλα αυτά συμβάλλουν στην περαιτέρω ανάπτυξη της χώρας, (Bethel, 2012: 1-3, Smith A., 2009, Thomas Bassett Macaulay and the Bahamas: Racism, Business and Canadian Sub-imperialism, Vol. 37, p. 29-50, Storr, 2006: 300-303, Storr, 2010: 204-205, United Nations Radio, 2012).

Είναι σαφές, από τα παραπάνω, ότι οι γυναίκες έκαναν και εξακολουθούν να κάνουν σημαντικές προσπάθειες ώστε να εργάζονται και να αναλαμβάνουν θέσεις που ανήκαν,

σύμφωνα με την παράδοση της χώρας, σε άνδρες. Ιδιαίτερα ενεργή συμμετοχή παρατηρήθηκε από το 1970.

Με μια μετάβαση στην Κούβα, γίνεται αντιληπτό ότι η έγκαιρη δημιουργία οργανισμών, έχει καθοριστικό ρόλο στην ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας.

Στην Κούβα, καταλυτικός για την ανάπτυξη των γυναικών είναι ο ρόλος της Ομοσπονδίας Γυναικών (Federation de Mujeres Cubanas--FMC). Η ίδρυσή της, το 1960, αποτέλεσε το κλειδί στην ανάπτυξή τους, εφόσον πριν το 1959 τα χαρακτηριστικά του πληθυσμού ήταν τα εξής: το 62,5% ήταν αγρότες και ζούσαν σε καλύβες με οροφή σχεδόν ανύπαρκτη και με πάτωμα το έδαφος, μόνο το 11% του πληθυσμού έπινε γάλα, το 4% είχε να φάει κρέας και το 2% αυγά. Πάνω από το ένα τρίτο του πληθυσμού είχε παράσιτα. Σχετικά με τις γυναίκες, τα στοιχεία που έχουν καταγραφεί για την Κούβα μέχρι και το έτος του 1959 είναι τα εξής: το 13% εργαζόταν έξω από το σπίτι και από αυτό το ποσοστό το 70% ήταν υπηρέτριες (Azicri, 1987). Οι υπόλοιπες εργαζόμενες γυναίκες ήταν πόρνες. Ωστόσο υπήρχαν και μερικές που εργάζονταν ως μαίες, εργάτριες, τεχνίτριες ή στον τομέα της γεωργίας. Η Ομοσπονδία αυτή έφτασε να έχει περίπου 2,5 εκατομμύρια μέλη το 1993 (77% των γυναικών ηλικίας άνω των 14). Αρχικός της στόχος ήταν η ενσωμάτωση των γυναικών στην «κοινωνική, πολιτιστική και πολιτική ζωή» (Grunig, 1993) και η ενεργή συμμετοχή τους στην οικονομία της χώρας, (Grunig, 1993: 4-6).

Μέσα στα πρώτα της λειτουργίας της, η Ομοσπονδία Γυναικών Κούβας, κατάφερε να ενσωματώσει τις γυναίκες στην παραγωγή και γι' αυτό αμέσως μετά δεσμεύτηκε να βρει γυναίκες οι οποίες θα αναλάμβαναν μικρές επιχειρήσεις οι οποίες απέκτησαν εθνικό χαρακτήρα το 1968. Έτσι έχουμε την είσοδο των γυναικών της Κούβας στον επιχειρηματικό κόσμο. Για αυτή τους τη δραστηριοποίηση χρειάστηκε να εκπαιδευτούν. Αρχικά εκπαιδεύτηκαν στη ραπτική, ως τομέας που τους ήταν πιο οικείος (Evenson, 1986). Μέχρι το 1974 οι γυναίκες αντιπροσώπευαν το 24% του εργατικού δυναμικού της Κούβας (Jancair, 1978) και εργάζονται κυρίως σε τομείς της εκπαίδευσης, της υγείας, του εμπορίου, της γεωργίας, της ελαφριάς βιομηχανίας και στις υπηρεσίες τροφίμων και καπνού. Το ποσοστό τους, δύο χρόνια αργότερα, έφτασε το 33%. Το 1993 οι γυναίκες «εισέρχονται» σε τομείς που μέχρι πρότινος μονοπωλούντο από άνδρες (ιατρική, νομική, δημοσιογραφία). Έτσι λοιπόν, μέχρι το 1993, έχει επιτευχθεί η

χειραφέτηση των γυναικών μέσω πρωτοβουλιών σχετικών με την επαγγελματική κατάρτιση, τη δημιουργία κέντρων ημερήσιας φροντίδας, τη μάχη για την ενίσχυση του αναλφαβητισμού των ενηλίκων, τη βελτιωμένη υγειονομική περίθαλψη, τη συνεχή εκπαίδευση και την εξάλειψη της πορνείας, (Grunig, 1993: 7-9).

Παρόλη, όμως, την χειραφέτηση των γυναικών, η παρουσία τους σε ηγετικές θέσεις δεν είναι τόσο έντονη συγκριτικά με των ανδρών. Η Κυβέρνηση έχει προσπαθήσει να μειώσει αυτή τη διαφορά και από το 2003 χρησιμοποιείται μια βάση δεδομένων κατάλληλα διαμορφωμένη ώστε η τελική επιλογή και οι διαδικασίες έγκρισης που αφορούν σε ηγετικές θέσεις να περιλαμβάνουν με ισότιμο τρόπο άνδρες και γυναίκες. Παρακάτω φαίνεται το πώς έχει αυξηθεί η συμμετοχή των γυναικών σε ηγετικές θέσεις.

Πίνακας 2. 1: Εξέλιξη της συμμετοχής των γυναικών σε ηγετικές θέσεις

Έτος	Ανδρες και Γυναίκες Σύνολο εργαζομένων σε ηγετικές θέσεις		Γυναίκες			
			Σύνολο εργαζομένων γυναικών % Του συνόλου των εργαζομένων		Σύνολο ηγετικών θέσεων % Του συνόλου των ηγετών	
1995	4174,9	321,5	1481.4	35.48%	87.4	27.18%
2000	4379,3	346	1559.5	35.31%	102.9	29.73%
2006	4754,6	366,2	1768.8	37.20%	108.0	29.49%

Πηγή: (Schmid, 2006, p. 11)

Από τον Πίνακα 2.1 φαίνεται πως τα τελευταία στοιχεία δείχνουν ότι ο αριθμός των ανδρών συγκριτικά με των γυναικών είναι ο τριπλάσιος στη διαχείριση και σε θέσεις ηγεσίας. Παρόλα αυτά η συμμετοχή των γυναικών δεν παύει να είναι βελτιωμένη σε πολύ μεγάλο βαθμό, αν λάβουμε υπόψη τα αντίστοιχα νούμερα που καταγράφηκαν το 1995. Το 2007, τα ποσοστά δείχνουν μια πιο βελτιωμένη εικόνα σχετικά με τον αριθμό των γυναικών που κατέχουν διευθυντικές θέσεις. Χαρακτηριστικά αναφέρεται το ποσοστό των γυναικών που είναι διευθυντικά στελέχη στον τομέα της ιατρικής το οποίο ανέρχεται στο 54,5%. Το ποσοστό αυτό είναι αρκετά υψηλό αν λάβουμε υπόψη ότι μιλάμε για ένα σύστημα υγείας όπου οι γυναίκες αποτελούν το 70% του εργατικού δυναμικού (MINSAP 2007), (Grunig, 1993: 7-9, Schmid, 2006: 12-14).

Συνοψίζοντας, είναι φανερό ότι από το 1960 οι γυναίκες της Κούβας άρχισαν να αποκτούν ανεξαρτησία εφόσον είχαν τη δυνατότητα να εργαστούν αλλά και να αναλάβουν μικρές επιχειρήσεις, να εκπαιδεύονται αλλά και να αναλαμβάνουν θέσεις που ανήκαν σε άνδρες.

2.4.3 Κίνητρα Γυναικών για την Έναρξη Επιχειρηματικής Δραστηριότητας

Είναι πολύ σημαντικό για το κάθε άτομο, επομένως και για τις γυναίκες, να έχει το κατάλληλο κίνητρο που θα το παροτρύνει να ξεκινήσει μια επιχειρηματική δραστηριότητα. Τα κίνητρα μπορεί να προέρχονται είτε από το ίδιο το άτομο (π.χ. ανάγκη για ανεξαρτησία), είτε από το κράτος (παροχή χρηματοδότησης).

Όσον αφορά τα κίνητρα για την ανάληψη της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Αργεντινή, είναι τα εξής (Moore and Buttner, 1997):

- *Κέρδος και δημιουργία περιουσιακών στοιχείων*
- *Προσωπική ικανοποίηση και επιδίωξη προσωπικών στόχων*
- *Παροχή υπηρεσίας χρήσιμης για τους άλλους, (Walker, 2005: 97).*

Σημαντικό ρόλο στη διευκόλυνση των γυναικών, στην Αργεντινή, προκειμένου να ξεκινήσουν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα, έχουν οι Κοινοπραξίες οι οποίες μέσω των λειτουργιών τους βοηθούν στη δημιουργία νέων επιχειρήσεων αλλά και στην επέκταση παλαιών. Οι βασικές ομάδες βοήθειας που παρέχονται από αυτές τις Κοινοπραξίες, είναι οι εξής (ΑΡΟΥΟ, 2000; Heller, 1996, 1999; Walker, 2004):

- *Εκπαίδευση πάνω σε νομικές, οικονομικές και άλλες γενικές επιχειρηματικές ενέργειες (συνέδρια, ημερίδες, ομιλητές, καθοδήγηση)*
- *Συνεργασία για έργα και νομοθετικά θέματα πάνω σε κάποιο δεδομένο τομέα επιχειρήσεων (συλλογικές διαφημιστικές εκστρατείες, δημόσιες σχέσεις με τα ΜΜΕ)*
- *Συντονισμό φόρουμ για ανταλλαγή ιδεών και εμπειριών*
- *Παροχή ευκαιριών δικτύωσης με άλλες επιχειρήσεις (διάλογος μεταξύ των μελών, ομάδες συζήτησης)*
- *Παροχή πρόσθετων πόρων βοήθειας/ υποστήριξης (απευθείας σύνδεση με περιοχές δικτύωσης, ομάδες συζήτησης), (Walker, 2005: 104-105).*

Στις Μπαχάμες, τα κίνητρα που δίνονται για την παρότρυνση των γυναικών προκειμένου να ασχοληθούν με την επιχειρηματικότητα, δεν παρουσιάζουν ιδιαίτερες ομοιότητες με άλλων χωρών. Συγκεκριμένα έχουμε τα εξής:

- Η κυβέρνηση φρόντισε την ίδρυση του Γεωργικού και Βιομηχανικού Οργανισμού (Bahamas Agricultural and Industrial Corporation- BAIC), από το 1981, για την ενθάρρυνση της γεωργικής, εμπορικής και βιομηχανικής ανάπτυξης. Συγκεκριμένα, ο οργανισμός αυτός δίνει κίνητρα σε άνδρες και γυναίκες που ενδιαφέρονται να ασχοληθούν με την κτηνοτροφία και με βιομηχανικές επιχειρήσεις ή που ασχολούνται ήδη με αυτού του είδους επιχειρήσεις.
- Ευκαιρίες παρέχονται στις γυναίκες της υπαίθρου, κυρίως-δηλαδή αυτές που κατοικούν σε αγροτικές περιοχές, για την ενδυνάμωσή τους. Συγκεκριμένα, τους δίνεται η δυνατότητα να αποκτήσουν ειδική εκπαίδευση ώστε να έχουν την κατάρτιση για την παραγωγή χειροποίητων δώρων και σουβενίρ. Μέχρι τώρα έχουν εκπαιδευτεί πάνω από 3.000 άτομα.
- Δέσμευση και κατάλληλη δράση από την πλευρά της κυβέρνησης παρατηρείται, μέσω του ψηφίσματος «Γυναίκες και Πολιτική Συμμετοχή» για την ενεργή συμμετοχή των γυναικών στα θέματα της πολιτικής (υπάρχουν 38 διαθέσιμες θέσεις στο κοινοβούλιο και 17 υποψήφιες γυναίκες). Παρόμοια πρωτοβουλία επιχειρείται και για θέσεις ηγεσίας στην επιχειρηματική κοινότητα, (Bethel, 2012: 2, United Nations Radio, 2012).

Στην Κούβα, κίνητρα στις γυναίκες για την ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας, παρέχει η Ομοσπονδία Γυναικών. Συγκεκριμένα:

- Συνεργάζεται με το Κέντρο Κατάρτισης Γυναικών (CECAM Ισπανικό ακρωνύμιο) για την εκπαίδευση ηγετών οργανισμών
- Έχει προωθήσει στους πολιτικούς, κοινωνικούς και οικονομικούς θεσμούς πλατφόρμες οι οποίες αναλύουν οριζόντια με προοπτικές που στηρίζονται στο φύλο.

Με την εφαρμογή αυτή οι γυναίκες έχουν κίνητρο να αναλάβουν επιχειρηματική δραστηριότητα διότι γνωρίζουν ότι θα αναγνωρισθεί το έργο τους, (Schmid, 2006: 17- 18).

2.4.4 Εμπόδια Γυναικών στην Ανάλυση Επιχειρηματικής Δραστηριότητας

Ανασταλτικός παράγοντας που μπορεί να μειώσει σε μεγάλο βαθμό την επιχειρηματική δράση σε μια χώρα και κατ' επέκταση να επηρεάσει και την οικονομία της είναι τα εμπόδια που συναντώνται είτε κατά την έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας είτε σε επόμενο στάδιο.

Σχετικά με τα εμπόδια που αντιμετωπίζονται με την ανάλυση της επιχειρηματικής δραστηριότητας από γυναίκες στην Αργεντινή, καταγράφονται τα εξής (Instituto APOYO, 2000):

- *Οικονομική κρίση και ξένες οικονομικές πτυχές (εμπόδιο που επισημαίνεται σχεδόν από τις μισές γυναίκες της έρευνας)*
- *Έλλειψη οικονομικής στήριξης (Davies-Netzley, 2000)*
- *Δυσκολία πρόσβασης στις Τράπεζες Πίστεως για τις επιχειρήσεις τους*
- *Δυσκολίες με την Κυβέρνηση και τη γραφειοκρατία*
- *Πολιτική και κοινωνική αστάθεια*
- *Αθέμιτος ανταγωνισμός*

Το γεγονός ότι υπάρχει περιορισμένη πρόσβαση σε κεφάλαια έχει ως επακόλουθο περίπου το 11% των γυναικών να στηρίζονται στην οικονομική βοήθεια της οικογένειάς τους είτε των αδερφών τους προκειμένου να καταφέρουν να ξεκινήσουν την επιχειρηματική τους δράση. Ακόμα περισσότερες είναι οι γυναίκες που στηρίζονται στην οικονομική βοήθεια των συζύγων τους. Έτσι, αφού υπάρχει πλήρης εξάρτηση σε αυτόν που ανήκει το κεφάλαιο, η πορεία της επιχείρησης στηρίζεται εκεί. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι το 43% των γυναικών της έρευνας μοιράζονται την ιδιοκτησία της επιχείρησης με τους συζύγους τους, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό των ανδρών φτάνει μόλις το 14%. Μεγάλη επίδραση, αντιστρόφως ανάλογη, σε αυτό έχει η μόρφωση. Όσο πιο πολύ ανεβαίνει το επίπεδο μόρφωσης μιας γυναίκας, τόσο μειώνεται το ποσοστό των επιχειρήσεων που είναι από κοινού με τους συζύγους τους, με το ποσοστό

συνιδιοκτησίας να φτάνει το 14% όταν οι γυναίκες έχουν κάποιο μεταπτυχιακό ή διδακτορικό, (Walker, 2005: 100-103, Weeks, Seiler, 2001: 7).

Στην Κούβα, τα εμπόδια που συναντούν οι γυναίκες που ενδιαφέρονται να ξεκινήσουν επιχειρηματική δραστηριότητα είναι τα εξής:

- *Εικόνες και αντιλήψεις για τα χαρακτηριστικά που απαιτούνται για τις θέσεις ηγεσίας*
 - *Διακρίσεις ως προς το φύλο (οι θέσεις εξουσίας παραδοσιακά ανήκουν σε άνδρες)*
 - *Σύνδεση χαρακτηριστικών αξίας και στερεοτύπων με τους άνδρες*
- (Novick, Rojo, Castillo, 2008), (Schmid, 2006: 15).

2.4.5 Χαρακτηριστικά Επιχειρήσεων Γυναικών στην Αργεντινή

Κάποια γενικά χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων των γυναικών στην Αργεντινή είναι τα εξής:

- Μικρότερα κέρδη συγκριτικά με τις επιχειρήσεις που ανήκουν σε άνδρες
- Ελλιπής πρόσβαση στην τεχνολογία (σπάνια χρήση υπολογιστών- πλήρης αναλογία με τον αριθμό των ατόμων που αποτελούν το προσωπικό της επιχείρησης και με τα χρόνια λειτουργίας της επιχείρησης)
- Η πρόσβαση στο διαδίκτυο βρίσκεται σε πλήρη συσχέτιση με τον αριθμό του προσωπικού της επιχείρησης και με τα χρόνια λειτουργίας τη επιχείρησης
- Σπάνια έχουν ιστοσελίδες (η ύπαρξη ιστοσελίδας δε συσχετίζεται με τον αριθμό του δυναμικού της επιχείρησης, αλλά με τον τόπο εγκατάστασής της και την ύπαρξη υπολογιστών)
- Ο μέσος χρόνος ιδιοκτησίας των επιχειρήσεών τους είναι 10 χρόνια- ενώ των ανδρών είναι 14.
- Ο μέσος όρος ηλικίας των γυναικών ιδιοκτητριών των επιχειρήσεων είναι 44 ετών (για τους άνδρες η αντίστοιχη ηλικία είναι 47 ετών), (Weeks, Seiler, 2001: 14-17).

2.5 Γυναίκες Μετανάστριες και Επιχειρηματικότητα

2.5.1 Γενικά

Χαρακτηριστικό της εποχής μας είναι η κινητικότητα των πληθυσμών και κατά συνέπεια οι περισσότερες χώρες, αν όχι όλες, μπορούν να χαρακτηριστούν πολυπολιτισμικές. Σε αυτές τις κοινωνίες είναι ιδιαίτερα δημοφιλής η έννοια της γυναικείας επιχειρηματικότητας, ασχέτως του τόπου προέλευσης των γυναικών. Οι γυναίκες, λοιπόν, αναγνωρίζονται ως ομάδες οι οποίες μπορούν να συνεισφέρουν στην οικονομική ανάπτυξη, χαρακτηριστικό που τους αναγνωρίζεται σχεδόν σε όλες τις περιπτώσεις που έχουν μελετηθεί σε προηγούμενες ενότητες, και να συμβάλουν στην «οικονομική διαφοροποίηση» του κράτους. Εφόσον, όμως, παρατηρείται αναγνώριση της γυναίκας σε κάθε χώρα ανεξαρτήτως του τόπου προέλευσής της, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι γυναίκες μετανάστριες και ο τρόπος αντιμετώπισής τους στις χώρες προορισμού τους. Σε αυτό το σημείο είναι χρήσιμο να τονιστεί ότι μετανάστες θεωρούνται όσοι φεύγουν από τη χώρα τους αναζητώντας καλύτερες προοπτικές. Είναι γεγονός ότι πέρασαν αρκετές δεκαετίες μέχρι να συμπεριληφθούν και αυτές στην κοινωνιολογική βιβλιογραφία. Γενικά οι μετανάστες χαρακτηρίζονται ως μειονότητες και αντιμετωπίζουν δυσκολίες και στο να ενταχθούν στο ενεργό εργατικό δυναμικό της χώρας, αλλά και στο να βρουν ικανοποιητικές θέσεις εργασίας που να τους αρμόζουν (Raijman and Semyonov, 1995). Η πηγή αυτών των δυσκολιών εντοπίζεται στην περιορισμένη πληροφόρησή τους και στη μη επαρκή γνώση των όσων ισχύουν στην αγορά εργασίας της χώρας που μετοικούν. Ακόμα πιο δύσκολα είναι τα πράγματα για τους μετανάστες «κατ' ανάγκη», για τους οποίους τα δίκτυα πληροφόρησης είναι ακόμα πιο «κλειστά» απ' ό,τι για τους απλούς μετανάστες (Gold, 1992) και οι οποίοι δε μπορούν να επιστρέψουν στη χώρα τους προκειμένου να ενισχυθούν χρηματικά για να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά (Hauff and Vaglum, 1993). Ακόμη, επειδή συνήθως αναγκάζονται να εγκαταλείπουν βιαστικά τη χώρα τους, δεν έχουν μαζί τους τα απαραίτητα πιστοποιητικά ώστε να έχουν τη δυνατότητα να βρουν μια θέση εργασίας. Χαρακτηριστικό τους είναι να μην επιδιώκουν να αυτό-απασχολούνται διότι η αβεβαιότητα για το μέλλον είναι χαρακτηριστικό που διακρίνει όσους αυτοαπασχολούνται, (Fuller-Love, Lim, Akehurst, 2006: 436-437, Levent, Masurel, Nijkamp, 2003: 5-7, 28, Raijman, Semyonov, 1997: 109-111).

Η οικονομική συμμετοχή των γυναικών μεταναστριών έχει ξεκινήσει να μελετάται κυρίως την τελευταία δεκαετία. Μελέτες που διεξήχθησαν στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής, τον Καναδά, την Αυστραλία, τη Λατινική Αμερική και τη Δυτική Ευρώπη (Boyd, 1984; Evans, 1984; Gabaccia, 1992; Phizacklea, 1983; Stier, 1991; Stier και Tienda, 1992; Sullivan, 1984) πάνω στην οικονομική δραστηριότητά τους κατέληξαν στα εξής συμπεράσματα:

1. *Οι γυναίκες μετανάστριες παρουσιάζουν υψηλότερα ποσοστά συμμετοχής στο εργατικό δυναμικό της χώρας συγκριτικά με τις άλλες γυναίκες* (Boyd, 1984; Castles και Kosack, 1973; Pedraza, 1991; Phizacklea, 1983; Simon, 1992; Tyree και Donato, 1986)
2. *Οι γυναίκες μετανάστριες οι οποίες είναι οικονομικά ενεργές αντιμετωπίζουν μεγαλύτερες δυσκολίες στην αγορά εργασίας σε σύγκριση με τους άνδρες μετανάστες* (Basavarajappa και Verma, 1990; Boyd, 1984; Evans, 1984; Phizacklea, 1983; Sullivan, 1984)
3. *Τέλος, τα κοινωνικοοικονομικά μειονεκτήματα που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες μετανάστριες είναι πιθανό να διαφέρουν ανάλογα με τη χώρα προέλευσης της κάθε γυναίκας* (Boyd, 1984; Phizacklea, 1983; Sullivan, 1984), (Fuller-Love, Lim, Akehurst, 2006: 436-437, Raijman, Semyonov, 1997: 108-109).

Διαφορετική μεταχείριση, όμως, παρατηρείται και ανάμεσα σε άνδρες και γυναίκες μετανάστες. Πέρα των διακρίσεων που υφίστανται οι γυναίκες ανεξαρτήτως καταγωγής, εθνικότητας και φυλής, ιδιαίτερα σοβαρό πρόβλημα αντιμετωπίζουν οι γυναίκες μετανάστριες οι οποίες ανταγωνίζονται μεταξύ τους για τα διάφορα επαγγέλματα και για τις οποίες οι διαθέσιμες θέσεις εργασίας είναι περιορισμένες σε αριθμό. Βέβαια υπερέχουν εκείνες οι γυναίκες με γλωσσικές δεξιότητες και όσες έχουν επίσημες πιστοποιήσεις, αλλά έχουν αποκλειστεί εξαρχής οι υψηλά αμειβόμενες θέσεις εργασίας. Όμως, και οι συνήθεις διακρίσεις (καταγωγή, εθνικότητα και φυλή) διαφέρουν ανάλογα με την εκάστοτε περίπτωση των μεταναστριών. Είναι χαρακτηριστικό ότι οι γυναίκες μετανάστριες που προέρχονται από λιγότερο αναπτυγμένες χώρες έρχονται αντιμέτωπες με ακόμα μεγαλύτερα μειονεκτήματα, συγκριτικά με μετανάστριες από περισσότερο βιομηχανοποιημένες χώρες, στην αγορά εργασίας. Τέλος, η ανεπαρκής ενημέρωσή τους

έχει ως αποτέλεσμα την αντιμετώπιση δυσκολίας στην αναζήτηση μιας θέσης εργασίας. Έτσι, καταλήγουν να βρίσκουν απασχόληση κοντά στο σπίτι τους, αλλά με χαμηλή αμοιβή αφού η αναζήτησή τους ήταν περιορισμένη, (Raijman, Semyonov, 1997: 109-120).

2.5.2 Μελέτη περίπτωσης: Μετανάστριες στο Ισραήλ

Έρευνα (Κεντρικό Γραφείο Στατιστικών, Ισραήλ, 1983) που έγινε στο Ισραήλ για το πώς αποδέχονται εκεί τις γυναίκες μετανάστριες έδειξε ότι τις Ασιάτισσες και τις Αφρικανές που μετανάστευσαν τις χαρακτήριζε χαμηλότερο μορφωτικό επίπεδο συγκριτικά με εκείνες που πήγαν από τη Δυτική Ευρώπη, την Ανατολική Ευρώπη και την Αμερική. Κάποια γενικά δημογραφικά στοιχεία που είχαν καταγραφεί σχετικά με τις μετανάστριες στο Ισραήλ έδειξαν ότι ηλικιακά δεν ήταν ιδιαίτερα νεαρές και ότι το μεγαλύτερο ποσοστό τους ήταν είτε διαζευγμένες, είτε χήρες. Όσον αφορά στην εκπαίδευσή τους, δεν είχαν ιδιαίτερα υψηλά επίπεδα της τυπικής εκπαίδευσης και οι πιθανότητα να μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν την εβραϊκή γλώσσα δεν ήταν μεγάλη. Σχετικά με την εύρεση εργασίας αντιμετώπιζαν δυσκολίες, όπως έχει ήδη αναφερθεί παραπάνω. Ωστόσο, όσες γυναίκες ανήκαν στο εργατικό δυναμικό της χώρας τους, δεν κατάφεραν να ενταχθούν επιτυχώς στο εργατικό δυναμικό του Ισραήλ και να «κερδίσουν» μια προσοδοφόρα θέση εργασίας. Πολλές γυναίκες αναγκάστηκαν να αλλάξουν αντικείμενο εργασίας. Συγκεκριμένα, παρατηρήθηκε ότι πρώτα οι γυναίκες από την Ασία και την Αφρική και μετά οι γυναίκες από την Ανατολική Ευρώπη παρουσίασαν σε μεγαλύτερο βαθμό «επαγγελματική κινητικότητα» προς τα κάτω, (Raijman, Semyonov, 1997: 112-116).

2.5.3 Μελέτη περίπτωσης: Τουρκάλες Μετανάστριες στο Άμστερνταμ

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει μια έρευνα (Φεβρουάριος - Μάρτιος, 2002, Άμστερνταμ) η οποία μελετά τη συμπεριφορά 25 Τουρκάλων επιχειρηματιών στο Άμστερνταμ. Οι γυναίκες αυτές έχουν στην ιδιοκτησία τους και λειτουργούν μια επιχείρηση. Σύμφωνα με την έρευνα είναι διαπιστωμένο, ότι πάνω από το ένα τρίτο των γυναικών αυτών μετανάστευσαν στο Άμστερνταμ μεταξύ του 1970 και 1980 και το 76% αυτών μπορεί να μιλήσει ολλανδικά με ευφράδεια. Επίσης, το 56% έχει αποφοιτήσει από μέσης εκπαίδευσης επαγγελματικά σχολεία. Στην ουσία, στην προκειμένη περίπτωση εξετάζεται η «εθνική» γυναικεία επιχειρηματικότητα, δηλαδή κατά πόσο οι

γυναίκες μετανάστριες, οι οποίες ξεκινούν την επιχειρηματική τους δράση στη χώρα που μετανάστευσαν, αντιπροσωπεύουν μέσω της δράσης τους το φύλο τους ή το έθνος τους. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι πιο πολύ αυτές οι γυναίκες «υπερασπίστηκαν» το φύλο τους, χωρίς βέβαια να ξεχνούν την καταγωγή τους, (Levent, Masurel, Nijkamp, 2003: 13-16, 28).

Κάνοντας μια ανάλυση των όσων καταγράφηκαν μέσα από την έρευνα, αξίζει να σημειωθεί ότι οι περισσότερες από αυτές τις επιχειρήσεις στο Άμστερνταμ που ανήκουν σε Τουρκάλες είναι μικρές (92%). Το 48% των επιχειρήσεων δεν έχουν εργαζόμενους και το 44% έχουν λιγότερους από πέντε εργαζόμενους. Ωστόσο, και τα χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών αλλά και των επιχειρήσεών τους, είναι πανομοιότυπα με εκείνων που συναντώνται στις περισσότερες χώρες του κόσμου. Κάποια χαρακτηριστικά που αφορούν αποκλειστικά στις Τουρκάλες επιχειρηματίες είναι ότι ξεκινούν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα έχοντας σχετικά μικρή εμπειρία. Τα κίνητρό τους για να ξεκινήσουν αυτή τους τη δραστηριότητα ήταν η ανάγκη τους για ανεξαρτησία και ότι προτιμούσαν να είναι αφεντικά του εαυτού τους. Τα κίνητρα αυτά συναντώνται γενικά στη γυναικεία επιχειρηματικότητα. Επομένως, οι Τουρκάλες επιχειρηματίες, παρουσιάζουν κίνητρα που παρατηρούνται «στο φύλο και όχι στην καταγωγή τους». Σχετικά με τις ευκαιρίες που αξιοποίησαν για να βοηθηθούν στην επιχειρηματική τους δραστηριότητα, παρατηρήθηκε ότι επωφελήθηκαν και από «εθνικές» ευκαιρίες αλλά και από ευκαιρίες που παρέχονταν σε γυναίκες («ευκαιρίες φύλου»), αν και ο διαχωρισμός τους σε αυτές τις δύο κατηγορίες δεν είναι ιδιαίτερα προφανής διότι υπάρχουν οργανισμοί που παρέχουν ευκαιρίες και σε γυναίκες που είναι μετανάστριες (επομένως αυτή η περίπτωση αναφέρεται και στα δύο χαρακτηριστικά που μελετώνται). Όσον αφορά στην απόδοση των επιχειρήσεών τους, έρχεται να «ξαφνιάσει» θετικά, εφόσον είναι ιδιαίτερα υψηλή αντίθετα από τις επιδόσεις των υπόλοιπων γυναικών επιχειρηματιών, με το μερίδιό τους στην αγορά να αυξάνεται και με ιδιαίτερα επιτυχείς επιδόσεις. Κατά συνέπεια έχουν ολοένα και μεγαλύτερα κέρδη. Αναφέρεται ότι η επιτυχία αυτή οφείλεται, πέρα από τη σκληρή δουλειά και, στο ότι είναι φιλόδοξες, χαρακτηριστικό το οποίο δε θεωρείται σύνηθες στις γυναίκες. Αυτό με τη σειρά του τις κάνει να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους και να παρέχουν τις υπηρεσίες τους όχι μόνο στη δική τους «εθνική ομάδα», αλλά και στις υπόλοιπες «ομάδες» της πόλης του Άμστερνταμ. Πέρα, όμως, από τις υπηρεσίες που παρέχουν, δίνουν τη δυνατότητα σε

όλο και περισσότερα άτομα, κυρίως της δικής τους εθνικής ταυτότητας, να εργαστούν, (Levent, Masurel, Nijkamp, 2003: 16-27).

Στον παρακάτω πίνακα, φαίνονται τα χαρακτηριστικά που αξιολογήσαν περισσότερο προκειμένου να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά οι Τουρκάλες επιχειρηματίες:

Πίνακας 2. 2: Προφίλ των Τουρκάλων επιχειρηματιών

	Εθνικά χαρακτηριστικά (Τουρκάλων μεταναστριών)	Γυναικεία χαρακτηριστικά
Προσωπικά χαρακτηριστικά	-	+
Χαρακτηριστικά επιχειρήσεων	-	+
Εμπειρία	-	-/ +
Κινητήριος δύναμη	-	+
Κίνητρο	-	+
Επιχειρηματική ευκαιρία	+	+
Πρόσβαση σε κεφάλαιο	+	+
Δικτύωση, στήριξη	+	-
Επίδοση	-	-/ +
Επιτυχία	-	+
Στρατηγικές για το μέλλον	-	-/ +

(+): επιβεβαιώνουν, (-): δεν επιβεβαιώνουν, (-/ +): ασαφές

Πηγή: (Levent, Masurel, Nijkamp, 2003, σελ. 28)

Είναι χρήσιμο, σε αυτό το σημείο, να αναφερθεί ότι τα «εθνικά» χαρακτηριστικά των γυναικών ανήκουν στα «ειδικά» γυναικεία χαρακτηριστικά για τις Τουρκάλες επιχειρηματίες. Αυτό φαίνεται αναλύοντας κάποια σημεία του παραπάνω πίνακα. Παρατηρείται ότι για το κεφάλαιο που χρησιμοποιούν για την έναρξη της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας, οι μετανάστριες Τουρκάλες επιχειρηματίες είτε έχουν συγκεντρώσει τα χρήματα μόνες τους, είτε τις στηρίζουν συγγενείς και φίλοι. Το ίδιο φαινόμενο έχει παρατηρηθεί σχεδόν σε κάθε περίπτωση όπου έχει μελετηθεί η γυναικεία επιχειρηματικότητα. Επομένως, δε μιλάμε για «εθνικό» χαρακτηριστικό. Από

την άλλη, όμως, τα εθνικά δίκτυα τις βοηθούν στην πρόσληψη εργαζομένων, στη σωστή λειτουργία της επιχείρησης καθώς επίσης τις διευκολύνουν σε διάφορα θέματα σχετικά με τις οικογένειές τους, όπως για παράδειγμα τη φροντίδα των παιδιών. Τα δίκτυα αυτά θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν ως ειδικά δίκτυα υποστήριξης των «εθνικών» αυτών επιχειρηματιών. Γενικά, έχει παρατηρηθεί ότι τα χαρακτηριστικά των Τουρκάλων επιχειρηματιών είναι σχεδόν ίδια με αυτά των γυναικών επιχειρηματιών. Επομένως, συμπεραίνεται, όπως αναφέρθηκε και στην αρχή της παραγράφου, ότι δεν υπάρχει μεγάλη διάκριση ανάμεσα στα «εθνικά» χαρακτηριστικά και στα γυναικεία, (Levent, Masurel, Nijkamp, 2003: 27).

2.6 Συμπεράσματα

Στο παρόν κεφάλαιο, αναλύθηκε η θέση της γυναίκας κατά τις τελευταίες δεκαετίες. Με βάση, λοιπόν, όσα έχουν καταγραφεί, είναι κατανοητό πως ενώ μέχρι περίπου το 1920 οι γυναίκες ως επί το πλείστον στερούνταν αρκετών δικαιωμάτων, από τη δεκαετία του 1920 αρχίζει να υπάρχει μια πιο απελευθερωμένη αντίληψη ως προς τα δικαιώματα και τις δυνατότητες των γυναικών (π.χ. δυνατότητα απασχόλησης εκτός σπιτιού). Η αντίληψη αυτή αλλάζει χρόνο με το χρόνο με ταχύτερους ρυθμούς συγκριτικά με τα πρώιμα στάδια της απελευθέρωσης. Φτάνοντας στις μέρες μας, έχει παρατηρηθεί σταδιακή εξίσωση των δικαιωμάτων των γυναικών με των ανδρών και πιο ενεργή συμμετοχή των γυναικών στις διάφορες θέσεις εργασίας.

Διαφορετικά προνόμια έχουν οι γυναίκες που ζουν σε χώρες της ανατολής και διαφορετικά εκείνες της δύσης. Αυτά τα προνόμια βρίσκονται σε άμεση συσχέτιση με τις ευκαιρίες που έχουν να εξελιχθούν επαγγελματικά και να δραστηριοποιηθούν στον τομέα των επιχειρήσεων. Γενικά, για τις γυναίκες ισχύει ότι έχουν διπλό ρόλο. Πρέπει να συνδυάσουν την εργασία τους με τις δουλειές του σπιτιού και την ανατροφή των παιδιών τους. Ανάλογα, όμως, με τον τόπο που ζουν υπάρχουν διαφορετικοί λόγοι που τις οδηγούν να ξεκινήσουν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα. Αυτοί οι λόγοι - κίνητρα μπορούν να ομαδοποιηθούν σε εκείνα που συναντώνται στην ανατολή και σε εκείνα που συναντώνται στη δύση. Βέβαια, κίνητρα προστίθενται ή αφαιρούνται ανάλογα με την συγκεκριμένη χώρα στην οποία γίνεται αναφορά. Έτσι, λοιπόν, στην ανατολή τα επικρατέστερα κίνητρα που συναντώνται στις περισσότερες χώρες και παροτρύνουν τις γυναίκες να ξεκινήσουν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα είναι

η θέλησή τους να πετύχουν και να διατηρήσουν μια ανεξάρτητη μορφή ζωής, καθώς και να έχουν καλό βιοτικό επίπεδο. Διαπιστώθηκε, επίσης, ότι ιδιαίτερα σημαντικό για τις γυναίκες εκεί είναι η αποφυγή της φτώχειας. Τα αντίστοιχα κίνητρα στη δύση είναι πρωτίστως η επίτευξη κέρδους και η επιδίωξη προσωπικών στόχων. Ανάλογα, όμως, με την κάθε χώρα που αναλύεται προστίθενται και άλλα κίνητρα. Για παράδειγμα, στις Μπαχάμες η κυβέρνηση φροντίζει να παρέχει την απαραίτητη εκπαίδευση που χρειάζεται μια γυναίκα προκειμένου να ξεκινήσει την επιχειρηματική της δραστηριότητα. Στην Κούβα το ρόλο αυτό τον έχει αναλάβει η Ομοσπονδία Γυναικών που έχει ιδρυθεί από το 1960 και φαίνεται ότι η συμβολή της είναι καθοριστική σημασίας για τις γυναίκες εκεί, εφόσον τα μέλη της αυξάνονται συνεχώς.

Ιδιαίτερα εμφανή είναι τα προβλήματα που έχουν να αντιμετωπίσουν οι γυναίκες που έχουν αναλάβει ή που ενδιαφέρονται να αναλάβουν κάποια επιχειρηματική δράση και στην ανατολή και στη δύση. Συγκεκριμένα, στην ανατολή, οι επικρατέστεροι ανασταλτικοί παράγοντες στην επιχειρηματική δράση των γυναικών είναι η περιορισμένη ζήτηση για προϊόντα και για υπηρεσίες, η ελλιπής παροχή χρηματοδότησης από την εκάστοτε χώρα για ανάπτυξη καθώς και οι μη ευνοϊκές συνθήκες εργασίας. Όλα αυτά τα προβλήματα συναντώνται σε μεμονωμένες χώρες της ανατολής, αλλά η κατάταξή τους ως προς τη σπουδαιότητά τους μπορεί να διαφέρει από χώρα σε χώρα. Στη δύση αντίστοιχα, παρατηρήθηκε ότι τα πλέον σημαντικά εμπόδια είναι η έλλειψη οικονομικής στήριξης και ο αθέμιτος ανταγωνισμός. Ουσιαστικά, καθοριστικής σημασίας ανασταλτικός παράγοντας, για τις γυναίκες που ενδιαφέρονται να αναλάβουν κάποια επιχειρηματική δράση, είναι η χρηματοδότηση που απαιτείται για την επιχείρηση.

Επιπρόσθετα, μια μελέτη που πραγματοποιήθηκε πάνω στην επιχειρηματική δράση που μπορούν να ξεκινήσουν μετανάστριες, παρατηρήθηκε ότι το πρώτο εμπόδιο που έχουν να αντιμετωπίσουν είναι η ένταξή τους στην παραγωγή και ειδικά να καταφέρουν να ασχοληθούν πάνω στο αντικείμενό τους. Όταν όμως καταφέρουν να ενταχθούν, τα κύρια κίνητρά τους για την έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι και σε αυτή την περίπτωση οι κύριοι λόγοι που σημειώθηκαν και στις προηγούμενες περιπτώσεις που μελετήθηκαν, δηλαδή η ανάγκη τους για ανεξαρτησία και ότι προτιμούσαν να είναι αφεντικά του εαυτού τους.

Συμπερασματικά, λοιπόν, τα βασικά κίνητρα και εμπόδια που παρατηρούνται σε ότι έχει να κάνει με τη γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι παρόμοια. Σε κάθε χώρα βέβαια, ανάλογα με τα χαρακτηριστικά που τη διέπουν, τα κίνητρα και τα εμπόδια επηρεάζονται και είτε γίνονται λιγότερο ή περισσότερο έντονα είτε προστίθενται και ακόμη περισσότερα.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

Επιλεγμένη Βιβλιογραφία 2^ο Κεφαλαίου

Bethel N., 1993, Bahamian Kinship and the Power of Women - Statistics: Draft National Policy Statement on Women, Thesis of Philosophy, Oxford.

Bethel A. P., 2012, Commission of the Status of Women, Fifty-Sixth Session, New York, March.

Black C., Winfrey O., Whitman M., Johnson A., Fiorina C., Stewart M., 2002, Women in Business: A Historical Perspective, Smithsonian Institution.

Bruni A., Gherardi S., Poggio B., 2004, Entrepreneur-mentality, gender and the study of women entrepreneurs, Vol. 17, p. 256-268, Journal of Organizational Change Management, Emerald.

Devan J., 2012, Removing Barriers to Economic Inclusion, p. 1-160, Women, Business and the Law, The World Bank, Washington.

Fuller-Love N., Lim L., Akehurst G., 2006, Guest Editorial: Female and Ethnic Minority Entrepreneurship, p. 429-439, School of Management and Business, Springer Editions.

Gerrard P., Schoch H., and Cunningham J. B., 2003, Values and Skills of Female Entrepreneurs in Vietnam: an Exploratory Study, Vol.10, No.2, p. 139-159, Asia Pacific Business Review, Singapore.

Goby P.V., Eroglu S.M., 2011, Female Entrepreneurship in the United Arab Emirates: Legislative Encouragements and Cultural Constraints, p.329-334, ScienceDirect, Elsevier, Dubai.

Greenberg E. M., 2000, Women in Angola: An Update on Gender-Based Barriers and Opportunities for Democracy and Governance Work, WIDTECH Editions, April, Washington.

Grunig A. L., 1993, The Cuban Women's Federation: Organization of a Feminist Revolution, Working Paper #238, MSU Board of Trustees, Michigan.

Hakim C., 1996, The Sexual Division of Labour and Women's Heterogeneity, Vol. 47, p. 178-188, London School of Economics, The British Journal of Sociology, Published by Wiley-Blackwell.

Hatcher C., Terjesen S., Planck M., 2007, Towards a New Theory of Entrepreneurship in Culture and Gender: a Grounded Study of Thailand's Most Successful Female Entrepreneurs, p.337-348, AGSE, Australia.

