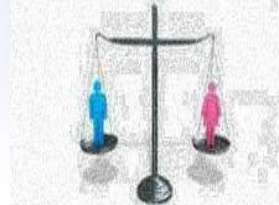


ΑΤΕΙ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«Η ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.
ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΚΑΙ ΕΜΠΟΔΙΑ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΓΥΝΑΙΚΕΙΟΥ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΝ.»**

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ ΔΗΜΗΤΡΙΑΔΟΥ ΡΑΧΗΛΑ
ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ ΘΕΟΔΩΡΟΣ ΚΑΡΓΙΔΗΣ



ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία εκπονήθηκε από την φοιτήτρια Δημητριάδου Ραχήλ του τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης του Τ.Ε.Ι Θεσσαλονίκης κατά το ακαδημαϊκό έτος 2010-2011 κάτω από την επίβλεψη του καθηγητή του τμήματος Καργίδη Θεόδωρου.

Στον κύριο Καργίδη οφείλω τις θερμές μου ευχαριστίες για την καθοδήγηση και την υποστήριξη καθ' όλη τη διάρκεια διεκπεραίωσης της παρούσας πτυχιακής.

Θέλω επίσης να ευχαριστήσω θερμά την οικογένειά μου για την ιθική και οικονομική συμπαράσταση όχι μόνο κατά τη διάρκεια της εκπόνησης της πτυχιακής εργασίας αλλά και καθ' όλη τη διάρκεια των σπουδών μου. Τέλος ένα μεγάλο ευχαριστώ στον αρραβωνιαστικό μου, ο οποίος μου συμπαραστάθηκε όλο αυτό τον καιρό.

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία έχει σαν στόχο να περιγράψει τις βασικότερες λειτουργίες των επιχειρήσεων καθώς επίσης και την ελληνική επιχειρηματική πραγματικότητα. Αφού ορίσαμε το γενικό σκοπό της πτυχιακής εργασίας, θα πρέπει να αναφερθούμε στο είδος της έρευνας που πραγματοποιείται, η οποία χαρακτηρίζεται ως περιγραφική καθώς στοχεύει στην περιγραφή του φαινομένου της ελληνικής επιχειρηματικότητας. Οι πηγές που χρησιμοποιήθηκαν για την ολοκλήρωση της πτυχιακής εργασίας είναι δευτερογενής. Το βασικό πλεονέκτημα των πηγών αυτών είναι ότι υπάρχουν ήδη και είναι γρήγορο να συλλεχθούν και να επεξεργαστούν. Επίσης, καθώς η γυναικεία επιχειρηματικότητα απασχολεί εδώ και καιρούς πολλούς ερευνητές και αρθρογράφους δεν στάθηκε δύσκολη η συλλογή των στοιχείων.

Η έρευνα αυτή δημιουργεί πεδία για μελλοντικές έρευνες, οι οποίες θα βασιστούν σε πρωτογενή στοιχεία και τα αποτελέσματα των οποίων θα συγκριθούν με τα δευτερογενή στοιχεία.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	6
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	8
ΣΚΟΠΟΣ	17
ΣΤΟΧΟΙ.....	18
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	19
ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΕΛΛΗΝΙΔΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ	19
1.1 Ηλικιακή κατανομή	19
1.2 Μορφωτικό επίπεδο	21
1.3 Οικογενειακό εισόδημα και επιχειρηματικότητα	23
1.4 Γνώσεις και δεξιότητες	25
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	26
ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΕΛΛΗΝΙΔΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ	26
2.1 Καινοτομία.....	26
2.2 Τεχνολογία.....	27
2.3 Ανταγωνισμός.....	28
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	29
ΚΛΑΔΙΚΗ ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΕΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	29
3.1 Γυναικείες επιχειρήσεις	29
3.2 Γυναικείοι Συνεταιρισμοί	31
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	38
ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΤΩΝ ΔΥΟ ΦΥΛΩΝ	38
4.1 Το μισθολογικό χάσμα μεταξύ ανδρών – γυναικών	39
4.2 Επαγγελματικές διακρίσεις των δύο φύλων	43
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	56
ΕΜΠΟΔΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΓΥΝΑΙΚΕΙΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΝ.....	56
5.1 Οικογενειακή κατάσταση και παρουσία παιδιού.....	57
5.2 Στερεότυπες αντιλήψεις.....	58
5.3 Βαθμός αυτοπεποίθησης.....	59
5.4 Έλλειψη κεφαλαίου	59
5.5 Ο φόβος της αποτυχίας	60
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6	62
ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	62
6.1 Φορείς υποστήριξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας	65
6.2 Προγράμματα και δράσεις	73
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	88
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	92
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	95

ΠΙΝΑΚΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ

Πίνακας 1

Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που εμπλέκονται σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων (νέοι και επίδοξοι επιχειρηματίες) ανά χώρα το 2007..... 14

Διάγραμμα 1

Ηλικιακή κατανομή επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατά Φύλο..... 19

Διάγραμμα 2

Ηλικιακή κατανομή καθιερωμένης επιχειρηματικότητας κατά Φύλο.....20

Διάγραμμα 3

Μορφωτικό επίπεδο επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατά φύλο.....21

Διάγραμμα 4

Εκπαιδευτικό επίπεδο καθιερωμένης επιχειρηματικότητας κατά Φύλο.....22

Διάγραμμα 5

Εισοδηματικό επίπεδο και επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων κατά φύλο...23

Διάγραμμα 6

Εισοδηματικό επίπεδο και καθιερωμένη επιχειρηματικότητα κατά φύλο.....24

Πίνακας 2

Απασχολούμενοι κατά τομέα οικονομικής δραστηριότητας και φύλο κατά το διάστημα 1992-1997, στο σύνολο της χώρας.30

Πίνακας 3

Κλαδική διάρθρωση γυναικείων επιχειρήσεων31

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα είναι το κεντρικό θέμα μελέτης και παρουσίασης της εργασίας. Στην εισαγωγή παρουσιάζεται ο σκοπός και η αναγκαιότητα μελέτης του φαινομένου, καθώς και το θεωρητικό υπόβαθρο. Στη συνέχεια παρουσιάζεται το φαινόμενο στην Ελλάδα, όπως αυτό θα αναλυθεί στα επόμενα κεφάλαια.

Στο πρώτο κεφάλαιο αναλύονται τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των Ελληνίδων επιχειρηματιών. Αυτά είναι η ηλικιακή κατανομή των Ελληνίδων επιχειρηματιών, το μορφωτικό τους επίπεδο, το οικογενειακό τους εισόδημα, οι επιχειρηματικές γνώσεις και δεξιότητές τους. Βάσει της ανάλυσης που γίνεται στο παρόν κεφάλαιο, οι Ελληνίδες επιχειρηματίες είναι ηλικίας από 45 έως 54 ετών, δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, με μεσαίο οικογενειακό εισόδημα και χωρίς να διαθέτουν τις απαραίτητες επιχειρηματικές ικανότητες.

Τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των Ελληνίδων επιχειρηματιών αναλύονται στο δεύτερο κεφάλαιο. Λέγοντας ποιοτικά χαρακτηριστικά εννοούμε την καινοτομικότητα των Ελληνίδων επιχειρηματιών, τη σχέση τους με την τεχνολογία και τον ανταγωνισμό.

Η κλαδική διάρθρωση των γυναικείων επιχειρήσεων παρουσιάζεται στο τρίτο κεφάλαιο.

Στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται μια σύγκριση των δύο φύλων. Αναφέρεται το μισθολογικό χάσμα που υπάρχει μεταξύ ανδρών – γυναικών καθώς και οι επαγγελματικές διακρίσεις των δύο φύλων.