Itani H., Sidani M.Y., Baalbaki I., 2009, United Arab Emirates Female Entrepreneurship: Motivations and Frustrations, Vol. 30, p. 409-424, Equality Diversity and Inclusion: An International Journal, Emerald.

Ishay M., 2008, The History of Human Rights: From Ancient Times to the Globalization Era, 2004, 2008, University of California Press.

Katz M., 1992, Ideology and "The Status of Women" in Ancient Greece, Vol. 31, p. 70-79, Wesleyan University, History and Theory, Published by Wiley Blackwell.

Lelea M., 2012, Mapping Progress and Challenges for Women's Empowerment in the Global South, p. 60-73, Malaysia Journal of Society and Space 8 issue 1, Davis.

Levent B. T., Masurel E., Nijkamp P., 2003, Diversity in Entrepreneurship: Ethnic and Female Roles in Urban Economic Life, Published by MCB UP Ltd, Emerald.

Malach-Pines, Schwartz D., 2006, Men and Women Small Business Owners in Israel, Vol. 25, p. 311-326, Emerald.

Masood R. Z., 2011, Emergence of Women-Owned Businesses in India-An Insight, Vol. II, p. 233-243, Journal of Arts Science & Commerce, Researchers World, India.

Minniti M., Naude W., 2010, What Do We Know about the Patterns and Determinants of Female Entrepreneurship across Countries?, Vol. 22, p. 277-293, European Journal of Development Research.

Montes Rojas V. G., Siga L., 2009, On th Nature of Micro- Entrepreneurship: Evidence From Argentina, p. 2667-2680, Applied Economics, Routledge, UK.

Moreno J. J., Laborda L., Masere Z., E., 2010, Firm Size and Entrepreneurial Characteristics: Evidence from the SME Sector in Argentina, p. 259-282, Journal of Business Economics and Management, Taylor & Francis, April, UK.

Punnett J. B., Duffy J., Fox S., Gregory A., Lituchy R. T., Monserrat I. S., Olivas-Lujan R. M., Bastos F. Santos N. M., 2006, Successful Professional Women of the Americas, MPG Books Ltd, Published by Edward Elgar.

Rajman R., Semyonov M., 1997, Gender, Ethnicity, and Immigration Double Disadvantage and Triple Disadvantage among Recent Immigrant Women in the Israeli Labor Market, Vol. 11, p. 108-125, SAGE Journals.

Redfield J., 1978, The Women of Sparta, Vol. 73, No. 2, p. 146-161, The Classical Journal, Published by The Classical Association of the Middle West and South.

Saar A., 2007, Contradictory Location: Assessing the Position of Palestinian Women Citizens of Israel, Vol. 3, p. 45-74, Journal of Middle East Women's Studies, Published by Indiana University Press.

Schmid B., 2006, 50 Years Later: Women and Social Change in Cuba, Oxfam editions.

Smith A., 2009, Thomas Bassett Macaulay and the Bahamas: Racism, Business and Canadian Sub-imperialism, Vol. 37, p. 29-50, The Journal of Imperial and Commonwealth History, Published by Taylor & Francis.

Storr H. V., 2006, Weber's Spirit of Capitalism and The Bahamas' Junkanoo Ethic, p. 289-309, Springer Editions.

Storr H. V., 2010, The Social Construction of the Market, p. 200-206, Springer Editions.

Verheul I., Andre Van Stel, Thuric R., 2006, Explaining Female and Male Entrepreneurship at the Country Level, p. 151-183, Entrepreneurship & Regional Development, Published by Taylor & Francis.

Vlassoff C., 1992, Progress and Stagnation: Changes in Fertility and Women's Position in an Indian Village, p. 195-212, Population Studies: A Journal of Demography, Switzerland, Jun.

Walker J. C., 2005, Female Entrepreneurship and Business Consortiums: Prospective Solutions for Argentina's Economic Challenges, p. 94-121, Harvard University.

Weeks R. J., Seiler D., 2001, Women's Entrepreneurship in Latin America: An Exploration of Current Knowledge, Micro, Small and Medium Enterprise Division Publications, Inter-American Development Bank, Washington.

Ylinenpaa H., Chechurina M., 2000, Perceptions of Female Entrepreneurship in Russia, p. 1-16, Ghent, September.

Ιστοσελίδες

United Nations Radio, 2012, <http://www.thebahamasinvestor.com/2012/un-women-in-bahamas-making-progress-audio/>

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΡΑΙΩΝ

Κεφάλαιο 3^ο- Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη

3.1 Εισαγωγή

Στο παρόν κεφάλαιο γίνεται μελέτη της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ευρώπη, και συγκεκριμένα, γίνεται ενδεικτικά η μελέτη οκτώ ευρωπαϊκών χωρών: της Γερμανίας, της Γαλλίας, της Ιταλίας, της Ιρλανδίας, της Σουηδίας, του Ηνωμένου Βασιλείου, της Ολλανδίας και της Ισπανίας. Η περίπτωση της Ελλάδας μελετάται εκτενώς σε μετέπειτα κεφάλαιο. Σε καθεμία από αυτές τις χώρες μελετώνται τα επίπεδα της γυναικείας επιχειρηματικότητας και η πρόοδος που έχει σημειωθεί τα τελευταία χρόνια. Επιπλέον, γίνεται ανάλυση των παραγόντων που επηρεάζουν τη γυναικεία επιχειρηματικότητα. Δεν παραλείπεται να αναφερθούν οι οργανισμοί που έχουν γίνει σε κάθε χώρα για την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας και των τρόπων με τους οποίους φροντίζουν να την επιτύχουν. Τέλος, γίνεται μια αναφορά των μελλοντικών στόχων που έχουν τεθεί από το πρόγραμμα «Ευρώπη 2020», σχετικά με την οικονομική ανεξαρτησία, το εισόδημα και την εκπροσώπηση των γυναικών στα διοικητικά συμβούλια.

3.2 Μελέτη Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στις Χώρες της Ευρώπης

Σε χαμηλά επίπεδα, κινείται η γυναικεία επιχειρηματικότητα και στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι άντρες εξακολουθούν να είναι δύο φορές πιο πιθανό, σε σχέση με τις γυναίκες, να ξεκινήσουν μια επιχείρηση. Μια αλλαγή σε αυτή την τάση, της μειωμένης συμμετοχής στην επιχειρηματική δραστηριότητα, μπορεί να δώσει τη δυνατότητα στις γυναίκες να εξισορροπήσουν την επαγγελματική και οικογενειακή τους ζωή, εφόσον θα έχουν τη δυνατότητα να επιλέξουν ώρες εργασίας. Εκτός όμως από αυτό, η πιο ενεργή γυναικεία επιχειρηματικότητα θα έδινε ώθηση στην οικονομία της Ευρώπης.

3.2.1 Χαρακτηριστικά Στοιχεία Χωρών

3.2.1.1 Γερμανία

Η Γερμανία είναι μια χώρα που παρουσιάζει χαμηλά επίπεδα γυναικείας επιχειρηματικής δραστηριότητας, συγκρινόμενη με τις υπόλοιπες χώρες καινοτομίας

(Ηνωμένο Βασίλειο, Ιταλία, Δανία, Σουηδία κλπ.). Ωστόσο, οι συνθήκες για την ανάπτυξη της είναι ευνοϊκές, (Bosma, Wennekers, Amorós, 2012: 124-125).

Κάνοντας μια αναδρομή, από το 1970 μέχρι το 2009, η γυναικεία αυτό-απασχόληση παρουσίασε αύξηση περίπου 52%, ενώ η γυναικεία απασχόληση αυξήθηκε μόνο 26%. Το γεγονός αυτό δείχνει μια άκρως εξελικτική πορεία στην επιχειρηματικότητα των γυναικών. Το 2008, παρατηρήθηκε (GEM) ότι από το σύνολο των επιχειρηματιών στη χώρα, το 9,71% ήταν άνδρες και το 4,68% ήταν γυναίκες. Επικεντρώνοντας στα διαφορετικά στάδια που μπορεί να βρίσκεται μια επιχείρηση, στα αρχικά επίπεδα τα αντίστοιχα ποσοστά σημειώνονται στο 5,79% και 2,58%, ενώ για τις ήδη εγκατεστημένες επιχειρήσεις, στα 3,92% κι 2,10% (μικρότερη απόκλιση ανάμεσα στα δύο φύλα). Το 2009, καταγράφηκε ότι οι αυτοαπασχολούμενες γυναίκες αποτελούσαν το 31,1% (1,31 εκατομμύρια αυτό-απασχολούμενες γυναίκες, ενώ το σύνολο των αυτό-απασχολούμενων ατόμων ήταν 4,21 εκατομμύρια). Όσον αφορά στις νεοϊδρυθείσες επιχειρήσεις το 2010, το κέντρο ερευνών KfW-Grundungsmonitor, επισήμανε ότι από τα 872.000 άτομα που ξεκίνησαν τη λειτουργία των επιχειρήσεών τους, το 38,3% ήταν γυναίκες. Ωστόσο, το ποσοστό των εργαζόμενων γυναικών ηλικίας 20-64 ανερχόταν στο 69,6%. Η κατανομή ανάμεσα σε άνδρες και γυναίκες αρχηγούς επιχειρήσεων ήταν 67 και 33 ποσοστιαίες μονάδες αντίστοιχα. Οι γυναίκες- πρόεδροι επιχειρήσεων το 2012 έφταναν το 3,3%, (European Commission, 2008: 28, European Commission, 2009-2010: 20-, European Commission, 2012: 33-50).

Έχει παρατηρηθεί ότι το ποσοστό των γυναικών επιχειρηματιών αυξάνεται με αργό ρυθμό και ότι οι γυναίκες αναλαμβάνουν επιχειρηματική δράση σε μεγαλύτερη ηλικία απ' ότι οι άνδρες και συνήθως οι επιχειρήσεις τους είναι μικρές και παρουσιάζουν μικρή ανάπτυξη. Οι γυναίκες «ευθύνονται» για το 29% του συνόλου των γερμανικών νεοϊδρυθέντων επιχειρήσεων. Υπάρχουν περίπου 520.000 επιχειρήσεις (δηλαδή περίπου 18% των συνολικών γερμανικών επιχειρήσεων) που διοικούνται από γυναίκες επιχειρηματίες, όμως παράγουν μόνο το 5,6% του συνολικού κύκλου εργασιών. Αξίζει, επίσης, να αναφερθεί ότι μόνο το 16% των θυγατέρων αναλαμβάνουν τις οικογενειακές επιχειρήσεις, (European Commission, 2008: 40-45).

3.2.1.1.1 Παράγοντες που Επηρεάζουν τη Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στη Γερμανία

Η επιχειρηματικότητα είναι καθοριστικής σημασίας σε κάθε χώρα. Το ίδιο ισχύει και για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα, εφόσον συνεισφέρει στην οικονομική ανταγωνιστικότητα της χώρας αλλά και στην κοινωνική ένταξη των γυναικών. Έτσι, φλέγον ζήτημα σε κάθε χώρα είναι η τόνωση της γυναικείας επιχειρηματικότητας, (Welter, 2004: 218).

Είναι πολύ σημαντικό να υπάρχουν οργανισμοί που στηρίζουν τις γυναίκες επιχειρηματίες σε αυτή τους την προσπάθεια, ανταποκρινόμενοι στις ανάγκες τους χωρίς να είναι προκατειλημμένοι, έστω και σιωπηρά, ως προς το φύλο. Η ανάγκη αυτή είναι ιδιαίτερα οξυμένη στη Γερμανία όπου έρευνα (Alsos and Ljunggren, 1988) έδειξε ότι τα επίπεδα επικράτησης των γυναικών επιχειρηματιών που ξεκινούσαν τότε τη δράση τους ήταν χαμηλά. Επομένως, υπάρχει ανάγκη ενθάρρυνσης και στήριξής τους. Λαμβάνοντας υπόψη όλα τα παραπάνω, είναι προφανές ότι, η κυβέρνηση είναι αυτή που πρέπει να δημιουργήσει το κατάλληλο «πλαίσιο πολιτικών, κοινωνικών και οικονομικών συνθηκών». Με αυτό τον τρόπο θα διευκολύνει την πρόσβαση των γυναικών στους κατάλληλους πόρους που χρειάζονται για να εγκαταστήσουν την επιχείρησή τους και να την εξελίξουν, (Welter, 2004: 218).

Στη Γερμανία, μέχρι και τις αρχές του 1970 ήταν φανερό ότι υπήρχαν διακρίσεις που επιβάρυναν το γυναικείο φύλο (π.χ. οι γυναίκες *«χρειάζονταν την υπογραφή του συζύγου τους προκειμένου να: εξασφαλίζεται η εγκυρότητα των συμβάσεων για την εργασία τους, ρυθμίζουν κανονισμούς σχετικά με τους λογαριασμούς τους στην τράπεζα»*). Πλέον, η *«ισότητα είναι χαραγμένη συνταγματικά»*. Ωστόσο, μια λεπτή διάκριση ανάμεσα στα δύο φύλα εξακολουθεί να υπάρχει και γίνεται αντιληπτή κυρίως μέσω των διαφορετικών αποδοχών στα δύο φύλα. Γενικά, στη Γερμανία παρατηρείται μια πιο «παραδοσιακή» κατανομή του εργατικού δυναμικού. Αυτό σημαίνει ότι οι άνδρες είναι υπεύθυνοι για το εισόδημα στην οικογένεια, ενώ οι γυναίκες είναι κυρίως υπεύθυνες για τα φροντίδα των παιδιών. Ουσιαστικά, δηλαδή, υπάρχουν φυλετικά στερεότυπα (Holst,2002). Εξαιτίας αυτής της αντίληψης που επικρατεί για το γυναικείο φύλο, ένα είδος διάκρισης σχετικά με τη γυναικεία επιχειρηματικότητα παρατηρείται και στο νομικό και θεσμικό περιβάλλον. Επομένως, από την μεριά της κοινωνίας δεν είναι ιδιαίτερα επιθυμητή η

γυναικεία επιχειρηματικότητα και αυτό έχει άμεση επιρροή στις γυναίκες, γεγονός που διαπιστώνεται από τα χαμηλά ποσοστά τους στον τομέα των επιχειρήσεων, (Welter, 2004: 214-215).

Πλέον, όμως, είναι διαπιστωμένο ότι οι γυναίκες μέσω της επιχειρηματικής τους δράσης συνεισφέρουν ουσιαστικά στην οικονομική εξέλιξη, στην ανάπτυξη και στην επίτευξη καινοτομίας. Έτσι, στη χώρα της Γερμανίας έχουν γίνει προγράμματα για τη στήριξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Τα προγράμματα αυτά εστιάζουν κυρίως στην οικονομική επέκταση και σταθεροποίηση του νέου εγχειρήματος, χωρίς να παραλείπεται η παροχή συμβουλών. Τα προγράμματα οικονομικής στήριξης δεν απευθύνονται μόνο σε νέες επιχειρήσεις, αλλά και σε υπάρχουσες. Το ποσοστό των γυναικών που έχουν ενισχυθεί από τέτοιου είδους προγράμματα, ανερχόταν το 2004 στο 36%. Το 6% αυτών των υποστηριζόμενων από τα προγράμματα, νεοϊδρυθέντων επιχειρήσεων ήταν επιχειρήσεις μερικής απασχόλησης (Tchounakhina, 2002). Τα ποσοστά αυτά είναι ιδιαίτερα χαμηλά και αυτό συμβαίνει επειδή δεν έχουν λάβει υπόψη τους τις κατάλληλες παραμέτρους (μικρό μέγεθος επιχείρησης, λιγότερες εγγυήσεις, μεγαλύτερη ανάγκη σε κεφάλαια κίνησης), ώστε να απευθύνονται σε γυναικείες επιχειρήσεις. Επειδή, λοιπόν, τα προγράμματα στήριξης παρουσιάζουν ελλείψεις, το αποτέλεσμα είναι να υπάρχει περιορισμένη πρόσβαση των γυναικών επιχειρηματιών σε αυτά, (Welter, 2004: 215-218).

Ωστόσο, η γερμανική κυβέρνηση έχει εισάγει δύο «μικρο-πιστωτικά» προγράμματα και προσφέρει είτε πιστώσεις που μπορούν να φτάνουν τα 50.000€ (πρόγραμμα «Startgeld»), είτε 25.000€ σε επιχειρήσεις που είναι στο ξεκίνημά τους ή σε νέες επιχειρήσεις μέχρι τριών ετών (πρόγραμμα «Mikrokredit»). Τα προγράμματα αυτά παρόλο που είναι καλύτερα προσαρμοσμένα στις ανάγκες των γυναικών επιχειρηματιών, θεωρείται ότι στηρίζουν μόνο την «αρχική μερική απασχόληση» της επιχειρηματικότητας. Επίσης, το πρόγραμμα «Startgeld» έχει κατηγορηθεί για υψηλά ποσοστά αποτυχίας εξαιτίας της ακατάλληλης παροχής κεφαλαίου στις υποστηριζόμενες επιχειρήσεις. Τέλος, τα προγράμματα αυτά δε θεωρούνται γνήσια, λόγω των τραπεζικών εγγυήσεων που ζητούν. Είναι, επομένως, προφανές πως στη Γερμανία υπάρχουν αρκετοί ανασταλτικοί, και όχι ευεργετικοί, παράγοντες που επηρεάζουν τη γυναικεία επιχειρηματικότητα, (Welter, 2004: 216-218).

Δεν πρέπει, όμως, να παραλειφθούν και ευεργετικές δράσεις που έχουν γίνει στη Γερμανία για τις γυναίκες επιχειρηματίες. Είναι αρκετοί οι οργανισμοί που έχουν ιδρυθεί προκειμένου να βοηθήσουν τις γυναίκες στην ανάληψη της επιχειρηματικής δραστηριότητας που τις ενδιαφέρει. Οι οργανισμοί αυτοί φροντίζουν να τους παρέχουν την απαραίτητη στήριξη προκειμένου να ξεκινήσουν αυτή τους τη δραστηριότητα, να τους δώσουν πληροφορίες και την απαραίτητη εκπαίδευση. Δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις που τους δίνουν και την κατάλληλη καθοδήγηση καθώς και την απαραίτητη χρηματοδότηση. Έμπρακτα παραδείγματα αποτελούν έργα που έχουν προωθηθεί από το Ομοσπονδιακό Υπουργείο Παιδείας και Έρευνας σχετικά με το θέμα της «Δύναμης των Γυναικών για την Ίδρυση μιας Επιχείρησης». Το Υπουργείο έχει καταφέρει να κινητοποιήσει τις γυναίκες να γίνουν αυτοαπασχολούμενες, παρέχοντάς τους κίνητρα και τον απαραίτητο εξοπλισμό. Επίσης, το Ομοσπονδιακό Υπουργείο Έρευνας και Τεχνολογίας με το πρόγραμμα για την «Ενδυνάμωση της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας», παρέχει κίνητρο στις γυναίκες επιχειρηματίες διότι χρηματοδοτεί *«καινοτόμα πιλοτικά σχέδια προκειμένου να απελευθερώσει τις εν δυνάμει γυναίκες επιχειρηματίες στον τομέα της επιστήμης και της τεχνολογίας»*. Καθ' όμοιο τρόπο, κίνητρα παρέχονται και από το Ομοσπονδιακό Υπουργείο για Γυναίκες, για Νέους και για την Οικογένεια. Τέλος, το Ομοσπονδιακό Υπουργείο Οικονομικών στηρίζει κυρίως τις μικρομεσαίες (ΜΜΕ) επιχειρήσεις. Στο επόμενο κεφάλαιο παρουσιάζονται οι οργανισμοί που έχουν ιδρυθεί στη Γερμανία για την προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας, (European Commission, 2008: 59-63, European Commission, 2009-2010: 20-21, Welter, 2004: 215-216).

3.2.1.1.2 Οργανισμοί για Προώθηση και Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στη Γερμανία

Παρακάτω παρατίθενται οι οργανισμοί που έχουν ιδρυθεί στη Γερμανία προκειμένου να βοηθήσουν τις γυναίκες να ξεκινήσουν την επιχειρηματική τους δράση. Σε κάθε οργανισμό αναφέρονται και οι τρόποι συνεισφοράς του.

Πίνακας 3. 1: Οργανισμοί προώθησης και ενίσχυσης γυναικείας επιχειρηματικότητας στη Γερμανία

Οργανισμός	Είδος/ Τύπος	Σκοπός	Υπηρεσίες που παρέχει
Εθνική Υπηρεσία για Νεοσύστατες Επιχειρήσεις Γυναικών (bga-bundesweite grunderinnenagentur)	Ευρωπαϊκό Πρότυπο για Μικρές Επιχειρήσεις	Προωθεί 1. τη γυναικεία επιχειρηματικότητα και 2. τη διεθνή αναγνώρισή της.	1. Συμβουλές 2. Δικτύωση 3. Εκπαίδευση 4. Καθοδήγηση 5. Στοιχεία για στάδια εκκίνησης και επέκτασης επιχείρησης
Συμβουλευτικό Κέντρο για Γυναίκες Επιχειρηματίες	Τράπεζα Επενδύσεων	Βελτιώνει το πλαίσιο των συνθηκών για νεοσύστατες επιχειρήσεις γυναικών επιχειρηματιών προκειμένου να αυξηθεί το ενδεχόμενο δημιουργίας επιπλέον νεοσύστατων επιχειρήσεων από γυναίκες.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές 4. Δικτύωση
Γερμανική Τραπεζική Αποζημίωση (DtA) για Νεοσύστατες Επιχειρήσεις	Γερμανική Τραπεζική Αποζημίωση (DtA)	Ευνοεί 1. την εκκίνηση μικρού μεγέθους έργων και 2. μερικής απασχόλησης νεοϊδρυόμενες επιχειρήσεις με την παροχή δανείων με ευνοϊκούς όρους.	1. Χρηματοδότηση
Ομοσπονδιακό Πρόγραμμα Δανείων για Γυναίκες Επιχειρηματίες στο Ξεκίνημα	Τράπεζα Επενδύσεων	Παρέχει χρηματοδοτική υποστήριξη, δηλαδή δάνεια με ευνοϊκά επιτόκια, για τις γυναίκες που σκοπεύουν να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Χρηματοδότηση
Νέοι Τρόποι Προώθησης Νεοσύστατων Επιχειρήσεων Γυναικών και Νέα Κουλτούρα της Επιχειρηματικότητας	Εμπορικά Επιμελητήρια, Γυναικείες Οργανώσεις	Προωθεί μια αλλαγή στην κουλτούρα των επιχειρήσεων, έτσι ώστε η επιθυμία να ξεκινήσει μια επιχείρηση να είναι μεγαλύτερη, ιδίως μεταξύ των γυναικών.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές 4. Χρηματοδότηση 5. Εκπαίδευση 6. Καθοδήγηση 7. Δικτύωση
Existenzielle- Περιοδικό για Αυτοαπασχολούμενες Γυναίκες	Existenzielle e.V.	1. Παρουσιάζει ρεαλιστικά γυναικεία πρότυπα, και 2. παρέχει σε γυναίκες ειδικές πληροφορίες για την περιοχή.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Δικτύωση
Προώθηση Νέων Επαγγελματικών Πεδίων για Γυναίκες (ιδίως στον τομέα της βιοτεχνίας)	Βιοτεχνικά Επιμελητήρια Δυτικής Γερμανίας	Βοηθά στην αύξηση του μεριδίου των γυναικών στον τομέα της χειροτεχνίας (να ανοίξει νέα επαγγελματικά πεδία στον τομέα αυτό για τις γυναίκες και με αυτό τον τρόπο να αντιμετωπιστεί το πρόβλημα	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές 4. Δικτύωση

		της έλλειψης ειδικευμένου εργατικού δυναμικού).	
Πλατφόρμα για Γυναίκες στο Διαδίκτυο (www.frauen.newcome.de)	Ifex	1. Συγκεντρώνει όλες τις διαθέσιμες πληροφορίες και 2. εξασφαλίζει διαφάνεια για τις νεοϊδρυόμενες γυναικείες επιχειρήσεις ώστε να γνωρίζουν όσους μπορούν να επικοινωνήσουν και πού μπορούν να βρουν υποστήριξη.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές 4. Δικτύωση
Πρωτοβουλία «Αλλαγή/ Ευκαιρία» για τη Διαδοχή των Επιχειρήσεων (Γυναίκες συμβουλευούν γυναίκες)	Γερμανική Τραπεζική Αποζημίωση (DtA)	Κάνει τις γυναίκες να έχουν επίγνωση της διαδοχής των επιχειρήσεων ως μια ελκυστική εναλλακτική λύση για την εκκίνηση μιας εντελώς νέας επιχείρησης.	1. Πληροφόρηση 2. Συμβουλές
Συμβουλές για Γυναίκες Ίδρυτές Επιχειρήσεων	Κοινωνική και Επαγγελματική Ανάπτυξη	Εφαρμόζει τις προτάσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας, ειδικά σε ότι αφορά την ένταξη των γυναικών στην αγορά εργασίας.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές 4. Εκπαίδευση 5. Καθοδήγηση 6. Δικτύωση
Χρηματοδότηση Εκκίνησης και Ανάπτυξης	Επενδυτική Τράπεζα NRW	Παρέχει οικονομική στήριξη στις γυναίκες που σκοπεύουν να ξεκινήσουν ή να επεκτείνουν τη δική τους επιχείρηση (ειδικά εκείνες που δεν στηρίζονται από δημόσια προγράμματα στήριξης).	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Χρηματοδότηση
Πρωτοβουλία των Αυτοαπασχολούμενων Γυναικών (IFIS e.V.)	IFIS e.V.	Παρέχει ειδική στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις γυναικών.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Συμβουλές 3. Εκπαίδευση 4. Δικτύωση
Πρόγραμμα Δανειοδότησης για την Υποστήριξη Νεοσύστατων Επιχειρήσεων Γυναικών (Κάτω Σαξονία)	Τράπεζα Κάτω Σαξονίας	Υποστηρίζει νέες γυναίκες επιχειρηματίες προκειμένου να αρθούν ειδικά εμπόδια, καθώς και να ενισχύσουν την ετοιμότητά τους να αναλάβουν οικονομικούς κινδύνους.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Χρηματοδότηση
Πρόγραμμα μέσω Διαδικτύου για Νέες Γυναίκες Επιχειρηματίες	Επαγγελματική Σχολή	Προσφέρει ένα μάθημα μέσω διαδικτύου που εστιάζει στις προκλήσεις, τις δυσκολίες και τα πλεονεκτήματα των νεοσύστατων γυναικείων επιχειρήσεων.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές 4. Εκπαίδευση 5. Δικτύωση
Περιφερειακό γραφείο «Γυναίκα και	Περιφερειακό γραφείο «Γυναίκα και	Συνδυάζει την περιφερειακή οικονομική πολιτική, τη	1. Στήριξη για νεοσύστατες

Απασχόληση»	Απασχόληση»	διαρθρωτική πολιτική και την πολιτική ισότητας των φύλων σε μια περιοχή που πλήττεται ιδιαίτερα από βιομηχανικές αλλαγές.	επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές 4. Εκπαίδευση 5. Καθοδήγηση 6. Δικτύωση
Δύο Γυναίκες Νικούν (TWIN)	Εταιρεία για Καινοτόμα Προώθηση της Απασχόλησης (GIB)- Ίδρυμα Κέιτ Άχλμαν	1. Στήριζει τις νέες γυναίκες επιχειρηματίες να γίνουν πιο ορατές στο κοινό, 2. ενισχύει την καθοδήγηση της σκέψης μέσω της παροχής συμβουλών.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις
Κέντρο Γυναικών Επιχειρηματιών	Κέντρο Γυναικών Επιχειρηματιών	Διευκολύνει τη διαδικασία του να γίνουν οι γυναίκες αυτοαπασχολούμενες.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Δικτύωση
Συνέλευση Γυναικών Επιχειρηματιών στην Περιοχή Ρούρ	Περιοχή GmbH	1. Κάνει τις γυναίκες επιχειρηματίες, τις επιχειρήσεις τους και τα δίκτυα τους πιο ορατά, 2. ενθαρρύνει τη συνεργασία, και 3. αποδεικνύει την οικονομική και περιφερειακή σημασία των επιχειρήσεων των γυναικών.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές 4. Εκπαίδευση 5. Καθοδήγηση 6. Δικτύωση
Εικονικό Φόρουμ για Γυναίκες Επιχειρηματίες (www.u-netz.de)	Περιοχή GmbH	Δημιουργεί μια ηλεκτρονική πλατφόρμα που κάνει τις γυναικείες επιχειρήσεις ορατές.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές 4. Καθοδήγηση 5. Δικτύωση
Πορεία των Γυναικών στην Επιχειρηματικότητα	Εκπαίδευση στο GmbH	Προωθεί 1. το επιχειρηματικό πνεύμα των γυναικών, 2. καινοτόμα πιλοτικά έργα για μεγαλύτερη, εξειδικευμένη και ειδική εκπαίδευση.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές 4. Εκπαίδευση 5. Καθοδήγηση 6. Δικτύωση

Πηγή: (European Commission, 2002, p.17)

Συνοψίζοντας, είναι φανερό ότι στη Γερμανία υπάρχει μεγάλος αριθμός οργανισμών που συνεισφέρουν στην αύξηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας, παρέχοντας στις γυναίκες σημαντικές διευκολύνσεις.

3.2.1.2 Γαλλία

Η Γαλλία είναι μια χώρα της οποίας τα επίπεδα γυναικείας απασχόλησης στην πενταετία 2005-2010 κυμαίνονταν στο 63,7%-64,7%. Όσον αφορά στα ποσοστά των γυναικών επιχειρηματιών που σημειώθηκαν από το 2004 μέχρι το 2012, η μείωση που εμφανίστηκε ανερχόταν στο 1,4% (4,1% το 2004 και 2,7% το 2012). Χαρακτηριστική είναι η έρευνα που διεξήχθη από την APCE (Agence Pour la Creation d'Enterprises) το 2000 η οποία έδειξε ότι οι γυναίκες ιδρύουν το 30% των νέων επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα, το 27% ξεκινάει από το μηδέν και το 39% αυτών των επιχειρήσεων περνούν στα χέρια γυναικών, συνήθως επειδή είναι οικογενειακές επιχειρήσεις. Τα δύο τρίτα των γυναικών που ιδρύουν μια επιχείρηση είναι μεταξύ τριάντα και σαράντα-εννιά ετών (24% κάτω από τριάντα και 15% πάνω από πενήντα). Μόνο το 8% είναι κάτω από είκοσι-πέντε και τα άτομα που ανήκουν στο ποσοστό αυτό έχουν διετή εκπαίδευση (Christophe Estay, 2004). Σημαντική αύξηση του αριθμού των επιχειρήσεων των γυναικών σημειώθηκε το 2010 όπου οι νεοϊδρυθείσες επιχειρήσεις (4,8%) ήταν δύομιση φορές ο αριθμός των ήδη εγκατεστημένων επιχειρήσεων (1,9%). Βέβαια, το ίδιο έτος ήταν ιδιαίτερα υψηλό και το ποσοστό των γυναικείων επιχειρήσεων που διέκοψαν τη λειτουργία τους (30%). Τέλος, οι επιχειρήσεις των γυναικών δεν περιορίζονται μόνο στην τοπική αγορά. Συγκεκριμένα περίπου το 12% των επιχειρήσεων των γυναικών έχουν περισσότερο από το 25% των πελατών τους εκτός της χώρας. Σε αυτή τη διεθνοποίηση των επιχειρήσεων βοηθά το επίπεδο ανάπτυξης της οικονομίας (η Γαλλία θεωρείται χώρα καινοτομίας), (European Commission, 2008: 54-58, Kelley J. D., Brush G. C., Greene G. P., Litovsky Y., 2011: 30- 37).

Αξίζει να σημειωθεί ότι η Γαλλία προωθεί θετικές δράσεις στοχευμένες σχεδόν αποκλειστικά στις γυναίκες, κυρίως μέσα από σχέδια και προγράμματα για την ισότητα των φύλων στα οποία εμπλέκονται διαφορετικά υπουργεία ή διευθύνσεις. Η εμπλοκή τους πραγματοποιείται έπειτα από διακυβερνητική συναίνεση, η οποία είναι αρμόδια για τον συντονισμό των δράσεων που πρόκειται να πραγματοποιηθούν προκειμένου να υλοποιηθούν οι στόχοι (κατάλληλα μέτρα, δεσμεύσεις από την πλευρά των υπουργείων) που έχουν τεθεί για την ισότητα των φύλων. Γενικά, τα διάφορα αυτά σχέδια και προγράμματα θεωρούνται ιδιαίτερα ευεργετικά για τις νέες επιχειρηματίες από τους ειδικούς. Ωστόσο, ανησυχίες υπάρχουν σε ό, τι αφορά στην εκπαίδευση που σχετίζεται με την επιχειρηματικότητα, εφόσον υπάρχουν στοιχεία που δείχνουν ότι οι γυναίκες

υστερούν σε μορφωτικό επίπεδο σε τομείς της τεχνολογίας και της μηχανικής, ενώ σε θέματα επιστήμης (μαθηματικά και πληροφορική) παρουσιάζουν καλύτερα επίπεδα μόρφωσης. Συγκεκριμένα, το 2010 το ποσοστό των γυναικών ηλικίας 30-34 που εγκατέλειψαν την τριτοβάθμια εκπαίδευση ανερχόταν στο 47,7% (ενώ 39,3% ήταν το αντίστοιχο των ανδρών). Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να παρατηρούνται στα επαγγέλματα υψηλά επίπεδα οριζόντιου διαχωρισμού ως προς το φύλο (κυριαρχία των ανδρών σε όλα τα επαγγέλματα). Ωστόσο, είναι λογικό να γίνονται προσπάθειες να κατέχουν και οι γυναίκες υψηλές θέσεις σε εταιρείες εφόσον, η ύπαρξη γυναικών σε διοικητικά συμβούλια και σε ανώτερες διευθυντικές θέσεις έχει αποδειχθεί ότι μπορεί να σχετίζεται με την καλύτερη απόδοση στην οργάνωση των επιχειρήσεων. Συγκεκριμένη μελέτη που διεξήχθη πρόσφατα στη Γαλλία (2009), έδειξε ότι οι εταιρείες που έχουν 38% ή περισσότερες γυναίκες σε εκτελεστικές θέσεις εργασίας, σημείωσαν μεγαλύτερη πτώση των αποθεμάτων τους από το 2008, συγκριτικά με εταιρείες με μικρότερο ποσοστό γυναικών στις αντίστοιχες θέσεις, (Bosma N., Wennekers S., Amorós E. J., 2012: 122-123, Davinson J. M., Burke J. R., 2009: 13, European Commission, 2008: 66-67, Βουγιούκα Α., 2006: 20-28).

3.2.1.2.1 Παράγοντες που Επηρεάζουν τη Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στη Γαλλία

Στοιχεία σχετικά με τη γυναικεία επιχειρηματικότητα στη Γαλλία (GEM 2010) δείχνουν ότι οι γυναίκες (19%) εκεί δεν ξεκινούν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα από ανάγκη σε τόσο μεγάλο βαθμό όσο οι άνδρες (31%). Αντιθέτως, οι γυναίκες ξεκινούν σε πολύ μεγαλύτερο βαθμό την επιχειρηματική τους δραστηριότητα «εκμεταλλευόμενες» κίνητρα ευκαιρίας (78%, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό των ανδρών ανέρχεται στο 68%). Δεν αρκούν, όμως, τα κίνητρα που έχει η κάθε γυναίκα για να ξεκινήσει την επιχειρηματική της δραστηριότητα. Σημαντικός παράγοντας είναι το κόστος που απαιτείται για να ξεκινήσει να λειτουργεί η κάθε επιχείρηση. Σε αυτό συνήθως συνεισφέρουν οι γνωστοί ως «άτυποι επενδυτές» (φίλοι, οικογένεια ή παράτολμοι άγνωστοι/ξένοι- 3Fs: Family, Friend, or Foolhardy strangers). Σημαντικό, όμως, είναι το γεγονός ότι η Γαλλία δεν είναι ιδιαίτερα «απαιτητική» όσον αφορά στο κεφάλαιο που πρέπει να διατεθεί προκειμένου να ξεκινήσει μια επιχείρηση, (Bosma, Levie, 2010: 52-54, Kelley, Brush, Greene, Litovsky, 2011: 21-24).

Γεγονός είναι ότι οι γυναίκες χρειάζονται βοήθεια για να βελτιώσουν τις δεξιότητές τους, ιδιαίτερα σε τομείς που υποεκπροσωπούνται, καθώς και οικονομική ενίσχυση. Η υιοθέτηση κατάλληλων πολιτικών («η κατάρτιση εθνικής χάρτας για την ισότητα, η ενίσχυση της συμμετοχής των κοινωνικών εταίρων στις συλλογικές διαπραγματεύσεις για την ισότητα των φύλων στην αγορά εργασίας και την ενίσχυση της απασχόλησης των γυναικών, ώστε το σύνολο των διακλαδικών συλλογικών συμφωνιών να περιέχει συγκεκριμένους όρους και ρυθμίσεις για την ισότητα στις αμοιβές και η αύξηση του αριθμού των γυναικών στα τεχνολογικές και επαγγελματικές σχολές κατά 10%» (Βουγιούκα, 2006)) για τη διευθέτηση αυτών των θεμάτων, επηρεάζει άμεσα τη γυναικεία επιχειρηματικότητα. Σημαντική είναι η προσπάθεια που γίνεται από τη Γαλλία για «τη συμφιλίωση της οικογενειακής και της επαγγελματικής ζωής». Συγκεκριμένα, το πρόγραμμα ΕΣΔΑ (Εθνικό Σχέδιο Δράσης για την Απασχόληση) είναι εκείνο που δραστηριοποιείται για αυτή τη συμφιλίωση και προσπαθεί να αυξηθούν οι παρεχόμενες δομές για τη φροντίδα των παιδιών καθώς και να επεκταθεί το επίδομα κατά 6 μήνες για τους γονείς που αποκτούν το πρώτο τους παιδί. Τέλος, επιδιώκει «μειώσεις φόρου για τους εργοδότες που παρέχουν φιλικά προγράμματα προς την οικογένεια». Αξίζει να σημειωθεί ότι το 2010, το ποσοστό των γυναικών που βρίσκονταν σε αδράνεια ή απασχολούνταν μερικώς εξαιτίας της έλλειψης υπηρεσιών φροντίδας για τα παιδιά, ήταν μόλις 14% (4^ο μικρότερο ποσοστό μετά την Ολλανδία (3,7%), τη Σουηδία (6,5%), τη Φιλανδία (7,5%) και την Εσθονία (12,2%)), (European Commission, 2012: 41, Βουγιούκα, 2006: 25-28).

Εξίσου σημαντική είναι η προσπάθεια που γίνεται για την καταπολέμηση της βίας και της σεξουαλικής επίθεσης που δέχονται οι γυναίκες στον εργασιακό τους χώρο (VAW - violence against women). Προκειμένου να ενθαρρύνουν τις γυναίκες στην ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας, ιδρύθηκε το δίκτυο «Γυναίκες - Επιχειρηματικοί Άγγελοι» (FBA - Female Business Angels) το 2003. Μέσω αυτού του δικτύου διευκολύνεται η πρόσβαση των γυναικών σε επιχειρηματικές επενδύσεις καθώς επίσης μπορούν να συμμετέχουν σε καινοτόμα ξεκινήματα (περίπου το 3% των «Επιχειρηματικών Αγγέλων» είναι γυναίκες στη Γαλλία). Σημαντική είναι η συμβολή του δικτύου αυτού διότι συνεισφέρει και στην εκπαίδευση και καθοδήγηση των γυναικών επιχειρηματιών, επομένως το δίκτυο αυτό αποτελεί άλλον ένα παράγοντα που

επιρεάζει τη γυναικεία επιχειρηματικότητα, (European Commission, 2008: 54-57, 67, European Commission, 2012: 13).

3.2.1.2.2 Οργανισμοί για Προώθηση και Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στη Γαλλία

Παρακάτω παρατίθενται οι οργανισμοί που έχουν ιδρυθεί στη Γαλλία προκειμένου να βοηθήσουν τις γυναίκες να ξεκινήσουν την επιχειρηματική τους δράση. Σε κάθε οργανισμό αναφέρονται και οι τρόποι συνεισφοράς του.

Πίνακας 3. 2: Οργανισμοί προώθησης και ενίσχυσης γυναικείας επιχειρηματικότητας στη Γαλλία

Οργανισμός	Είδος	Σκοπός	Υπηρεσίες που παρέχει
Δράσεις για «Επιστροφή στη Δουλειά»	Επαναδραστηριοποίηση	Βοηθά τις γυναίκες 1. στην ένταξή τους στον επαγγελματικό χώρο, 2. στην εξέλιξή τους 3. και στην ανάπτυξη δράσεων εστιάζοντας αποκλειστικά στις ανάγκες των γυναικών που ενδιαφέρονται να επιστρέψουν στη δουλειά τους.	1. Πληροφόρηση 2. Συμβουλές 3. Χρηματοδότηση 4. Καθοδήγηση 5. Δικτύωση
Κέντρο για τα Δικαιώματα των Γυναικών	Εθνικό Κέντρο Πληροφόρησης και Τεκμηρίωσης για τις Γυναίκες και την Οικογένεια	Αξιολογεί τη θέση της γυναίκας στην κοινωνία και προωθώντας την αυτονομία της σε τομείς νομικούς, επαγγελματικούς και κοινωνικούς καθώς και σε τομείς που αφορούν στην οικογένεια.	1. Πληροφόρηση 2. Συμβουλές 3. Χρηματοδότηση 4. Καθοδήγηση 5. Δικτύωση
Τοπικός Οργανισμός Αποταμίευσης για τις Γυναίκες Επιχειρηματίες (CLEFE)	Δίκτυο Δημιουργίας και Πρωτοβουλιών για μια Νέα Αποταμίευση Αλληλεγγύης	Συμπεριλαμβάνει τις γυναίκες στον κόσμο των χρηματοοικονομικών μέσω της δημιουργίας εταιρειών και της εγκατάστασης οικονομικών εργαλείων ώστε να λειτουργούν και ως εργαλεία μόχλευσης για τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα	1. Πληροφόρηση 2. Συμβουλές 3. Καθοδήγηση
Εγγύηση Χρηματοδότησης για Δημιουργία, Ανάκαμψη ή Ανάπτυξη Γυναικείων Επιχειρηματικών Πρωτοβουλιών	Ινστιτούτο Ανάπτυξης της Οικονομίας της Κοινωνίας (IDES)	Διευκολύνει την πρόσβαση σε πιστώσεις των γυναικών που 1. δημιουργούν, 2. αναλαμβάνουν ή 3. αναπτύσσουν μια επιχείρηση.	1. Χρηματοδότηση

Στόχος III Άξονας 5	Υπουργείο Εργασίας και Αλληλεγγύης	Ευνοεί την ενσωμάτωση των γυναικών στις επιχειρήσεις και στην ανάπτυξη της γυναικείας απασχόλησης.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές 4. Χρηματοδότηση 5. Εκπαίδευση 6. Καθοδήγηση 7. Δικτύωση
Στόχος III Μέτρο 10b	Υπουργείο Εργασίας και Αλληλεγγύης	Προωθεί την ανάπτυξη μικρών έργων γυναικών στα πλαίσια της τοπικής ανάπτυξης.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές 4. Χρηματοδότηση 5. Εκπαίδευση 6. Καθοδήγηση 7. Δικτύωση
Κορυφή Ισότητας	Υπουργείο Εργασίας και Αλληλεγγύης	<p>Προωθεί θέματα</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. απασχόλησης, 2. εκπαίδευσης και 3. ενσωμάτωσης <p>των γυναικών στην αγορά εργασίας μαζί με άλλους Ευρωπαίους συνεργάτες.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές 4. Χρηματοδότηση 5. Εκπαίδευση 6. Καθοδήγηση 7. Δικτύωση
Τοπικά Σχέδια για τη Δημιουργία και Διαβίβαση Επιχειρήσεων	Υπουργείο Εργασίας και Αλληλεγγύης	Στηρίζει τις συνθήκες για τη δημιουργία επιχειρήσεων και τους δημιουργούς, δίνοντας ιδιαίτερη προσοχή στις γυναίκες.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές 4. Χρηματοδότηση 5. Εκπαίδευση 6. Καθοδήγηση 7. Δικτύωση
Κέντρο Γυναικείας Επιχειρηματικότητας (PEF)	Δίκτυο Διαχείρισης Επιχειρήσεων	Βελτιώνει τη στήριξη που παρέχεται στις γυναίκες και αποτελεί κινητήριο παράγοντα για τη δημιουργία έργων από γυναίκες και για γυναίκες.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Πληροφόρηση 2. Εκπαίδευση 3. Καθοδήγηση 4. Δικτύωση

Πηγή: (European Commission, 2002, p.14)

Συνοψίζοντας, είναι φανερό ότι στη Γερμανία υπάρχει μεγάλος αριθμός οργανισμών που συνεισφέρουν στην αύξηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας, παρέχοντας στις γυναίκες σημαντικές διευκολύνσεις.

3.2.1.3 Ιταλία

Η Ιταλία είναι μια χώρα, της νότιας Ευρώπης, όπου οι γυναικείες επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται κυρίως σε παραδοσιακούς τομείς (π.χ. τομέας υγείας, κοινωνικές

υπηρεσίες, εστιατόρια, ξενοδοχεία κλπ). Η οικονομία αναπτύσσεται με αργούς ρυθμούς. Ωστόσο, ικανοποιητική είναι η απόδοση της αγοράς εργασίας. Συγκεκριμένα, το 2002 υπήρξε αύξηση της συνολικής απασχόλησης κατά 1,5%. Αύξηση παρατηρήθηκε και στην απασχόληση των γυναικών, των οποίων το ποσοστό αναλογούσε στο 60% των νέων θέσεων εργασίας. Παρόλο όμως που σημειώθηκε αυτή η ανοδική πορεία, πάλι το ποσοστό απασχόλησης (ανδρών και γυναικών) στην Ιταλία ήταν το χαμηλότερο στην ΕΕ (55,5%) και το ίδιο ίσχυε και για το ποσοστό απασχόλησης των γυναικών (42%). Το 2010, το ποσοστό των γυναικών ηλικίας 20-64 που εργάζονταν είχε φτάσει 49,5%, (European Commission, 2008: 82, Βουγιούκα, 2006: 48-49, European Commission, 2012: 33).

Σύμφωνα με μια έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2002 από το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης σχετικά με το προφίλ των γυναικών επιχειρηματιών στην Ιταλία, έδειξε ότι το 70,29% του δείγματος που μελετήθηκε ήταν γυναίκες παντρεμένες με παιδιά. Επιπλέον, οι περισσότερες (59,17%) είχαν ξεκινήσει την επιχειρηματική τους δραστηριότητα σε ηλικία 36-55 ετών και είχαν παρακολουθήσει τουλάχιστον την τριτοβάθμια εκπαίδευση (47%). Η πλειοψηφία των γυναικών επιχειρηματιών έχουν αναλάβει αυτή τους τη δραστηριότητα μόνες τους (70,3%, 2007). Σε όλη την Ιταλία, το 25,5% των επιχειρήσεων ανήκουν σε γυναίκες. Το 2006 τα ποσοστά που καταγράφηκαν σχετικά με τα διάφορα επίπεδα γυναικείας επιχειρηματικότητας ήταν: 3,06% για τις γυναίκες που βρίσκονται σε πρώιμο στάδιο της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας και 1,72% για τις γυναίκες που έχουν ήδη εγκαταστήσει τις επιχειρήσεις τους. Επομένως, η γυναικεία επιχειρηματικότητα συνολικά ήταν στο 4,78% (ενώ των ανδρών ήταν στο 8,19%). Αρκετά ικανοποιητικό είναι και το ποσοστό, 26%, των γυναικών που ως κίνητρο για την επιχειρηματική τους δραστηριότητα αξιοποίησαν μια ιδέα που είχαν για ένα νέο προϊόν ή μια νέα υπηρεσία, (European Commission, 2008: 28, Βουγιούκα, 2006: 49-50).

3.2.1.3.1 Παράγοντες που Επηρεάζουν τη Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ιταλία

Χαρακτηριστικό στην Ιταλία, η οποία έχει *«μακρά παράδοση στις πρωτοβουλίες που ασχολούνται με την αποκλειστική προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας»*, είναι ότι εφαρμόζονται πολιτικές για την ισότητα των φύλων (π.χ. Υπουργείο Ίσων

Ευκαιριών, Εθνική Επιτροπή για την Ισότητα και τις Ίσες Ευκαιρίες, Γραφείο για την Προώθηση της Ίσης Μεταχείρισης και Δράσης Κατά των Διακρίσεων). Γεγονός είναι ότι *«η τοπική αυτοδιοίκηση, οι τοπικοί σύλλογοι εργαζομένων και εργοδοτών και οι κοινωνικές οργανώσεις έχουν αναλάβει πρωτοβουλίες και έχουν υλοποιήσει δράσεις για την απασχόληση των γυναικών και τη συμφιλίωση οικογενειακής και επαγγελματικής ζωής»* (Βουγιούκα, 2006). Ένα παράδειγμα προγράμματος για τη συμφιλίωση της επαγγελματικής και της οικογενειακής ζωής ήταν ο Νόμος για τη Γονική Άδεια (2002) που φρόντισε την επιδότηση σχετικών προγραμμάτων (παρακάτω βέβαια, αναφέρεται η-σε κάποιο βαθμό- ανεπάρκειά τους). Καθοριστικής σημασίας είναι και οι σύμβουλοι επιχειρήσεων που παρέχονται από τα ειδικά προγράμματα, για την εισαγωγή των γυναικών στον επιχειρηματικό κόσμο, προκειμένου να βοηθήσουν τις γυναίκες να υλοποιήσουν την επιχειρηματική δραστηριότητα που τις ενδιαφέρει, (Βουγιούκα, 2006: 47-58).

Βέβαια, δεν πρέπει να παρερμηνευθεί η πραγματικότητα και να θεωρηθεί ότι οι συνθήκες στην Ιταλία για την ένταξη στην αγορά εργασίας είναι ιδανικές. Συγκεκριμένα, το 2002 είχαν καταγραφεί ως δυσκολίες εισόδου στην αγορά εργασίας τα εξής: *«η αργή και δύσκολη μετάβαση από την εκπαίδευση στην εργασία, η χαμηλή συμμετοχή των γυναικών και των ατόμων μεγαλύτερης ηλικίας στην αγορά εργασίας, η άτυπη οικονομία, οι πολύ μεγάλες περιφερειακές ανισότητες, η ευρέως διαδεδομένη ανισότητα στο επίπεδο των εργασιακών εγγυήσεων και ο διαχωρισμός μεταξύ εργαζομένων με ασφάλεια σε περίπτωση απόλυσης και εργαζομένων με περιορισμένα ή καθόλου δικαιώματα, η αναποτελεσματικότητα των πολιτικών απασχόλησης και των κινήτρων για ενεργοποίηση του ανενεργού εργατικού δυναμικού»*. Αρνητικό είναι το γεγονός της ελλιπούς παροχής φροντίδας για τα παιδιά ηλικίας 0 έως 3 ετών. Συγκεκριμένα, οι υπηρεσίες φροντίδας που παρέχονταν για αυτές τις ηλικίες έφταναν μόλις το ποσοστό του 7% το 2006, αποτελώντας ανασταλτικό παράγοντα για τις γυναίκες που επιθυμούσαν να εργαστούν. Ακόμα και το 2010 οι γυναίκες που αναγκάζονταν να μην εργάζονται ή που εργάζονταν μερικώς, λόγω των υποχρεώσεων που είχαν για τη φροντίδα των παιδιών τους ή άλλων ατόμων της οικογενείας τους (που είχαν ανάγκη από φροντίδα), έφταναν στο 18%, (European Commission, 2012: 41, Βουγιούκα, 2006: 49-52).

Γεγονός είναι, ότι υπάρχει ανάγκη ένταξης περισσότερων γυναικών στην αγορά εργασίας. Για το λόγο αυτό από το 1992 έχει δημιουργηθεί πρόγραμμα που στηρίζει τη γυναικεία επιχειρηματικότητα όχι μόνο με την οικονομική στήριξη που παρέχει για τη δημιουργία της επιχείρησης, αλλά και με προσπάθειες «για την εισαγωγή καινοτόμων προϊόντων ή υπηρεσιών σε ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις καθώς και για την αγορά υπηρεσιών προκειμένου να αυξηθεί η παραγωγικότητα και να προωθηθεί η διεθνοποίηση της επιχείρησης». Μέσω, λοιπόν, της μελέτης της στήριξης που παρέχεται στις γυναίκες επιχειρηματίες παρατηρήθηκε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό οικονομικής στήριξης στην Ιταλία παρέχεται κατά τη δημιουργία της επιχείρησης (76,8%). Ακολουθεί σε ποσοστό, η στήριξη που παρέχεται για να εισάγει, μια ήδη υπάρχουσα επιχείρηση, κάποια καινοτομία (20,7%). Πέρα όμως από τη στήριξη αυτή, παρέχεται και ολοκληρωμένη πληροφόρηση όσον αφορά στις διάφορες δραστηριότητες και τα έργα που υλοποιούνται σχετικά με τη γυναικεία επιχειρηματικότητα. Ακόμα, παρέχονται συχνά συνέδρια και σεμινάρια. Επίσης, το 2011 οι εισηγμένες στην Ευρωπαϊκή Ένωση εταιρείες κλήθηκαν να υπογράψουν ένα είδος σύμβασης που κατοχυρώνει τις γυναίκες σε διευθυντικές θέσεις (αύξηση της εκπροσώπησής τους σε διοικητικά συμβούλια). Πέρα όμως από αυτή η δράση, η Ιταλία έχει θεσπίσει επιπλέον μέτρα για τη βελτίωση της κατάστασης σχετικά με τη γυναικεία επιχειρηματικότητα, (European Commission, 2008: 84-86, European Commission, 2012: 10).

Κλείνοντας, αξίζει να σημειωθεί ότι η Ιταλία είναι μια χώρα (όπως και η Ελλάδα, η Νέα Ζηλανδία, η Γαλλία και η Πορτογαλία) στην οποία η επιχειρηματικότητα των γυναικών δεν είναι τυχαία. Αυτό σημαίνει ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες δεν ξεκινούν μια τέτοιου είδους δραστηριότητα εξαιτίας της ανεργίας, των απολύσεων ή της ανασφάλειας που χαρακτηρίζει τη δουλειά στην οποία δραστηριοποιούνται (Glancey et al, 1998). Η κατανομή ανδρών και γυναικών ηγετών επιχειρήσεων είναι 65 – 35 αντίστοιχα (2010). Κύριος λόγος ανάληψης της επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι το γεγονός ότι με αυτό τον τρόπο μπορούν να επιλέξουν το είδος της εργασίας που αναλαμβάνουν. Έτσι τους δίνεται η δυνατότητα να θέσουν σε εφαρμογή τις γνώσεις τους και κατά συνέπεια να αναπτύξουν την εμπειρία τους. Βέβαια, ενώ το 2004 το ποσοστό των γυναικών που είχαν προεδρικές θέσεις σε τομείς λήψης αποφάσεων σε μεγάλες εταιρείες ήταν 2%, το 2012 το ποσοστό τους ήταν μηδενικό, (European Commission, 2012: 50-51, Sarri, Trihopoulou, 2004: 32).

3.2.1.3.2 Οργανισμοί για Προώθηση και Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στην Ιταλία

Παρακάτω παρατίθενται οι οργανισμοί που έχουν ιδρυθεί στην Ιταλία προκειμένου να βοηθήσουν τις γυναίκες να ξεκινήσουν την επιχειρηματική τους δράση. Σε κάθε οργανισμό αναφέρονται και οι τρόποι συνεισφοράς του.

Πίνακας 3. 3: Οργανισμοί προώθησης και ενίσχυσης γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ιταλία

Οργανισμός	Είδος/ Τύπος	Σκοπός	Υπηρεσίες που παρέχει
ARTEMIS	Επιτροπή στο Εμπορικό Επιμελητήριο για τη Γυναικεία Επιχειρηματικότητα	Προωθεί την είσοδο των γυναικών στον κόσμο των επιχειρήσεων.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση
Κέντρο Εξυπηρέτησης για τη Γυναικεία Επιχειρηματικότητα	Επαρχία της Σιένα	Βοηθά τις γυναίκες να είναι αυτοαπασχολούμενες.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Καθοδήγηση
Πώς και Πού να Πάρετε Εκπαίδευση	Επιτροπή για τη Γυναικεία Επιχειρηματικότητα	Μεταφέρει ικανότητες στις εν δυνάμει γυναίκες επιχειρηματίες για τη δημιουργία μιας επιχείρησης στον τομέα των υπηρεσιών.	1. Εκπαίδευση
Επιτροπή για την Προώθηση της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας	Επαρχιακό Επιμελητήριο/ Τομέας Οικονομικής Προώθησης και Διεθνοποίησης	Προωθεί την ανάπτυξη και την αναγνώριση της παρουσίας των γυναικών στον επιχειρηματικό κόσμο μέσω αναζήτησης πληροφοριών για πιθανά εμπόδια.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Εκπαίδευση
Γυναίκα & Εργασία	Περιοχή Καμπάνια (νότια Ιταλία)	Προσπαθεί να αυξήσει την αξία των τοπικών πόρων μέσω της πρωτοβουλίας για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα.	1. Πληροφόρηση 2. Εκπαίδευση
Δημιουργία Επιχείρησης από Γυναίκα	Εταιρεία Euro (Legnano)	Προωθεί τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων όπου κυριαρχεί η συμμετοχή των γυναικών.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση
Ανάπτυξη Επιχείρησης από Γυναίκα	Εταιρεία Euro (Legnano)	Ενισχύει την επιχειρηματική ανταγωνιστικότητα των ήδη εγκατεστημένων μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων με διαδεδομένη τη συμμετοχή των γυναικών.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση
Ταμείο Εγγυήσεων	Περιφέρεια Piedmont	Υποστηρίζει εύκολους όρους χρηματοδότησης για τις γυναίκες επιχειρηματίες.	1. Χρηματοδότηση
Γυναίκα Επιχειρηματίας 2001	Περιοχή Emilia-Romagna – Συμβούλιο	Πείθει τις γυναίκες να εμπορεύονται τα προϊόντα	1. Στήριξη για νεοσύστατες

	για τις Γυναίκες Επιχειρηματίες	των επιχειρήσεών τους σε μη τοπικές αγορές μέσω παροχής δωρεάν μαθημάτων κατάρτισης.	2. Συμβουλές
Σχέδιο για Προώθηση και Ενίσχυση της Γυναικείας Επιχειρηματικής Δραστηριότητας	Επαρχία Udine	Προωθεί και ενισχύει τη γυναικεία επιχειρηματικότητα.	1. Πληροφόρηση 2. Χρηματοδότηση
Μέτρα Στήριξης της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας	Περιοχή Lazio	Προωθεί και υποστηρίζει την ανάπτυξη νέων μικρών επιχειρήσεων που ανήκουν σε γυναίκες (προώθηση των ίσων ευκαιριών).	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές 4. Χρηματοδότηση 5. Εκπαίδευση 6. Καθοδήγηση 7. Δικτύωση
Παρατηρητήριο Γυναικείας Επιχειρηματικότητας	Τμήμα Ίσων Ευκαιριών – Προεδρία του Συμβουλίου των Υπουργών	Αναλύει το γυναικείο επιχειρηματικό πνεύμα και προωθεί την καινοτομία προκειμένου να δημιουργηθούν νέες ιδέες σχετικά με τα έργα υποστήριξης των γυναικών επιχειρηματιών.	1. Δικτύωση
«Μηχάνημα Αυτόματης Ανάλυσης Εργασίας Γυναικών»	Περιφέρεια Σικελίας και Διεθνές Κέντρο για την Ολοκληρωμένη Επαγγελματική Κατάρτιση	Στηρίζει τη γυναίκα στην προσπάθειά της να εργαστεί ανεξάρτητα και να δημιουργήσει τη δική της επιχείρηση.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές
«Πόρτα» για τη Δημιουργία Επιχειρήσεων	Εταιρεία Confartigianato	Προωθεί τη δημιουργία και ανάπτυξη νέων οικονομικών δραστηριοτήτων για τις γυναίκες στον τομέα της βιομηχανίας, μέσω επαγγελματικής κατάρτισης και βελτίωσης των γενικών συνθηκών εργασίας για τις γυναίκες.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές 4. Χρηματοδότηση 5. Εκπαίδευση
Νέα Επιχείρηση «Διδασκαλία για Επιχειρήσεις»	Ένωση των Επιμελητηρίων Lombard	Προσφέρει δωρεάν καθοδήγηση σε γυναίκες που λειτουργούν επιχειρήσεις προκειμένου να μειωθούν οι «αιτίες θανάτου» των επιχειρήσεων και τα ποσοστά αποτυχίας κατά τα πρώτα χρόνια λειτουργίας.	1. Πληροφόρηση
Νέα Επιχείρηση «Εξειδικευμένη Τεχνική Βοήθεια»	Ένωση των Επιμελητηρίων Lombard	Παρέχει δωρεάν διδασκαλία σε γυναίκες επιχειρηματίες που έχουν συντάξει το επιχειρηματικό τους σχέδιο.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές
Γυναίκα στο Δίκτυο - Piedmont	Κοινοπραξία	Προσφέρει λύση και καινοτόμο προσέγγιση στο πρόβλημα της ανεργίας των γυναικών, δημιουργώντας	1. Εκπαίδευση

		<p>μια επιχειρηματική ή ανεξάρτητη δραστηριότητα κάνοντας χρήση τηλεργασίας.</p>	
--	--	--	--

Πηγή: (European Commission, 2002, p.32)

Συνοψίζοντας, είναι φανερό ότι στην Ιταλία υπάρχει μεγάλος αριθμός οργανισμών που συνεισφέρουν στην αύξηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας, παρέχοντας στις γυναίκες σημαντικές διευκολύνσεις.

3.2.1.4 Ιρλανδία

Η Ιρλανδία είναι μια χώρα της οποίας η επιχειρηματική δραστηριότητα έχει μείνει σε γενικές γραμμές σταθερή τα τελευταία χρόνια. Τα επίπεδα των αντιληπτών ευκαιριών είναι χαμηλά, το οποίο πιθανότατα να επηρεάζεται άμεσα από τη γενική έλλειψη εμπιστοσύνης που υπάρχει λόγω της οικονομικής κρίσης και της τρέχουσας ύφεσης. Τα τελευταία επιβεβαιώνονται και από το γεγονός ότι το 2010 και το 2011 το ποσοστό των επιχειρηματιών με κίνητρο την ανάγκη (και όχι την ευκαιρία) έχουν αυξηθεί σημαντικά. Η Κυβέρνηση της Ιρλανδίας υποστηρίζει την επιχειρηματικότητα και επιπλέον υπάρχουν και υποστηρικτικά προγράμματα που παρέχονται από διάφορους οργανισμούς. Η επιλογή, όμως, της επιχειρηματικότητας ως μια καλή επιλογή καριέρας έχει μειωθεί σε μεγάλο βαθμό τα τελευταία χρόνια, (Bosma, Wennekers, Amorós, 2012: 134-135).

Στην Ιρλανδία το 2006 είχε καταγραφεί η υψηλότερη απόκλιση ανάμεσα στα ποσοστά επιχειρηματικότητας ανδρών και γυναικών, με τα καταγεγραμμένα ποσοστά να είναι στο 22,44% και 7,61% αντίστοιχα (χώρες που είχαν μελετηθεί: Τσέχικη Δημοκρατία, Φιλανδία, Γαλλία, Γερμανία, Ελλάδα, Ουγγαρία, Ιρλανδία, Ιταλία, Λετονία, Ισπανία, Σουηδία, Ηνωμένο Βασίλειο). Άμεσα συνδεδεμένα με τα χαμηλά ποσοστά των γυναικών στην επιχειρηματική δραστηριότητα είναι τα στοιχεία που δείχνουν ότι οι γυναίκες έχουν μικρότερη αυτοπεποίθηση, συγκριτικά με τους άνδρες, στη δική τους ικανότητα να γίνουν επιχειρηματίες, καθώς και ότι λιγότερες γυναίκες απ' ότι άνδρες πιστεύουν ότι έχουν τις δεξιότητες και τις γνώσεις για να ξεκινήσουν μια επιχείρηση. Κάποια γενικά στοιχεία που καταγράφηκαν το 2006 σχετικά με την επιστημονική εκπαίδευση των γυναικών έδειχναν ότι το από το 7,61% των γυναικών που ήταν κάτοχοι επιχειρήσεων, το 56,6% είχαν διδακτορικό σε τομείς της

Πληροφορικής και των Μαθηματικών, το 31,2% στην Μηχανική και το 20% ασχολούνταν με την έρευνα στις επιχειρήσεις. Το 2010, από τους 296.000 αυτοαπασχολούμενους περίπου 19,5% ήταν γυναίκες, ενώ το 2009 παρόλο που οι αυτοαπασχολούμενοι ήταν 1.887.700, το ποσοστό των γυναικών ανερχόταν μόλις στο 18%. Επομένως, η άνοδος του αριθμού των γυναικών ήταν σημαντική, δεδομένης της μείωσης του συνολικού αριθμού των αυτοαπασχολούμενων, (European Commission, 2008: 28, 56, European Commission, 2009-2010: 28).

Σχετικά με την ισότητα των φύλων, η Ιρλανδία κατατάσσεται μαζί με άλλες εννιά χώρες σε αυτές που έχουν τις υψηλότερες επιδόσεις στον κόσμο. Από το 1970 εισήχθηκε νομοθεσία προκειμένου να υπάρχει «ίση αμοιβή και ισότιμη μεταχείριση ανδρών και γυναικών στον χώρο εργασίας» (προέκυψε κυρίως ως ανάγκη να συμμορφωθεί η χώρα με τις οδηγίες της ΕΚ). Από το 2000 έχει σημειωθεί σημαντική αύξηση του ποσοστού απασχόλησης των γυναικών (54% - 2000, 54,9% - 2001, 55,4% - 2002). Τα επίπεδα στα ποσοστά ανεργίας ήταν παρεμφερή για τα δύο φύλα (4,8% οι άνδρες και 4,2% οι γυναίκες). Το 2006, τα βασικά χαρακτηριστικά της πολιτικής για την ισότητα των φύλων ήταν τα εξής:

1. η επικέντρωση στην ισότητα εν γένει και όχι τόσο στην ισότητα των φύλων
2. η παράδοση στις πολιτικές κατά της φτώχειας
3. ο σημαντικός ρόλος που διαδραματίζει η ΕΕ μέσω των οδηγιών και κανονισμών, (European Commission, 2012: 38, Βουγιούκα, 2006: 36-41).

Κάποια γενικά στοιχεία, προκειμένου να γίνει πιο κατανοητή η κατάσταση που επικρατεί στην Ιρλανδία είναι ότι τα επίπεδα απασχόλησης για τις γυναίκες δεν παρουσιάζουν ιδιαίτερες αποκλίσεις από το 2005 (62,4% - 2005, 60,4% - 2010) ενώ στους άνδρες έχει σημειωθεί μείωση που φτάνει στο 13,4% (82,8% - 2005, 69,4% - 2010). Οι γυναίκες που δεν εργάζονταν ή εργάζονταν μερικώς, λόγω της ελλιπούς παροχής υπηρεσιών φροντίδας για τα παιδιά ή άλλων ατόμων που είχαν την ανάγκη για φροντίδα, έφταναν το 49,1% το 2010. Σχετικά με το ποσοστό των γυναικών που είχαν προεδρικές θέσεις σε τομείς λήψης αποφάσεων σε μεγάλες εταιρείες ήταν μηδενικό το 2012, ενώ το 2004 ήταν στο 2,1%. Τέλος, η κατανομή ανδρών και γυναικών, για το 2010, ως αρχηγοί επιχειρήσεων στην Ιρλανδία ήταν 78 και 22 αντίστοιχα, (European Commission, 2012, Progress on Equality between Women and Men in 2011).

3.2.1.5.1 Παράγοντες που Επηρεάζουν τη Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ιρλανδία

Βασική προτεραιότητα για την Ιρλανδία είναι η συνεχής ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Κατά συνέπεια, η χώρα κάνει προσπάθεια για να προωθήσει και τα οφέλη που προκύπτουν από την επιχειρηματικότητα, αλλά και τη δημιουργία ενός περιβάλλοντος που θα έχει τις προδιαγραφές για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Σε αυτή την προσπάθεια, σημαντικός είναι ο ρόλος των πρωτοβουλιών που έχουν αναληφθεί για την ενθάρρυνση όλο και περισσότερων γυναικών να αναπτύξουν τις δικές τους επιχειρήσεις. Στα πλαίσια αυτών των πρωτοβουλιών πραγματοποιούνται συνέδρια και εκδηλώσεις των οποίων τα θέματα εστιάζουν στην ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας, η οποία είναι ουσιαστικής σημασίας για τις γυναίκες επιχειρηματίες εκεί. Επιπλέον, οι συναντήσεις μέσω δικτύου που παρέχονται έχουν αποδειχθεί ιδιαίτερα ευεργετικές για τις γυναίκες επιχειρηματίες. Μάλιστα, αυτού του είδους οι συναντήσεις χαρακτηρίζονται ως «προσανατολισμένες δράσεις του μηχανισμού στήριξης των γυναικών στον τομέα των επιχειρήσεων για την ανάπτυξη βιώσιμων επιχειρήσεων», (European Commission, 2009-2010: 28-29).

Σε εθνικό επίπεδο, οι προσπάθειες για την ενίσχυση των γυναικών είχαν ξεκινήσει από το 1973 (Εθνικό Συμβούλιο Γυναικών Ιρλανδίας). Πλέον, παρέχεται το Δίκτυο Γυναικών που είναι ένα φόρουμ το οποίο δίνει τη δυνατότητα στις γυναίκες να ανταλλάξουν ιδέες καθώς και να δημιουργήσουν επιχειρηματικές επαφές. Και σε τοπικό επίπεδο, όμως, υπάρχουν πρωτοβουλίες *«για την κατάρτιση των γυναικών σε επιχειρηματικές δεξιότητες και για την στήριξη των υφιστάμενων επιχειρήσεων γυναικών»* (European Commission, 2008). Προγράμματα στήριξης των γυναικών επιχειρηματιών στην Ιρλανδία καθώς και προγράμματα που καθοδηγούν για τον τρόπο ηγεσίας σε μια επιχείρηση, είναι διαθέσιμα. Και το Ιρλανδικό Δίκτυο των Πρεσβευτών της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας έχει ενεργό ρόλο στην ενθάρρυνση των γυναικών επιχειρηματιών, μέσω των διαλέξεων (στο κοινό ήταν άνεργες γυναίκες) και των «κριτικών» που κάνουν σε βραχυπρόθεσμες επιχειρηματικές ιδέες προπτυχιακών φοιτητών. Επιπρόσθετα, έχει δημιουργηθεί ειδική σελίδα στο facebook (σελίδα κοινωνικής δικτύωσης) για τους πρεσβευτές όπου μπορούν να παρέχουν σχετικό υλικό, (European Commission, 2008: 57, European Commission, 2009-2010: 29, Βουγιούκα, 2006: 35-36).

3.2.1.5.2 Οργανισμοί για Προώθηση και Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στην Ιρλανδία

Παρακάτω παρατίθενται οι οργανισμοί που έχουν ιδρυθεί στην Ιρλανδία προκειμένου να βοηθήσουν τις γυναίκες να ξεκινήσουν την επιχειρηματική τους δράση. Σε κάθε οργανισμό αναφέρονται και οι τρόποι συνεισφοράς του.

Πίνακας 3. 4: Οργανισμοί προώθησης και ενίσχυσης γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ιρλανδία

Οργανισμός	Είδος/ Τύπος	Σκοπός	Υπηρεσίες που παρέχει
Δίκτυο Ιρλανδίας-Οργανισμός για Γυναίκες σε Επιχειρήσεις, Επαγγέλματα και Τέχνες	Δίκτυο Ιρλανδίας-Οργανισμός για Γυναίκες σε Επιχειρήσεις, Επαγγέλματα και Τέχνες	Προωθεί και ενθαρρύνει τις γυναίκες στις επιχειρήσεις μέσω της παροχής φόρουμ όπου οι γυναίκες μπορούν να ανταλλάξουν ιδέες και να αυξήσουν τις επιχειρηματικές τους επαφές.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Εκπαίδευση 4. Δικτύωση
Υποστήριξη για Γυναίκες Επιχειρηματίες σε Τοπικό Επίπεδο στο Longford (SWELL – Supports for Women Entrepreneurs Locally in Longford)	SWELL και Κομητεία Επιτροπής Επιχειρήσεων στο Longford	Ανοίγει τη διαδικασία δημιουργίας επιχειρήσεων για τις γυναίκες παρέχοντας τα εργαλεία που απαιτούνται για τη σύσταση μιας επιχείρησης και για τον εντοπισμό και την αξιοποίηση νέων δυνατοτήτων για τη δημιουργία θέσεων απασχόλησης.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Εκπαίδευση 3. Καθοδήγηση 4. Δικτύωση
Εκπαίδευση Γυναικών σε Επιχειρηματικές Δεξιότητες	Δυτική Επιτροπή Επιχειρήσεων	Βλέπει στον επιχειρηματικό κόσμο από τη σκοπιά των γυναικών και βελτιώνει τη διαμόρφωση και τα ποσοστά επιτυχίας των μικρών επιχειρήσεων που ανήκουν σε γυναίκες.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές 4. Χρηματοδότηση 5. Εκπαίδευση 6. Καθοδήγηση 7. Δικτύωση
Γυναίκες στις Επιχειρήσεις	Επιτροπή Επιχειρήσεων στην πόλη του Δουβλίνου	Αποβλέπει <ol style="list-style-type: none"> 1. στην αύξηση της συμμετοχής των γυναικών επιχειρηματιών στην ανάπτυξη των μικρών επιχειρήσεων και 2. στην προσφορά δικτύωσης σε ομάδες των γυναικών. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Εκπαίδευση 4. Καθοδήγηση 5. Δικτύωση

Πηγή: (European Commission, 2002, p.31)

Συνοψίζοντας, είναι φανερό ότι στην Ιρλανδία δεν υπάρχουν ιδιαίτερα πολλοί οργανισμοί που συνεισφέρουν στην αύξηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Ωστόσο παρέχουν στις γυναίκες σημαντικές διευκολύνσεις.

3.2.1.5 Σουηδία

Στη Σουηδία, το 2006 είχε καταγραφεί η μικρότερη απόκλιση ανάμεσα στα ποσοστά επιχειρηματικότητας ανδρών και γυναικών (10,40% και 6,43 αντίστοιχα). Οι περισσότερες μικρές επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται και στην τοπική και στην περιφερειακή αγορά. Ο προσανατολισμός στην τοπική αγορά το 2010 ήταν αρκετά υψηλότερος για τις γυναίκες συγκριτικά με τους άνδρες (77% και 68% αντίστοιχα). Οι οικονομικοί τομείς στους οποίους δραστηριοποιούνταν το 2005 οι γυναίκες επιχειρηματίες ήταν οι πωλήσεις και το μάρκετινγκ (26%), καθώς επίσης και ο τομέας των τροφίμων και της υγείας (17%). Ωστόσο, έχει αποδειχθεί ότι κυρίως όταν οι γυναίκες δραστηριοποιούνται σε μη παραδοσιακούς τομείς της οικονομίας, δεν ξεχνούν τον παραδοσιακό τους ρόλο και, συνήθως είχαν έναν αρσενικό μέντορα ο οποίος τις εισήγαγε στην επιχείρηση, (European Commission, 2008: 16-17, 28, European Commission, 2009-2010: 47).

Όσον αφορά το επιχειρηματικό προφίλ στη Σουηδία, είναι χαρακτηριστικό το υψηλό επίπεδο της επιχειρηματικής δραστηριότητας των εργαζομένων (EEA- Entrepreneurial Employee Activity) εκεί (GEM 2011). Αυτό δείχνει ότι τα ενήλικα άτομα στη Σουηδία τείνουν να εντοπίσουν τις διάφορες επιχειρηματικές ευκαιρίες που παρουσιάζονται σε πολύ μεγαλύτερο βαθμό συγκριτικά με τις άλλες χώρες (εκτός από Κολομβία). Ωστόσο, είναι περίεργο το γεγονός ότι δεν υπάρχει αντίστοιχα υψηλός δείκτης της συνολικής επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων, παρόλο που τα δύο τελευταία χρόνια έχει αυξηθεί σημαντικά συγκριτικά με το 4% που βρισκόταν από το 2000 έως το 2007, (Bosma, Wennekers, Amorós, 2012: 178,179).

Το 2010, το 32% των νέων επιχειρήσεων είχαν ιδρυθεί από γυναίκες (8% αύξηση από το 2009) και πάνω από το 7% των νεοϊδρυθέντων επιχειρήσεων είχαν ιδρυθεί από κοινού από άνδρες και γυναίκες. Αρκετά υψηλό ήταν το ποσοστό των γυναικών που ήθελαν να εξελίξουν την επιχείρησή τους (41%). Ωστόσο, ανέφεραν ως βασικό εμπόδιο για αυτή την εξέλιξη, την έλλειψη προσωπικού χρόνου. Αξιοσημείωτο είναι ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες είναι περισσότερο μορφωμένες από τους άνδρες, με το ποσοστό

τους να ανέρχεται στο 46% (33% το αντίστοιχο των ανδρών). Το 2006-2007 το επίπεδο των γυναικών στον τομέα των επιστημών ήταν μέτριο, με το ποσοστό των γυναικών που κατείχαν τίτλο διδακτορικού διπλώματος να είναι κοντά στο 30% και λίγο παραπάνω (34,8%). Το αντίστοιχο ποσοστό στη μηχανική ήταν κάτω από 30% (26,4%). Οι τομείς στους οποίους επικρατούν οι γυναίκες με την επιχειρηματικότητά τους είναι εκείνοι της καθαριότητας, της αναψυχής, της ιατρικής και των υπηρεσιών υγείας και της εκπαίδευσης, (European Commission, 2008: 43, European Commission, 2009-2010: 47).

Στις μέρες μας, το ποσοστό της γυναικείας απασχόλησης αγγίζει το 75,7%, παραμένοντας σχεδόν σταθερό από το 2005 όπου ανερχόταν στο 75,5%. Όσον αφορά στην ανεργία των γυναικών, το αντίστοιχο ποσοστό που σημειώθηκε το 2011 ήταν 7,5%, παρουσιάζοντας αύξηση του 0,3% από το 2006. Το ποσοστό των γυναικών που βρίσκονται σε αδράνεια ή ασχολούνται μερικώς λόγω των ελλείψεων που υπάρχουν σε υπηρεσίες φροντίδας παιδιών ή επειδή πρέπει να φροντίζουν άλλα άτομα που έχουν την ανάγκη τους, είναι 6,5%, ποσοστό το οποίο είναι από τα μικρότερα που σημειώνεται. Το ποσοστό αυτό δικαιολογείται απόλυτα, εφόσον στη Σουηδία έχουν γίνει αρκετές δράσεις για τη συμφιλίωση της επαγγελματική και της οικογενειακής ζωής, το οποίο αναλύεται στην επόμενη υποενότητα. Σχετικά με το ποσοστό των γυναικών που είχαν προεδρικές θέσεις σε τομείς λήψης αποφάσεων σε μεγάλες εταιρείες ήταν μηδενικό το 2012 (ποσοστό που έχει παραμείνει στάσιμο από το 2004). Τέλος, η κατανομή ανδρών και γυναικών, για το 2010, ως αρχηγοί επιχειρήσεων ήταν 73 και 27 αντίστοιχα, (European Commission, 2012: 33-50).

3.2.1.6.1 Παράγοντες που Επηρεάζουν τη Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στη Σουηδία

Στη Σουηδία υπάρχουν αρκετά προγράμματα που στηρίζουν την προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας, τα οποία παρέχονται μέσω του οργανισμού NUTEK (Σουηδικός Οργανισμός για την Οικονομική και Περιφερειακή Ανάπτυξη) από το 1993. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει μια πρωτοβουλία που αναπτύχθηκε και υλοποιήθηκε από το Δεκέμβριο του 2002 έως τον Μάιο του 2005. Η πρωτοβουλία αυτή ονομάστηκε «ΠΡΟΛΟΓΟΣ» και απευθυνόταν σε φοιτήτριες που σπούδαζαν πάνω στον τομέα των επιστημών και της τεχνολογίας. Στόχος της πρωτοβουλίας αυτής ήταν να τις κάνει να εξετάζουν την επιχειρηματικότητα ως μια επιλογή ενασχόλησης, και να μην τη θεωρούν

ανέφικτη επιλογή, και να τις ενθαρρύνει να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση στον τομέα των σπουδών τους. Επιπλέον, ένα πιλοτικό πρόγραμμα έχει δημιουργηθεί το οποίο βοηθά στην στοχευόμενη καθοδήγηση των γυναικών σύμφωνα με τις ανάγκες που έχει η καθεμία, μέσω της εκπαίδευσης συμβούλων επιχειρήσεων για την καινοτόμα επιχειρηματικότητα, (European Commission, 2008: 44-45).

Ένα πρόγραμμα το οποίο είναι για περιορισμένο χρονικό διάστημα, ξεκίνησε το 2007 και είναι ακόμα σε λειτουργία (μέχρι το 2014) έχει γίνει μέσω του Σουηδικού Οργανισμού για την Οικονομική και Περιφερειακή Ανάπτυξη για την προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας και έχουν διατεθεί περισσότερα από 87εκ.€. Η ενεργή συμμετοχή των γυναικών είναι αξιοσημείωτη, εφόσον έχει καταγραφεί ότι πάνω από 140.000 γυναίκες έχουν ήδη χρησιμοποιήσει το πρόγραμμα αυτό. Το πρόγραμμα αυτό παρέχει βοήθεια σε πολλούς τομείς (*«συγχρηματοδότηση των επιχειρήσεων και καινοτόμων σχεδίων ανάπτυξης, προγράμματα καθοδήγησης, κλπ»*) (European Commission, 2009-2010, p. 48)) και επομένως αποτελεί έναν παράγοντα που μπορεί να επηρεάσει τις γυναίκες να αναλάβουν επιχειρηματική δράση. Δεδομένου ότι οι γυναίκες με αυτή τους τη δράση βοηθούν στην οικονομική ανάπτυξη, γίνονται προσπάθειες ώστε να είναι πιο ελκυστικό το έδαφος να ξεκινήσουν μια τέτοιου είδους δραστηριότητα. Όλα αυτά τα προγράμματα στην ουσία «ενεργοποιούνται» από την Κυβέρνηση και ανατίθενται προς εκπλήρωση στη Σουηδική Εταιρεία Ανάπτυξης Επιχειρήσεων (NUTEK), (European Commission, 2009-2010: 47-48).

Σημαντικές είναι οι δράσεις που έχουν γίνει στη Σουηδία για τη συμφιλίωση της επαγγελματικής και της οικογενειακής ζωής. Περίπου από το 1986 έχουν γίνει προτάσεις προκειμένου να εφαρμοστούν ευεργετικά μέτρα για το χρόνο εργασίας. Επίσης, αρκετές επιχειρήσεις ξεκίνησαν να παρέχουν επιπλέον επιδόματα στους γονείς οι οποίοι επιθυμούσαν να διακόψουν την εργασία τους για να μπορούν να φροντίζουν τα παιδιά τους. Σημαντική ήταν και η εφαρμογή της οδηγίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τη γονική άδεια το 1998. Η σπουδαιότητα των παραπάνω αποδεικνύεται και από το γεγονός ότι το 2004, το 60% των παιδιών της ηλικίας του νηπιαγωγείου πήγαιναν σε ολόημερα σχολεία, (Welter, 2004: 215, Βουγιούκα, 2006: 64-69).

3.2.1.6.2 Οργανισμοί για Προώθηση και Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στη Σουηδία

Παρακάτω παρατίθενται οι οργανισμοί που έχουν ιδρυθεί στην Σουηδία προκειμένου να βοηθήσουν τις γυναίκες να ξεκινήσουν την επιχειρηματική τους δράση. Σε κάθε οργανισμό αναφέρονται και οι τρόποι συνεισφοράς του.

Πίνακας 3. 5: Οργανισμοί προώθησης και ενίσχυσης γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Σουηδία

Οργανισμός	Είδος/ Τόπος	Σκοπός	Υπηρεσίες που παρέχει
Σουηδικός Οργανισμός για την Οικονομική και Περιφερειακή Ανάπτυξη (Tillväxtverket)	Οργανισμός για την Οικονομική και Περιφερειακή Ανάπτυξη (NUTEK)	Προσπαθεί, μέσω της προώθησης προτύπων ρόλων και μέσω της προώθησης της επιχειρηματικότητας στην τριτοβάθμια εκπαίδευση, να κάνει τις γυναίκες επιχειρηματίες πιο «ορατές».	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ανάπτυξη δικτύων για χρηματοδότηση 2. Καθοδήγηση 3. Εκπαίδευση από συμβούλους επιχειρήσεων
Σύμβουλοι Επιχειρήσεων για Γυναίκες	Οργανισμός για την Οικονομική και Περιφερειακή Ανάπτυξη (NUTEK)	Απασχολεί σύμβουλους επιχειρήσεων για τις γυναίκες στις λεγόμενες περιφερειακές περιοχές όπου εφαρμόζεται η πολιτική στήριξης (B. Σουηδία) Και Υποστηρίζει τις γυναίκες που θέλουν να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Συμβουλές 3. Χρηματοδότηση 4. Δικτύωση
Γυναικεία Επιχειρηματικότητα: Ερευνητικό Πρόγραμμα (FEM)	Φόρουμ για Μικρές Επιχειρήσεις (FSF), Οικονομική Σχολή Στοκχόλμης(NNA)	Επιδιώκει να αυξηθούν οι γνώσεις, η γενική συνειδητοποίηση και η κατανόηση σχετικά με τη γυναικεία επιχειρηματικότητα.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Πληροφόρηση 2. Συμβουλές 3. Εκπαίδευση
Δανειακό Πρόγραμμα Υποστήριξης Γυναικών Επιχειρηματιών	ALMI	Βοηθάει τις γυναίκες επιχειρηματίες με την εύρεση κεφαλαίου σε μορφή μικρό-δανείων με ευνοϊκούς όρους.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις
Δίκτυο Τραπεζών (περιοχή Dalarna)	Δίκτυο Τραπεζών	Προμηθεύει με μικρές ποσότητες κεφαλαίων και στηρίζει τις γυναίκες μέσω δικτύων.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Χρηματοδότηση

Πηγή: (European Commission, 2002, p. 46; European Commission, 2008, p. 47)

Συνοψίζοντας, είναι φανερό ότι στην Σουηδία δεν υπάρχουν ιδιαίτερα πολλοί οργανισμοί που συνεισφέρουν στην αύξηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Ωστόσο παρέχουν στις γυναίκες σημαντικές διευκολύνσεις.