Στο πέμπτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στα εμπόδια και τις δυσκολίες ανάπτυξης της επιχειρηματικής δραστηριότητας από τις γυναίκες. Οι ανασταλτικοί αυτοί παράγοντες είναι κυρίως η οικογενειακές υποχρεώσεις των γυναικών, λόγω της βαρύτητας του ρόλου τους στην οικογένεια, αλλά και οικονομικοί λόγοι, όπως η έλλειψη κεφαλαίου τόσο οικονομικού όσο και γνωστικού.

Οι φορείς καθώς και οι τρόποι στήριξής της αναλύονται στο έκτο κεφάλαιο. Παρουσιάζονται οι οργανισμοί που συντελούν στην προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας ως παράγοντας ισότητας των ευκαιριών στην ανάπτυξη των γυναικείων επιχειρήσεων και κατά συνέπεια της αύξησης της ανταγωνιστικότητας. Γίνεται εκτενής παρουσίαση των οικονομικών προγραμμάτων στήριξης που είναι εν ισχύ επί του παρόντος.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η έννοια της επιχειρηματικότητας

Η επιχειρηματικότητα είναι ένας όρος που χρησιμοποιείται κατά κόρον στην καθημερινή γλώσσα, στις πολιτικές δηλώσεις και φυσικά στις ακαδημαϊκές αναλύσεις. Ο λόγος που συμβαίνει αυτό είναι η κοινή διαπίστωση ότι η οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας είναι συνάρτηση, εξαρτάται και προσδιορίζεται μεταξύ άλλων παραγόντων και από την επιχειρηματικότητα. Η ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών, οι οποίες δε θα επικεντρώνονται μόνο στη δημιουργία των επιχειρήσεων αλλά και στον εκσυγχρονισμό τους, συνεπάγεται για τη χώρα αύξηση του εθνικού πλούτου, παραγωγή τεχνογνωσίας και καινοτομιών, αφθονία και ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών και φυσικά δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης. (Γκαγκάτσιος, 2008)

Ενώ η σχετική συζήτηση είναι έντονη, ο όρος «επιχειρηματικότητα» δεν έχει λάβει ένα ακριβές περιεχόμενο κοινά αποδεκτό. Αυτό σχετίζεται κύρια με το γεγονός ότι ο επιχειρηματίας, ο οποίος κατά κύριο λόγο την ασκεί, ανάλογα με τον τρόπο που δρα, το είδος και το μέγεθος της επιχείρησης που ιδρύει και τα μέσα που διαθέτει ενσωματώνει πολλές και διαφορετικές δραστηριότητες έτσι ώστε να είναι δύσκολο να δοθεί το πλήρες περιεχόμενο του ρόλου του. (Γκαγκάτσιος, 2008)

Σύμφωνα με τη μεθοδολογία του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου για την Επιχειρηματικότητα (Global Entrepreneurship Monitor/GEM), η επιχειρηματικότητα με τη σαφή οπτική της οικονομικής δραστηριότητας, ορίζεται ως:

“Η κάθε προσπάθεια για δημιουργία νέας επιχείρησης ή νέας δραστηριότητας, όπως το ελεύθερο επάγγελμα, η δημιουργία ενός νέου επιχειρηματικού οργανισμού ή η επέκταση ήδη υπάρχουσας επιχείρησης, που γίνεται από έναν

ιδιώτη, από ομάδες ιδιωτών ή από επιχειρήσεις που ήδη λειτουργούν”.