3.2.1.6 Ηνωμένο Βασίλειο

Στο Ηνωμένο Βασίλειο (Αγγλία, Ουαλία, Σκωτία, Βόρεια Ιρλανδία), το 2006 το ποσοστό της επιχειρηματικότητας ανδρών και γυναικών ήταν 15,79% και 6,46% αντίστοιχα. Σχετικά με το προφίλ των γυναικών επιχειρηματιών εκεί, είχε παρατηρηθεί ότι επιχειρηματική δραστηριότητα αναλαμβάνουν κυρίως γυναίκες με μεταπτυχιακό ή διδακτορικό τίτλο. Επίσης, είχε παρατηρηθεί ότι δεν είναι σύνηθες το φαινόμενο να χρησιμοποιούν χρηματοδοτήσεις οι γυναίκες. Η έλλειψη εμπιστοσύνης στις ικανότητες που έχουν να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση και ο φόβος αποτυχίας, συναντάται και στις γυναίκες με υψηλό επίπεδο μόρφωσης, (European Commission, 2008: 28, 46).

Για την κατανόηση της πιο γενικής κατάστασης στο Ηνωμένο Βασίλειο αξίζει να επισημανθεί ότι το 2008, ήταν 12^ο στην κατάταξη ανάμεσα στις 20 πιο ανταγωνιστικές περιοχές του κόσμου. Ενώ όμως σε θέματα αποτελεσματικότητας της αγοράς εργασίας και ετοιμότητας στη χρήση των τελευταίων τεχνολογιών κατατασσόταν σε αρκετά υψηλές θέσεις το ίδιο έτος (8^η και στις δύο κατηγορίες), αδυναμία εμφάνισε στα θέματα της εθνικής αποταμίευσης και κατ' επέκταση στο δημόσιο έλλειμμα, (Porter, Schwab, 2008: 10, 19).

Το 2006, το ποσοστό απασχόλησης των γυναικών ήταν περίπου 66%, με διαφορά 16% από το αντίστοιχο ποσοστό των ανδρών. Ωστόσο, η διαφορά αυτή ήταν μεγαλύτερη σε θέσεις πλήρους απασχόλησης. Τα αντίστοιχα ποσοστά το 2010 ήταν 67,9% και 79,3%, όπου όπως φαίνεται, η διαφορά είχε μειωθεί κατά 4,6%. Χρήσιμο είναι σε αυτό το σημείο, να αναφερθεί ότι το 2008 θεωρήθηκε ότι θα αυξανόταν ο αριθμός της απασχόλησης των γυναικών σε θέσεις μερικούς απασχόλησης και υπήρχε αισιοδοξία για την επίδραση και στις θέσεις πλήρους απασχόλησης. Ωστόσο, η πραγματικότητα έδειξε ότι το τρίτο τρίμηνο του 2009 68.000 γυναίκες έχασαν την εργασία τους (πλήρους απασχόλησης) (Εθνική Στατιστική Υπηρεσία, 2009). Βασικός παράγοντας που επηρεάζει τη συμμετοχή των γυναικών στην απασχόληση είναι το κατά πόσο είναι συμφιλιωμένη η οικογενειακή ζωή με την επαγγελματική, και κατ' επέκταση η ελλιπής υποστήριξη της μητρότητας. Συγκεκριμένα, για το 2006 είχε επισημανθεί ότι οι γυναίκες ηλικίας 20-50 ετών με παιδιά μέχρι έξι ετών, ασχολούνταν κατά 8% λιγότερο από ότι οι άνδρες της ίδιας ομάδας. Το 2010, το ποσοστό των γυναικών που βρίσκονταν

σε αδράνεια ή ασχολούνταν μερικώς λόγω των ελλείψεων που υπάρχουν σε υπηρεσίες φροντίδας παιδιών ή επειδή πρέπει να φρόντιζαν άλλα άτομα που έχουν την ανάγκη τους, ήταν 29,6%. Χρήσιμο είναι να αναφερθεί, για την απόκτηση μιας πιο σφαιρικής εικόνας για το Ηνωμένο Βασίλειο, ότι το ποσοστό των γυναικών που είχαν προεδρικές θέσεις σε τομείς λήψης αποφάσεων σε μεγάλες εταιρείες ήταν μηδενικό το 2012 (ποσοστό που έχει παραμείνει στάσιμο από το 2004). Τέλος, η ποσοστιαία κατανομή ανδρών και γυναικών, για το 2010, ως αρχηγοί επιχειρήσεων ήταν 66 και 34 αντίστοιχα, (Davidson, Burke, 2009: 2, European Commission, 2012: 33-51, Βουγιούκα, 2006: 34).

Σύμφωνα με τα πιο πρόσφατα καταγεγραμμένα δεδομένα, το Ηνωμένο Βασίλειο το 2011 απέσπασε υψηλές βαθμολογίες συγκριτικά με άλλες ομότιμες χώρες, όσον αφορά στους «κανονισμούς του και στο καθεστώς διαφάνειας της αγοράς» (Bosma N., Wennekers S., Amorós E. J., 2012, p. 193). Ωστόσο, η βαθμολογία που του αποδόθηκε για τα κυβερνητικά του προγράμματα ήταν σχετικά χαμηλή, πιθανότατα επειδή το 2010 πραγματοποιήθηκαν αλλαγές σε αυτά τα προγράμματα και δεν είχε περάσει το κατάλληλο διάστημα ώστε να έχουν αφομοιωθεί από το σύστημα. Επίσης, υπήρξαν και άλλα προγράμματα που διακόπηκαν. Μια επιπλέον αδυναμία είχε διαπιστωθεί από τους ειδικούς στον τομέα Έρευνας και Ανάπτυξης και στη διαθεσιμότητα χρηματοδότησης για την επιχειρηματικότητα, (Bosma, Wennekers, Amorós, 2012: 192-193).

Η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων των γυναικών, σύμφωνα με τα τελευταία δεδομένα που έχουν καταγραφεί, είναι το 49% του ποσοστού της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων των ανδρών, με τα αντίστοιχα ποσοστά να σημειώνονται στο 5% και 10,2%. Το ποσοστό αυτό φαίνεται να έχει παραμείνει σχεδόν στάσιμο από το 2007, όπου τα ποσοστά της επιχειρηματικότητας των γυναικών διαμορφωνόταν χρόνο με το χρόνο ως εξής: 48% (2007), 49% (2008), 47% (2009) και 44% (2010) του ποσοστού της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων των ανδρών. Η διαφορά στα ποσοστά επιχειρηματικότητας στα δύο φύλα είναι μεγαλύτερη για τις εγκατεστημένες επιχειρήσεις. Συγκεκριμένα, το ποσοστό των ανδρών ανέρχεται στο 9%, ενώ των γυναικών φτάνει μόλις στο 4,1%. Το 2011, οι περισσότερες επιχειρήσεις έκλεισαν στην Αγγλία (1,7%), ενώ το χαμηλότερο ποσοστό σημειώθηκε στην Σκωτία (0,7%), (Levie, Hart, 2011: 18-43).

3.2.1.7.1 Παράγοντες που Επηρεάζουν τη Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στο Ηνωμένο Βασίλειο

Το Ηνωμένο Βασίλειο αποτελεί μια χώρα με καλά εδραιωμένο σύστημα στήριξης των γυναικών επιχειρηματιών. Έχει υιοθετηθεί, λοιπόν, ένα συνολικό μοντέλο ισότητας, μέσω του οποίου η οπτική της ισότητας ενσωματώνεται σε όλους τους δημόσιους θεσμούς, το σχεδιασμό πολιτικής και την παροχή υπηρεσιών. Έχουν αναληφθεί διαφόρων ειδών πρωτοβουλίες των οποίων οι δράσεις ποικίλουν (π.χ. ανάπτυξη φιλικών υποδομών στήριξης προς τις γυναίκες επιχειρηματίες μέσω συνεδρίων και παροχής πληροφοριών προκειμένου να αποκτήσουν την απαραίτητη κατάρτιση- δίκτυο «PROWESS», παροχή προτύπων ώστε να διευκολυνθούν στη δημιουργία της δικής τους επιχείρησης- δίκτυο Πρεσβευτών γυναικών, κλπ.). Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να χρησιμοποιούν όλο και περισσότερο επιδοτούμενα προγράμματα χρηματοδότησης στο να γίνουν αυτοπασχολούμενες και να ξεκινήσουν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα (OECD, 1991), ενώ παλαιότερα είχαν την τάση να είναι πιο συντηρητικές από τους άνδρες στον δανεισμό χρημάτων (Weiler and Bernasek, 2001), (European Commission, 2008: 48-50, Winn, 2005: 386-388).

Οι πρωτοβουλίες στήριξης των γυναικών με καινοτόμες ιδέες στον τομέα της επιστήμης και της τεχνολογίας, δεν είναι λιγότερο διαδεδομένες. Συγκεκριμένα, υπάρχει το δίκτυο Βρετανών Γυναικών Επιχειρηματιών και Νεωτεριστών (BFIN- British Female Inventors and Innovators Networks), το οποίο προσπαθεί να δρα ως πηγή έμπνευσης για τις γυναίκες εκείνες που προσπαθούν να μετατρέψουν τις ιδέες τους σε εμπορικές προτάσεις. Μια ακόμα σημαντική πρωτοβουλία που έχει αναληφθεί και ενθαρρύνει τις γυναίκες να στηρίζει η μία την άλλη και σε ατομικά και σε συλλογικά έργα και κατ' επέκταση να ασχολούνται πιο εντατικά με την επιχειρηματικότητα, ξεκίνησε από το πανεπιστήμιο του Essex (Δημιουργική Ομάδα Επιχειρήσεων). Μέσω της πλατφόρμας που παρέχει, δίνει τη δυνατότητα στις γυναίκες, σε τοπικό και παγκόσμιο επίπεδο, να μοιράζονται τις εμπειρίες τους και μέσω αυτών των συζητήσεων πάνω στις νέες ιδέες που έχουν και στις ευκαιρίες που εντοπίζουν στην αγορά, να αναπτύσσουν πρωτοβουλίες για να δραστηριοποιηθούν δημιουργικά στις βιομηχανίες, (European Commission, 2008: 106-107, 31).

Συγκεκριμένα μέτρα που έχουν ληφθεί προκειμένου να αυξηθεί ο αριθμός των γυναικείων επιχειρήσεων στους τομείς της επιστήμης, της μηχανικής και της τεχνολογίας, είναι τα εξής:

1. Οδηγός κατάρτισης για συμβούλους επιχειρήσεων που είναι αρμόδιοι για την παροχή εκπαίδευσης σε γυναίκες στον τομέα των επιχειρήσεων.
2. Αυτοδιαγνωστικό εργαλείο για τη διαπίστωση των εκπαιδευτικών αναγκών των γυναικών όσον αφορά στη δραστηριοποίησή τους στον τομέα των επιχειρήσεων.
3. Εικονικό δίκτυο για τις γυναίκες επιχειρηματίες στον τομέα της επιστήμης, της μηχανικής και της τεχνολογίας, (European Commission, 2008: 33).

Σύμφωνα με μια έρευνα από τις τελευταίες έρευνες που έχουν διεξαχθεί στο Ηνωμένο Βασίλειο (GEM UK APS, 2010, 2011), παρατηρήθηκε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των γυναικών (80,6%) ηλικίας 18-64 ξεκινούν την επιχειρηματική δραστηριότητα επειδή θεωρούν ότι εκείνοι που είναι επιτυχημένοι όταν δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά, αποκτούν υψηλό κύρος και κερδίζουν το σεβασμό της κοινωνίας. Αυτό που παροτρύνει στο μικρότερο βαθμό τις γυναίκες (28%) να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά είναι ότι θεωρούν πως θα υπάρξουν καλές ευκαιρίες στην περιοχή που ζουν μέσα στο εξάμηνο που θα ακολουθήσει, προκειμένου να κάνουν ένα καλό ξεκίνημα, (Levie, Hart, 2011: 8, 37).

3.2.1.7.2 Οργανισμοί για Προώθηση και Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στο Ηνωμένο Βασίλειο

Παρακάτω παρατίθενται οι οργανισμοί που έχουν ιδρυθεί στο Ηνωμένο Βασίλειο προκειμένου να βοηθήσουν τις γυναίκες να ξεκινήσουν την επιχειρηματική τους δράση. Σε κάθε οργανισμό αναφέρονται και οι τρόποι συνεισφοράς του.

Πίνακας 3. 6: Οργανισμοί προώθησης και ενίσχυσης γυναικείας επιχειρηματικότητας στο Ηνωμένο Βασίλειο

Οργανισμός	Είδος/ Τύπος	Σκοπός	Υπηρεσίες που παρέχει
Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Γυναικών στο Leicestershire	Υπηρεσία Μικρών Επιχειρήσεων	Υποστηρίζει τις ανάγκες των ντόπιων, αυτοαπασχολούμενων γυναικών μέσω δικτύωσης.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές 4. Εκπαίδευση 5. Καθοδήγηση 6. Δικτύωση
Έντονη Προώθηση Υποστήριξης Γυναικείας Επιχειρηματικότητας	«Πλώρη»	Παρέχει υποστήριξη σε γυναίκες επιχειρηματίες και δημιουργεί περιβάλλον όπου ίσος αριθμός ανδρών και γυναικών ξεκινούν τις επιχειρήσεις τους.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές 4. Εκπαίδευση 5. Καθοδήγηση 6. Δικτύωση
Γυναίκες Επιχειρηματίες Σκωτίας	Γυναίκες Επιχειρηματίες Σκωτίας	<ol style="list-style-type: none"> 1. Εμπνέει 2. Προετοιμάζει και 3. Υποστηρίζει Περισσότερες γυναίκες να ξεκινήσουν τις δικές τους επιχειρήσεις, να αναπτύξουν την επιχείρησή τους και να πετύχουν οικονομική και προσωπική επιτυχία.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές 4. Εκπαίδευση 5. Καθοδήγηση 6. Δικτύωση
«Interreg Πα», «Priority C», «Measure 10»	Πανεπιστημιακό Κολέγιο της Χριστιανικής Εκκλησίας στο Canterbury	Βοηθά στη δημιουργία και την ανάπτυξη ΜΜΕ και προσφέρει στήριξη σε γυναίκες μέσω δικτύωσης, συμβουλών και πληροφόρησης, καθώς και με παροχή πρόσβασης στην εκπαίδευση.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές 4. Εκπαίδευση 5. Καθοδήγηση 6. Δικτύωση
«TRAIN 2000LTD»- Προώθηση Ευκαιριών για τις Γυναίκες στις Επιχειρήσεις και Αναγέννηση	«TRAIN 2000LTD»	Αναπτύσσει και παραδίδει μια σειρά προσαρμοσμένων επιχειρήσεων, θέσεων απασχόλησης, εκπαίδευσης και μέτρων στήριξης της κατάρτισης για όλες τις γυναίκες σε «μειονεκτικές» περιοχές.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές 4. Εκπαίδευση
Κεντρική Επιχείρηση στο Wellpark	Σκοτσέζικη Επιχείρηση	<ol style="list-style-type: none"> 1. Δίνει στις γυναίκες τη συμβουλή που χρειάζονται για να αναπτύξουν τις επιχειρηματικές τους 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές

		ιδέες 2. Συνδέει τις γυναίκες με τις οργανώσεις που μπορούν να τους παρέχουν εκπαίδευση και υποστήριξη 3. Προσφέρει ευκαιρίες δικτύωσης των γυναικών.	4. Εκπαίδευση 5. Χρηματοδότηση 6. Δικτύωση
Γυναίκες σε Επιχείρηση	Γυναίκες σε Επιχείρηση	Δίνει στις επιτυχημένες γυναίκες επιχειρηματίες υψηλότερο προφίλ και εξασφαλίζει ότι οι κυβερνητικές πολιτικές θα ενθαρρύνουν τις γυναίκες να ξεκινήσουν νέες επιχειρήσεις.	1. Πληροφόρηση 2. Συμβουλές 3. Δικτύωση
Γυναίκες στο Δίκτυο (WIN-Women into the Network)	Πανεπιστήμιο του Durham	Παρέχει στις γυναίκες επιχειρηματίες τις κατάλληλες διασυνδέσεις και την εισαγωγή τους στα επιχειρηματικά Βορειοανατολικά δίκτυα Και Δημιουργεί 100 νέες θέσεις εργασίας.	1. Πληροφόρηση 2. Συμβουλές 3. Καθοδήγηση 4. Δικτύωση
Οργανισμός Ανάπτυξης Γυναικείων Επιχειρήσεων	Οργανισμός Ανάπτυξης Γυναικείων Επιχειρήσεων	Παρέχει περιφερειακή πολιτική υποστήριξης για γυναίκες που βρίσκονται σε μειονεκτική θέση (από άποψη χαμηλών μισθών και φυλετικών διακρίσεων) να «εισέλθουν» στην αυτοαπασχόληση.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές 4. Εκπαίδευση

Πηγή: (European Commission, 2002, p.48)

Σύμφωνα με τον πίνακα 3.6, είναι φανερό ότι το Ηνωμένο Βασίλειο διαθέτει σημαντικό αριθμό οργανισμών οι οποίοι ασχολούνται με τη γυναικεία επιχειρηματικότητα, παρέχοντας στις γυναίκες σημαντικές διευκολύνσεις.

3.2.1.7 Ολλανδία

Η Ολλανδία είναι μια χώρα της οποίας το 8,2% του ενήλικου πληθυσμού της συμμετέχει σε αρχικών σταδίων επιχειρηματική δραστηριότητα, ποσοστό που ξεπερνά το μέσο όρο επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ευρωπαϊκή Ένωση (7,6%). Πιο αναλυτικά, ενώ για τα έτη 2001 μέχρι και το 2008, η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ήταν σταθερή στο 4%-5%, μετά το 2008- η οικονομική κρίση δεν άφησε ανεπηρέαστη ούτε την Ολλανδία- τα πράγματα άλλαξαν και τα αντίστοιχα ποσοστά διαμορφώθηκαν στα έτη που ακολούθησαν, ως εξής: 5,2% (2008), 7,2% (2009), 7,2% (2010), 8,2% (2011). Γενικά, η Ολλανδία είναι μια χώρα που ξεχωρίζει, ανάμεσα στις

χώρες της καινοτομίας, όσον αφορά στις αντιλαμβανόμενες ευκαιρίες, αλλά και τα επίπεδα επιχειρηματικότητάς της. Μάλιστα, τα τελευταία χρόνια, έχει ενσωματωθεί ο τομέας της επιχειρηματικότητας σε όλα τα επίπεδα της εκπαίδευσης, χωρίς να παραβλέπεται από το πρόγραμμα σπουδών διαφόρων πανεπιστημίων, (Bosma, Wennekers, Amorós, 2012: 150-151).

Αξίζει να επισημανθεί ότι το 2008, η Ολλανδία ήταν 8^η στην κατάταξη ανάμεσα στις 20 πιο ανταγωνιστικές χώρες του κόσμου. Οι επιχειρήσεις στην Ολλανδία είναι πολύ εξελιγμένες (World Economic Forum, 2008) και παρουσιάζουν «επιθετικό χαρακτήρα» στην απορρόφηση νέων τεχνολογιών. Μάλιστα, το 2008, οι επιχειρήσεις της Ολλανδίας ήταν πρώτες στην κατάταξη σχετικά με την τεχνολογική τους ετοιμότητα. Η αγορά εργασίας της χώρας, συγκρινόμενη με τις υπόλοιπες που ανήκουν στην Ευρώπη, παρουσιάζει ιδιαίτερη αποτελεσματικότητα και, κατ' επέκταση, αποτελεσματική είναι και η λειτουργία της αγοράς ως προς τη διαθεσιμότητα των προϊόντων, για την οποία η χώρα κατετάγη τρίτη ανάμεσα στις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες, (Porter, Schwab, 2008: 11).

Το 1992 το ποσοστό απασχόλησης των γυναικών έφτανε το 51,8%, παρουσιάζοντας μια σημαντική αύξηση μέχρι το 2002, όπου ανήλθε στο 66,7% (14,9% αύξηση). Μέχρι και το 2010, τα στοιχεία δείχνουν ανοδική πορεία στα επίπεδα εργασίας των γυναικών. Πιο συγκεκριμένα, το 2005 η γυναικεία απασχόληση στην Ολλανδία έφτανε το 67,6% και το 2010 ανερχόταν στο 70,8%. Βέβαια, το αντίστοιχο ποσοστό των ανδρών ήταν πάντα υψηλότερο, χωρίς όμως, να παρουσιάσει ιδιαίτερα ανοδική πορεία από το 2005 μέχρι το 2010 (82,4% και 82,8% αντίστοιχα), (European Commission, 2012: 33, Βουγιούκα, 2006: 57).

Χρήσιμο είναι να αναφερθούν κάποια στατιστικά στοιχεία που αφορούν στις γυναίκες της Ολλανδίας και είναι καταγεγραμμένα το 2010. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, στην Ολλανδία ισχύουν τα εξής:

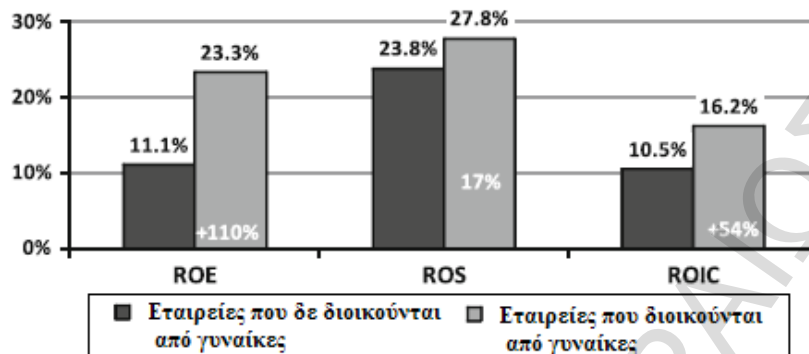
- 1. Οι γυναίκες αποτελούν το 50,5% του ολλανδικού πληθυσμού και το 70% αυτών είναι ενεργές στην αγορά εργασίας.*
- 2. Οι γυναίκες αποτελούν το 31% των αυτοαπασχολούμενων.*

3. Υπάρχουν πολλές νέες γυναίκες επιχειρηματίες- το 35% των πρόσφατα αυτοαπασχολούμενων ατόμων είναι γυναίκες (10% αύξηση συγκριτικά με το 2000).
4. Οι γυναίκες επιχειρηματίες είναι πιο δραστήριες στον τομέα των υπηρεσιών, της παροχής φροντίδας και της εκπαίδευσης.
5. Οι γυναίκες επιχειρηματίες έχουν υψηλό μορφωτικό επίπεδο: 42% έχουν πτυχίο ή μεταπτυχιακό, 38% έχουν ολοκληρώσει την επαγγελματική τους εκπαίδευση, (European Commission, 2009-2010: 49).

Περαιτέρω στοιχεία που έχουν καταγραφεί σχετικά με τις γυναίκες στην Ολλανδία τα τελευταία χρόνια βοηθούν στην ακόμα καλύτερη κατανόηση της κατάστασης που επικρατεί εκεί για τις γυναίκες. Το 2010, το ποσοστό των γυναικών που βρίσκονταν σε αδράνεια ή ασχολούνταν μερικώς λόγω των ελλείψεων που υπάρχουν σε υπηρεσίες φροντίδας παιδιών ή επειδή πρέπει να φρόντιζαν άλλα άτομα που έχουν την ανάγκη τους, ήταν μόλις 3,7%. Όσον αφορά στο ποσοστό των γυναικών που είχαν προεδρικές θέσεις σε τομείς λήψης αποφάσεων σε μεγάλες εταιρείες, ήταν μηδενικό το 2012 (ποσοστό που έχει παραμείνει στάσιμο από το 2004). Τέλος, η ποσοστιαία κατανομή ανδρών και γυναικών, για το 2010, ως αρχηγοί επιχειρήσεων ήταν 70 και 30 αντίστοιχα, (European Commission, 2012: 41-51).

Στην Ολλανδία είναι χαρακτηριστική η έρευνα (Luckeath-Rovers and Van Zanten, 2008) που διεξήχθη σχετικά με το τι γίνεται όταν σε μια εταιρία διοικεί γυναίκα και τί σε διαφορετική περίπτωση. Από την έρευνα προέκυψαν τα παρακάτω:

Διάγραμμα 3. 1: Γυναίκες στα διοικητικά συμβούλια και στην επίδοση της επιχείρησης



Πηγή: (Luckerath-Rovers, 2011, p.13)

Στο παραπάνω διάγραμμα βλέπουμε τον μέσο όρο απόδοσης των ιδίων κεφαλαίων (ROE), την απόδοση επί των πωλήσεων (ROS) και την απόδοση του επενδυμένου κεφαλαίου (ROIC) για τις δύο προαναφερθείσες ομάδες (επιχειρήσεις που διοικούνται από γυναίκες και επιχειρήσεις που δε διοικούνται από γυναίκες). Η μεγαλύτερη διαφορά φαίνεται στον μέσο όρο απόδοσης των ιδίων κεφαλαίων όπου τα ποσοστά είναι 23,3% και 11,1% αντίστοιχα (Mijntje Luckerath-Rovers, 2011). Αξιοσημείωτη είναι η διαφορά που παρατηρείται στην απόδοση του επενδυμένου κεφαλαίου (ROIC) στις δύο κατηγορίες των επιχειρήσεων. Είναι προφανές ότι, κατά μέσο όρο, οι επιχειρήσεις που διοικούνται από γυναίκες έχουν καλύτερα αποτελέσματα από αυτές που δε διοικούνται από γυναίκες. Επίσης, έχει υποστηριχθεί ότι όταν μια εταιρεία διοικείται από γυναίκες, το λογικό είναι να μιλάμε για μια καινοτόμα και εκσυγχρονισμένη επιχείρηση, την οποία χαρακτηρίζει η διαφάνειά της και οι υψηλές της επιδόσεις (a.o. Singh and Vinnicombe 2004). Πέρα, όμως, από την εξέλιξη της επιχείρησης, προωθείται και η εξέλιξη των γυναικών που εργάζονται εκεί, διότι κινητοποιούνται από τις διευθύντριές τους, οι οποίες βλέπουν ότι μπορούν να εξελιχθούν (Rose, 2007), (Luckerath-Rovers, 2011: 13- 17).

3.2.1.8.1 Παράγοντες που Επηρεάζουν τη Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ολλανδία

Στην Ολλανδία, καταλυτικός είναι ο ρόλος του Υπουργείου Οικονομικών Υποθέσεων, Γεωργίας και Καινοτομίας, το οποίο τα τελευταία χρόνια, από την

οικονομική κρίση που εκδηλώθηκε το 2008 μέχρι σήμερα, συμβάλλει ουσιαστικά στη γυναικεία επιχειρηματικότητα με την προώθηση σχετικών γεγονότων και δικτύων, καθώς και της εκπαίδευσης που τους είναι απαραίτητη. Ενδεικτικά, αναφέρεται ότι το 2009 το Υπουργείο μελέτησε τις ευκαιρίες που θα μπορούσαν να έχουν οι γυναίκες επιχειρηματίες κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης και έδωσε προσοχή στο κατά πόσο θα μπορούσαν να έχουν πρόσβαση σε χρηματοδοτήσεις και κατά πόσο οι χρηματοδοτήσεις αυτές θα ήταν διαθέσιμες (κυρίως για επιχειρήσεις με λιγότερους από 15 εργαζομένους), (European Commission, 2009-2010: 49-50).

Η Κυβέρνηση, με τη σειρά της, έχει κάνει προσπάθειες μέσω της «ενσωμάτωσης ολόημερων παροχών φροντίδας (συνεργασία μεταξύ σχολείων, κέντρων παιδική φροντίδας και κέντρων παροχής δραστηριοτήτων ελεύθερου χρόνου) στις πολιτικές απασχόλησης» προκειμένου να υπάρξει σύνδεση της εργασίας και της φροντίδας, (Βουγιούκα, 2006: 59).

3.2.1.8.2 Οργανισμοί για Προώθηση και Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στην Ολλανδία

Παρακάτω παρατίθενται οι οργανισμοί που έχουν ιδρυθεί στην Ολλανδία προκειμένου να βοηθήσουν τις γυναίκες να ξεκινήσουν την επιχειρηματική τους δράση. Σε κάθε οργανισμό αναφέρονται και οι τρόποι συνεισφοράς του.

Πίνακας 3. 7: Οργανισμοί προώθησης και ενίσχυσης γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ολλανδία

Οργανισμός	Είδος/ Τόπος	Σκοπός	Υπηρεσίες που παρέχει
Υπουργείο Οικονομικών Υποθέσεων, Γεωργίας και Καινοτομίας	Υπουργείο Οικονομικών Υποθέσεων, Γεωργίας και Καινοτομίας	Τονώνει τις αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις των γυναικών μέσω παροχής ειδικών διασκέψεων σε εκείνες τις γυναίκες επιχειρηματίες που φιλοδοξούν να αναπτύξουν τις επιχειρήσεις τους.	1. Ειδικές διασκέψεις
Ευρωπαϊκό Δίκτυο Μεντόρων για Γυναίκες Επιχειρηματίες	Ευρωπαϊκό Δίκτυο Μεντόρων για Γυναίκες Επιχειρηματίες	Στηρίζει προγράμματα ανάπτυξης μικρών επιχειρήσεων.	1. Καθοδήγηση
Κοινοπραξία Syntens	Κοινοπραξία	Προπονεί τις γυναίκες επιχειρηματίες προκειμένου να τις βοηθήσει να αναπτυχθούν.	1. Καθοδήγηση

Πηγή: (European Commission, 2009-2010, p.50)

Παρόλο που ο αριθμός των οργανισμών που έχουν καταλυτικό ρόλο στην ενίσχυση τη γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ολλανδία είναι ιδιαίτερα μικρός, σύμφωνα με όσα καταγράφηκαν παραπάνω, η ύπαρξη τέτοιων οργανισμών δεν είναι ιδιαίτερα αναγκαία. Αυτό συμβαίνει εφόσον σε όλα τα επίπεδα εκπαίδευσης εξασφαλίζεται η κατάλληλη επιμόρφωση στον τομέα της επιχειρηματικότητας. Επιπλέον, τα ποσοστά που καταγράφονται σχετικά με τη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ολλανδία, επιβεβαιώνουν ότι δεν υπάρχει ιδιαίτερη ανάγκη ύπαρξης οργανισμών στήριξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας.

3.2.1.8 Ισπανία

Η Ισπανία, στις μέρες μας αντιμετωπίζει μια πολύ σκληρή οικονομική κρίση η οποία επιδεινώνεται από τα ιδιαίτερα υψηλά ποσοστά ανεργίας. Τα επίπεδα ανεργίας ήταν ιδιαίτερα υψηλά από το 2008, γεγονός που είχε φτάσει την αγορά εργασίας της Ισπανίας στην 126η θέση. Οι άνθρωποι ξεκινούν πλέον την επιχειρηματική τους δραστηριότητα κυρίως από ανάγκη, το οποίο δεν είναι περίεργο εφόσον το πλαίσιο των επιχειρηματικών συνθηκών χαρακτηρίζεται από τους αρμόδιους ως «σκληρό». Αναμενόμενο είναι, λοιπόν, από τους παραπάνω λόγους να μην υπάρχει ποιοτική επιχειρηματικότητα, (Bosma, Wennekers, Amorós, 2012: 176-177, Porter, Schwab, 2008:19).

Η λεπτομερέστερη περιγραφή της κατάστασης εκεί, βοηθά σε καλύτερη κατανόηση της πραγματικότητας. Μελετώντας, λοιπόν, τα δεδομένα πιο αναλυτικά παρατηρείται ότι ενώ η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων παρουσίασε φθίνουσα πορεία από το 2007, λόγω της επιδείνωσης της οικονομικής κρίσης, το 2011 άρχισε να παρουσιάζει αύξουσα πορεία. Αυτή η αύξουσα πορεία, όμως, έχει προέλθει κυρίως από την ανάγκη των ατόμων να δραστηριοποιηθούν. Αποτέλεσμα αυτού είναι ένα μεγάλο κομμάτι αυτής της δραστηριότητας να *«είναι στον αέρα και να μην έχει ακόμα ουσιαστική επίδραση στο επίσημο μητρώο της επιχειρηματικότητας»*. Χρήσιμο είναι, επίσης, να αναφερθεί ότι το 2005 η γυναικεία απασχόληση στην Ισπανία έφτανε το 54,4%, ενώ το 2010 έφτασε στο 55,8%. Βέβαια, τα αντίστοιχα ποσοστά των ανδρών ήταν και στις δύο περιπτώσεις υψηλότερα, παρουσιάζοντας, όμως, καθοδική πορεία από το 2005 μέχρι το 2010 (79,9% και 69,1% αντίστοιχα), (Bosma, Wennekers, Amorós, 2012: 176-177, European Commission, 2012: 33).

Το 2006 το ποσοστό της επιχειρηματικότητας ανδρών και γυναικών ήταν 16,42% και 9% αντίστοιχα. Σύμφωνα με σχετική έρευνα (GEM 2005) φαίνεται ότι οι γυναίκες δεν εισέρχονταν ιδιαίτερα εύκολα σε υποστήριξη που παρεχόταν σε επιχειρήσεις, όσο οι άνδρες. Συγκεκριμένα, οι άνδρες εισέπρατταν χρηματοδοτική υποστήριξη ή υποστήριξη για έρευνα και ανάπτυξη, για ανάλυση της αγοράς και του προϊόντος που τους ενδιέφερε, καθώς και νέες επιχειρηματικές ιδέες σε ποσοστό 1% - 2% υψηλότερο απ' ότι οι γυναίκες. Επίσης, είχε παρατηρηθεί ότι ο φόβος της αποτυχίας ήταν σύνηθες φαινόμενο για τις γυναίκες που ξεκινούσαν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα. Αμυδρή ήταν η παρουσία των γυναικών στους τομείς της επιστήμης και της τεχνολογίας, καθώς ήταν λίγες οι γυναίκες που είχαν ανώτερες θέσεις σε πανεπιστήμια και ερευνητικούς οργανισμούς (GEM 2005). Αξιοσημείωτο είναι ότι το ποσοστό που σημειώθηκε για τις γυναίκες στην Ισπανία με διδακτορικό τίτλο το 2006-2007 στον τομέα της μηχανικής ήταν 21,3%, αποτελώντας το χαμηλότερο ποσοστό που είχε σημειωθεί συγκρινόμενο με τα αντίστοιχα των υπόλοιπων ευρωπαϊκών χωρών. Το αντίστοιχο ποσοστό στον τομέα των επιστημών έφτανε το 46,6%, (European Commission, 2008: 28, 92, 8).

Πιο πρόσφατες μετρήσεις (Έρευνα Εργατικού Δυναμικού- Labour Force Survey (EPA), 2010), έδειξαν ότι το τελευταίο τρίμηνο του 2010 οι γυναίκες αντιπροσώπευαν περίπου το 32,5% των επιχειρηματιών, παρουσιάζοντας πτώση ύψους 1% από το 2008. Γενικά, όμως, οι γυναίκες εκεί είναι σε μεγάλο βαθμό κατοχυρωμένες από σχετικό νόμο που υποχρεώνει τις εταιρείες να έχουν μια ισορροπημένη σύνθεση στο διοικητικό τους συμβούλιο, το οποίο σημαίνει ότι κάθε φύλο πρέπει να ανέρχεται οπωσδήποτε στο 40% του διοικητικού συμβουλίου. Μάλιστα, οι επιχειρήσεις που το τηρούν αυτό, είναι ευνοημένες στην ανάθεση δημόσιων συμβάσεων. Παρόλα αυτά, το ποσοστό των γυναικών που βρίσκονται σε αδράνεια ή ασχολούνται μερικώς λόγω των ελλείψεων που υπάρχουν σε υπηρεσίες φροντίδας παιδιών ή επειδή πρέπει να φροντίζουν άλλα άτομα που έχουν την ανάγκη τους, ανέρχεται στο 59,2%, το οποίο είναι ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό. Όσον αφορά στο ποσοστό των γυναικών που είχαν προεδρικές θέσεις σε τομείς λήψης αποφάσεων σε μεγάλες εταιρείες το 2012 έφτανε στο 2,9%, σημειώνοντας αύξηση ύψους 1% από το 2004. Τέλος, η κατανομή ανδρών και γυναικών, για το 2010, ως αρχηγοί επιχειρήσεων ήταν 64 και 36 αντίστοιχα, (European Commission, 2009-2010: 45, European Commission, 2012: 41-51, Luckeath-Rovers, 2011: 2-3).

3.2.1.8.1 Παράγοντες που Επηρεάζουν τη Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ισπανία

Στην Ισπανία τα τελευταία χρόνια δεν ευνοείται ιδιαίτερα η παροχή βοήθειας για όσους ενδιαφέρονται να δραστηριοποιηθούν στον τομέα των επιχειρήσεων. Η πρόσβαση στη χρηματοδότηση δεν είναι εύκολη και οι οικονομικές περικοπές δυσκολεύουν την πρόοδο στην εκπαίδευση που παρέχεται για την επιχειρηματικότητα, (Bosma, Wennekers, Amorós, 2012: 176-177).

Ωστόσο, οι κυβερνητικοί φορείς έχουν γνώση της σπουδαιότητας της ενίσχυσης της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Αυτός είναι και ο λόγος που σχεδιάζονται νέες δημόσιες πολιτικές με απώτερο στόχο την προώθηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Γεγονός είναι ότι υπήρξαν κυβερνητικά προγράμματα τα οποία βοήθησαν διάφορους τομείς. Το θέμα, όμως, είναι ότι η εσωτερική δυναμική της αγοράς και η ποιότητα της επιχειρηματικότητας, όπως αναφέρθηκε και στην προηγούμενη ενότητα, δεν είναι στα αναμενόμενα επίπεδα, (Bosma, Wennekers, Amorós, 2012: 176-177).

Δεν πρέπει να παραληφθεί ότι ιδιαίτερες πρωτοβουλίες έχουν αναληφθεί και για την προώθηση και ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Μέσω αυτών των πρωτοβουλιών έχει προνοηθεί να παρέχονται στις γυναίκες τα μέσα και οι διευκολύνσεις που χρειάζονται προκειμένου να παρακινηθούν και να ξεκινήσουν να δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά. Σε αυτές τις διευκολύνσεις συμπεριλαμβάνεται η οικονομική ενίσχυση και η παροχή συμβουλών και πληροφοριών μέσω διαδικτύου. Δεν προσπερνάται, όμως, και το θέμα των διακρίσεων που συναντάται στα δύο φύλα. Έτσι, ειδικές προσπάθειες έγιναν από τις αυτόνομες κοινότητες και τα δημοτικά συμβούλια (Κρατική Γραμματεία Ισότητας, 2009) προκειμένου να βοηθήσουν τις γυναίκες να αποκτήσουν την απαραίτητη κατάρτιση και να έχουν την κατάλληλη προώθηση προκειμένου να δραστηριοποιηθούν μόνες τους και να μην αντιμετωπίσουν πρόβλημα προσαρμογής στην αγορά εργασίας, (European Commission, 2008: 93-94, European Commission, 2009-2010: 45-46).

Από το 2010, έχει υπάρξει συνεχής ανάπτυξη ειδικών προγραμμάτων προκειμένου να ενθαρρύνουν τις γυναίκες να δραστηριοποιηθούν στον τομέα των επιχειρήσεων. Οι προσπάθειες, όμως, της Ισπανίας δε σταματούν εκεί. Σχετικές κινήσεις γίνονται και από

ιδιωτικούς αλλά και δημόσιους φορείς, οι οποίοι προσπαθούν να παρέχουν ίσες ευκαιρίες συμμετοχής των προγραμμάτων που αναπτύσσουν σε άνδρες και γυναίκες και δίνουν τη δυνατότητα απόκτησης εκπαίδευσης για όλα τα είδη των επαγγελμάτων. Ακόμα, μέσω των διαφόρων εκπαιδευτικών προγραμμάτων, δίνεται η δυνατότητα στις γυναίκες να αποκτήσουν ειδική εκπαίδευση σε συγκεκριμένους τομείς προκειμένου να καταφέρουν να εδραιώσουν μια κερδοφόρα επιχείρηση, (European Commission, 2009-2010: 45-46).

3.2.1.8.2 Οργανισμοί για Προώθηση και Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στην Ισπανία

Παρακάτω παρατίθενται οι οργανισμοί που έχουν ιδρυθεί στην Ισπανία προκειμένου να βοηθήσουν τις γυναίκες να ξεκινήσουν την επιχειρηματική τους δράση. Σε κάθε οργανισμό αναφέρονται και οι τρόποι συνεισφοράς του.