(Ροσγόβα, 2009)

Ως έννοια σχετίζεται άμεσα με την τεχνογνωσία και την καινοτομία, καθώς η σχέση τεχνογνωσίας, καινοτομίας και αποτελεσματικότητας-απόδοσης χαρακτηρίζει την επιχειρηματική δραστηριότητα σε όλα τα στάδια ανάπτυξης. Οι περισσότερες έρευνες έχουν αναδείξει ως πρωταρχικά κίνητρα. (Ροσγόβα, 2009)

Οι περισσότερες έρευνες έχουν αναδείξει ως πρωταρχικά κίνητρα για την επιχειρηματική δραστηριότητα την τάση του ατόμου για ανεξαρτησία και την ανάγκη της προσωπικής δημιουργίας. Παράλληλα, βέβαια, και άλλοι παράγοντες, όπως η εξοικείωση του ατόμου με την επιχειρηματική δραστηριότητα, η επιχειρηματική συγκυρία, η αυτοπεποίθηση και η στάση του ατόμου απέναντι στο ενδεχόμενο αποτυχίας, διαδραματίζουν πολύ σημαντικό ρόλο για την ανάπτυξη και την πορεία της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Μάλιστα, για την επιχειρηματικότητα των γυναικών, η ελαστικότητα του χρόνου εργασίας προβάλλει ως ένας πολύ σημαντικός παράγοντας. Επιπρόσθετα, σε πολλές μελέτες η επιχειρηματική δραστηριότητα διερευνάται με βάση τα κίνητρα έναρξής της και, έτσι, διακρίνεται σε δύο είδη: α) την επιχειρηματικότητα “*ευκαιρίας*” και β) την επιχειρηματικότητα “*ανάγκης*”. (Ροσγόβα, 2009)

Τα άτομα που οδηγούνται σε επιχειρηματική δραστηριότητα ευκαιρίας βασίζονται στην αναγνώριση μιας πραγματικής επιχειρηματικής ευκαιρίας που αναγνώρισαν στο περιβάλλον και στην αγορά στην οποία κινούνται. Αντίθετα, η επιχειρηματικότητα ανάγκης αναφέρεται κυρίως στα άτομα που στρέφονται στην επιχειρηματική δραστηριότητα εξαιτίας της έλλειψης δυνατοτήτων ικανοποιητικής απασχόλησης. Παράγοντες που είναι πιθανό να οδηγήσουν σε αυτό το είδος επιχειρηματικής δραστηριότητας θεωρούνται το ανεπαρκές οικογενειακό εισόδημα, οι μη ικανοποιητικές αποδοχές, οι δυσκολίες για την εξισορρόπηση της επαγγελματικής και οικογενειακής ζωής κ.ά. (Ροσγόβα, 2009)

Περιγράφοντας την επιχειρηματικότητα μέσω των δραστηριοτήτων του επιχειρηματία που την υλοποιεί θα λέγαμε ότι η έννοια αυτή:

- Σημαίνει τον άριστο τρόπο οργάνωσης και συνδυασμού των συντελεστών της παραγωγής για τη δημιουργία αγαθών και υπηρεσιών.
- Εμπεριέχει το στοιχείο της εισαγωγής και εφαρμογής καινοτομιών καθώς και της δημιουργικής μίμησης κάθε πρωτοποριακής επιχειρηματικής προσπάθειας.
- Εμπεριέχει το στοιχείο του κινδύνου.
- Εκφράζει την ικανότητα κάποιου να διαβλέπει, να αναγνωρίζει και να αξιοποιεί τις ευκαιρίες κέρδους που δημιουργούνται στην αγορά, η οποία συνήθως λειτουργεί με ατέλειες.

Η επιχειρηματικότητα μπορεί να ασκηθεί συνδυάζοντας όλες τις παραπάνω δραστηριότητες. (Ροσγόβα, 2009)

Σε άλλες έρευνες η επιχειρηματική δραστηριότητα διακρίνεται σε: α) Επιχειρηματικότητα Αρχικών Σταδίων, και β) “Καθιερωμένη” Επιχειρηματικότητα.