Πίνακας 3. 8: Οργανισμοί προώθησης και ενίσχυσης γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ισπανία

Οργανισμός	Είδος/ Τόπος	Σκοπός	Υπηρεσίες που παρέχει
Ινστιτούτο Γυναικών	Ινστιτούτο Γυναικών	Βοηθάει τις γυναίκες που φιλοδοξούν να γίνουν επιχειρηματίες.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Πρόσβαση σε οικονομική βοήθεια με ευνοϊκούς όρους και επιτόκια 2. Μαθήματα διοίκησης επιχειρήσεων
Παγκόσμια Τράπεζα Γυναικών	Παγκόσμια Τράπεζα Γυναικών	Παρέχει online πληροφορίες και συμβουλές στις γυναίκες που ενδιαφέρονται να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Γενικές συμβουλές 2. Συμβουλές για το σχεδιασμό μιας επιχείρησης 3. Online τεχνοοικονομικό λεξικό 4. Λίστα με σχετικούς συνδέσμους 5. Νομικούς κανονισμούς 6. Συμβουλές μάρκετινγκ 7. Ενημερώσεις για κάθε αλλαγή στους κανονισμούς

Υποστήριξη Επιχειρήσεων Γυναικών (Business Support for Women Programme- PAEM)	Υποστήριξη Επιχειρήσεων Γυναικών	Ενθαρρύνει την επιχειρηματική δραστηριότητα των γυναικών.	1. Παροχή συμβουλών μέσω διαδικτύου (online)
Οικονομική Ενίσχυση «Γυναίκες Εισέρχονται στις Επιχειρήσεις»	Ινστιτούτο Γυναικών - Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων	Αυξάνει την απασχόληση των γυναικών μέσω της προώθησης της αυτοαπασχόλησης και της δημιουργίας επιχειρήσεων.	1. Χρηματοδότηση
Οικονομική Ενίσχυση για την Απασχόληση Γυναικών	Γενική Διεύθυνση Γυναικών, Μαδρίτη	1. Προωθεί την πολιτική της ισότητας των φύλων και 2. ενισχύει τη γυναικεία επιχειρηματικότητα	1. Χρηματοδότηση
Κέντρα VIVEM	Ινστιτούτο Γυναικών Ανδαλουσίας	Προωθεί την ισότητα ευκαιριών μεταξύ ανδρών και γυναικών στις επιχειρήσεις μέσω της παροχής πληροφοριών, συμβουλών, κατάρτισης και καθοδήγησης.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές 4. Χρηματοδότηση 5. Εκπαίδευση 6. Καθοδήγηση 7. Δικτύωση
Ειδική Γραμμή Χρηματοδότησης BSCH	Ινστιτούτο για Γυναίκες, Κεντρική Ισπανική Τράπεζα	Χορηγεί πιστώσεις σε γυναίκες επιχειρηματίες με στόχο την ενίσχυση της χρηματοδότησης των επιχειρηματικών σχεδίων που διευθύνονται από γυναίκες.	1. Χρηματοδότηση
Πρόγραμμα Επιχειρηματικής Υποστήριξης Γυναικών	Ινστιτούτο Γυναικών- Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων, Συμβούλιο Επιμελητηρίων Εμπορίου, Βιομηχανίας και Ναυτιλίας της Ισπανίας	Προωθεί την επιχειρηματική δραστηριότητα μεταξύ των γυναικών μέσω της παροχής υποστήριξης στις επιχειρήσεις (π.χ. συμβουλές) και πληροφοριών τόσο πρόσωπο με πρόσωπο, όσο και μέσω διαδικτύου (online).	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις
Πρόγραμμα Διαχείρισης Γυναικών Επιχειρηματιών και Εν Δυνάμει Επιχειρηματιών	Ινστιτούτο Γυναικών- Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων, Ινστιτούτο Ανάπτυξης και Δημιουργίας Επιχειρήσεων	Στοχεύει στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων που βρίσκονται υπό την ηγεσία γυναικών.	1. Συμβουλές 2. Εκπαίδευση 3. Καθοδήγηση
Εκπαιδευτικό Πρόγραμμα στη Διοίκηση Επιχειρήσεων	Ινστιτούτο Γυναικών- Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων, Ίδρυμα Βιομηχανικού Οργανισμού	Προωθεί τη γυναικεία επιχειρηματικότητα μέσω της κατάρτισης των (εν δυνάμει) γυναικών επιχειρηματιών.	1. Εκπαίδευση 2. Καθοδήγηση
Πρόγραμμα Μικροπίστωσης για (εν δυνάμει) Γυναίκες Επιχειρηματίες	Ινστιτούτο Γυναικών- Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικών Ασφαλίσεων, Γενική Διεύθυνση της Πολιτικής για τις ΜΜΕ, Υπουργείο Οικονομίας	Παρέχει στις γυναίκες επιχειρηματίες, οι οποίες υποβάλλουν επιχειρηματικό σχέδιο κι οι οποίες πληρούν ορισμένα κριτήρια, χρηματοδότηση με ευνοϊκές συνθήκες.	1. Χρηματοδότηση
Πρόγραμμα EMEGA	Κυβέρνηση Galicia	Προωθεί τις γυναίκες που εισέρχονται στην αγορά εργασίας και τη δημιουργία	1. Χρηματοδότηση

		επιχειρήσεων από γυναίκες, κάτω από τις ίδιες συνθήκες με τους άνδρες μέσω χρηματοδοτικών ενισχύσεων για νεοσύστατες επιχειρήσεις.	
Σύστημα Διαχείρισης Εξυπηρέτησης Πελατών ΜΜΕ μελών της OMEGA	OMEGA Οργάνωση Γυναικών Επιχειρηματιών, Γενική Διεύθυνση της Πολιτική για τις ΜΜΕ	Προωθεί την εδραίωση και την ανταγωνιστικότητα των ΜΜΕ που ανήκουν σε γυναίκες, μέσω ενός σχεδίου βελτίωσης του επιπέδου εξυπηρέτησης σε ΜΜΕ.	1. Πληροφόρηση 2. Συμβουλές
Επιχορηγήσεις για Οικοδόμηση, Εδραίωση και Βελτίωση ΜΜΕ Γυναικών στις Ανδαλουσία	Ινστιτούτο Γυναικών Ανδαλουσίας	Ανταποκρίνεται στα προβλήματα χρηματοδότησης που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες επιχειρηματίες, προκειμένου να επιτευχθεί πραγματική ισότητα στα δύο φύλα.	1. Χρηματοδότηση
Εργαστήρια Εκπαίδευσης Επιχειρήσεων	Γενική Διεύθυνση Γυναικών, Μαδρίτη	1. Υποστηρίζει τις πολιτικές ισότητας των φύλων που βοηθούν τις γυναίκες να προχωρήσουν και 2. Παρέχει στις γυναίκες τις απαραίτητες γνώσεις για να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση.	1. Εκπαίδευση

Πηγή: (European Commission, 2002, p.42, European Commission, 2008, p. 93)

Συνοψίζοντας, είναι φανερό ότι στην Ισπανία υπάρχει σημαντικός αριθμός οργανισμών που συνεισφέρουν στην αύξηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας και παρέχουν στις γυναίκες διευκολύνσεις καθοριστικής σημασίας.

3.2.1 Μελλοντικοί Στόχοι στην Ευρώπη

3.2.2.1 Οικονομική Ανεξαρτησία

Στις μέρες μας, η απασχόληση των ανδρών είναι στο 75,1%, ενώ των γυναικών είναι μόλις στο 62,1%. Στόχος της Ευρώπης του 2020 είναι άνδρες και γυναίκες να απασχολούνται σε ποσοστό 75%. Το ποσοστό αυτό μπορεί να έχει επιτευχθεί σε κάποιες χώρες για το ανδρικό φύλο, όχι όμως και για το γυναικείο. Χειρότερα φαίνονται τα πράγματα αν δει κανείς την απασχόληση μόνο με τη μορφή του πλήρους ωραρίου. Σε αυτή την περίπτωση, είναι σαν να απασχολείται λιγότερο από το μισό του γυναικείου πληθυσμού. Αιτία αυτού είναι το θέμα της ελλιπούς διαθεσιμότητας υπηρεσιών για τη φροντίδα των παιδιών. Ωστόσο το ποσοστό της γυναικείας απασχόλησης, επηρεάζεται και από την απασχόληση των γυναικών μεταναστριών. Οι γυναίκες μετανάστριες στην

Ευρώπη έχουν ποσοστό απασχόλησης χαμηλότερο από το μέσο ποσοστό απασχόλησης. Προκειμένου, λοιπόν, να επιτευχθεί ο στόχος της Ευρώπης του 2020, πρέπει να υπάρξει δέσμευση των κρατών μελών σχετικά με την ισότητα των φύλων. Επίσης, σχετικά με το θέμα των μεταναστριών, έχει ήδη κινητοποιηθεί η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ώστε να γίνει ένταξη των υπηκόων των τρίτων χωρών. Έπειτα από αυτό θα ζητήσει από τα κράτη μέλη να συμμετέχουν «στην αντιμετώπιση των ειδικών αναγκών των μεταναστριών, στην προώθηση της συμμετοχής τους στην αγορά εργασίας και να ενισχύσουν την οικονομική τους ανεξαρτησία», (European Commission, 2012: 3-6).

3.2.2.2 Εισόδημα

Το γεγονός του ιδιαίτερα χαμηλού ποσοστού συμμετοχής στην αγορά εργασίας του δεύτερου εισοδήματος (ο/ η σύζυγος που αμείβεται με το χαμηλότερο μισθό), οδήγησε στην ένταξη της στρατηγική του προγράμματος της Ευρώπης του 2020 στην Ετήσια Επισκόπηση της Ανάπτυξης, από τον Νοέμβριο του 2011. Βασική αιτία που έχει προκαλέσει αυτή τη χαμηλή συμμετοχή είναι κυρίως τα οικονομικά αντικίνητρα (π.χ. συστήματα φορολογίας, υψηλό κόστος φροντίδας παιδιών). Αυτά τα οικονομικά αντικίνητρα αφορούν κυρίως τις γυναίκες και στην ουσία τις αναγκάζουν να επιλέξουν είτε να απασχολούνται μερικώς είτε να απέχουν από την αγορά εργασίας, με το ποσοστό των δευτέρων να κυμαίνεται μεταξύ 54% και 82%. Οι γυναίκες που αποφασίζουν να απέχουν είναι μητέρες για τις οποίες έχει καταγραφεί ότι το ποσοστό συμμετοχής τους στην αγορά εργασίας είναι 12,1% χαμηλότερο από τι γυναίκες χωρίς παιδιά (το αντίστοιχο ποσοστό για τους πατέρες είναι 8,7% υψηλότερο από τους άνδρες χωρίς παιδιά). Σύννηθες είναι η απόφαση των γυναικών, σχετικά με την εισοδό τους στην αγορά εργασίας, να επηρεάζεται από το συνολικό εισόδημα του νοικοκυριού, (European Commission, 2012: 5-6).

Στο πλαίσιο της στρατηγικής της Ευρώπης του 2020, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θεώρησε απαραίτητο να ληφθούν μέτρα προκειμένου να υπάρξει συμφιλίωση επαγγελματικής και οικογενειακής ζωής, να επιτραπεί η πρόσβαση σε πιο ευέλικτες ρυθμίσεις της εργασίας και να θεσπιστούν καταλληλότερα συστήματα φορολογίας ώστε να αυξηθεί το ποσοστό συμμετοχής των γυναικών στην αγορά εργασίας. Σχετικά με τη συμφιλίωση επαγγελματικής και οικογενειακής ζωής, προτάθηκε η παροχή προσιτών υπηρεσιών για τη φροντίδα των παιδιών. Επιπλέον, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο είχε

κάνει πρόταση για αύξηση της άδειας μητρότητας μέχρι είκοσι πλήρως πληρωθείσες εβδομάδες και να εισαχθούν δύο βδομάδες πλήρως αμειβόμενης άδειας πατρότητας, αλλά μόνο η Πολωνική προεδρία την αποδέχτηκε. Τα υπόλοιπα κράτη-μέλη έχουν αντιταχθεί στην πρόταση, (European Commission, 2012:7-8).

3.2.2.3 Εκπροσώπηση των Γυναικών στα Διοικητικά Συμβούλια

Μελετώντας τα διοικητικά συμβούλια των μεγαλύτερων εταιρειών που βρίσκονται στα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, διαπιστώθηκε ότι το ποσοστό των γυναικών που έχουν θέση σε αυτά ανερχόταν τον Ιανουάριο του 2012 στο 13,7%. Το ποσοστό αυτό, αν και χαμηλό, έχει παρουσιάσει άνοδο ύψους 1,9 ποσοστιαίων μονάδων από το 2010. *«Η στρατηγική της Ευρώπης του 2020 για έξυπνη, διατηρήσιμη και χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξη στηρίζεται στις γνώσεις, στις ικανότητες και στις καινοτομίες»*. Ένας τρόπος να γίνει πιο ανταγωνιστική η Ευρώπη είναι να υπάρχει ίση εκπροσώπηση ανδρών και γυναικών στη λήψη αποφάσεων, με απαραίτητη προϋπόθεση να λαμβάνονται υπόψη τα προσόντα όλων όσων πρόκειται να αναλάβουν μια τέτοια θέση. Μέσω αυτού θα δημιουργηθεί ένα πιο παραγωγικό και καινοτόμο περιβάλλον εργασίας, το οποίο θα συνεισφέρει στη βελτιωμένη επίδοση των επιχειρήσεων. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει δεσμευτεί να λαμβάνει αποφάσεις μη παραβλέποντας σε καμία περίπτωση τη στρατηγική της ισότητας των φύλων. Η ισότητα των φύλων αφορά και τους μετανάστες και ουσιαστικά αποσκοπεί στην προστασία των δικαιωμάτων των ατόμων και να μη γίνονται διακρίσεις στα δύο φύλα, (European Commission, 2012: 10).

3.3 Συμπεράσματα

Στο παρόν κεφάλαιο, αναλύθηκε η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη, με ιδιαίτερη ανάλυση στις χώρες της Γερμανίας, της Γαλλίας, της Ιταλίας, της Ιρλανδίας, της Σουηδίας, του Ηνωμένου Βασιλείου, της Ολλανδίας και της Ισπανίας. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι η Ολλανδία είναι 8^η στην κατάταξη ανάμεσα στις 20 πιο ανταγωνιστικές περιοχές του κόσμου και αυτό διότι οι επιχειρήσεις της είναι πολύ εξελιγμένες (World Economic Forum, 2008) και παρουσιάζουν «επιθετικό χαρακτήρα» στην απορρόφηση νέων τεχνολογιών.

Προσπάθειες για την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας γίνονται από όλες τις χώρες. Οι Κυβερνήσεις δε μένουν σε καμία περίπτωση ανενεργές. Σημαντική

είναι βοήθεια που παρέχεται από τους διάφορους οργανισμούς που ιδρύονται αποκλειστικά για αυτό το σκοπό. Οι παροχές των οργανισμών αυτών ποικίλουν. Κυρίως, παρέχουν στήριξη για τις νεοϊδρυθείσες επιχειρήσεις, εκπαίδευση και καθοδήγηση στις (εν δυνάμει) επιχειρηματίες. Σημαντικό είναι το γεγονός ότι οι οργανισμοί αυτοί είναι διατεθειμένοι να δώσουν τις συμβουλές που χρειάζονται οι γυναίκες επιχειρηματίες ώστε να κάνουν σωστές κινήσεις στην επιχειρηματική τους δράση, καθώς και ότι τους παρέχουν πληροφορίες που θα τους φανούν χρήσιμες. Δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις χρηματοδοτήσεων. Τέλος, η δικτύωση που προσφέρεται από τους οργανισμούς αυτούς στις γυναίκες επιχειρηματίες είναι υψίστης σημασίας για την αναγνωρισιμότητα των επιχειρήσεών τους.

Τέλος, έγινε μια αναφορά των μελλοντικών στόχων που έχουν τεθεί από το πρόγραμμα «Ευρώπη 2020», σχετικά με την οικονομική ανεξαρτησία, το εισόδημα και την εκπροσώπηση των γυναικών στα διοικητικά συμβούλια. Είναι σαφές, ότι γίνονται προσπάθειες μη παράλειψης της εφαρμογής της στρατηγικής για την ισότητα των φύλων, εφόσον η ισοδύναμη εκπροσώπηση των φύλων είναι προς γενικό όφελος της χώρας. Σε καμία περίπτωση δεν παραβλέπεται και η περίπτωση των μεταναστριών, ως προς την ισότιμη συμμετοχή τους στη σύγχρονη οικονομική πραγματικότητα.

Επιλεγμένη Βιβλιογραφία 3^ο Κεφαλαίου

GEM, Bosma N., Levie J., 2010, 2009 Global Report, Executive Summary.

GEM, Bosma N., Wennekers S., Amorós E. J., 2012, 2011 Extended Report: Entrepreneurs and Entrepreneurial Employees across the Globe.

GEM, Kelley J. D., Brush G. C., Greene G. P., Litovsky Y., 2011, 2010 Report: Women's Report, Executive Report.

GEM, Levie J., Hart M., 2011, United Kingdom 2011 Monitoring Report, Business School, University of Strathclyde.

Davidson J. M., Burke J. R., 2009, Women in Management Worldwide, Progress and Prospects, Gower, Second Edition.

European Commission, 2008, Evaluation on Policy: Promotion of Women Innovators and Entrepreneurship, Directorate General.

European Commission, 2009-2010, European Network to Promote Women's Entrepreneurship, Directorate General.

European Commission, 2012, Progress on Equality between Women and Men in 2011, Staff Working Document.

Luckerath-Rovers M., 2011, Women on Boards and Firm Performance, Nyenrode Business University, Springer.

Porter E. M., Schwab K., 2008, World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2008-2009, World Economic Forum.

Sarri K., Trihopoulou An., 2004, Female Entrepreneurs' Personal Characteristics and Motivation: a Review of the Greek Situation, Vol. 20, p. 24-36, Women in Management Review, Emerald.

Welter F., 2004, The Environment for Female Entrepreneurship in Germany, Vol. 11, p. 212-221, Journal of Small Business and Enterprise Development, Emerald.

Winn J., 2005, Women Entrepreneurs: Can We Remove the Barriers?, pp. 381-397, International Entrepreneurship and Management Journal, Springer.

Βουγιούκα Α., 2006, Συγκριτική Ανάλυση Δημόσιων Πολιτικών σε Χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης – Εντοπισμός και Επεξεργασία Καλών Πρακτικών, Κέντρο Γυνακείων Μελετών και Ερευνών, Κ.Π. EQUAL.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

Κεφάλαιο 4ο- Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Αμερική

4.1 Εισαγωγή

Στο παρόν κεφάλαιο μελετάται η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Αμερική. Συγκεκριμένα επισημαίνονται κάποιες γενικές τάσεις που παρατηρούνται στην Αμερική και δίνεται βαρύτητα στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής και στον Καναδά. Και στις δύο χώρες επισημαίνονται τα επίπεδα της γυναικείας επιχειρηματικότητας, οι παράγοντες που δρουν καθοριστικά στην ανάληψη, ή μη, της επιχειρηματικής δραστηριότητας, καθώς και τον καθοριστικό ρόλο των επιχειρήσεών τους στην πορεία της οικονομίας. Κάποιες ακραίες περιπτώσεις που συναντώνται στην ήπειρο της Αμερικής (Κούβα, Αργεντινή, Μπαχάμες), έχουν ήδη μελετηθεί στο δεύτερο κεφάλαιο τη παρούσης εργασίας.

4.2 Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στις ΗΠΑ

Οι Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής έχουν θεωρηθεί ως μια επιχειρηματική κοινωνία. Οι επιχειρηματίες δίνουν μια ενέργεια δημιουργίας στην κοινωνία και παρέχουν στους ανθρώπους νέα προϊόντα και υπηρεσίες, με τα οποία μπορούν να βελτιώσουν τη ζωή τους. Η συνεισφορά, όμως, των επιχειρηματιών δε σταματά εκεί. Είναι καθοριστικής σημασίας η συμβολή τους «στην τεχνολογική πρόοδο, την επίλυση διαφόρων σημαντικών κοινωνικών προβλημάτων και στην προώθηση της οικονομικής ανάπτυξης» (GEM United States, 2012), (Kelley, Ali, Rogoff, Brush, Corbett, Majbouri, Hechavarria, Global Entrepreneurship Monitor, 2012: 35).

Σύμφωνα με το Κέντρο Ερευνών Επιχειρήσεων Γυναικών, το 1996 στην Αμερική, γυναίκες είχαν την ιδιοκτησία 7,95 εκατομμυρίων επιχειρήσεων. Το 2002, οι επιχειρήσεις που ανήκαν σε γυναίκες, αποτελούσαν κάτω από το ένα τρίτο των ανεξάρτητων επιχειρήσεων και παρήγαγαν \$1,15 τρισεκατομμύριο αξία σε πωλήσεις. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι επιχειρήσεις αυτές απασχολούσαν 9,2 εκατομμύρια υπαλλήλους, (Joan Winn, 2005: 381).

Τα τελευταία χρόνια οι νέες επιχειρήσεις που δημιουργούνται από γυναίκες ξεπερνούν σε ρυθμό τις αντίστοιχες των ανδρών στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής (CWBR, 2004). Παρόλα αυτά, ο αριθμός των επιχειρήσεων που ανήκουν σε γυναίκες εξακολουθεί να είναι μικρότερος από εκείνες των ανδρών. Σχετικά με αυτή την

αριθμητική διαφορά τους, ανάλογα με το φύλο του ιδιοκτήτη, η εξήγηση που έχει δοθεί από το 1997 (Allen and Carter), είναι η έλλειψη πρόσβασης των γυναικών στη χρηματοδότηση. Το ποσοστό των γυναικών επιχειρηματιών, σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία (GEM 2012), ανέρχεται στο 10,8%, ποσοστό που έχει παραμείνει σχετικά σταθερό τα τελευταία τέσσερα χρόνια. Οι γυναίκες δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά πιο έντονα μεταξύ 25 και 34 ετών, με το αντίστοιχο ποσοστό να ανέρχεται στο 12,5%, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τους άνδρες φτάνει στο 17,8%. Η εξήγηση που δίνεται για αυτή την απόκλιση ανάμεσα στα δύο φύλα είναι η διαφορετικού βαθμού αντίληψη των ευκαιριών της επιχειρηματικότητας (άνδρες: 46,9%, γυναίκες 38,1%). Η απόκλιση αυτή μειώνεται όσο αυξάνεται η ηλικία των ομάδων που μελετώνται και σχεδόν εξισώνεται στις ηλικίες 35-44 ετών (με το αντίστοιχο ποσοστό να αγγίζει περίπου το 35,2%), δηλαδή στο μέσο της σταδιοδρομίας των επιχειρηματιών, (Kelley, Ali, Rogoff, Brush, Corbett, Majbouri, Hechavarria, Global Entrepreneurship Monitor, 2012: 18-22, Minniti, Naude, 2010: 277-283).

4.3 Παράγοντες που Επηρεάζουν τη Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στις ΗΠΑ

Η επιχειρηματικότητα είναι ένας κλάδος που επηρεάζεται από ποικίλους παράγοντες. Ένας από αυτούς είναι το φύλο, όπως αναφέρθηκε και στην προηγούμενη ενότητα, το οποίο, όπως είδαμε, βρίσκεται σε άμεση συσχέτιση με την πρόσβαση ή μη των γυναικών σε πόρους χρηματοδότησης. Ακόμα, συναντάται το θέμα των αντιληπτών ευκαιριών, που επίσης σχολιάστηκε στην προηγούμενη ενότητα. Αξίζει πάνω στο συγκεκριμένο θέμα να συμπληρωθεί ότι έχει αρνητική επίδραση, στην ανάληψη της επιχειρηματικής δραστηριότητας, το γεγονός της μη αναγνώρισης των ευκαιριών που υπάρχουν. Το 2010, το ποσοστό αναγνώρισής τους έφτανε περίπου στο 34,8% (ποσοστό που αντιστοιχεί σε άνδρες και γυναίκες) στις Ηνωμένες Πολιτείες. Επιπλέον αύξηση, αν και μικρή, σημειώθηκε στις αντιληπτές ευκαιρίες το 2011, αγγίζοντας το 35,9%. Γενικά, όμως, οι ευκαιρίες γίνονται ευκολότερα αντιληπτές από τους άνδρες, όπως φαίνεται και στο διάγραμμα που ακολουθεί, (Kelley, Ali, Rogoff, Brush, Corbett, Majbouri, Hechavarria, Global Entrepreneurship Monitor, 2012: 12, Minniti, Naude, 2010: 280-281).

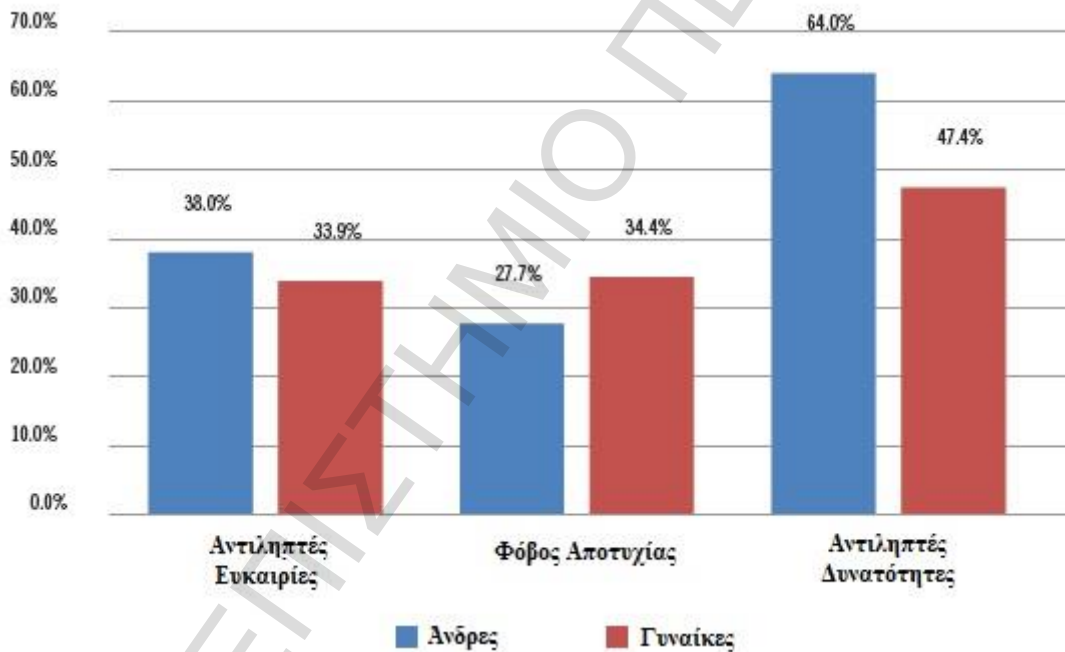
Πέρα, όμως, από το φύλο και τις αντιληπτές ευκαιρίες, οι παράγοντες που επηρεάζουν την ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας παρουσιάζουν αρκετά

μεγάλο εύρος. Έτσι, εξίσου καθοριστικής σημασίας με τα παραπάνω, στην ανάληψη της επιχειρηματικής δραστηριότητας, είναι ο φόβος της αποτυχίας, εφόσον λειτουργεί αποθαρρυντικά όταν θεωρηθεί ότι αναλαμβάνοντας κινδύνους θα υπάρξουν αρνητικές επιπτώσεις στις επιχειρήσεις τους και κατά συνέπεια να μην ενδιαφερθούν να εκμεταλλευτούν τις προαναφερθείσες αντιληπτές ευκαιρίες. Το είδος της επιχείρησης βρίσκεται σε άμεση συσχέτιση με τον κίνδυνο για αποτυχία (π.χ. μια εταιρεία βιοτεχνολογίας έχει μεγαλύτερες πιθανότητες αποτυχίας σε σχέση με ένα κατάστημα λιανικής πώλησης). Γενικά, όμως, οι ΗΠΑ μαζί με την Ελβετία και τη Σλοβενία κατατάσσονται στις χώρες καινοτομίας και παρουσιάζουν από τα χαμηλότερα ποσοστά φόβου για αποτυχία, των χωρών που ανήκουν στις χώρες καινοτομίας. Συγκεκριμένα, το 31% των ενηλίκων (ηλικίας 18-64) που αντιλαμβάνονται κάποια επιχειρηματική ευκαιρία αποθαρρύνονται από την προοπτική ύπαρξης μιας αποτυχίας. Βέβαια, το ποσοστό αυτό παρουσιάζει ανοδική πορεία τα τελευταία τέσσερα χρόνια. Στους άνδρες παρατηρείται ότι εκείνοι οι οποίοι αντιλαμβάνονται επιχειρηματικές ευκαιρίες, νιώθουν σε χαμηλότερα επίπεδα το φόβο της αποτυχίας, (Kelley, Ali, Rogoff, Brush, Corbett, Majbouri, Hechavarria, Global Entrepreneurship Monitor, 2012: 5-13).

Της ίδιας σπουδαιότητας παράγοντας είναι και η πίστη που έχει η κάθε γυναίκα στις δυνατότητές που έχει για να ξεκινήσει μια επιχείρηση. Αυτό επηρεάζεται και από τις αντικειμενικές ικανότητες που έχει το άτομο, αλλά και από την εμπιστοσύνη που δείχνει το ίδιο το άτομο στις ικανότητές του. Βέβαια, τα πιστεύω μιας γυναίκας σχετικά με τις δυνατότητές της μπορεί να αλλάζουν, χωρίς αυτό να είναι παράξενο, ανάλογα με το είδος της επιχείρησης, εφόσον οι δεξιότητες που απαιτούνται στα διάφορα είδη των επιχειρήσεων που υπάρχουν, αλλάζουν και μάλιστα μπορεί να παρουσιάζουν σημαντικές αποκλίσεις μεταξύ τους. Στις ΗΠΑ, το ποσοστό που αντιστοιχεί σε άνδρες και γυναίκες, ηλικίας 18-64 ετών, που πιστεύουν ότι έχουν τα προσόντα και τις ικανότητες να ξεκινήσουν να δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά ανέρχεται στο 55%, παρουσιάζοντας μια σχετική σταθερότητα με το πέρασμα του χρόνου. Κάνοντας μια ξεχωριστή αναφορά στα ποσοστά που χαρακτηρίζουν τους άνδρες και τις γυναίκες πάνω στο συγκεκριμένο θέμα, παρατηρείται μια σημαντική απόκλιση (17 ποσοστιαίες μονάδες) ανάμεσα στα δυο φύλα που σημειώνουν 47% και 64% αντίστοιχα. Πιθανότατα, βασική αιτία που επηρεάζει αυτά τα ποσοστά είναι τα μικρά και χωρίς ιδιαίτερη διασπορά δίκτυα των γυναικών σε σχέση με των ανδρών. Το γεγονός ότι το

28,6% των ανδρών το 2011, γνώριζε προσωπικά έναν επιχειρηματία, λειτουργεί ως λογική εξήγηση του υψηλού ποσοστού τους όσον αφορά στην πίστη που έχουν στις ικανότητές τους. Αυτό συμβαίνει διότι γνωρίζοντας έναν επιχειρηματία μπορούν με εύκολο τρόπο να πάρουν συμβουλές, να εμπνευστούν ώστε να ξεκινήσουν κάτι πρωτότυπο και καινοτόμο, καθώς και να δεχτούν την κατάλληλη καθοδήγηση στην επιχειρηματική τους δράση. Το αντίστοιχο ποσοστό των γυναικών ήταν στο 25,2%, (Kelley, Ali, Rogoff, Brush, Corbett, Majbouri, Hechavarria, Global Entrepreneurship Monitor, 2012: 13-19).

Διάγραμμα 4. 1: Επιχειρηματική Στάση του Ενήλικου Πληθυσμού (18-64 ετών) των ΗΠΑ, 2011



Πηγή: (GEM United States, 2012, p. 19)

4.4 Ο Αντίκτυπος των Γυναικείων Επιχειρήσεων για την Οικονομία των ΗΠΑ

Οι Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής, δεν αποτελούν εξαίρεση, ως προς το γεγονός του οικονομικού οφέλους που έχουν από τη γυναικεία επιχειρηματικότητα. Και σε αυτή τη χώρα, λοιπόν, είτε οι γυναίκες επιχειρηματίες πραγματεύονται προϊόντα είτε υπηρεσίες, συνεισφέρουν στην οικονομία της χώρας. Οι έρευνες που είχαν γίνει το 2009, από το Κέντρο Ερευνών Γυναικείων Επιχειρήσεων, με δείγμα 417 επιχειρήσεις γυναικών,

βοηθούν στην καλύτερη κατανόηση της συνεισφοράς τους στα έσοδα της χώρας, (Pordeli, Wynkoop, Walmart National Women's Business Council Center for Women's Business Research, 2009: 3-4).

Αξίζει να τονιστεί ότι δεν είναι μόνο οι άμεσες πωλήσεις και τα έσοδα που προκύπτουν από τις γυναικείες επιχειρήσεις που συνεισφέρουν στην οικονομία των ΗΠΑ. Υπάρχει και η λεγόμενη δευτερεύουσα οικονομική επίπτωση. Αυτή εμφανίζεται με τη μορφή του έμμεσου και του προκληθέντος αποτελέσματος. Το πρώτο συμβαίνει όταν οι γυναίκες επιχειρηματίες χρησιμοποιούν τα έσοδά τους για να αγοράσουν αγαθά και υπηρεσίες από άλλες επιχειρήσεις (προμηθευτές) της χώρας, ενώ το δεύτερο συμβαίνει όταν οι υπάλληλοί τους χρησιμοποιούν τα έσοδά τους για να αγοράσουν αγαθά και υπηρεσίες από άλλες επιχειρήσεις. Το άθροισμα του άμεσου και του δευτερεύοντος αποτελέσματος αντιπροσωπεύει τη συνολική οικονομική απόδοση, (Pordeli, Wynkoop, Walmart National Women's Business Council Center for Women's Business Research, 2009: 4-5).

Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι οι γυναικείες επιχειρήσεις, με πάνω από 2,8 τρις. δολάρια ετησίως και περισσότερους από 23 εκ. άμεσους και έμμεσους εργαζόμενους, δεν συνεισφέρουν απλά στην οικονομία. Επίσης καταγράφηκε ότι από το σύνολο των επιχειρήσεων στις ΗΠΑ, το 28,2% ανήκουν σε γυναίκες και η συνεισφορά τους στα συνολικά έσοδα της χώρας είναι μόνο το 4,2% του συνόλου των εσόδων της. Αυτά τα αποτελέσματα τόνισαν περισσότερο την ανάγκη για στήριξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας, (Pordeli, Wynkoop, Walmart National Women's Business Council Center for Women's Business Research, 2009: 9-10).

4.5 Δράσεις για την Υποστήριξη της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στην Αμερική

Γνωρίζοντας τη σπουδαιότητα της γυναικείας επιχειρηματικότητας και τον καθοριστικής σημασίας ρόλο που έχει για την συνολική διαμόρφωση της οικονομίας του κράτους, οι Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής αναλαμβάνουν δράσεις προκειμένου να την στηρίξουν. Μια τέτοια δράση είναι η Διοίκηση Μικρών Επιχειρήσεων (Small Business Administration-SBA), η οποία παρέχει οικονομική, τεχνική και διαχειριστική βοήθεια σε αυτούς που ενδιαφέρονται να ξεκινήσουν ή να εξελίξουν μια επιχείρηση (O' Hara, 1998). Το 1997, ο προϋπολογισμός αυτής της οργάνωσης ανερχόταν στα 852 εκ.

δολάρια, εκ των οποίων τα 4 εκατομμύρια είχαν διατεθεί για να ενθαρρύνουν τις γυναίκες επιχειρηματίες, (Estay, 2004: 459).

Επιπλέον, υπάρχουν κέντρα γυναικών τα οποία συμβουλεύουν και παρέχουν εκπαίδευση σε γυναίκες προκειμένου να τις ενθαρρύνουν να δραστηριοποιηθούν αναλαμβάνοντας τη δική τους επιχείρηση. Και από την πλευρά της Αμερικάνικης Κυβέρνησης γίνονται δράσεις για την υποστήριξη των γυναικών επιχειρηματιών. Συγκεκριμένα, η κυβέρνηση στις ΗΠΑ παρέχει δίκτυα πληροφόρησης και παρακολούθησης, καθώς και χρηματικές εγγυήσεις (Estay, 2004: 459-460).

Προσπάθειες για την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας έχουν σημειωθεί στο Βερμόντ των ΗΠΑ. Συγκεκριμένα, το Πρόγραμμα του Βερμόντ για την Καθοδήγηση Γυναικών (Vermont Women's Mentoring Program-VWMP) είναι μια συνεργατική κοινοπραξία μεταξύ των Ενώσεων Βοηθείας, των Έργων του Βερμόντ για τις Γυναίκες και του Τμήματος Διορθώσεων του Βερμόντ. Στόχος του προγράμματος είναι να αναγνωρίζουν οι γυναίκες τις δυνατότητές τους και να τις εξερευνούν ακόμα περισσότερο ώστε να ξεχωρίζουν στη δουλειά τους και να μπορούν να είναι οικονομικά ανεξάρτητες. Ακόμα, δε λείπει η προσπάθεια από την πλευρά του προγράμματος για τη βελτίωση της ζωής των γυναικών και την προώθηση ουσιαστικών και υποστηρικτικών σχέσεων. Τέλος, το πρόγραμμα έχει δεσμευτεί να παρέχει τις πληροφορίες και τους πόρους που είναι απαραίτητοι για τις γυναίκες επιχειρηματίες σε κάθε στάδιο ανάπτυξης της επιχειρηματικής τους ικανότητας. Αυτό πραγματοποιείται με στοχευμένα μαθήματα προκειμένου η κάθε γυναίκα να μπορέσει να πραγματοποιήσει τους στόχους της, (Mercy Connection, Retrieved from URL <http://www.mercyconnections.org>).

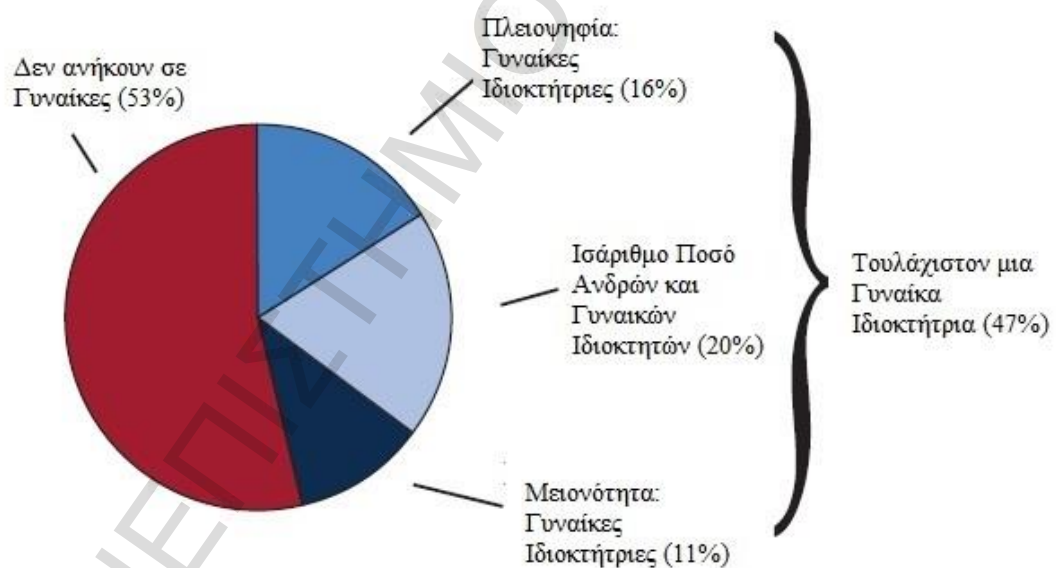
4.6 Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στον Καναδά

Στον Καναδά, ο τομέας των επιχειρήσεων είναι ζωτικής σημασίας για την οικονομία της χώρας. Αυτό επιβεβαιώνεται από το γεγονός ότι, σύμφωνα με όσα είχαν καταγραφεί το 2005, μόνο οι μικρές επιχειρήσεις που υπάρχουν απασχολούν το 47% του εργατικού δυναμικού της χώρας, (Jennings, Provorny, 2005: 53).

Το 2001, το 47% των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στον Καναδά είχαν τουλάχιστον μια γυναίκα ιδιοκτήτρια, ενώ στο 18% των ΜΜΕ η πλειοψηφία των ιδιοκτητών ήταν γυναίκες. Το 2002, ο αριθμός των γυναικών που ξεκινούσαν να ασχολούνται με την

επιχειρηματική δραστηριότητα ήταν περίπου το ένα τρίτο από των ανδρών. Βέβαια, δεν πρέπει να αγνοηθεί ότι από το 1981 μέχρι το 2001 ο αριθμός των γυναικών που αυτοαπασχολούνται έχει σημειώσει αύξηση ύψους 208%. Το 2003 οι αυτοαπασχολούμενες γυναίκες έφτασαν να είναι περίπου 826.000. Αυτό σημαίνει ότι αποτελούσαν το 34% από τους 2.412.700 αυτοαπασχολούμενους Καναδούς. Σε γυναίκες ανήκουν οι μισές από τις μικρομεσαίες καναδικές επιχειρήσεις, όμως, μόνο, το 15% αυτών έχουν στην πλειοψηφία των ιδιοκτητών τους γυναίκες. Το 2007, πάνω από 260.000 επιχειρήσεις ανήκαν σε, ως επί το πλείστον, γυναίκες ιδιοκτήτριες. Το ποσοστό αυτών αντιστοιχούσε στο 16% των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στον Καναδά, όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα (διάγραμμα 4.2). Επίσης, φαίνεται ότι περίπου οι μισές ΜΜΕ είχαν τουλάχιστον μια γυναίκα ιδιοκτήτρια, (Halkias, Thurman, Smith, Nason, 2012: 206, Jennings, Provorny, 2005: 54-55, Jung, 2010: 2-3).

Διάγραμμα 4. 2: Κατανομή των Φύλων στην Ιδιοκτησία ΜΜΕ



Πηγή: Δεδομένα Πρωτοβουλίας Χρηματοδότησης ΜΜΕ, Στατιστική Υπηρεσία Καναδά, Έρευνα σχετικά με τη Χρηματοδότηση Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων, 2007.

Ενδιαφέρον παρουσιάζουν κάποια γενικά χαρακτηριστικά που έχουν καταγραφεί και αφορούν τις επιχειρήσεις των γυναικών στον Καναδά. Αυτό που έχει αποδειχθεί για τις γυναίκες επιχειρηματίες στον Καναδά είναι ότι αποδίδουν μεγαλύτερη αξία στη διατήρηση των πελατών και των διαπροσωπικών σχέσεων, την πνευματική ευεξία και την ισορροπία της προσωπικής και της επαγγελματικής ζωής (Collerette & Aubry, 1990; Orser & Riding, 2004). Οι επιχειρήσεις των γυναικών (στην πλειοψηφία τους ανήκαν σε

γυναίκες) ξεκίνησαν να ασχολούνται με την πώληση προϊόντων και υπηρεσιών από το 2001, σε ποσοστό 38%. Σχετικά με τη ηλικία ανάληψης επιχειρηματικής δραστηριότητας, ενώ το 2004 το ποσοστό των γυναικών που δραστηριοποιούνταν επιχειρηματικά με ηλικία κάτω των 40 ετών ανερχόταν στο 28%, το 2007 μειώθηκε σημαντικά φτάνοντας το 16%. Για την ακρίβεια, το 2007 ο μέσος όρος ηλικίας των γυναικών επιχειρηματιών ήταν 48,5. Ένα άλλο χαρακτηριστικό που είχε παρατηρηθεί για τις γυναίκες ιδιοκτήτριες επιχειρήσεων είναι ότι το ποσοστό εκείνων που μιλούσαν μια γλώσσα πέρα από τα αγγλικά ή τα γαλλικά ανερχόταν στο 22% (ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τους άνδρες ήταν μόλις 12%). Όσον αφορά στο μέγεθος των επιχειρήσεων που ανήκουν σε γυναίκες, έρευνες (Jennings&Cash 2006, Cole&Mehran 2009, Fairlie&Robb 2009) έχουν δείξει ότι, συνήθως δεν είναι μεγαλύτερες από εκείνες οι οποίες στην πλειοψηφία τους ανήκουν σε άνδρες. Επίσης, υστερούν και στον αριθμό των εργαζομένων, (Halkias, Thurman, Smith, Nason, 2012: 206-208, Jung, 2010: 2-3).