Διακρίσεις επιχειρήσεων

Στην Ελλάδα το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων είναι μικρού και μεσαίου μεγέθους. Θα πρέπει να αναφέρουμε πως η οριοθέτηση των κατηγοριών των επιχειρήσεων ανάλογα με το μέγεθός τους είναι δύσκολη δεδομένου ότι τα κριτήρια που χρησιμοποιούνται για τον προσδιορισμό του μεγέθους είναι συμβατικά και ποικίλουν ανά περίπτωση. Σύμφωνα με μία ταξινόμηση της ΕΕ, το μέγεθος ορίζεται διαφορετικά σε κάθε κλάδο και προκύπτει από ένα συνδυασμό κριτηρίων: αριθμό απασχολούμενων και πωλήσεις. (Χινίσογλου, 2008)

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) είναι συστατικό στοιχείο της δομής των σύγχρονων εθνικών οικονομιών και κοινωνιών. Οι ΜΜΕ(μικρομεσαίες

επιχειρήσεις) συμβάλλουν αποφασιστικά στην οικονομική ανάπτυξη, την παραγωγή, την απασχόληση, καθώς, επίσης στην αποκέντρωση και την κοινωνική συνοχή. Η ισόρροπη οικονομική ανάπτυξη της χώρας είναι ευθέως ανάλογη της ομαλής ενσωμάτωσης και ανάπτυξης των ΜΜΕ(μικρομεσαίες επιχειρήσεις), στο πλαίσιο της εθνικής οικονομίας. Σε συνθήκες παγκοσμιοποίησης και εντεινόμενου ανταγωνισμού οι ΜΜΕ(μικρομεσαίες επιχειρήσεις) αποτελούν βασικό στοιχείο ανταγωνιστικότητας των εθνικών οικονομιών, ενώ ταυτόχρονα μετατρέπονται σε συστατικά στοιχεία της παγκόσμιας οικονομίας. (Χινίσογλου, 2008)

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις(ΜΜΕ) αποτελούν τον κύριο όγκο των επιχειρήσεων μίας οικονομίας. Από αυτές, τη συντριπτική πλειοψηφία αποτελούν οι Πολύ Μικρές και οι Μικρές Επιχειρήσεις. Οι Μικρές Επιχειρήσεις αντιπροσωπεύουν πάνω από το 95% του συνόλου των επιχειρήσεων της Ευρωπαϊκής Ένωσης και απασχολούν, περίπου, τα δύο τρίτα του συνολικού εργατικού δυναμικού. Δημιουργούν, κάθε χρόνο, το 60% έως το 80% των νέων θέσεων απασχόλησης. (Χινίσογλου, 2008)

Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα, τα τελευταία χρόνια, έχουν σημειωθεί σημαντικά βήματα σε ότι αφορά την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Ωστόσο, η Έκθεση για την “Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2005-2006” παραθέτει μια σειρά από προβλήματα, όπως αυτά προκύπτουν από τη συγκέντρωση δεδομένων. Συγκεκριμένα αναφέρονται τα εξής:

- Οι επιχειρηματικές ευκαιρίες είναι πολύ λίγες. Ειδικότερα, οι Έλληνες/-δες επιχειρηματίες υπογραμμίζουν την έλλειψη ευκαιριών, γεγονός που απορρέει και από τη διαφορά μεταξύ εκείνων που σκέφτονταν να προχωρήσουν σε έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας και αυτών που τελικά όντως προχώρησαν.