Δεν υπάρχει καμία αμφιβολία ότι και στον Καναδά οι γυναίκες επιχειρηματίες έχουν καθοριστικής σημασίας ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας. Αυτό συμβαίνει διότι είναι δεδομένο ότι οι γυναίκες μέσω της επιχειρηματικής τους δράσης βοηθούν, καθώς αυξάνεται ο αριθμός τους, στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και στην εξέλιξη της οικονομίας, καθώς και στο να δημιουργηθεί μεγαλύτερη ποικιλία στην επιχειρηματικότητα (Verheul et al., 2006). Οι γυναίκες θεωρούν ότι είναι απαραίτητη η διαφορετικότητα στα φύλα σχετικά με τα προϊόντα, τις διαδικασίες, τα είδη των οργανισμών και τις στοχευμένες αγορές. Αυτή τους η άποψη σχετικά με τη διαφορετικότητα τις έχει οδηγήσει στην ανάπτυξη μιας πιο ποιοτικής επιχειρηματικότητας (Verheul et al., 2006). Η υποστήριξη της διαφορετικότητας φάνηκε και το 2007, όπου παρατηρήθηκε ότι οι γυναικείες επιχειρήσεις επικεντρώνονταν κυρίως σε τομείς που σχετίζονταν με χονδρικό και λιανικό εμπόριο (17%), επαγγελματικές υπηρεσίες (15%) και τον τουρισμό (13%). Αντιθέτως, η παρουσία τους δεν ήταν έντονη στους τομείς της γεωργίας και των βιομηχανιών, (Halkias, Thurman, Smith, Nason, 2012: 206, Jung, 2010: 4-5).

Αξίζει να τονιστούν τα εξής:

- Οι οικογενειακές επιχειρήσεις αποτελούν τη ραχοκοκαλιά της οικονομίας του Καναδά. Αυτές οι επιχειρήσεις παράγουν το 45% του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος, το 50% του συνόλου των θέσεων εργασίας και το 70% των νέων θέσεων εργασίας (PriceWarehouseCoopers- Παγκόσμια Έρευνα Οικογενειακών Επιχειρήσεων, 2007-2008).
- Το 2007, το ποσοστό των επιχειρήσεων των οποίων το μεγαλύτερο ποσοστό της ιδιοκτησίας ανήκε σε γυναίκες, ανέρχονταν στο 16%.
- Το 2007, οι επιχειρήσεις που ανήκαν σε γυναίκες ήταν ίσες με αυτές που ανήκαν σε άντρες και αναζητούσαν εξωτερική χρηματοδότηση (17%), σε αντίθεση με το 2004 που οι επιχειρήσεις που ανήκαν σε γυναίκες αναζητούσαν χρηματοδότηση σε ποσοστό 15%, ενώ εκείνες των ανδρών ανέρχονταν στο 24%.
- Το 2007 οι επιχειρήσεις που ανήκαν σε γυναίκες είχαν μεγαλύτερη ανάπτυξη σε σχέση με των αντρών, (Jung, 2010: 3-13)

Παρακάτω παρουσιάζεται ο πίνακας με τα συγκεντρωτικά οικονομικά δεδομένα των επιχειρήσεων για τα έτη 2000, 2004 και 2007.

Πίνακας 4. 1: Επιλεγμένα οικονομικά μεγέθη (μέσος όρος \$)*

	2000		2004		2007	
	Πλειοψηφία Γυναίκες	Πλειοψηφία Ανδρες	Πλειοψηφία Γυναίκες	Πλειοψηφία Ανδρες	Πλειοψηφία Γυναίκες	Πλειοψηφία Ανδρες
	Ιδιοκτήτριες	Ιδιοκτήτες	Ιδιοκτήτριες**	Ιδιοκτήτες	Ιδιοκτήτριες	Ιδιοκτήτες
Συνολικά Έσοδα	335.000	706.000	525.000	936.000	563.000	1.126.000
Συνολικά Έξοδα	301.000	641.000	493.000	900.000	515.000	1.072.000
Καθαρό Κέρδος Προ Φόρου	34.000	65.000	32.000	36.000	48.000	54.000
Καθαρό Κέρδος Προ Φόρου(ως % κέρδους των ανδρών)	52	--	89	--	89	--
Κυκλοφορούν Ενεργητικό	117.000	250.000	202.000	311.000	436.000	393.000
Πάγιο Ενεργητικό	152.000	337.000	121.000	304.000	125.000	396.000
Συνολικό Ενεργητικό	269.000	587.000	323.000	615.000	561.000	789.000
Τρέχουσες Υποχρεώσεις	--	--	113.000	231.000	145.000	283.000
Συνολικές Υποχρεώσεις	152.000	351.000	209.000	422.000	345.000	549.000
Κέρδη	--	--	106.000	119.000	154.000	137.000
Σύνολα Ιδίων Κεφαλαίων	117.000	236.000	114.000	193.000	216.000	240.000

Πηγή: Φορολογικό αρχείο δεδομένων συνδεδεμένο με την Πρωτοβουλία χρηματοδότησης για ΜΜΕ, τη Στατιστική Εταιρεία Καναδά, την Έρευνα για Χρηματοδότηση ΜΜΕ, 2000, 2004, 2007.

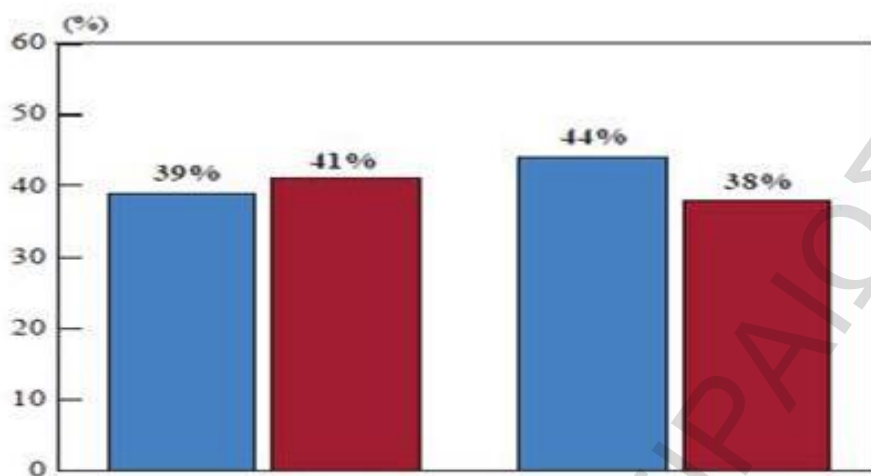
*Τιμές με έντονη γραφή: δηλώνουν στατιστικά σημαντική διαφορά ανάμεσα στα δύο φύλα (στο 5%). Στατιστικοί έλεγχοι δεν έγιναν το 2000 διότι τα δεδομένα δεν ήταν διαθέσιμα.

**Λόγω της σημαντικής παρουσίας πολλών αποκλίνουσων τιμών στο δείγμα του 2004 στις επιχειρήσεις που ανήκαν σε γυναίκες, παρατηρήσεις πέρα από το 99^ο εκατοστημόριο στα συνολικά έσοδα ανάμεσα στην πλειονότητα των επιχειρήσεων που ανήκαν σε γυναίκες αποκλείστηκαν εκείνο

Φαίνεται ότι το 2004 και το 2007 αυξήθηκαν σημαντικά οι επιχειρήσεις που ανήκουν σε γυναίκες (και επομένως μειώθηκε η διαφορά που υπήρχε ανάμεσα στα δύο φύλλα) όπως φαίνεται από τις τιμές: κυκλοφορούν ενεργητικό (current assets), συνολικές υποχρεώσεις (total liabilities), σύνολα ιδίων κεφαλαίων (total equity) και κέρδη (retained earnings). Η αύξηση των περιουσιακών στοιχείων, των συνολικών υποχρεώσεων, των συνολικών ιδίων κεφαλαίων και των κερδών ήταν τόση ώστε να μην υπάρχει στατιστική διαφορά ανάμεσα στα δύο φύλα το 2007, (Jung, 2010: 6).

Χαρακτηριστικό και αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι από το 2004 μέχρι το 2007 οι γυναίκες επιχειρηματίες αύξησαν κατά πολύ την επέκταση και τη βαθμολογία των επιχειρήσεων τους, όπως φαίνεται και στο επόμενο Διάγραμμα 4.3.

Διάγραμμα 4. 3: ΜΜΕ που τείνουν να επεκτείνουν το μέγεθος και το πεδίο δράσης τους



Πηγή: Αρχείο δεδομένων Πρωτοβουλίας χρηματοδότησης ΜΜΕ, Στατιστική Εταιρεία Καναδά, Έρευνα για Χρηματοδότηση ΜΜΕ, 2004 και 2007.

4.6.1 Κίνητρα για Έναρξη Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στον Καναδά

Στον Καναδά, οι γυναίκες βρίσκουν κίνητρο ώστε να ξεκινήσουν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα σε λόγους, όπως:

- Ευέλικτα ωράρια εργασίας
- Υψηλά κέρδη
- Να δώσουν εργασία και στα υπόλοιπα μέλη της οικογένειάς τους
- Απουσία άλλων επιλογών
- Ανεξαρτησία (Belcourt, 1990; Υπουργείο Οικονομικής Ανάπτυξης Βρετανίας, 1991)
- Αδυναμία ένταξης στον επιχειρηματικό κόσμο (έμμεσα υπονοείται η διάκριση που υπάρχει στα δύο φύλα ως προς την πληρωμή και την προαγωγή τους) (Belcourt, 1990)
- Αδυναμία παντρεμένων γυναικών να στηριχτούν στους συζύγους τους (λόγω χρόνιας υποαπασχόλησης, κλπ.) (Belcourt, 1990)
- Υποστήριξη από την Κυβέρνηση. Παροχή πληροφοριών σχετικά με τις

- τάσεις της αγοράς
- βέλτιστες πρακτικές
- νέες ευκαιρίες και
- νέες τεχνολογίες που μπορούν να βοηθήσουν στην καλύτερη κατανόηση του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος (Fuller-Love, Lim, Akehurst, 2006: 435, Jennings, Provorny, 2005, Women's Entrepreneurship in Canada: Progress, Puzzles and Priorities, p. 66-67).

4.6.2 Εμπόδια Γυναικών στην Ανάλυση Επιχειρηματικής Δραστηριότητας

Στον Καναδά, εμπόδια που συναντώνται από τις γυναίκες που ενδιαφέρονται να ασχοληθούν με την επιχειρηματική δραστηριότητα είναι τα εξής:

- Αδυναμία πρόσβασης σε οικονομικούς πόρους (χρηματοδότηση), (Brush, Carter, Gatewood, Greene & Hart, 2004).
Σημαντικός ανασταλτικός παράγοντας στο να ξεκινήσουν οι γυναίκες τη δική τους επιχειρηματική δραστηριότητα είναι τα μικρά κεφάλαια που έχουν στη διάθεσή τους για μια τέτοια επένδυση και η δυσκολία που αντιμετωπίζουν στην εύρεση χρηματοδότησης. Αυτό, με τη σειρά του, επηρεάζει την ποσότητα των περιουσιακών στοιχείων που πρέπει να εξασφαλιστούν για μια τέτοια «δράση».
- Αδυναμία πρόσβασης στις αγορές προκειμένου να παρέχουν τις υπηρεσίες τους
- Ανεπαρκής εκπαίδευση
- Έλλειψη αυτοπεποίθησης, (Fuller-Love, Lim, Akehurst, 2006: 430-432, Jennings, Provorny, 2005: 53-87).

4.6.3 Χαρακτηριστικά Επιχειρήσεων Γυναικών στον Καναδά

Οι επιχειρήσεις των γυναικών στον Καναδά δεν απασχολούν πολλούς υπαλλήλους (Fischer, Reuber & Dyke, 1993). Συγκεκριμένα, περίπου το 85% αυτών, απασχολούν λιγότερα από πέντε άτομα. Επίσης, έχουν «κατηγορηθεί» για το μικρό τους μέγεθος, τα χαμηλά τους κέρδη (συγκριτικά με επιχειρήσεις που ανήκουν σε άνδρες) και τους ρυθμούς ανάπτυξής τους. Σχετικά με τα χαμηλά κέρδη, το 2000 οι μέσες ετήσιες

πωλήσεις τους ήταν (334.542 δολάρια) χαμηλότερες και από τις μισές αντίστοιχες των ανδρών (705.793 δολάρια) (Statistics Canada, 2000a). Πολλοί θεωρούν ότι οι «φτωχές» επιδόσεις των επιχειρήσεων των γυναικών οφείλονται στη χαμηλή σημασία που δίνουν οι γυναίκες στο να αποκτήσουν την απαραίτητη εκπαίδευση και στη μικρή εμπειρία που έχουν στο πώς να ξεκινήσουν τη δική τους επιχειρηματική δραστηριότητα, (Fuller-Love, Lim, Akehurst, 2006: 433-434, Jennings, Provorny Cash, 2005: 58-59).

4.7 Δράσεις για την Υποστήριξη της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στον Καναδά

Προκειμένου να αυξηθεί η παραγωγικότητα και να διευκολυνθεί η ανάπτυξη των επιχειρήσεων των γυναικών, στον Καναδά έχουν αναληφθεί, ενδεικτικά, οι δράσεις που παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 4. 2: Οργανισμοί προώθησης και ενίσχυσης γυναικείας επιχειρηματικότητας στον Καναδά

Στόχος	Τρόπος	Αρμόδιοι Φορείς
Εθνική Στρατηγική Οικονομικής Ανάπτυξης Εστιασμένη στις Γυναίκες	Κατάρτιση Μικρών Επιχειρήσεων Γυναικών: Αύξηση της χρηματοδότησης των υφιστάμενων μικρών επιχειρήσεων που παρέχουν σε γυναίκες προγράμματα κατάρτισης.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Τμήμα Βιομηχανίας Καναδά 2. Υπουργείο Εξωτερικών Υποθέσεων & Διεθνούς Εμπορίου Καναδά 3. Τμήμα Ανθρώπινου Δυναμικού & Ανάπτυξη Δεξιοτήτων Καναδά 4. Καθεστώς των Γυναικών του Καναδά
	Καλύτερος Συντονισμός Πολιτικών & Προγραμμάτων Μικρών Επιχειρήσεων: Ενημέρωση της Οικονομικής Στρατηγικής από Επιτροπή που θα παρακολουθεί και θα συντονίζει τις πολιτικές και τα προγράμματα επιχειρήσεων γυναικών και άλλων μικρών επιχειρήσεων.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Διατμηματική Ομοσπονδιακή Επιτροπή
Αναζήτηση Νέων Αγορών και Διεθνούς Ανάπτυξη	Πύλη Διεθνοποίησης του Εμπορίου και των	<ol style="list-style-type: none"> 1. Διατμηματική Ομοσπονδιακή

	<p>Πληροφοριών «Go-to»: Διαδικτυακή πύλη που φιλοξενείται από την ιστοσελίδα της βιομηχανίας του Καναδά και παρουσιάζει περιπτώσεις γυναικών ιδιοκτητριών επιχειρήσεων που είναι διεθνώς επιτυχημένες. Χάρτες παρέχουν στους χρήστες στρατηγικές για να συνδέουν αποτελεσματικά πληροφορίες εισαγωγών-εξαγωγών-επενδύσεων με τις ενώσεις βιομηχανιών και τα περιφερειακά προγράμματα.</p>	<p>Επιτροπή 2. Υπουργείο Εξωτερικών Υποθέσεων και Διεθνούς Εμπορίου (DFAIT- Department of Foreign Affairs and International Trade)</p>
	<p>Πρόγραμμα Καθοδήγησης Γυναικών: Συνεργάζεται με οργανισμούς κατάρτισης γυναικών επιχειρηματιών και με ενώσεις βιομηχανίας προκειμένου να εδραιωθούν καλές πρακτικές καθοδήγησης και βοήθειας εστιασμένων σε γυναικείες επαγγελματικές οργανώσεις.</p>	<p>1. Γραφείο Επιχειρήσεων Γυναικών 2. Αρμόδιοι Σύμβουλοι (με αποδεδειγμένη γνώση για εγχώριες και διεθνείς εμπορικές αγορές)</p>
<p>Αύξηση Υιοθέτησης της Τεχνολογίας</p>	<p>Διευκόλυνση περαιτέρω συμμετοχής γυναικών σε προγράμματα επιστημών, τεχνολογίας και καινοτομίας: Η διευκόλυνση πραγματοποιείται μέσω ενημερωτικών συναντήσεων, μέσω των οποίων επεξηγείται ο τρόπος με τον οποίο τα ομοσπονδιακά προγράμματα μπορούν να υποστηρίξουν με καλύτερο τρόπο τις επιχειρήσεις γυναικών.</p>	<p>1. Ομοσπονδιακές Υπηρεσίες Χρηματοδότησης</p>

Πηγή: (The Canadian Taskforce for Women's Business Growth, 2011, p. 2)

Συνοψίζοντας, είναι φανερό ότι στον Καναδά δεν είναι λίγες οι προσπάθειες που έχουν γίνει προκειμένου να στηριχθεί και να ενισχυθεί η γυναικεία επιχειρηματικότητα και να εξασφαλισθεί στις γυναίκες η παροχή σημαντικών διευκολύνσεων.

4.8 Συμπεράσματα

Στο παρόν κεφάλαιο, έγινε ανάλυση της έννοιας της γυναικείας επιχειρηματικότητας στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής και στον Καναδά. Για την πρώτη περίπτωση, παρατηρήθηκε ότι το ποσοστό των γυναικών επιχειρηματιών, παρουσιάζοντας μια σχετική σταθερότητα, ανέρχεται στο 10,8%. Το ποσοστό αυτό επηρεάζεται απόλυτα από τις αντιληπτές ευκαιρίες, το φόβο της αποτυχίας και τις δυνατότητες που έχει μια γυναίκα να ξεκινήσει τη δική της επιχείρηση. Αυτές οι δυνατότητες αναφέρονται και στα πραγματικά (αντικειμενικά) προσόντα της κάθε γυναίκας, αλλά και στην εμπιστοσύνη που έχει η κάθε γυναίκα στις δυνατότητές της. Αξίζει να τονιστεί ότι οι δυνατότητες αυτές αλλάζουν ανάλογα με το είδος της επιχείρησης (εταιρεία βιοτεχνολογίας, κατάστημα λιανικής πώλησης, κλπ.). Επιπλέον, για τις γυναικείες επιχειρήσεις στις ΗΠΑ παρατηρήθηκε ότι συνεισφέρουν στην οικονομία της χώρας. Συγκεκριμένα η συνεισφορά τους στα συνολικά έσοδα της χώρας είναι μόνο το 4,2% του συνόλου των εσόδων της, η οποία χαρακτηρίστηκε ως ιδιαίτερα μικρή. Αυτός είναι και ο λόγος που έχει θεωρηθεί απαραίτητη η στήριξη των επιχειρήσεων των γυναικών. Αυτή συμπεριλαμβάνει οικονομική, τεχνική και διαχειριστική βοήθεια σε αυτούς που ενδιαφέρονται να ξεκινήσουν ή να εξελίξουν μια επιχείρηση, δυνατότητα να συμβουλευτούν και να αποκτήσουν την απαραίτητη εκπαίδευση, καθώς και να έχουν τα κατάλληλα δίκτυα πληροφόρησης ώστε να ενημερώνονται σχετικά.

Στον Καναδά, με βάση τα τελευταία στοιχεία του 2007 που έχουν καταγραφεί έχει παρατηρηθεί ότι το 16% των ΜΜΕ ανήκαν σε γυναίκες. Για την ακρίβεια, η πλειοψηφία των ιδιοκτητών των επιχειρήσεων ήταν γυναίκες με μέσο όρο ηλικίας 48,5 ετών. Σχετικά με το μέγεθος των επιχειρήσεων αυτών, έχει παρατηρηθεί ότι υστερούν συγκριτικά με τις επιχειρήσεις που ανήκουν σε άνδρες. Όσον αφορά στη συμβολή των γυναικείων επιχειρήσεων του Καναδά στην οικονομία, αυτό που έχει σημειωθεί είναι ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες έχουν καθοριστικής σημασίας ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας. Δεν είναι μόνο η αύξηση των θέσεων εργασίας, αλλά και η συμβολή τους στην εξέλιξη της οικονομίας, καθώς και στη δημιουργία μεγαλύτερης ποικιλίας στην επιχειρηματικότητα (Verheul et al., 2006). Τέλος, μπορεί να υπάρχουν αρκετά κίνητρα για την ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας από γυναίκες (π.χ. υψηλά κέρδη, υποστήριξη από την Κυβέρνηση, κλπ.), όμως και τα εμπόδια δεν είναι αμελητέα (αδυναμία πρόσβασης στις αγορές, ανεπαρκής εκπαίδευση, κλπ.). Έτσι, έχουν

ξεκινήσει αρκετές δράσεις και στον Καναδά, οι οποίες προσπαθούν να βοηθήσουν τις γυναίκες να δραστηριοποιηθούν αποτελεσματικά στον τομέα των επιχειρήσεων.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

Επιλεγμένη Βιβλιογραφία 4^ο Κεφαλαίου

Constantinidis C., Begin L., Halkias D., Laroche D.-C., 2012, Canada: Gender and Culture in Father-Daughter Succession in the Family Business: A Canadian Case Study, Father-Daughter Succession in Family Business, Gower Publishing Limited, MPG Books Group.

Estay Ch., 2004, Setting up Businesses in France and the USA: A Cross Cultural Analysis, Vol. 22, p. 452-463, European Management Journal, Elsevier Ltd, Pergamon.

Fuller-Love N., Lim L., Akehurst G., 2006, Guest Editorial: Female and Ethnic Minority Entrepreneurship, p. 429-439, School of Management and Business, Springer Editions.

GEM, Kelley J. D., Ali Ab., Rogoff G. Ed., Brush C., Corbett C. An., Majbouri M., Hechavarria D., 2012, United States Report 2011, National Entrepreneurial Assessment for the United States.

Jennings E. J., Provorny Cash M., 2005, Women's Entrepreneurship in Canada: Progress, Puzzles and Priorities, p. 53-87, Growth-Oriented Women Entrepreneurs and their Businesses, A Global Research Perspective, Monograph Book, Published by Edward Elgar.

Jung Ow., 2010, SME Financing Data Initiative, p. 1-21, Small Business and Tourism Branch, Industry Canada.

Minniti M., Naude W., 2010, What Do We Know about the Patterns and Determinants of Female Entrepreneurship across Countries?, Vol. 22, p. 277-293, European Journal of Development Research.

Pordeli H., Wynkoop P., Walmart National Women's Business Council Center for Women's Business Research, 2009, The Economic Impact of Women-Owned Businesses in the United States, McLean.

The Canadian Taskforce for Women's Business Growth, 2011, Action Strategies to Support Women's Enterprise Development, An Economic Imperative for Canada.

Winn J., 2005, Women Entrepreneurs: Can We Remove the Barriers?, pp. 381-397, International Entrepreneurship and Management Journal, Springer.

Ιστοσελίδες

Mercy Connection, Retrieved from URL <http://www.mercyconnections.org>

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

Κεφάλαιο 5ο- Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα

5.1 Εισαγωγή

Στο παρόν κεφάλαιο γίνεται μελέτη της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, χωρίς όμως να παραλείπεται η σχετική αναφορά και στις υπόλοιπες χώρες, τουλάχιστον αυτές στις οποίες παρατηρείται κάποια ιδιαίτερη ομοιότητα ή διαφορά. Έτσι λοιπόν, γίνεται μια προσπάθεια σύγκρισης της επιχειρηματικότητας ανάμεσα στα δύο φύλα και του τρόπου που επηρεάζουν τα κοινωνικά χαρακτηριστικά τους άνδρες και τις γυναίκες στην ανάληψη της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Επιπλέον, γίνεται μια προσπάθεια ανάλυσης των υπόλοιπων δημογραφικών στοιχείων που επιδρούν σημαντικά και με διαφορετικό τρόπο στο κάθε φύλο στην ανάληψη της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Τέλος, αναφέρονται οι ανασταλτικοί παράγοντες ανάπτυξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας.

5.2 Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα

Το θέμα της «Γυναικείας Επιχειρηματικότητας» έχει έρθει ουσιαστικά στο προσκήνιο τα τελευταία χρόνια και εμφανίζεται όλο και πιο έντονα στον επιχειρησιακό χάρτη κερδίζοντας περισσότερο σεβασμό. Παρόλα αυτά το γεγονός της επίδρασης του φύλου σχετικά με την πρόθεση ανάληψης επιχειρηματικής δραστηριότητας ήταν ολοένα και πιο φανερό τα τελευταία 30 χρόνια. Πλέον οι επιχειρήσεις που ανήκουν σε γυναίκες αυξάνονται με γρήγορους ρυθμούς συνεισφέροντας αποτελεσματικά στην καινοτομία, την εργασία, και τη δημιουργία πλούτου στις οικονομίες (Brush et al., 2006), (Brush, Bruin, Gatewood, Henry, 2010: 1-9, Marlow, Henry, Carter, 2009: 139-140).

Στην Ελλάδα, ο ρόλος της γυναίκας μέχρι και τα τέλη του 19^{ου} αιώνα δε συσχετιζόταν σε καμία περίπτωση με την εξέλιξη και την πρόοδο της κοινωνίας. Ήταν αποκλειστικά σύζυγος και μητέρα. Ακόμα και έναν αιώνα πριν, οι δυσκολίες που υπήρχαν για τις γυναίκες σχετικά με τα δικαιώματά τους, με τη δυνατότητα τους να μπουν στην αγορά εργασίας αλλά και με τα πολιτικά τους δικαιώματα ήταν εμφανείς. Ο ρόλος της γυναίκας έχει αναβαθμιστεί έπειτα από τη θεσμοθέτηση για την ισότητα των δύο φύλων. Έτσι, αρχίζουν και οι γυναίκες να κάνουν αισθητή την παρουσία τους στις επιχειρήσεις. Επομένως, η έννοια της «Γυναικείας Επιχειρηματικότητας» είναι στην ουσία ένα νέο ζήτημα για τη χώρα μας. Τα τελευταία, λοιπόν, περίπου 15 - 20 χρόνια

στην Ελλάδα έχουμε αυξημένη συμμετοχή των γυναικών στην αγορά εργασίας καθώς επίσης περιπτώσεις γυναικών που ασκούν διευθυντικά καθήκοντα σε επιχειρήσεις ή έχουν στην κατοχή τους επιχειρήσεις, (Apergis & Pekka-Economou, 2010: 6-7).

Η γυναικεία επιχειρηματικότητα ασκεί άμεση επιρροή σε θέματα που έχουν να κάνουν με την κοινωνία γενικά αλλά και με την οικονομία που επικρατεί σε αυτή. Η ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας έχει τεράστια σημασία για την οικονομική ανάπτυξη της κοινωνίας στην οποία ιδρύεται η επιχείρηση, συμβάλλει στη σταθερότητα και την ανθεκτικότητα των τοπικών κοινωνιών, αλλά και στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, επομένως μείωση της ανεργίας και ταυτόχρονα εξάλειψη διαφόρων φαινομένων που προκαλούνται από την ανεργία (π.χ. φαινόμενα βίας). Αυτός είναι και ο λόγος που οι γυναίκες μέσω της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας αποτελούν ενεργά μέλη σε ότι αφορά στους κλάδους που σχετίζονται με την πολιτική, τον τομέα των επιχειρήσεων καθώς και με την κοινωνία γενικότερα, (Apergis N.& Pekka-Economou V., 2010: 2-7).

Μια επιχείρηση για να θεωρηθεί γυναικεία σύμφωνα με τον Οργανισμό για την Οικονομική Συνεργασία και Ανάπτυξη (ΟΑΣΑ) πρέπει:

1. Να υπάρχει γυναικεία συμμετοχή σε ποσοστό τουλάχιστον 51% στο κεφάλαιο της επιχείρησης και
2. Οι ενέργειες στρατηγικής σκοπιμότητας που αφορούν στην ανάπτυξη της επιχείρησης να λαμβάνονται από την/τις ιδιοκτήτρια/ες, (Οργανισμός για την Οικονομική Συνεργασία και Ανάπτυξη -ΟΑΣΑ).

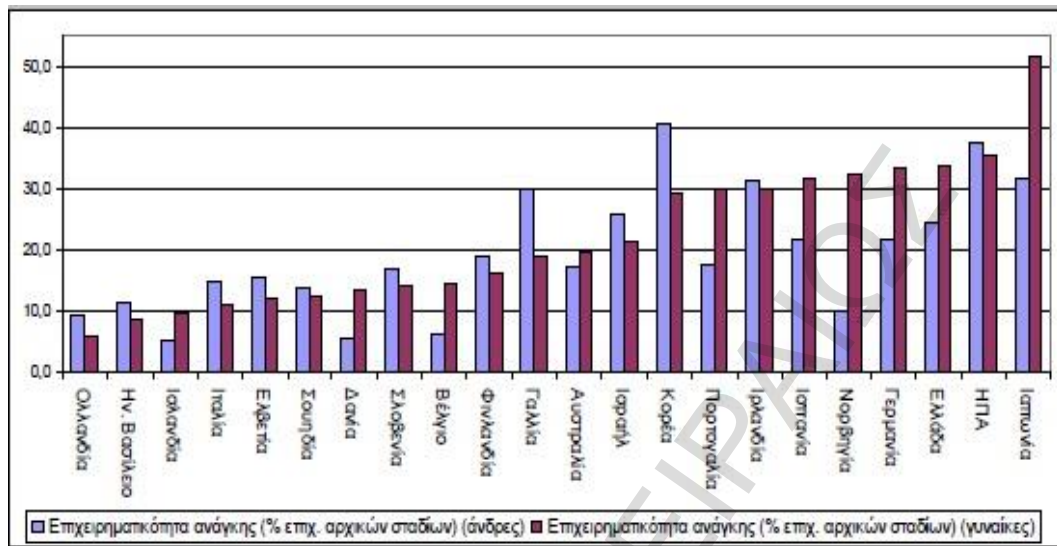
5.3 Επιχειρηματικότητα και φύλο

Η επιχειρηματική δραστηριότητα με την έννοια της έναρξης νέων εγχειρημάτων, παρουσιάζει διαφορές ανάμεσα στις χώρες. Αδιαμφισβήτητα, ο αριθμός των ανδρών που συμμετέχουν στην επιχειρηματική δραστηριότητα είναι σημαντικά μεγαλύτερος από των γυναικών. Η υπεροχή αυτή επιβεβαιώνεται και από τις έρευνες του GEM. Συγκεκριμένα, ανάμεσα στις 59 οικονομίες που έχουν μελετηθεί σε αυτές τις έρευνες (GEM, 2010 Report: Women Entrepreneurs Worldwide), παρατηρείται ότι υπάρχουν πολύ λιγότερες γυναίκες οι οποίες συμμετέχουν στην επιχειρηματική δραστηριότητα και ότι η έναρξη και λειτουργία επιχειρήσεων είναι κυρίως αντρικό πλεονέκτημα. Τα

αποτελέσματα αυτά δείχνουν ότι σχεδόν κάθε κοινωνία, ανεξάρτητα από το επίπεδο της επιχειρηματικότητας, δεν επωφελείται από τις επιχειρηματικές δραστηριότητες ούτε του μισού ενεργού δυναμικού που θα μπορούσε να εργαστεί, (GEM, 2010 Report: 20).

Στην Ελλάδα το ποσοστό που αντιστοιχεί σε άντρες και γυναίκες σχετικά με την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων είναι περίπου 70% και 30%, αντίστοιχα. Πιο συγκεκριμένα, ενώ το 2006 το ποσοστό της γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων βρισκόταν στο 29,7%, το 2010 έφτασε στο 34,9% παρουσιάζοντας έτσι μια οριακή αύξηση συγκριτικά με το 2009 όπου το αντίστοιχο ποσοστό ανήρχετο στο 34%, αλλά το ποσοστό είναι χαμηλότερο σε σχέση με εκείνο του 2008 (39%). Καθοριστικό ρόλο στα ποσοστά αυτά έχει η απουσία κινήτρων «για την είσοδο στον επιχειρηματικό στίβο», εφόσον «ένα μεγάλο τμήμα της επιχειρηματικότητας των γυναικών είναι τελικά αποτέλεσμα ανάγκης», ενώ οι περισσότεροι άντρες διακρίνουν και εκμεταλλεύονται επιχειρηματικές ευκαιρίες. Βέβαια, η διαφορά που παρατηρείται ανάμεσα στο ποσοστό αντρών και γυναικών στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, ερμηνεύεται πολλές φορές και ως προτίμηση των γυναικών των αναπτυγμένων χωρών στη μισθωτή εργασία μέσω της οποίας παρέχονται σημαντικές διευκολύνσεις στην εργαζόμενη μητέρα. Αξίζει να σημειωθεί ότι το ποσοστό που καταγράφεται για τη χώρα μας σχετικά με την ανάγκη για κίνητρο για τις γυναίκες σε αυτό το στάδιο της επιχειρηματικότητας, είναι το δεύτερο στη σειρά ανάμεσα στις χώρες της καινοτομίας. Την πρώτη θέση την κατέχει η Ιαπωνία. Όμως, όπως φαίνεται και στο διάγραμμα παρακάτω- που μας δείχνει την επιχειρηματικότητα ανάγκης ανά φύλο για το 2010 στις χώρες που χαρακτηρίζονται από καινοτομία- εξαιτίας της οικονομικής κρίσης που υπήρχε και τότε, αυξημένα ποσοστά παρουσιάζονται και στις περιπτώσεις της Ισπανίας και της Πορτογαλίας. Τα ποσοστά αυτά δείχνουν πως και εκεί η ανάγκη κινητοποίησε πάνω από το 30% των γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων. Άξιο σχολιασμού είναι και το ποσοστό στη Γερμανία καθώς και η διαφορά με το αντίστοιχο των ανδρών, (Ιωαννίδης, Τσακανίκας, 2008: 42-47, Ιωαννίδης, Χατζηχρήστου, 2012: 46-49).

Διάγραμμα 5. 1: Επιχειρηματικότητα ανάγκης ανά φύλο, στις χώρες που χαρακτηρίζονται από καινοτομία, 2010



(% της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων γυναικών και ανδρών)

Πηγή: (GEM, 2010, p.48)

Σε αντίθεση με τα παραπάνω, οι έρευνες έχουν αποδείξει ότι πιο ισομερείς διαφορές υπάρχουν στην κατανομή της επιχειρηματικότητας στις χώρες χαμηλού εισοδήματος. Είναι οι χώρες στις οποίες είναι εμφανής η έλλειψη ενδιαφέροντος των ανθρώπων στο να αναζητήσουν ευκαιρίες, ενώ υπερτερεί η επιχειρηματικότητα ανάγκης λόγω των δύσκολων συνθηκών βιοπορισμού αλλά και της αδυναμίας εύκολης εισόδου σε καθιερωμένες αγορές εργασίας. Μια εξήγηση που δίνεται ως προς αυτό το φαινόμενο είναι η έλλειψη προσοχής καθώς και η αδυναμία που τους διακρίνει στο να δεσμευτούν να ξεκινήσουν μια επιχειρηματική δράση. Αυτό δίνει με τη σειρά του την ευκαιρία στις γυναίκες να αναλάβουν μια τέτοιου είδους δράση, κάτι που γενικότερα αποτελεί σπάνιο φαινόμενο (Gifford, 1988, p. 17), εφόσον έρχεται και σε μια μορφή σύγκρουσης με τα στερεότυπα που επικρατούν στις χώρες αυτές. Το φαινόμενο αυτό σχετίζεται με τη διαπίστωση που έχει γίνει από τους Luke και Munshi (2010). Αυτοί, λοιπόν, έχουν συμπεράνει ότι οι διάφοροι πολιτιστικοί ή επιχειρησιακοί περιορισμοί δεν παρέχουν ευκαιρίες στις γυναίκες στον τομέα των επιχειρήσεων. Όταν, όμως, υπάρχουν περιορισμοί από την κουλτούρα των πολιτισμών ως προς τις οικονομικές δραστηριότητες, τότε οι γυναίκες μπορούν να εκμεταλλευτούν τέτοιες ευκαιρίες επειδή «έχουν λιγότερους δεσμούς- σε αντίθεση με τους άνδρες- με την παραδοσιακή οικονομία που να τις κρατάνε πίσω». Παρόλα αυτά, το σίγουρο είναι ότι στις αναπτυσσόμενες

χώρες η επιχειρηματικότητα θεωρείται αντρική υπόθεση και ο ρόλος της γυναίκας έχει να κάνει αποκλειστικά και μόνο με την οικογένεια. Άξιο προσοχής σε αυτή την κατηγορία χωρών είναι ότι οι άντρες δεν υπερτερούν μόνο ποσοτικά των γυναικών στην επιχειρηματικότητα, αλλά και ποιοτικά αφού η επιχειρηματικότητα των δεύτερων υστερεί και ως προς την καινοτομία και ως προς τα επίπεδα χρήσης νέων τεχνολογιών, (Ιωαννίδης, Τσακανίκας, 2008: 42-47, Minniti, Naude, 2010: 280-281).

Συνολικά για το 2010, τα ποσοστά που έχουν καταγραφεί για την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων είναι τα εξής:

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

Πίνακας 5.1

Πίνακας 5. 1: Ποσοστό επιχειρηματικότητας ανάγκης στη συνολική επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά φύλο (2010)

Χώρες	Επιχειρηματικότητα ανάγκης στους άνδρες (ως % της ανδρικής επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων)	Επιχειρηματικότητα ανάγκης στις γυναίκες (ως % της γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων)
Χώρες Α	31,0	34,4
Χώρες Β	29,1	34,6
ΗΠΑ	30,2	26,5
Ελλάδα	24,6	33,7
Ολλανδία	9,5	6,0
Βέλγιο	6,3	14,3
Γαλλία	30,1	18,7
Ισπανία	22,0	31,5
Ιταλία	15,1	11,2
Ελβετία	15,7	12,1
Ην. Βασίλειο	11,7	8,6
Δανία	5,6	13,4
Σουηδία	13,8	12,5
Νορβηγία	10,1	32,1
Γερμανία	21,8	33,1
Αυστραλία	17,5	19,6
Ιαπωνία	32,0	51,3
Κορέα	40,8	25,8
Πορτογαλία	18,0	31,0
Ιρλανδία	31,3	29,7
Ισλανδία	5,4	9,9
Φινλανδία	19,1	16,1
Σλοβενία	17,1	14,2
Ισραήλ	26,0	21,2
Χώρες Γ	19,2	21,5
M.O. GEM	27,4	32,5

*Χώρες Α: χαμηλού κόστους, Χώρες Β: βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Χώρες Γ: καινοτομίας
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM*

Πηγή: (Ιωαννίδης, Χατζηχρήστου, 2012, σελ.49)

Παρατηρούμε, ότι το ποσοστό των ανδρών στην Ελλάδα ανέρχεται στο 24,6% με κύριο κίνητρο την ανάγκη στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων είναι μικρότερο από των γυναικών. Ταυτόχρονα σημειώνει σημαντική μείωση σε σχέση με το 2008 που

έφτανε στο 35%. Αξίζει να παρατηρηθεί, επίσης, ότι οι μεγαλύτερες διαφορές ως προς τα ποσοστά των δυο φύλων υπέρ των ανδρών παρατηρούνται στις χώρες Γαλλία και Κορέα. Η υπεροχή των ανδρών είναι εμφανής και στην καθιερωμένη επιχειρηματικότητα, γεγονός που επιβεβαιώνεται από σχετικές έρευνες του GEM. Στην Ελλάδα, ενώ στους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων η αναλογία ανδρών και γυναικών είναι 3 στους 10, στην καθιερωμένη επιχειρηματικότητα ο αντίστοιχος λόγος είναι 5 στους 10, γεγονός που κατατάσσει τη χώρα μας 5^η παγκοσμίως. Η διαφορά αυτή μεταξύ των δύο λόγων δεν παρουσιάζεται μόνο στη χώρα μας, αλλά ίσως στην προκείμενη περίπτωση δείχνει πιο έντονα τον «ενδοοικογενειακό καταμερισμό ρόλων». Και στις υπόλοιπες χώρες, όμως, η διαφορά που υπάρχει στα ποσοστά των δύο φύλων σχετικά με τα δυο στάδια της επιχειρηματικής δραστηριότητας έχει να κάνει με «κάποια συνειδητή μεταβίβαση του ρόλου του επιχειρηματία από τον άνδρα στη γυναίκα», το οποίο στην ουσία σχετίζεται με την ύπαρξη ενδοοικογενειακού καταμερισμού των ρόλων. Χρήσιμο είναι να αναφερθεί, για μια πιο σφαιρική παρουσίαση των πραγμάτων, ότι στην Ελλάδα το ποσοστό των γυναικών που δε δραστηριοποιούνται ή που απασχολούνται μερικώς φτάνει το 68,6%. Αυτό συμβαίνει είτε επειδή υπάρχει έλλειψη υπηρεσιών για τη φροντίδα των παιδιών τους όσο εκείνες εργάζονται είτε επειδή υπάρχουν άλλα άτομα που εξαρτώνται από αυτές και δεν υπάρχει δυνατότητα φροντίδας από εναλλακτική πηγή. Τέλος, ενώ το 2004 το ποσοστό των γυναικών που κατείχαν προεδρικές θέσεις και ήταν υπεύθυνες στη λήψη αποφάσεων σε μεγάλες εταιρείες ανέρχονταν στο 3,9%, το 2012 το ποσοστό τους είχε μηδενιστεί, (European Commission, 2012: 41-50, Ιωαννίδης, Τσακανίκας, 2008: 42-47, Ιωαννίδης, Χατζηχρήστου, 2012: 46-49).

5.4 Κοινωνικά Χαρακτηριστικά και Επιχειρηματικότητα (Σύγκριση Ανδρών - Γυναικών)

Η επιχειρηματική δραστηριότητα μετρά τη συμμετοχή των ατόμων στις διάφορες φάσεις της επιχειρηματικότητας. Προκειμένου να ευδοκιμήσει η επιχειρηματικότητα σε μια χώρα είναι χρήσιμο να υπάρχει συμμετοχή πολλών εμπλεκόμενων μερών (stakeholders). Μέσω αυτής της συμμετοχής θα επιτευχθεί η δημιουργία και η διατήρηση ενός υγιούς οικονομικού περιβάλλοντος. Όσο μεγαλύτερο εύρος χαρακτηρίζει τους τομείς προέλευσης των ενδιαφερόμενων μερών, τόσο πιο δυνατή θα είναι και η οικονομία για τη στήριξη της επιχειρηματικότητας, (GEM, 2010 Report: 11-13, GEM, 2011 Extended Report: 15).

Ως εκ τούτου γίνεται αντιληπτό πως η μελέτη των κοινωνικών συμπεριφορών σε όλα τα επίπεδα είναι χρήσιμη διότι επηρεάζει την ανάληψη της επιχειρηματικότητας μέσα στην κοινωνία. Άξια, λοιπόν, προς μελέτη είναι τα εξής χαρακτηριστικά:

- Κατά πόσο αντιληπτές είναι οι ευκαιρίες
- Κατά πόσο αντιληπτές είναι οι ικανότητες του ατόμου από τον ίδιο του τον εαυτό
- Αν γνωρίζει το άτομο κάποιον επιχειρηματία
- Η ύπαρξη φόβου για αποτυχία
- Επιχειρηματικότητα ως μια επιλογή καλής καριέρας
- Πρόθεση ανάληψης επιχειρηματικότητας
- Υψηλό κύρος επιτυχημένων επιχειρηματιών
- Προσοχή που δίνουν τα μέσα στην επιχειρηματικότητα, (GEM, 2010 Report: 11-13).

Ως προς όλα αυτά τα χαρακτηριστικά έχουν παρατηρηθεί άλλου είδους συμπεριφορές από τους άνδρες και άλλου είδους από τις γυναίκες. Αξίζει να σημειωθεί, σε αυτό το σημείο, πως σύμφωνα με το παρατηρητήριο GEM (2005) η γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι υψίστης σημασίας για την οικονομία. Αυτός είναι και ο λόγος που θεωρείται ως ένα ευρύ κομμάτι που χρειάζεται να μελετηθεί. Άλλωστε, καθώς ερευνάται σχετίζεται με διαφόρων ειδών θεωρίες (π.χ. για το φύλο, θέματα διαχείρισης κ.ο.κ.), (GEM, 2010 Report: 16).

Πίνακας 5. 2: Χαρακτηριστικά επιχειρηματικότητας για γυναίκες και άντρες

	Αντιληπτές Ευκαιρίες		Γνώσεις και Ικανότητες		Συναναστροφή με νέους Επιχειρηματίες		Φόβος Αποτυχίας	
	Γυναίκα	Άντρας	Γυναίκα	Άντρας	Γυναίκα	Άντρας	Γυναίκα	Άντρας
Χώρες χαμηλού κόστους	58.9	64.2	64.6	77.5	50.3	62.5	31.5	27.3
Χώρες βελτίωσης της αποδοτικότητας	41.0	44.9	49.9	61.8	40.0	50.7	35.1	28.9
Χώρες καινοτομίας	29.5	37.1	35.2	53.2	31.1	41.2	37.9	29.9
	Επιχ/τα ως επιλογή καλής καριέρας		Πρόθεση ανάληψης επιχ/τας		Υψηλό κύρος επιτυχημένων επιχειρηματιών		Παρακίνηση από τα Μέσα Ενημέρωσης	
	Γυναίκα	Άντρας	Γυναίκα	Άντρας	Γυναίκα	Άντρας	Γυναίκα	Άντρας
Χώρες χαμηλού κόστους	75.8	74.8	39.2	46.1	80.6	81.2	66.2	64.6
Χώρες βελτίωσης της αποδοτικότητας	73.2	72.5	19.9	27.1	70.2	69.4	63.3	61.6
Χώρες καινοτομίας	58.1	60.1	6.0	10.5	70.5	70.1	54.7	55.9

Πηγή: (GEM, 2010 Report, p. 12)

Ουσιαστικά, ο παραπάνω πίνακας μας δείχνει κατά μέσο όρο τις διαφορετικές συμπεριφορές που συναντώνται στα τρία επίπεδα οικονομικής ανάπτυξης. Χρήσιμο σε αυτό το σημείο είναι να αναλυθούν τα τρία επίπεδα οικονομικής ανάπτυξης. Έτσι έχουμε:

- τις οικονομίες με γνώμονα τους χαμηλού κόστους παραγωγικούς συντελεστές οι οποίες χαρακτηρίζονται από υψηλά ποσοστά γεωργικής αυτοαπασχόλησης. Όσες χώρες ανήκουν σε αυτό το επίπεδο οικονομικής ανάπτυξης ανταγωνίζονται με χαμηλή απόδοση κόστους στην παραγωγή προϊόντων ή με προϊόντα χαμηλής προστιθέμενης αξίας. Τέλος, οι χώρες αυτές δεν προσπαθούν να εισάγουν κάποια καινοτομία ούτε και να κάνουν εξαγωγές.

Για να πάει μια χώρα από αυτό το επίπεδο οικονομικής ανάπτυξης στο δεύτερο, πρέπει να αυξήσει την αποδοτικότητα της παραγωγής και να

εκπαιδεύσει το εργατικό δυναμικό στην υιοθέτηση της μεταγενέστερης φάσης της τεχνολογικής ανάπτυξης.

- *Τις οικονομίες με γνώμονα τη βελτίωση της αποδοτικότητας, οι οποίες έχουν ανάγκη από πιο αποτελεσματικά ξεκινήματα. Προκειμένου να ανταγωνιστούν σε αυτό το επίπεδο οι οικονομίες πρέπει να έχουν πιο αποτελεσματικούς τρόπους παραγωγής στις μεγάλες αγορές. Με αυτό τον τρόπο θα μπορούν να εκμεταλλευτούν τις οικονομίες κλίμακας. Το επίπεδο αυτό της οικονομικής ανάπτυξης χαρακτηρίζεται από αυξανόμενο ρυθμό αυτοαπασχόλησης. Το κεφάλαιο και η εργασία παίζουν καθοριστικό ρόλο στην παραγωγικότητα και η τεχνολογία στη λήψη αποφάσεων.*

Η μετάβαση στο επόμενο επίπεδο οικονομικής ανάπτυξης χαρακτηρίζεται από αυξημένη δραστηριότητα μεμονωμένων επιχειρηματιών. Η γνώση αποτελεί τη βασική εισροή και το βάρος μετατοπίζεται από τις επιχειρήσεις στους επιχειρηματίες και στη δραστηριότητά τους.

- *Τις οικονομίες με γνώμονα την καινοτομία, η οποία εστιάζει σε βιομηχανίες υψηλής προστιθέμενης αξίας. Στόχος είναι η μείωση των μη κερδοφόρων επιχειρημάτων και η ανάπτυξη των επιχειρήσεων που είναι παραγωγικές και έχουν υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης, (Acs, Szerb, 2012: 33-48).*

Οι οικονομίες με γνώμονα τους χαμηλού κόστους παραγωγικούς συντελεστές έχουν περισσότερο επιχειρηματίες λόγω ανάγκης ή επιχειρηματίες προσανατολισμένους στον καταναλωτή. Αντίθετα, οι οικονομίες με γνώμονα την καινοτομία χαρακτηρίζονται από περισσότερη ανταγωνιστικότητα και εντοπίζονται κυρίως σε επιχειρήσεις που στηρίζονται στη γνώση. Σχετικά με το πρώτο επίπεδο, οι περισσότερες γυναίκες επιλέγουν την επιχειρηματικότητα επειδή μπορεί να τις βοηθήσει να έχουν μια καλή καριέρα καθώς και επειδή τους προσδίδει μεγαλύτερο κύρος. Βέβαια, παρατηρείται πως τα ποσοστά μειώνονται όσο βελτιώνεται η οικονομία. Σχετικά με το τρίτο επίπεδο, είναι φανερό ότι το ποσοστό των γυναικών με θετική αντίληψη για τις ευκαιρίες και για τις ικανότητές τους είναι περίπου το μισό σε σχέση με εκείνο του πρώτου επιπέδου οικονομικής ανάπτυξης, (GEM, 2010 Report: 11-13).

Αξίζει να τονιστεί ότι τα ποσοστά αντρών και γυναικών είναι σχεδόν τα ίδια στην περίπτωση της επιλογής της επιχειρηματικότητας λόγω της καλής καριέρας που μπορεί

κάποιος να έχει. Ενδιαφέρον έχει, επίσης, το γεγονός ότι όσο ανεβαίνουμε επίπεδα οικονομικής ανάπτυξης, μειώνεται η ανάληψη επιχειρηματικότητας. Αυτό στηρίζεται ουσιαστικά σε όσα έχουν ήδη αναφερθεί στην ενότητα 1.3, (GEM, 2010 Report: 11-13).

5.5 Δημογραφικά Χαρακτηριστικά Επιχειρηματία Αρχικών Σταδίων

Πέρα από τα κοινωνικά χαρακτηριστικά και τις διαφορές που παρουσιάζονται ανάμεσα στα δύο φύλα σχετικά με την ανάληψη της επιχειρηματικής δραστηριότητας, διαφορές παρουσιάζονται και στα δημογραφικά χαρακτηριστικά. Συγκεκριμένα παρατηρούνται τα εξής:

- **Ηλικία:** Σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία, η μέση ηλικία ανάληψης της επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα, συγκλίνει σημαντικά στα δύο φύλα (40,6 ετών για τις γυναίκες και 41,1 για τους άνδρες), παρουσιάζοντας σημαντική απόκλιση συγκριτικά με τα προηγούμενα έτη (35-44 για τις γυναίκες και 34 για τους άνδρες, ηλικίες που καταγράφονταν για τις περισσότερες χώρες). Πιθανότατα η κύρια αιτία αυτής της διαφοράς που παρουσιάστηκε να είναι οι επιπτώσεις που έχει η οικονομική κρίση στη χώρα μας. Ωστόσο, η χώρα μας δεν διαφέρει σημαντικά από τη μέση ηλικιακή διάρθρωση στην υπόλοιπη Ευρώπη.

Γενικά, αυτό που ισχύει είναι ότι *«οι γυναίκες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων ενεργοποιούνται επιχειρηματικά σε μεταγενέστερο ηλικιακό στάδιο από ότι οι άνδρες»*, (Ιωαννίδης, Τσακανίκας, 2007: 29-30, Ιωαννίδης, Τσακανίκας, Χατζηχρήστου, 2010: 43-44).

- **Επίπεδο εκπαίδευσης:** Αποτελεί σημαντικό παράγοντα ο οποίος αν συνδυαστεί με την εμπειρία του ατόμου, μπορεί να το βοηθήσει να εντοπίσει και να αξιοποιήσει κάποιες επιχειρηματικές ευκαιρίες. Έρευνες του GEM το 2006 έδειξαν ότι, στη χώρα μας, το 54,2% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων έχει ολοκληρώσει τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση (ενώ το 9% έχει παρακολουθήσει ένα τμήμα αυτής). Βέβαια υπάρχει και ένα 18% με πανεπιστημιακή εκπαίδευση και άλλο ένα 18% με μεταπτυχιακό ή και διδακτορικό. Το 2007, τα ποσοστά διαμορφώνονται αντίστοιχα σε 30,3%, 38,5% και 21,1%. Το 2008 αξιοσημείωτο είναι ότι ένας στους τέσσερις επιχειρηματίες είναι κάτοχος μεταπτυχιακού ή και

διδακτορικού διπλώματος, με το αντίστοιχο ποσοστό να διαμορφώνεται στο 26,6%. Τα ποσοστά αυτά φαίνονται και στον πίνακα που ακολουθεί.

Πίνακας 5. 3: Ποσοστιαία διάρθρωση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ως προς το εκπαιδευτικό κλιμάκιο, Ελλάδα (2008)

Εκπαιδευτικό επίπεδο	2008 (%)	2007 (%)	2006 (%)
Μερική Δευτεροβάθμια	11,6	10,1	9,2
Δευτεροβάθμια	46,2	30,3	54,2
Τριτοβάθμια	15,5	38,5	18,3
Μεταπτυχιακό/ Διδακτορικό	26,6	21,1	18,3
Σύνολο	100	100	100

Πηγή: (IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM, 2009)

Αν γίνει μια σύγκριση ανάμεσα στα δύο φύλα, σχετικά με την έναρξη της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας, τα ποσοστά είναι σε πολύ κοντινά επίπεδα. Αξίζει να σημειωθεί πως το 52,6% των γυναικών έχουν ολοκληρώσει και τις σπουδές τους, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τους άνδρες βρίσκεται στο 37%. Χαμηλά ποσοστά καταγράφονται σε άνδρες και γυναίκες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων σχετικά με την ολοκλήρωση μεταπτυχιακών σπουδών (5,9% άνδρες και 2,6% γυναίκες), (Ιωαννίδης, Τσακανίκας, 2007: 31-33, Ιωαννίδης, Τσακανίκας, Χατζηχρήστου, 2010: 46).

- **Εισόδημα:** Διαφορές των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων παρατηρούνται ως προς τα στρώματα εισοδήματος που ανήκουν. Υπάρχει ισχυρή συσχέτιση μεταξύ του ύψους του εισοδήματος ενός νέου επιχειρηματία και της ανάληψης της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Αυτό είναι λογικό εφόσον ένα μεγάλο τμήμα της χρηματοδότησης που απαιτείται προκειμένου να ξεκινήσει η επιχειρηματική του δράση, στη χώρα μας, καλύπτεται από το ίδιο το άτομο. Γενικά, τα τελευταία χρόνια, παρατηρείται συρρίκνωση του ποσοστού των επιχειρηματιών που προέρχονται από το κατώτατο εισοδηματικό κλιμάκιο, ενώ δεν υπάρχει καμία μεταβολή στο ποσοστό εκείνων από το ανώτερο εισοδηματικό κλιμάκιο. Ωστόσο, τα ποσοστά που αφορούν σε όλες τις χώρες

που έχει πραγματοποιηθεί έρευνα από το GEM φαίνεται ότι τα ποσοστά των νέων επιχειρηματιών της κατηγορίας του χαμηλότερου εισοδηματικού κλιμάκιου (12,8%) δε διαφέρουν σημαντικά από αυτούς του ανώτερου (14,5%), σύμφωνα με όσα είχαν καταγραφεί το 2005.

Αν οι επιχειρηματίες συγκριθούν με βάση το φύλο προκύπτει ότι οι άνδρες που ξεκινούν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα προέρχονται από το χαμηλότερο ή το μεσαίο στρώμα (40,7% και για τις δύο περιπτώσεις), ενώ οι περισσότερες γυναίκες στην Ελλάδα που ξεκινούν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα ανήκουν σε υψηλότερα επίπεδα οικονομικά (42,7%), (Ιωαννίδης, Τσακανίκας, 2007: 33-34, Ιωαννίδης, Τσακανίκας, Χατζηχρήστου, 2010: 47).

- Εξέλιξη της επιχείρησης: Αφορά στη δυνατότητα που υπάρχει ώστε να αναπτυχθεί μια νέα επιχείρηση στην περιοχή που ζουν οι επίδοξοι επιχειρηματίες. Αποτελέσματα ερευνών του GEM έχουν δείξει ανοδική πορεία αυτού του δείκτη από το 2001, ο οποίος βρίσκεται σε άμεση συσχέτιση με το επίπεδο ανάπτυξης της εκάστοτε χώρας. Χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι *«η επίδοση στο δείκτη αυτό είναι αντιστρόφως ανάλογη του επιπέδου ανάπτυξης μιας χώρας, μιας και οι οικονομίες που βασίζονται στην καινοτομία καταγράφουν τα χαμηλότερα ποσοστά»*, (Ιωαννίδης, Τσακανίκας, 2007: 35, Ιωαννίδης, Τσακανίκας, Χατζηχρήστου, 2010: 47).

Γενικά το 2008, ο συγκεκριμένος δείκτης είχε επηρεαστεί από τη διεθνή χρηματοοικονομική κρίση. Και στην Ελλάδα είχε μια μικρή πτώση συγκριτικά με το 2007 (28,11%, έναντι 29%). Παρόλα αυτά, η επίδοσή της *«αποτιμάται θετικά»*, αφού Το Ηνωμένο Βασίλειο, η Ισπανία, η Ιταλία και η Γερμανία, που θεωρούνται μεγάλες οικονομικές δυνάμεις στην Ευρώπη, *«καταγράφουν πολύ πιο έντονη συρρίκνωση»*, (Ιωαννίδης, Τσακανίκας, Χατζηχρήστου, 2010: 45).

Κάνοντας μια σύγκριση ανάμεσα στα δύο φύλα για το συγκεκριμένο δείκτη στην Ελλάδα (2008), *«οι άνδρες αναμένουν σε μεγαλύτερο βαθμό την ύπαρξη ευκαιριών από ότι οι γυναίκες, σε ποσοστά 30,3% και 26,2% αντίστοιχα»*, ενώ το αντίστροφο παρατηρείται στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων όπου οι επίδοξες Ελληνίδες επιχειρηματίες αντιλαμβάνονται πολύ περισσότερο από τους

άνδρες τις επιχειρηματικές ευκαιρίες. Το ποσοστό των δεύτερων είναι μικρότερο από 40%, (Ιωαννίδης, Τσακανίκας, Χατζηχρήστου, 2010: 45).

5.6 Προβλήματα που Συνδέονται με τη Γυναικεία Επιχειρηματικότητα

Σχετικές εμπειρικές μελέτες έχουν δείξει ότι προβλήματα σχετικά με την έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι κοινά για όλους, είτε είναι άντρες, γυναίκες, νέοι, ηλικιωμένοι. Το δυσάρεστο είναι ότι κάποια από αυτά, παρουσιάζονται πολύ έντονα σε ομάδες που αποτελούν μειονότητα, όπως είναι οι γυναίκες επιχειρηματίες οι οποίες συνεχίζουν να υστερούν σημαντικά σε σχέση με τους άνδρες σε ότι αφορά στην ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών και τη συμμετοχή τους σε ανώτερες διοικητικές θέσεις, παρόλο που η συνεισφορά τους στην οικονομική δραστηριότητα και στην απασχόληση αυξάνεται όλο και πιο πολύ, (European Commission, 2004: 10).

Τέτοιου είδους προβλήματα οφείλονται κυρίως στους παρακάτω παράγοντες, οι οποίοι είναι οι εξής:

➤ Χρηματοδότηση

Είτε πρόκειται για το ξεκίνημα μιας επιχείρησης, είτε για την ανάπτυξή της, θεωρείται ως το μεγαλύτερο πρόβλημα για τις γυναίκες επιχειρηματίες. Σε συνδυασμό και με το γεγονός ότι οι γυναίκες αποφεύγουν να δανειστούν μεγάλα ποσά, μπορούμε να καταλάβουμε το λόγο που η δραστηριοποίησή τους αφορά κυρίως σε μικρές ή μεσαίες επιχειρήσεις. Δύο αιτίες που μπορεί να επιδεινώνουν το πρόβλημα της χρηματοδότησης- να υπάρχει διάκριση από τη μεριά των παρεχόντων χρηματοδότησης- είναι τα ελλιπή περιουσιακά στοιχεία καθώς και η απουσία υλικού που σχετίζεται με το ιστορικό της επιχείρησης.

Βέβαια, δε θα πρέπει να αγνοηθεί ότι έχει διαπιστωθεί πως οι γυναίκες είναι πιο πρόθυμες συγκριτικά με τους άντρες να αναλάβουν επιχειρηματικούς κινδύνους, κυρίως σε περιπτώσεις προώθησης ενός νέου προϊόντος ή εισαγωγής κάποιας καινοτομίας, (European Commission, 2004: 10, Marlow, Henry, Carter, 2009: 141-142).

➤ Οικογενειακές υποχρεώσεις

Οι γυναίκες προσπαθούν να ασχολούνται εξίσου με τη δουλειά τους και με τις υποχρεώσεις του σπιτιού. Επομένως, οι υποχρεώσεις αυτές αποτελούν κύριο ανασταλτικό παράγοντα διότι περιορίζουν σε μεγάλο βαθμό τη δυνατότητα άσκησης

συνεχούς έρευνας και δικτύωσης που απαιτεί η ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας. Ο περιορισμός αυτός συνδέεται άμεσα και με τις ανεπάρκειες που παρουσιάζονται στην παροχή υπηρεσιών για τη φύλαξη των παιδιών, (Apergis & Pekka-Economou, 2010: 1, 9, Ημερίδα του Β.Ε.Θ «Η γυναικεία επιχειρηματικότητα ως παράγοντας ανάπτυξης και απασχόλησης», Θεσσαλονίκη, 29.11.2006).

➤ Έλλειψη αυτοπεποίθησης

Επιχειρηματικότητα και αυτοπεποίθηση είναι έννοιες στενά συνδεδεμένες εφόσον η απόφαση έναρξης μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας χαρακτηρίζεται, τις περισσότερες φορές, από αβεβαιότητα όσον αφορά στην επιτυχία της. Και αυτή η αβεβαιότητα πηγάζει από τη χαμηλή αυτοπεποίθηση σχετικά με τα προσόντα και τις ικανότητες που απαιτούνται για την έναρξη και διαχείριση μιας επιχείρησης. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι περισσότερες γυναίκες αποφασίζουν να ιδρύσουν τη δική τους επιχείρηση κυρίως σε ηλικία μεταξύ 36 και 45 ετών, (Ημερίδα του Β.Ε.Θ «Η γυναικεία επιχειρηματικότητα ως παράγοντας ανάπτυξης και απασχόλησης», Θεσσαλονίκη, 29.11.2006).

➤ Έλλειψη γνωστικού κεφαλαίου

Είναι στοιχείο το οποίο οφείλεται στο γεγονός ότι οι γυναίκες δεν είναι ιδιαίτερα εξοικειωμένες με τις νέες μεθόδους διοίκησης και παραγωγής. Αυτό έχει ως επακόλουθο και την αντιμετώπιση προβλημάτων σχετικά με τις διοικητικές και κανονιστικές απαιτήσεις αλλά και με την εύρεση του καλύτερου τρόπου για την είσοδο της επιχείρησής τους στην αγορά αλλά και την επέκτασή της. Βέβαια, το φαινόμενο αυτό μειώνεται όλο και περισσότερο καθώς το επίπεδο μόρφωσης και κατάρτισής τους αυξάνεται χρόνο με το χρόνο, (Apergis & Pekka-Economou, 2010: 9, European Commission, 2004: 10).

➤ Έλλιπής πρόσβαση στην πληροφόρηση

Αποτελεί πρόβλημα άμεσα συνδεδεμένο με την ελλιπή δικτύωση των γυναικών σε συνδέσμους. Οι σύνδεσμοι βοηθούν στην καλύτερη και αμεσότερη ενημέρωση σχετικά με προγράμματα, επιδοτήσεις και νέες μεθόδους οργάνωσης και διοίκησης επιχειρήσεων που έχουν ως στόχο τους την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας, (Ημερίδα του Β.Ε.Θ «Η γυναικεία επιχειρηματικότητα ως

παράγοντας ανάπτυξης και απασχόλησης», Θεσσαλονίκη, 29.11.2006, Apergis & Pekka-Economou, 2010: 9).

➤ Προγράμματα επιμόρφωσης

Η απουσία τους ή ακόμα και ο περιορισμένος αριθμός τους, εμποδίζει τις γυναίκες να πάρουν τις απαραίτητες πληροφορίες ώστε να ξεκινήσουν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα και να βελτιώνονται σιγά σιγά. Τα προγράμματα αυτά βοηθούν επίσης και στο να δώσουν τις απαραίτητες γνώσεις σχετικά με την είσοδο και την ανάπτυξη των επιχειρήσεων τους στην αγορά, ή ακόμα και την έξοδό τους από αυτή.

Γεγονός είναι ότι η ελλιπής πληροφόρηση είναι άμεσα συνδεδεμένη με το ότι δεν υπάρχει η απαραίτητη οργάνωση από την πλευρά του κράτους έτσι ώστε να παρέχει κατάλληλα σεμινάρια επιμόρφωσης και κατεύθυνσης των γυναικών σε τομείς που χρειάζονται τη δημιουργία επιχειρήσεων, (Ημερίδα του Β.Ε.Θ «Η γυναικεία επιχειρηματικότητα ως παράγοντας ανάπτυξης και απασχόλησης», Θεσσαλονίκη, 29.11.2006).

Κλείνοντας, γίνεται κατανοητό ότι αποτέλεσμα όλων των παραπάνω είναι η δημιουργία επιχειρήσεων που στερούνται αξιοπιστίας στη σύγχρονη αγορά όπου όλη η βαρύτητα δίνεται στην ανάπτυξη και την κερδοφορία. Το γεγονός αυτό οδηγεί στην εντύπωση ότι οι επιχειρήσεις που ανήκουν ή διοικούνται από γυναίκες έχουν χαμηλότερες επιδόσεις, (Marlow, Henry, Carter, 2009: 145).

5.7 Παράγοντες που Επηρεάζουν τη Γυναικεία Επιχειρηματικότητα

Τα τελευταία χρόνια ένας πολύ αποτελεσματικός τρόπος που έχει εισαχθεί για την ενθάρρυνση, τη δικτύωση, την πληροφόρηση και την καθοδήγηση των γυναικών που θέλουν να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά είναι η προβολή κατάλληλων δράσεων στο διαδίκτυο από φορείς και οργανισμούς που υπήρχαν και στήριζαν τη γυναικεία επιχειρηματικότητα, αλλά και από νέους. Μέσα από εκεί, οι ενδιαφερόμενες γυναίκες μπορούν να ενημερωθούν άμεσα και γρήγορα, χωρίς να χρειάζεται να πηγαίνουν στο χώρο του κάθε φορέα ή του κάθε οργανισμού. Οι πληροφορίες που μπορούν να ανακτήσουν εξαρτώνται από τα όσα πραγματοποιεί ο κάθε φορέας/οργανισμός. Συγκεκριμένα, μπορούν να ενημερωθούν για επιδοτούμενα διάφορα προγράμματα, συνέδρια, σεμινάρια, εκδηλώσεις.

Ένα παράδειγμα μιας τέτοιας προσπάθειας, δίνεται παρακάτω με την ιστοσελίδα «Women in Action» που σχεδιάστηκε για τους σκοπούς της παρούσης διπλωματικής εργασίας και αποτελεί το καινοτόμο στοιχείο της.



Privacy Policy · Contact Us · Site Map

Women In Action Αρχική Νέα Επικοινωνία Χρήσιμα links

Αρχική

Μέσα από τη σελίδα μας «Women In Action» προσπαθούμε να σας ενθαρρύνουμε στην ανάληψη της επιχειρηματικής δραστηριότητας που έχετε ονειρευτεί.

Σας ενημερώνουμε για τους τρόπους μέσα από τους οποίους μπορείτε να εκπληρώσετε το όνειρό σας ώστε να μη μείνει μια ανεκπλήρωτη σκέψη.

Η ενημέρωση αυτή εστιάζεται στις εναλλακτικές επιλογές που έχετε ως προς το ένα πιο εξειδικευμένο είδος δραστηριότητας που μπορείτε να ξεκινήσετε καθώς επίσης και στο κοινό που μπορείτε να προσελκύσετε.

Και όλα αυτά γίνονται μέσω συζητήσεων με ειδικούς προκειμένου να σας κατευθύνουμε στη σωστή πορεία μέσα από σταθερά βήματα.



© 2012 Etina Vraka.

Women In Action

Αρχική

Νέα

Επικοινωνία

Χρήσιμα links

Ταυτότητα

Πως ξεκίνησε

Ιδρυτικά Μέλη

Όραμα

Σε ποιόν απευθύνεται

Αποστολή

Αρχική

Μέσα από τη σελίδα μας «Women In Action» επιχειρηματικής δραστηριότητας που έχετε σ

Σας ενημερώνουμε για τους τρόπους μέσα από τους οποίους μπορείτε να εκπληρώσετε το όνειρό σας ώστε να μη μείνει μια ανεκπλήρωτη σκέψη.

Η ενημέρωση αυτή εστιάζεται στις εναλλακτικές επιλογές που έχετε ως προς το ένα πιο εξειδικευμένο είδος δραστηριότητας που μπορείτε να ξεκινήσετε καθώς επίσης και στο κοινό που μπορείτε να προσελκύσετε.

Και όλα αυτά γίνονται μέσω συζητήσεων με ειδικούς προκειμένου να σας κατευθύνουμε στη σωστή πορεία μέσα από σταθερά βήματα.



Women In Action

Αρχική

Νέα

Επικοινωνία

Χρήσιμα links

Ταυτότητα

Πως ξεκίνησε

Ιδρυτικά Μέλη

Όραμα

Σε ποιόν απευθύνεται

Αποστολή

Αρχική

Μέσα από τη σελίδα μας «Women In Action» επιχειρηματικής δραστηριότητας που έχετε σ

Σας ενημερώνουμε για τους τρόπους μέσα από τους οποίους μπορείτε να εκπληρώσετε το όνειρό σας ώστε να μη μείνει μια ανεκπλήρωτη σκέψη.

Η ενημέρωση αυτή εστιάζεται στις εναλλακτικές επιλογές που έχετε ως προς το ένα πιο εξειδικευμένο είδος δραστηριότητας που μπορείτε να ξεκινήσετε καθώς επίσης και στο κοινό που μπορείτε να προσελκύσετε.

Και όλα αυτά γίνονται μέσω συζητήσεων με ειδικούς προκειμένου να σας κατευθύνουμε στη σωστή πορεία μέσα από σταθερά βήματα.



Πως ξεκίνησε

Είμαστε 3 γυναίκες από διαφορετικούς επιστημονικούς κλάδους.

Φίλες από παλιά, γνωρίζοντας η μια τους στόχους της άλλης και με απώτερο σκοπό την εξέλιξη της επιχειρηματικότητας αρχικά στην πόλη μας, χωριστήκαμε για τις σπουδές μας.

Επιστρέφοντας, αποφασίσαμε πως θέλαμε να βοηθήσουμε, με κάποιον τρόπο, νέες γυναίκες- όπως εμείς- με όνειρό τους το επιχειρείν ως καριέρα.

Έτσι δημιουργήθηκε το "Women in Action" για την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας.



Πως ξεκίνησε

Είμαστε 3 γυναίκες από διαφορετικούς επιστημονικούς κλάδους.

Φίλες από παλιά, γνωρίζοντας η μια τους στόχους της άλλης και με απώτερο σκοπό την εξέλιξη της επιχειρηματικότητας αρχικά στην πόλη μας, χωριστήκαμε για τις σπουδές μας.

Επιστρέφοντας, αποφασίσαμε πως θέλαμε να βοηθήσουμε, με κάποιον τρόπο, νέες γυναίκες- όπως εμείς- με όνειρό τους το επιχειρείν ως καριέρα.

Έτσι δημιουργήθηκε το "Women in Action" για την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας.



Όραμα

Αδιαφορητικότητα, οι ιδέες των γυναικών είναι ξεχωριστές και πολλές φορές μπορούν να χαρακτηριστούν και καινοτόμες.

Όταν οι γυναίκες αντιλαμβάνονται τις δυνατότητές τους και ενθαρρύνονται για να τις αξιοποιήσουν, είναι ικανές να κάνουν θαύματα. Παραδοσιακά, η Ελληνική κοινωνία δεν έχει, μέχρι στιγμής, ενθαρρύνει όσο θα έπρεπε τις γυναίκες ν' ακολουθήσουν το δρόμο του επιχειρείν. Πάντα τους προτείνονται πιο «ασφαλείς», υπαλληλικές επιλογές.

Η οικονομία της χώρας μας, όμως, χρειάζεται υγιείς, καινοτόμες, εξωστρεφείς, ανθρώπινες επιχειρήσεις και για να τις αποκτήσει, πρέπει να υποστηρίξει και να ενισχύσει τις Ελληνίδες.

Το όραμά μας είναι να δούμε την ολοένα και μεγαλύτερη συμμετοχή των Ελληνίδων στον επιχειρηματικό στίβο. Να παίρνουν τη θέση που τους ανήκει και να παίζουν σημαντικό ρόλο στη σύγχρονη πραγματικότητα.



Όραμα

Αδιαφορητικότητα, οι ιδέες των γυναικών είναι καινοτόμες.

Όταν οι γυναίκες αντιλαμβάνονται τις δυνατότητές τους και ενθαρρύνονται για να τις αξιοποιήσουν, είναι ικανές να κάνουν θαύματα. Παραδοσιακά, η Ελληνική κοινωνία δεν έχει, μέχρι στιγμής, ενθαρρύνει όσο θα έπρεπε τις γυναίκες ν' ακολουθήσουν το δρόμο του επιχειρείν. Πάντα τους προτείνονται πιο «ασφαλείς», υπαλληλικές επιλογές.

Η οικονομία της χώρας μας, όμως, χρειάζεται υγιείς, καινοτόμες, εξωστρεφείς, ανθρώπινες επιχειρήσεις και για να τις αποκτήσει, πρέπει να υποστηρίξει και να ενισχύσει τις Ελληνίδες.

Το όραμά μας είναι να δούμε την ολοένα και μεγαλύτερη συμμετοχή των Ελληνίδων στον επιχειρηματικό στίβο. Να παίρνουν τη θέση που τους ανήκει και να παίζουν σημαντικό ρόλο στη σύγχρονη πραγματικότητα.



Αποστολή

Στην αποστολή μας εντάσσονται τα εξής:

- Ενίσχυση, υποστήριξη, δικτύωση και προώθηση των νέων γυναικών-επιχειρηματιών, μέσα απ' την έρευνα (για θέματα σχετικά με τη γυναικεία επιχειρηματικότητα- από τη δημιουργία μιας επιχείρησης και τη χρηματοδότησή της μέχρι την εκπαίδευση, τη συμβουλευτική και τη δικτύωση σε όλα τα επίπεδα) και την πληροφόρηση, έτσι ώστε να μπορούν να πετύχουν τους επιχειρηματικούς τους στόχους.
- Παροχή συμβουλών και ηθικής υποστήριξης στις γυναίκες-επιχειρηματίες.
- Προσέγγιση και ενημέρωση νέων γυναικών που επιθυμούν να ξεκινήσουν μια δική τους επιχείρηση, για τα ζητήματα που αφορούν στο γυναικείο επιχειρείν.
- Οργάνωση σχετικών εκπαιδευτικών σεμιναρίων και workshops.
- Συνεργασία με κοινωνικούς, επαγγελματικούς και μη-κυβερνητικούς οργανισμούς σε εθνικό, Ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο, για ανταλλαγή πληροφοριών και προώθηση των συμφερόντων των νέων γυναικών-επιχειρηματιών.
- Συνεργασία με τις αντίστοιχες κρατικές αρχές προκειμένου να τους ενημερώνουμε για τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι νέες γυναίκες-επιχειρηματίες, καθώς και για την ανάγκη «απόκτησης» ευνοϊκής νομοθεσίας για την ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας.
- Συμμετοχή σε εθνικές και διεθνείς επιτροπές, συμβούλια, συνέδρια, συμπόσια, εκδηλώσεις κ.λπ., σχετικά με τους στόχους της Οργάνωσης.
- Συνεισφορά στη δημιουργία θετικού οικογενειακού περιβάλλοντος για την εργαζόμενη γυναίκα, μητέρα, κόρη, σύζυγο, ώστε να αποδίδει επαγγελματικά και παραγωγικά. Εξασφάλιση ενεργού συνεισφοράς του κράτους (βοήθεια στις εργαζόμενες μητέρες).



Women In Action

Αρχική

Νέα

Επικοινωνία

Χρήσιμα links

Αρχική

Μέσα από τη σελίδα μας «Women In Action» επιχειρηματικής δραστηριότητας που έχετε σκεφτεί, μπορούμε στην ανάλυση της

Σας ενημερώνουμε για τους τρόπους μέσα από τους οποίους μπορείτε να εκπληρώσετε το όνειρό σας ώστε να μη μείνει μια ανεκπλήρωτη σκέψη.

Η ενημέρωσή αυτή εστιάζεται στις εναλλακτικές επιλογές που έχετε ως προς το ένα πιο εξειδικευμένο είδος δραστηριότητας που μπορείτε να ξεκινήσετε καθώς επίσης και στο κοινό που μπορείτε να προσελκύσετε.

Και όλα αυτά γίνονται μέσω συζητήσεων με ειδικούς προκειμένου να σας κατευθύνουμε στη σωστή πορεία μέσα από σταθερά βήματα.



Women In Action

Αρχική

Νέα

Επικοινωνία

Χρήσιμα links

Ιδρυτικά μέλη

Τρεις γυναίκες, από διαφορετικούς επιστημονικούς κλάδους, με ένα κοινό δράμα, συσπείρωσαν τις δυνάμεις τους για να δημιουργήσουν την πρωτοβουλία Women in Action.

- Βράκα Ασημίνα
- Βράκα Ελένη
- Σοφιάδη Βασιλική-Ζωή



Privacy Policy Contact Us Site Map

Women In Action Αρχική Νέα Επικοινωνία Χρήσιμα links

Ιδρυτικά μέλη

Τρεις γυναίκες, από διαφορετικούς επιστημονικούς τομείς, αποφάσισαν να δημιουργήσουν την πρωτοβουλία Women in Action, συσπειρώσαν τις δυνάμεις και δημιούργησαν το Women in Action.

- Βράκα Ασημίνα
- Βράκα Ελένη
- Σοφιάδη Βασιλική-Ζωή



© 2012 Elina Vraka.

Privacy Policy Contact Us Site Map

Women In Action Αρχική Νέα Επικοινωνία Χρήσιμα links

Σε ποιόν απευθύνεται

Το Women in Action δημιουργήθηκε για να υποστηρίξει όλες τις γυναίκες-επιχειρηματίες, εστιάζοντας στις νεότερες, νέες επιχειρηματίες, 25 έως 35 ετών.

Ελα κοντά μας και θα βρεις, σίγουρα, την υποστήριξη που ψάχνεις.

Η Αν δεν βρίσκεις ήδη την απάντηση στα ερωτήματά σου σ' αυτήν την ιστοσελίδα, πήγαινε στην ενότητα «Επικοινωνία» και στείλε μας την ερώτησή σου. Θα απαντήσουμε όσο το δυνατόν συντομότερα!



© 2012 Elina Vraka.

Σε ποιόν απευθύνεται

Το Women in Action δημιουργήθηκε για να υποστηρίξει όλες τις γυναίκες-επιχειρηματίες, εστιάζοντας στις νεότερες, νέες επιχειρηματίες, 25 έως 35 ετών.

Έλα κοντά μας και θα βρεις, σίγουρα, την υποστήριξη που ψάχνεις.

Η Αν δεν βρίσκεις ήδη την απάντηση στα ερωτήματά σου σ' αυτήν την ιστοσελίδα, πήγαινε στην ενότητα «Επικοινωνία» και στείλε μας την ερώτησή σου. Θα απαντήσουμε όσο το δυνατόν συντομότερα!



Τομείς και δράσεις

Προκειμένου να σας βοηθήσουμε, τώρα που αναλαμβάνετε την επιχειρηματική σας δραστηριότητα, στοχεύουμε να σας επιστημονούμε τις απαραίτητες ενέργειες με απώτερο σκοπό να βοηθήσετε την επιχείρησή σας να εξελιχθεί. Έτσι, σας βοηθάμε να εστιάσετε σε τρεις τομείς:

1. Εστίαση στην πραγματικότητα - τι συμβαίνει πραγματικά.

- Τι συμβαίνει πραγματικά (και όχι τι φοβάσαι πως μπορεί να συμβεί);
- Τι μπορείς να αλλάξεις σε αυτή την κατάσταση;

2. Εστίαση σε μια ευρύτερη προοπτική – ποιος διαφορετικός τρόπος υπάρχει για να δείτε τα πράγματα.

- Με ποιο διαφορετικό τρόπο μπορείς να δεις αυτή την κατάσταση;
- Πως μπορεί οι ανταγωνιστές σου να δουν αυτή την κατάσταση;
- Τι μπορεί να μάθεις από αυτούς;
- Ποιοι είναι οι κίνδυνοι και ποια τα οφέλη από αυτή την αλλαγή;
- Κάποιος «σοφός» πώς θα σε καθοδηγούσε;

3. Εστίαση στην προσωπική συμπεριφορά – τι πρέπει να κάνω.

- Τι μπορείς να ελέγξεις στη συμπεριφορά σου λαμβάνοντας υπόψη αυτή την κατάσταση;
- Πώς μπορείς να αναλάβεις δράση από εδώ και πέρα ώστε να μπορέσεις να εξελιχθείς;

Με τη βοήθειά μας θα μπορέσεις να απαντήσεις σε όλα αυτά τα ερωτήματα. Έτσι, την επόμενη φορά που μπορεί να βρεθείς σε μια κατάσταση που δε μπορείς να διαχειριστείς εύκολα, έχοντας αποκτήσει εμπειρία μέσω των απαντήσεων που θα δώσεις με τη βοήθειά μας σε αυτά τα ερωτήματα, θα μπορέσεις να την ξεπεράσεις αντιμετωπίζοντάς τη «κατά μέτωπο».



Σε ποιόν απευθύνεται

Το Women in Action δημιουργήθηκε για να υποστηρίξει όλες τις γυναίκες-επιχειρηματίες, εστιάζοντας στις νεότερες, νέες επιχειρηματίες, 25 έως 35 ετών.

Έλα κοντά μας και θα βρεις, σίγουρα, την υποστήριξη που ψάχνεις.

Η Αν δεν βρίσκεις ήδη την απάντηση στα ερωτήματά σου σ' αυτήν την ιστοσελίδα, πήγαινε στην ενότητα «Επικοινωνία» και στείλε μας την ερώτησή σου. Θα απαντήσουμε όσο το δυνατόν συντομότερα!



Εκδηλώσεις, σεμινάρια, συνέδρια, workshops

Το Women in Action σκοπεύει, ξεκινώντας άμεσα, να σου προσφέρει μια σειρά από ευκαιρίες για να μάθεις, να μοιραστείς και να δικτυωθείς, στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.

Η σχέση μας με κοινωνικά και επαγγελματικά δίκτυα, σε τοπικό και διεθνές επίπεδο, μας επιτρέπει να μοιραστόμε γνώση και εμπειρία με γυναίκες-επιχειρηματίες σε όλον τον κόσμο.

Στόχος μας είναι, αξιοποιώντας αυτές τις σχέσεις, να ενισχύσουμε τις νέες επιχειρηματίες στην Ελλάδα.



Εκδηλώσεις, σεμινάρια, συνέδρια, workshops

Το Women in Action σκοπεύει, ξεκινώντας άμεσα, να σου προσφέρει μια σειρά από ευκαιρίες για να μάθεις, να μοιραστείς και να δικτυωθείς, στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.

Η σχέση μας με κοινωνικά και επαγγελματικά δίκτυα, σε τοπικό και διεθνές επίπεδο, μας επιτρέπει να μοιραστούμε γνώση και εμπειρία με γυναίκες-επιχειρηματίες σε όλον τον κόσμο.

Στόχος μας είναι, αξιοποιώντας αυτές τις σχέσεις, να ενισχύσουμε τις νέες επιχειρηματίες στην Ελλάδα.

Είμαι-Θέλω-Κάνω

Φόρμα Επικοινωνίας



Είμαι-Θέλω-Κάνω

Προκειμένου να μπορέσουμε να σε βοηθήσουμε ουσιαστικά στο να γίνει πραγματικότητα η επιχειρηματική δραστηριότητα που έχεις σκεφτεί να αναλάβεις, θα είναι χρήσιμο να μας πεις αναλυτικά τη σκέψη σου.

Σε ποιον τομέα έχεις σκεφτεί να δραστηριοποιηθείς, την πόλη/χωριό που μένεις και το μέρος (αν διαφέρει από τον τόπο κατοικίας σου) που σκέφτεσαι να κάνεις αυτή την επιχείρηση.

Οποιαδήποτε άλλη πληροφορία θεωρείς ότι πρέπει να τη γνωρίζουμε η οποία θα συνεισφέρει στην ομαλότερη και αποτελεσματικότερη έρευνά που θα κάνουμε πάνω στη δραστηριότητα που θες να αναλάβεις, θα είναι χρήσιμο να μας την αναφέρεις.

Στείλτε μας όλες τις απαραίτητες πληροφορίες στο women_inaction@gmail.com

Το συντομότερο δυνατό θα λάβετε μια απάντηση από εμάς, προκειμένου να σας γνωρίσουμε καλύτερα και να συζητήσουμε διεξοδικότερα.



Είμαι-Θέλω-Κάνω

Προκειμένου να μπορέσουμε να σε βοηθήσουμε ουσιαστικά στο να γίνει πραγματικότητα η επιχειρηματική δραστηριότητα που έχεις σκεφτεί να αναλάβεις, θα είναι χρήσιμο να μας πεις αναλυτικά τη σκέψη σου.

Σε ποιον τομέα έχεις σκεφτεί να δραστηριοποιηθείς, την πόλη/χωριό που μένεις και το μέρος (αν διαφέρει από τον τόπο κατοικίας σου) που σκέφτεσαι να κάνεις αυτή την επιχείρηση.

Οποιαδήποτε άλλη πληροφορία θεωρείς ότι πρέπει να τη γνωρίζουμε η οποία θα συνεισφέρει στην ομαλότερη και αποτελεσματικότερη έρευνα που θα κάνουμε πάνω στη δραστηριότητα που θες να αναλάβεις, θα είναι χρήσιμο να μας την αναφέρεις.

Στείλτε μας όλες τις απαραίτητες πληροφορίες στο women_inaction@gmail.com

Το συντομότερο δυνατό θα λάβετε μια απάντηση από εμάς, προκειμένου να σας γνωρίσουμε καλύτερα και να συζητήσουμε διεξοδικότερα.



Φόρμα επικοινωνίας

Όνομα:

Διεύθυνση:

Πόλη:

e-mail:

Σχόλια/Μήνυμα:

Αποστολή



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

Είμαι-Θέλω-Κάνω

Προκειμένου να μπορέσουμε να σε βοηθήσουμε ουσιαστικά στο να γίνει πραγματικότητα η επιχειρηματική δραστηριότητα που έχεις σκεφτεί να αναλάβεις, θα είναι χρήσιμο να μας πεις αναλυτικά τη σκέψη σου.

Σε ποιον τομέα έχεις σκεφτεί να δραστηριοποιηθείς, την πόλη/χωριό που μένεις και το μέρος (αν διαφέρει από τον τόπο κατοικίας σου) που σκέφτεσαι να κάνεις αυτή την επιχείρηση.

Οποιαδήποτε άλλη πληροφορία θεωρείς ότι πρέπει να τη γνωρίζουμε η οποία θα συνεισφέρει στην ομαλότερη και αποτελεσματικότερη άρση που θα κάνουμε πάνω στη δραστηριότητα που θες να αναλάβεις, θα είναι χρήσιμο να μας την αναφέρεις.

Στείλτε μας όλες τις απαραίτητες πληροφορίες στο women_inaction@gmail.com

Το συντομότερο δυνατό θα λάβετε μια απάντηση από εμάς, προκειμένου να σας γνωρίσουμε καλύτερα και να συζητήσουμε διεξοδικότερα.



© 2012 Etina Vraka.

Χρήσιμα Links

Women on Top: <http://www.womenontop.gr>

Ελληνικός Σύνδεσμος Νέων Επιχειρημάτων: <http://www.esvne.gr>

Business Mentors (Supporting Women Entrepreneurs - European Commission): <http://www.businessmentors.gr>

Teachers without Borders: <http://www.twbgreece.gr>

Loft 2 Work: <http://loft2work.gr>

Startup Line Athens: <http://startuplive.in.athens>

Εθνικό Επιμελητηριακό Δίκτυο Ελληνίδων Γυναικών Επιχειρηματιών: <http://www.grcwn.gr/>



© 2012 Etina Vraka.

5.8 Οργανισμοί για Προώθηση και Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας

Παρακάτω παρατίθενται οι οργανισμοί που έχουν ιδρυθεί στην Ελλάδα προκειμένου να βοηθήσουν τις γυναίκες να ξεκινήσουν την επιχειρηματική τους δράση. Σε κάθε οργανισμό αναφέρονται και οι τρόποι συνεισφοράς του.

Πίνακας 5. 4: Οργανισμοί Προώθησης και Ενίσχυσης Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα

Οργανισμός	Είδος	Σκοπός	Υπηρεσίες που παρέχει
Αναπτυξιακό Κέντρο Θράκης	Κέντρο Πληροφόρησης και Προσανατολισμού Γυναικών	<ol style="list-style-type: none"> 1. Παροχή πληροφοριών και προσανατολισμού σε θέματα εργασίας και επιχειρηματικότητας 2. Ευαισθητοποίηση της τοπικής κοινωνίας στα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες στην αγορά εργασίας. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές 4. Δικτύωση
ACME Εκπαιδευτική	Εκπαιδευτικός Οργανισμός	Παροχή επαγγελματικής εκπαίδευσης και προγραμμάτων για την προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Εκπαίδευση 2. Δικτύωση
Αγροτικοί και Αστικοί Γυναικείοι Συνεταιρισμοί	Υπουργείο Γεωργίας, Ελληνική Ένωση Γεωργίας, Ελληνική Ένωση Αγροτουρισμού, Οικοτεχνία και Ενώσεις Μικρών Βιομηχανιών, Γενική Γραμματεία για την Ισότητα των Φύλων	Στήριξη των (εν δυνάμει) γυναικών επιχειρηματιών μέσω ενώσεων γυναικών.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Πληροφόρηση 2. Συμβουλές 3. Χρηματοδότηση 4. Εκπαίδευση
Μονάδα Πληροφόρησης Γυναικών για την Απασχόληση και την Επαγγελματική Κατάρτιση	Κέντρο Έρευνας της Ισότητας των Φύλων	Δημιουργία δικτύου ικανού να παρέχει <ol style="list-style-type: none"> 1. πληροφόρηση, 2. στήριξη και 3. «συνοδεία» σε εν δυνάμει και νέες γυναίκες επιχειρηματίες.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές 4. Χρηματοδότηση 5. Καθοδήγηση 6. Δικτύωση

Ενιαίο Κέντρο Επαγγελματικής Κατάρτισης Νομού Κυκλάδων «Ηγεμόνη»	Κέντρο Επαγγελματικής Εκπαίδευσης (ΚΕΚ)	Προώθηση 1. Γυναικείας απασχόλησης και επιχειρηματικότητας 2. Γενικής ανάπτυξης ανθρώπινων πόρων	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές 4. Χρηματοδότηση 5. Εκπαίδευση
Ενισχύσεις σε Επενδύσεις- Στήριξη της Επιχειρηματικότητας	Υπουργείο Γεωργίας	Ανάπτυξη πρωτοποριακών δράσεων, που συνδέονται με τον κλάδο της γεωργίας, υπέρ της γυναικείας επιχειρηματικότητας.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές 4. Χρηματοδότηση 5. Εκπαίδευση
Ενίσχυση της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας	Ελληνικός Οργανισμός για Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις	Παροχή οικονομικής στήριξης σε (εν δυνάμει) γυναίκες επιχειρηματίες με σκοπό να τις βοηθήσουν να χρησιμοποιήσουν σωστά τις γνώσεις τους, τη μόρφωσή τους και τα ταλέντα τους.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Χρηματοδότηση
Γραφείο Ισότητας Νομού Μαγνησίας	Γραφείο για Ισότητα Φύλων	Συνεισφορά στη συνεργασία και ευαισθητοποίηση των υπηρεσιών, των οργανισμών και των κοινωνικών ομάδων για τη δημιουργία μηχανισμών και δομών για την προώθηση θεμάτων ίσων ευκαιριών.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Εκπαίδευση 4. Δικτύωση
Γραφείο Ισότητας των Φύλων	Γραφείο για Ισότητα Φύλων	Σχεδίαση και εφαρμογή προγραμμάτων υποστήριξης του γυναικείου εργατικού δυναμικού μέσω προώθησης ίσων ευκαιριών για την ενσωμάτωσή τους στην αγορά εργασίας.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Χρηματοδότηση 4. Δικτύωση
Καλλιπάτειρα- Κέντρο Στήριξης Γυναικείας Επιχειρηματικότητας	Κέντρο Στήριξης Γυναικείας Απασχόλησης και Επιχειρηματικότητας	Προσφορά στήριξης σε γυναίκες προκειμένου να ενισχυθεί η τοπική επιχειρηματικότητα και οικονομία.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές 4. Εκπαίδευση 5. Δικτύωση
Κέντρο Ενημέρωσης Δήμητρα	Κέντρο Ενημέρωσης	Υποστήριξη γυναικών μέσω προγραμμάτων που δείχνουν ευαισθητοποίηση σε κοινωνικές ομάδες του πληθυσμού.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές 4. Εκπαίδευση

			5. Δικτύωση
Κέντρο Επαγγελματικής Κατάρτισης και Έρευνας της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης Μαγνησίας	Κέντρο Επαγγελματικής Εκπαίδευσης και Έρευνας της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης Μαγνησίας	Προώθηση (εν δυνάμει) γυναικών επιχειρηματιών μέσω 1. Εκπαίδευσης 2. ερευνητικών μελετών και 3. υπηρεσιών παροχής συμβουλών.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές 4. Δικτύωση
Κέντρο Εργάνη	Κέντρο Εργάνη	Προώθηση γυναικείας επιχειρηματικότητας και δημιουργία υποστηρικτικού δικτύου για τις γυναίκες που είναι νέες επιχειρηματίες.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές 4. Καθοδήγηση 5. Δικτύωση
Κέντρο Γυναικών Καρδίτσας	Κέντρο Γυναικών Καρδίτσας	Προώθηση γυναικείας επιχειρηματικότητας μέσω παροχής πληροφοριών σε θέματα εκπαίδευσης, μόρφωσης και οικονομικής βοήθειας.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές 4. Χρηματοδότηση 5. Εκπαίδευση 6. Δικτύωση
Κέντρο Στήριξης Γυναικών Νέας Ιωνίας Βόλου	Κέντρο Στήριξης Γυναικών Νέας Ιωνίας Βόλου	Προώθηση και στήριξη γυναικείας επιχειρηματικότητας στο δήμο της Ν.Ιωνίας- περιοχή που έχει σημειώσει υψηλά επίπεδα μη απασχόλησης.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές
Πρόγραμμα Νέων Ελευθέρων Επαγγελματιών	Ελληνικός Οργανισμός Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού	Δημιουργία προγράμματος χρηματοδότησης προκειμένου να στηρίζει άνεργες γυναίκες ηλικίας 18-60 οι οποίες προσπαθούν να επιλύσουν αυτό τους το πρόβλημα εγκαθιστώντας μια νέα επιχείρηση.	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Χρηματοδότηση
Τοπική Ένωση Δήμων και Κοινοτήτων ΤΕΔΚ Νομού Κορινθίας	Τοπική Ένωση Δήμων και Κοινοτήτων ΤΕΔΚ Νομού Κορινθίας	1. Παροχή πληροφοριών για σχετικά προγράμματα υποστήριξης μέσω γυναικών συμβούλων επιχειρήσεων 2. Προσφορά τεχνικής υποστήριξης	1. Στήριξη για νεοσύστατες επιχειρήσεις 2. Πληροφόρηση 3. Συμβουλές

Πηγή: (European Commission, 2002, p.23)

Σύμφωνα με τον πίνακα 5.4, είναι φανερό ότι η Ελλάδα διαθέτει πολύ σημαντικό αριθμό οργανισμών οι οποίοι ασχολούνται με τη γυναικεία επιχειρηματικότητα. Φαίνεται, μάλιστα, ότι οι διευκολύνσεις που παρέχουν στις γυναίκες είναι ιδιαίτερα αξιόλογες.

5.9 Συμπεράσματα

Στο παρόν κεφάλαιο, έγινε ανάλυση της έννοιας της γυναικείας επιχειρηματικότητας η οποία βρίσκεται σε άμεση συσχέτιση με την ανάπτυξη της οικονομίας και την εξέλιξη της κοινωνίας. Ουσιαστικά, οι γυναίκες κάνουν αισθητή την παρουσία τους στις επιχειρήσεις έπειτα από τη θεσμοθέτηση που αφορά θέματα σχετικά με την ισότητα των δύο φύλων. Το γεγονός αυτό είναι καθοριστικής σημασίας τόσο για τη σταθερότητα όσο και για την ανθεκτικότητα των τοπικών κοινωνιών, αλλά και τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Παρόλο όμως που η εισοδος των γυναικών στην επιχειρηματικότητα έχει καθιερωθεί τα τελευταία 15 χρόνια, υπάρχουν αρκετές διαφορές ανάμεσα στα δύο φύλα που αναλαμβάνουν να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση, το υπόβαθρό τους και τον τρόπο δραστηριοποίησής τους.

Συγκεκριμένα για την Ελλάδα, το ποσοστό των γυναικών που συμμετέχουν στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων φτάνει το 30% το οποίο είναι αρκετά χαμηλό και αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι το ποσοστό που καταγράφεται στη χώρα μας για την επιχειρηματικότητα ανάγκης ως κίνητρο για ανάληψη επιχειρηματικής δράσης είναι το δεύτερο υψηλότερο ανάμεσα στις χώρες της καινοτομίας. Και στις αναπτυσσόμενες χώρες υπερτερεί η επιχειρηματικότητα ανάγκης εξαιτίας του γεγονότος ότι υπάρχει δυσκολία εισόδου σε καθιερωμένες αγορές εργασίας. Βέβαια, πολλές φορές η προτίμηση των γυναικών των αναπτυγμένων χωρών στη μισθωτή εργασία είναι αποτέλεσμα της παροχής σημαντικών διευκολύνσεων στην εργαζόμενη μητέρα, εφόσον η αδυναμία εύρεσης της κατάλληλης ισορροπίας αποτελεί στην ουσία έναν από τους ανασταλτικούς παράγοντες για τις γυναίκες προκειμένου να ξεκινήσουν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα. Στους ανασταλτικούς παράγοντες ανήκουν και η έλλειψη αυτοπεποίθησης και γνωστικού κεφαλαίου, η ελλιπής πρόσβαση στην πληροφόρηση, η απουσία προγραμμάτων επιμόρφωσης καθώς και η δυσκολία εύρεσης χρηματοδότησης.

Καταλυτικό ρόλο στην επιχειρηματική δραστηριότητα έχουν και τα κοινωνικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας. Μελετώντας, λοιπόν, αυτά τα χαρακτηριστικά γίνεται αντιληπτό πως όσο εξελίσσεται η οικονομία, αλλάζουν και οι λόγοι επιλογής της επιχειρηματικής δράσης. Φτάνοντας, λοιπόν, στις οικονομίες με γνώμονα την καινοτομία, κύριο χαρακτηριστικό τους είναι η μεγαλύτερη ανταγωνιστικότητα και η εστίαση επιχειρηματικής δράσης σε επιχειρήσεις που στηρίζονται στη γνώση. Παρατηρείται, μάλιστα, καθώς εξελίσσεται η οικονομία, παρόμοια «τάση», στα ποσοστά αντρών και γυναικών στις επιλογές τους ως προς την ανάληψη της επιχειρηματικής δράσης.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΝ

Επιλεγμένη Βιβλιογραφία 5^ο Κεφαλαίου

Acs Z., Szerb L., 2012, Global Entrepreneurship & Development Index, 2nd Edition, George Mason University, GEDI, Published by Edward Elgar.

Apergis N. & Pekka-Economou V., 2010, Incentives and Female Entrepreneurial Activity: Evidence from Panel Firm Level Data, IAER, Spriger, Vol. 16.2010, 4, p. 371-387.

Brush C., Anne De Bruin, Gatewood E., Henry C., Women Entrepreneurs and the Global Environment for Growth, The DIANA Group 2010, MPG Books Group, Published by Edward Elgar.

European Commission, 2004, Women Entrepreneurs - Teeing up for Success, Directorate General.

European Commission, 2012, Progress on Equality between Women and Men in 2011, Staff Working Document.

GEM, Bosma N., Wennekers S., Amorós E. J., 2012, 2011 Extended Report: Entrepreneurs and Entrepreneurial Employees across the Globe.

GEM, Kelley J. D., Brush G. C., Greene G. P., Litovsky Y., 2011, 2010 Report: Women's Report, Executive Report.

Marlow S., Henry C., Carter S., 2009, Exploring the Impact of Gender upon Women's Business Ownership, Vol 27(2): 139-148, International Small Business Journal, Published by SAGE.

Minniti M., Naude W., 2010, What Do We Know about the Patterns and Determinants of Female Entrepreneurship across Countries?, Vol. 22, p. 277-293, European Journal of Development Research.

Valencia M., The Female-Entrepreneurship Field: 1990-2004, International Conference 2005, ESADE.

Ημερίδα του Β.Ε.Θ «Η γυναικεία επιχειρηματικότητα ως παράγοντας ανάπτυξης και απασχόλησης», Θεσσαλονίκη, 29.11.2006.

IOBE, Ιωαννίδης Σ., Τσακανίκας Α., 2007, Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2006-2007, Ετήσια Έκθεση, Αθήνα, Νοέμβριος.

IOBE, Ιωαννίδης Σ., Τσακανίκας Α., 2008, Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2007-2008, Ετήσια Έκθεση, Αθήνα, Νοέμβριος.

IOBE, Ιωαννίδης Σ., Τσακανίκας Α., Χατζηχρήστου Σ., 2010, Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2009-2010: Αναζητώντας Διέξοδο από την Κρίση, Δελτίο Τύπου, Αθήνα, Δεκέμβριος.

IOBE, Ιωαννίδης Σ., Χατζηχρήστου Σ., 2012, Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2010-2011, Η «Μικρή» Επιχειρηματικότητα σε Περίοδο Κρίσης, Δελτίο Τύπου, Αθήνα, Ιανουάριος.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

Παράρτημα I (GEM)

Το Παρατηρητήριο για την Επιχειρηματικότητα - GEM

Το Global Entrepreneurship Monitor (GEM), είναι το μοναδικό ερευνητικό πρόγραμμα που υπάρχει παγκοσμίως. Η δραστηριότητά του επικεντρώνεται στη μελέτη και στη συγκριτική ανάλυση της επιχειρηματικότητας σε συγκεκριμένες χώρες του πλανήτη. Το πρόγραμμα ξεκίνησε το 1999, όπου συμμετείχαν 10 χώρες. Το 2004, ο αριθμός των χωρών που συμμετείχαν έφτασε στις 34. Πλέον, συμμετέχουν 54 χώρες. Το London Business School (Μ. Βρετανία) και το Babson College (ΗΠΑ), με τις αντίστοιχες εθνικές ομάδες στις οποίες συγκαταλέγονται κυρίως Πανεπιστήμια και Ερευνητικά Κέντρα, έχουν αναλάβει το συντονισμό του έργου του GEM, (http://www.iobe.gr/index.asp?a_id=334).

Στόχος του GEM είναι η δημιουργία μιας ετήσιας αξιολόγησης κάθε επιπέδου επιχειρηματικής δραστηριότητας στο σύνολο των χωρών που μελετώνται και να επισημανθούν οι παράγοντες που επεξηγούν τις διαφορές που παρατηρούνται σε αυτή τη δραστηριότητα. Πιο αναλυτικά, το GEM στοχεύει στο να μετρήσει αρχικά το επίπεδο της επιχειρηματικότητας σε μια χώρα και να δώσει μια εξήγηση πάνω στις διαφορές που συναντώνται ανάμεσα σε αυτή τη συγκεκριμένη χώρα και στις υπόλοιπες που μελετώνται. Έπειτα, «αποκαλύπτει» τους παράγοντες που οδηγούν την επιχειρηματικότητα σε ικανοποιητικά επίπεδα και τέλος προτείνει πολιτικές ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας σε μια χώρα, (http://www.iobe.gr/index.asp?a_id=334).

Από το 2003 στις δραστηριότητες του IOBE (Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών) περιλαμβάνεται η συμμετοχή στο διεθνές πρόγραμμα Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Η συμμετοχή του IOBE στο πρόγραμμα GEM έχει δύο σκέλη. Το πρώτο σκέλος της συμμετοχής του έχει να κάνει με την ευθύνη που φέρει *«για την άρτια διεξαγωγή των αναγκαίων ερευνών στον ελληνικό πληθυσμό, την επεξεργασία των αποτελεσμάτων με βάση την κοινή μεθοδολογία και την ένταξη τους στο διεθνές αναλυτικό πλαίσιο του GEM»*. Αυτό είναι απαραίτητο προκειμένου να είναι δυνατή η διεθνής συγκρισιμότητα των στοιχείων. Το δεύτερο σκέλος της συμμετοχής του αφορά στην ευθύνη που φέρει για τη συγγραφή της Ετήσιας Έκθεσης για την Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, δίνοντας βαρύτητα *«στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά*

που έχει η επιχειρηματικότητα στη χώρα μας και αποσκοπεί να αναδείξει τις εθνικές της ιδιαιτερότητες και να καταλήξει σε προτάσεις πολιτικής που λαμβάνουν υπόψη τα ιδιαίτερα εθνικά χαρακτηριστικά», (http://www.iobe.gr/index.asp?a_id=334).

Ουσιαστικά, λοιπόν, το GEM αποτελεί έτσι το μοναδικό πρόγραμμα το οποίο έχει τη δυνατότητα να παρέχει μία συγκριτική αξιολόγηση (benchmark) του επιπέδου της επιχειρηματικότητας σε ένα ευρύ σύνολο χωρών. Έπειτα από την κατάλληλη συγκέντρωση του υλικού που προκύπτει από αυτή την έρευνα, οι συντονιστές του προγράμματος διαμορφώνουν την ετήσια παγκόσμια έκθεση (Global Report) στην οποία περιγράφεται η εξέλιξη της επιχειρηματικότητας σε παγκόσμιο επίπεδο και παρουσιάζονται οι εθνικές συγκρίσεις που προκύπτουν σε σχέση με τις διάφορες διαστάσεις του ζητήματος. Η ετήσια έκθεση διανέμεται διεθνώς σε κυβερνητικές υπηρεσίες, οργανισμούς και επιχειρήσεις που παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον για το ζήτημα της επιχειρηματικότητας. Υπάρχει δυνατότητα ανάγνωσης αυτής της έκθεσης στο δικτυακό τόπο: www.gemconsortium.org, (http://www.iobe.gr/index.asp?a_id=334).

Το Νέο Εννοιολογικό Μοντέλο του GEM

Το φαινόμενο της επιχειρηματικότητας παρουσιάζει ιδιαίτερη δυσκολία στο να οριστεί με ακρίβεια. Το GEM αρχικά στηρίχτηκε σε ένα γενικό ορισμό και με βάση αυτόν προσπάθησε να μετρήσει την επιχειρηματική δραστηριότητα εμπειρικά. Η πρώτη έρευνα πραγματοποιήθηκε το 1999 σε 10 χώρες. Γεγονός είναι ότι με το γενικό ορισμό δεν ήταν δυνατό να πραγματοποιηθεί σφαιρική μελέτη του φαινομένου. Αυτό οδήγησε στην επικέντρωση της έρευνας κυρίως στην Επιχειρηματικότητα Αρχικών Σταδίων, δηλαδή «τη διαδικασία έναρξης νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων, όπως αυτή περιγράφεται στο πλαίσιο του GEM» (Ιωαννίδης, Τσακανίκας, Χατζηχρήστου, 2008-2009: 19-20).

Ο γενικός ορισμός που επιλέχθηκε να χρησιμοποιηθεί αρχικά θεωρήθηκε ότι θα βοηθούσε στο να γίνει προσέγγιση του φαινομένου χωρίς να υπάρχει επίδραση από τις διαφορετικές μορφές που μπορεί να πάρει η επιχειρηματικότητα στις διάφορες χώρες, καθώς και να μην υπάρχει επίδραση από το επίπεδο ανάπτυξης που σημειώνεται σε κάθε χώρα. Στην πραγματικότητα, αυτή η γενική προσέγγιση να μεν «εξασφάλιζε την απόλυτη συγκρισιμότητα των μετρήσεων σε όλα τα εθνικά περιβάλλοντα», αλλά ταυτόχρονα αποκάλυπτε το εξής παράδοξο: «ότι υψηλή επιχειρηματικότητα αρχικών

σταδίων εμφάνιζαν οι φτωχές και οι πλούσιες χώρες του πλανήτη, ενώ οι ενδιάμεσες κατέγραφαν γενικά χαμηλότερους δείκτες-μια καμπύλη σχήματος U δηλαδή όπως επεσήμαιναν οι εκθέσεις του GEM». Η εξήγηση που δόθηκε στο προαναφερθέν παράδοξο από το εννοιολογικό πλαίσιο του GEM βασίστηκε στη διάκριση που υπάρχει ανάμεσα στην επιχειρηματικότητα ανάγκης και ευκαιρίας, όπου η επιχειρηματικότητα ανάγκης είναι υψηλής σπουδαιότητας στις φτωχές χώρες, ενώ η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας στις πλούσιες, (Ιωαννίδης, Τσακανίκας, Χατζηχρήστου, 2008-2009: 19-20).

Στο σύνολο της πορείας του, το ερευνητικό πρόγραμμα του GEM προκειμένου να αντιμετωπιστούν τα προβλήματα που είχαν προκύψει, έχει εισάγει μια σειρά τροποποιήσεων του αρχικού εννοιολογικού μοντέλου. Έτσι, έχει αναγνωριστεί η σπουδαιότητα της ανάλυσης διαφόρων πλευρών της επιχειρηματικότητας. Επιπλέον, είναι αναγνωρισμένο το γεγονός ότι η κάθε πλευρά της επιχειρηματικότητας έχει ξεχωριστή σημασία, αναλόγως του επιπέδου ανάπτυξης της κάθε χώρας το οποίο ουσιαστικά προσδιορίζεται από το οικονομικό της σύστημα. Αυτός είναι και ο λόγος για τον οποίο πλέον γίνεται διάκριση ανάμεσα σε τρεις τύπους οικονομιών: «εκείνες που βασίζονται στην εκμετάλλευση συντελεστών παραγωγής, εκείνες που βασίζονται στη βελτίωση της αποτελεσματικότητας και εκείνες που βασίζονται στην εισαγωγή καινοτομιών», (Ιωαννίδης, Τσακανίκας, Χατζηχρήστου, 2008-2009: 19-20).

Πίνακας Παραρτήματος 1: GEM, Οικονομίες Ταξινομημένες με Βάση το Επίπεδο Ανάπτυξης και τη Γεωγραφική Θέση, 2010

	<i>Χώρες χαμηλού κόστους</i>	<i>Χώρες βελτίωσης της αποδοτικότητας</i>	<i>Χώρες καινοτομίας</i>
Υπο-Σαχάρια Αφρική	Αγκόλα, Γκάνα, Ουγκάντα, Ζάμπια	Νότια Αφρική	
Μέση Ανατολή / Βόρεια Αφρική	Αίγυπτος, Ιράν, Πακιστάν, Σαουδική Αραβία, Δυτική Όχθη και Γάζα	Τυνησία	Ισραήλ
Λατινικής Αμερικής και Καραϊβικής	Τζαμάικα, Γουατεμάλα, Βολιβία	Αργεντινή, Βραζιλία, Κολομβία, Κόστα Ρίκα, Εκουαδόρ, Μεξικό, Περού, Τρινιδάδ και Τομπάγκο, Ουρουγουάη	
Ανατολική Ευρώπη		Βοσνία και Ερζεγοβίνη, Κροατία, Ουγγαρία, Λετονία, Μακεδονία, Μαυροβούνιο, Ρουμανία, Ρωσία, Τουρκία	Σλοβενία
Ασία Ειρηνικού	Βανουάτου	Μαλαισία, Κίνα, Ταϊβάν	Αυστραλία, Ιαπωνία, Δημοκρατία της Κορέας
Ηνωμένες Πολιτείες και τη Δυτική Ευρώπη			Βέλγιο, Δανία, Φινλανδία, Γαλλία, Γερμανία, Ελλάδα, Ισλανδία, Ιρλανδία, Ιταλία, Ολλανδία, Νορβηγία, Πορτογαλία, Ισπανία, Σουηδία, Ελβετία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ηνωμένες Πολιτείες

Πηγή: (GEM, 2010 Women's Report, p. 9)

Επιλεγμένη Βιβλιογραφία Παραρτήματος

GEM, Kelley J. D., Brush G. C., Greene G. P., Litovsky Y., 2011, 2010 Report: Women' s Report, Executive Report.

ΙΟΒΕ, Ιωαννίδης Σ., Τσακανίκας Α., Χατζηχρήστου Σ., 2009, Η Επιχειρηματικότητα στα Πρόθυρα της Κρίσης. Η Έρευνα του GEM 2008-2009, Δελτίο Τύπου, Αθήνα, Νοέμβριος.

Ιστοσελίδες

Ίδρυμα Κοινωνικών και Βιομηχανικών Ερευνών:
http://www.iobe.gr/index.asp?a_id=334

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

Συνολική Βιβλιογραφία

Achim I.M., Popescu Th., 2008, Is Entrepreneurship Teachable?, p. 25-29.

Acs Z., Szerb L., 2012, Global Entrepreneurship & Development Index, 2nd Edition, George Mason University, GEDI, Published by Edward Elgar.

Apergis N. & Pekka-Economou V., 2010, Incentives and Female Entrepreneurial Activity: Evidence from Panel Firm Level Data, IAER, Springer, Vol. 16.2010, 4, p. 371-387.

Bethel N., 1993, Bahamian Kinship and the Power of Women - Statistics: Draft National Policy Statement on Women, Thesis of Philosophy, Oxford.

Bethel A. P., 2012, Commission of the Status of Women, Fifty-Sixth Session, New York, March.

Black C., Winfrey O., Whitman M., Johnson A., Fiorina C., Stewart M., 2002, Women in Business: A Historical Perspective, Smithsonian Institution.

Blanchflower D., Oswald A., 1990, What Makes a Young Entrepreneur?, Paper No. 3252.

Bruni A., Gherardi S., Poggio B., 2004, Entrepreneur-mentality, gender and the study of women entrepreneurs, Vol. 17, p. 256-268, Journal of Organizational Change Management, Emerald.

Brush C., Anne De Bruin, Gatewood E., Henry C., Women Entrepreneurs and the Global Environment for Growth, The DIANA Group 2010, MPG Books Group, Published by Edward Elgar.

Constantinidis C., Begin L., Halkias D., Laroche D.-C., 2012, Canada: Gender and Culture in Father-Daughter Succession in the Family Business: A Canadian Case Study, Father-Daughter Succession in Family Business, Gower Publishing Limited, MPG Books Group.

Davidson J. M., Burke J. R., 2009, Women in Management Worldwide, Progress and Prospects, Gower, Second Edition.

Devan J., 2012, Removing Barriers to Economic Inclusion, p. 1-160, Women, Business and the Law, The World Bank, Washington.

Dubini P., 1998, The Influence of Motivations and Environment of Business Start-ups: Some Hints for Public Policies, p. 11-26.

Estay Ch., 2004, Setting up Businesses in France and the USA: A Cross Cultural Analysis, Vol. 22, p. 452-463, European Management Journal, Elsevier Ltd, Pergamon.

European Commission, 2008, Evaluation on Policy: Promotion of Women Innovators and Entrepreneurship, Directorate General.

European Commission, 2004, Women Entrepreneurs - Teeing up for Success, Directorate General.

European Commission, 2009-2010, European Network to Promote Women's Entrepreneurship, Directorate General.

European Commission, 2012, Progress on Equality between Women and Men in 2011, Staff Working Document.

Fuller-Love N., Lim L., Akehurst G., 2006, Guest Editorial: Female and Ethnic Minority Entrepreneurship, p. 429-439, School of Management and Business, Springer Editions.

GEM, Bosma N., Levie J., 2010, 2009 Global Report, Executive Summary.

GEM, Bosma N., Wennekers S., Amorós E. J., 2012, 2011 Extended Report: Entrepreneurs and Entrepreneurial Employees across the Globe.

GEM, Kelley J. D., Ali Ab., Rogoff G. Ed., Brush C., Corbett C. An., Majbouri M., Hechavarria D., 2012, United States Report 2011, National Entrepreneurial Assessment for the United States.

GEM, Kelley J. D., Brush G. C., Greene G. P., Litovsky Y., 2011, 2010 Report: Women's Report, Executive Report.

GEM, Levie J., Hart M., 2011, United Kingdom 2011 Monitoring Report, Business School, University of Strathclyde.

Gerrard P., Schoch H., and Cunningham J. B., 2003, Values and Skills of Female Entrepreneurs in Vietnam: an Exploratory Study, Vol.10, No.2, p. 139-159, Asia Pacific Business Review, Singapore.

Goby P.V., Eroglu S.M., 2011, Female Entrepreneurship in the United Arab Emirates: Legislative Encouragements and Cultural Constraints, p.329-334, ScienceDirect, Elsevier, Dubai.

Greenberg E. M., 2000, Women in Angola: An Update on Gender-Based Barriers and Opportunities for Democracy and Governance Work, WIDTECH Editions, April, Washington.

Grunic A. L., 1993, The Cuban Women's Federation: Organization of a Feminist Revolution, Working Paper #238, MSU Board of Trustees, Michigan.

Hakim C., 1996, The Sexual Division of Labour and Women's Heterogeneity, Vol. 47, p. 178-188, London School of Economics, The British Journal of Sociology, Published by Wiley-Blackwell.

Hatcher C., Terjesen S., Planck M., 2007, Towards a New Theory of Entrepreneurship in Culture and Gender: a Grounded Study of Thailand's Most Successful Female Entrepreneurs, p.337-348, AGSE, Australia.

Ishay M., 2008, The History of Human Rights: From Ancient Times to the Globalization Era, 2004, 2008, University of California Press.

Itani H., Sidani M.Y., Baalbaki I., 2009, United Arab Emirates Female Entrepreneurship: Motivations and Frustrations, Vol. 30, p. 409-424, Equality Diversity and Inclusion: An International Journal, Emerald.

Jennings E. J., Provorny Cash M., 2005, Women's Entrepreneurship in Canada: Progress, Puzzles and Priorities, p. 53-87, Growth-Oriented Women Entrepreneurs and their Businesses, A Global Research Perspective, Monograph Book, Published by Edward Elgar.

Jung Ow., 2010, SME Financing Data Initiative, p. 1-21, Small Business and Tourism Branch, Industry Canada.

Katz M., 1992, Ideology and “The Status of Women” in Ancient Greece, Vol. 31, p. 70-79, Wesleyan University, History and Theory, Published by Wiley Blackwell.

Lelea M., 2012, Mapping Progress and Challenges for Women’s Empowerment in the Global South, p. 60-73, Malaysia Journal of Society and Space 8 issue 1, Davis.

Levent B. T., Masurel E., Nijkamp P., 2003, Diversity in Entrepreneurship: Ethnic and Female Roles in Urban Economic Life, Published by MCB UP Ltd, Emerald.

Luckerath-Rovers M., 2011, Women on Boards and Firm Performance, Nyenrode Business University, Springer.

Malach-Pines, Schwartz D., 2006, Men and Women Small Business Owners in Israel, Vol. 25, p. 311-326, Emerald.

Marlow S., Henry C., Carter S., 2009, Exploring the Impact of Gender upon Women’s Business Ownership, Vol 27(2): 139-148, International Small Business Journal, Published by SAGE.

Masood R. Z., 2011, Emergence of Women-Owned Businesses in India-An Insight, Vol. II, p. 233-243, Journal of Arts Science & Commerce, Researchers World, India.

Minniti M., Naude W., 2010, What Do We Know about the Patterns and Determinants of Female Entrepreneurship across Countries?, Vol. 22, p. 277-293, European Journal of Development Research.

Montes Rojas V. G., Siga L., 2009, On th Nature of Micro- Entrepreneurship: Evidence From Argentina, p. 2667-2680, Applied Economics, Routledge, UK.

Moreno J. J., Laborda L., Masere Z., E., 2010, Firm Size and Entrepreneurial Characteristics: Evidence from the SME Sector in Argentina, p. 259-282, Journal of Business Economics and Management, Taylor & Francis, April, UK.

Pordeli H., Wynkoop P., Walmart National Women’s Business Council Center for Women’s Business Research, 2009, The Economic Impact of Women-Owned Businesses in the United States, McLean.

Porter E. M., Schwab K., 2008, World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2008-2009, World Economic Forum.

Punnett J. B., Duffy J., Fox S., Gregory A., Lituchy R. T., Monserrat I. S., Olivas-Lujan R. M., Bastos F. Santos N. M., 2006, Successful Professional Women of the Americas, MPG Books Ltd, Published by Edward Elgar.

Rajman R., Semyonov M., 1997, Gender, Ethnicity, and Immigration Double Disadvantage and Triple Disadvantage among Recent Immigrant Women in the Israeli Labor Market, Vol. 11, p. 108-125, SAGE Journals.

Redfield J., 1978, The Women of Sparta, Vol. 73, No. 2, p. 146-161, The Classical Journal, Published by The Classical Association of the Middle West and South.

Saar A., 2007, Contradictory Location: Assessing the Position of Palestinian Women Citizens of Israel, Vol. 3, p. 45-74, Journal of Middle East Women's Studies, Published by Indiana University Press.

Sarri K., Trihopoulou An., 2004, Female Entrepreneurs' Personal Characteristics and Motivation: a Review of the Greek Situation, Vol. 20, p. 24-36, Women in Management Review, Emerald.

Schmid B., 2006, 50 Years Later: Women and Social Change in Cuba, Oxfam editions.

Sharma Pramodita & Chrisman Sankaran James, 2007, Toward a Reconciliation of the Definitional Issues in the Field of Corporate Entrepreneurship, p. 84-85.

Smith A., 2009, Thomas Bassett Macaulay and the Bahamas: Racism, Business and Canadian Sub-imperialism, Vol. 37, p. 29-50, The Journal of Imperial and Commonwealth History, Published by Taylor & Francis.

Storr H. V., 2006, Weber's Spirit of Capitalism and The Bahamas' Junkanoo Ethic, p. 289-309, Springer Editions.

Storr H. V., 2010, The Social Construction of the Market, p. 200-206, Springer Editions.

The Canadian Taskforce for Women's Business Growth, 2011, Action Strategies to Support Women's Enterprise Development, An Economic Imperative for Canada.

Valencia M., The Female-Entrepreneurship Field: 1990-2004, International Conference 2005, ESADE.

Verheul I., Andre Van Stel, Thuric R., 2006, Explaining Female and Male Entrepreneurship at the Country Level, p. 151-183, Entrepreneurship & Regional Development, Published by Taylor & Francis.

Vlassoff C., 1992, Progress and Stagnation: Changes in Fertility and Women's Position in an Indian Village, p. 195-212, Population Studies: A Journal of Demography, Switzerland, Jun.

Walker J. C., 2005, Female Entrepreneurship and Business Consortiums: Prospective Solutions for Argentina's Economic Challenges, p. 94-121, Harvard University.

Weeks R. J., Seiler D., 2001, Women's Entrepreneurship in Latin America: An Exploration of Current Knowledge, Micro, Small and Medium Enterprise Division Publications, Inter-American Development Bank, Washington.

Welter F., 2004, The Environment for Female Entrepreneurship in Germany, Vol. 11, p. 212-221, Journal of Small Business and Enterprise Development, Emerald.

Winn J., 2005, Women Entrepreneurs: Can We Remove the Barriers?, pp. 381-397, International Entrepreneurship and Management Journal, Springer.

Ylinenpaa H., Chechurina M., 2000, Perceptions of Female Entrepreneurship in Russia, p. 1-16, Ghent, September.

Βουγιούκα Α., 2006, Συγκριτική Ανάλυση Δημόσιων Πολιτικών σε Χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης – Εντοπισμός και Επεξεργασία Καλών Πρακτικών, Κέντρο Γυναικείων Μελετών και Ερευνών, Κ.Π. EQUAL.

Γεωργιάδης Π., 2008, Εγχειρίδιο Επιχειρηματικότητας για Υποψήφιους και Νέους Επιχειρηματίες, Γραφείο Ενθάρρυνσης & Υποστήριξης της Νεανικής Επιχειρηματικότητας, Αθήνα.

Γραφείο Διασύνδεσης και Σταδιοδρομίας, www.career.tuc.gr.

Δερβιτσιώτης Κ., Λαγοδήμος Α., 2007, Ανταγωνιστικότητα των Επιχειρήσεων, Β Έκδοση, Νομική Βιβλιοθήκη.

Ηλιάκης Σ., 2011, Αναβάθμιση και Επέκταση της Λειτουργίας των Θυρίδων Επιχειρηματικότητας για την Ενθάρρυνση και Στήριξη της Νεανικής Επιχειρηματικότητας, Ινστιτούτο Νεολαίας, Αθήνα.

Ημερίδα του Β.Ε.Θ «Η γυναικεία επιχειρηματικότητα ως παράγοντας ανάπτυξης και απασχόλησης», Θεσσαλονίκη, 29.11.2006.

ΙΟΒΕ, Ιωαννίδης Σ., 2007, Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα: 2007-2013, Αθήνα, Νοέμβριος.

ΙΟΒΕ, Ιωαννίδης Σ., Τσακανίκας Α., 2007, Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2006-2007, Ετήσια Έκθεση, Αθήνα, Νοέμβριος.

ΙΟΒΕ, Ιωαννίδης Σ., Τσακανίκας Α., 2008, Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2007-2008, Ετήσια Έκθεση, Αθήνα, Νοέμβριος.

ΙΟΒΕ, Ιωαννίδης Σ., Τσακανίκας Α., Χατζηχρήστου Σ., 2009, Η Επιχειρηματικότητα στα Πρόθυρα της Κρίσης. Η Έρευνα του GEM 2008-2009, Δελτίο Τύπου, Αθήνα, Νοέμβριος.

ΙΟΒΕ, Ιωαννίδης Σ., Τσακανίκας Α., Χατζηχρήστου Σ., 2010, Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2009-2010: Αναζητώντας Διέξοδο από την Κρίση, Δελτίο Τύπου, Αθήνα, Δεκέμβριος.

ΙΟΒΕ, Ιωαννίδης Σ., Χατζηχρήστου Σ., 2012, Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2010-2011, Η «Μικρή» Επιχειρηματικότητα σε Περίοδο Κρίσης, Δελτίο Τύπου, Αθήνα, Ιανουάριος.

Κανελλόπουλος Χ., 2000, Διοίκηση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων και Επιχειρηματικότητα, Β Έκδοση.

Καρβούνης Σ., 2006, Μεθοδολογία, Τεχνικές και Θεωρία για Οικονομοτεχνικές Μελέτες, Εκδόσεις Σταμούλη.

Ιστοσελίδες

Mercy Connection, Retrieved from URL <http://www.mercyconnections.org>

United Nations Radio, 2012, <http://www.thebahamasinvestor.com/2012/un-women-in-bahamas-making-progress-audio/>

Ίδρυμα Κοινωνικών και Βιομηχανικών Ερευνών:
http://www.iobe.gr/index.asp?a_id=334

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