- Οι περισσότερες επιχειρήσεις στρέφονται στην παροχή προϊόντων προς κατανάλωση. Μάλιστα αυτό αφορά τόσο στις νέες όσο και τις καθιερωμένες επιχειρήσεις.
- Η οικογένεια διαδραματίζει κυρίαρχο ρόλο στη χρηματοδότηση νέων επιχειρήσεων. Εκτός, όμως, από τη συμβολή της στη συγκέντρωση του αρχικού κεφαλαίου, έχει πρωτεύοντα ρόλο και στην “άτυπη επένδυση”.
- Οι Έλληνες/-ίδες εξακολουθούν να έχουν έντονο το αίσθημα του φόβου της αποτυχίας. Δεδομένου ότι η ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας προϋποθέτει “ρίσκο” και πειραματισμό, ο φόβος της αποτυχίας οδηγεί σε εγχειρήματα που δε χαρακτηρίζονται από καινοτομία.
- Το εκπαιδευτικό σύστημα δεν υποστηρίζει την ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας. Συγκεκριμένα, δεν υπάρχει συσχέτιση ανάμεσα στο μορφωτικό επίπεδο και την επιχειρηματικότητα. Ακόμα και στην τριτοβάθμια εκπαίδευση δεν παρέχονται γνώσεις και δεν υποστηρίζονται ενεργά προοπτικές επιχειρηματικής σταδιοδρομίας.
- Ο τρόπος που η ελληνική κοινωνία αντιμετωπίζει την επιχειρηματικότητα είναι αντιφατικός. Οι Έλληνες/-ίδες θεωρούν ότι η επιχειρηματική δραστηριότητα είναι μια κοινωνικά αποδεκτή επαγγελματική επιλογή, σχεδιάζουν νέα εγχειρήματα και έχουν εμπιστοσύνη στις ικανότητές τους, αλλά ταυτόχρονα δεν αποδέχονται τις μεγάλες διαφορές στα επίπεδα εισοδήματος, δεν αναγνωρίζουν σημαντικές επιχειρηματικές ευκαιρίες και διακατέχονται από το φόβο της αποτυχίας. (Ροσγοβά, 2009)

Η τελευταία Έκθεση του Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας υπογραμμίζει δύο επιπλέον εμπόδια που εντοπίζονται κατά την προσπάθεια εκκίνησης ενός εγχειρήματος στην Ελλάδα. Συγκεκριμένα, αναφέρει τα ακόλουθα:

- Οι νέες επιχειρήσεις καλούνται να ξεπεράσουν πολύπλοκες γραφειοκρατικές διαδικασίες, που απαιτούν πολύ χρόνο, έχουν μεγάλο κόστος και στις οποίες εμπλέκονται πολλές υπηρεσίες.
- Παρόλο που τα προγράμματα και οι δράσεις για την υποστήριξη και προώθηση της επιχειρηματικότητας συνεχώς αυξάνονται και κρίνονται ως επαρκή, η πολυπλοκότητα και οι απαιτήσεις των γραφειοκρατικών διαδικασιών αποτελούν ανασταλτικούς παράγοντες για την αξιοποίησή τους. (Ροσγοβά, 2009)

Μαζί με τα προβλήματα και τα χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, είναι απαραίτητο να προβούμε σε μια παρουσίασή της με βάση τα στοιχεία που περιέχονται στην τελευταία Έκθεση για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα (2006- 2007).

Ειδικότερα, το 16% του πληθυσμού ηλικίας από 18 έως 64 ετών εμπλέκονται σε κάποιο είδος επιχειρηματικής δραστηριότητας. Από αυτούς, το 8,24% είναι Καθεριωμένοι Επιχειρηματίες και το 7,9% αναπτύσσει Επιχειρηματικότητα Αρχικών Σταδίων (βλ. Διάγραμμα 1). Επιπλέον, το 5,6% του πληθυσμού είναι Επίδοξοι Επιχειρηματίες και το 2,3% είναι Νέοι Επιχειρηματίες. Ταυτόχρονα, το 14,2% δηλώνει ότι βρίσκεται στη διαδικασία σχεδιασμού κάποιου νέου εγχειρήματος, ενώ 2,7% διέκοψε τη λειτουργία της επιχείρησής του. (Ροσγοβά, 2009)

Πίνακας 1

Ποσοστό ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που εμπλέκονται σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων (νέοι και επίδοξοι επιχειρηματίες) ανά χώρα το 2007

Ισραήλ	7,12		3,75	
Ολλανδία	6,64	7,2	3,7	3,6
Ην. Βασίλειο	7,41	7,88	3,6	3,61
Ελλάδα	7,96	11,12	3,46	4,69
Ιταλία	6,69	3,87	3,3	3,06
Ρουμανία	4,95		3,09	
Πουέρτο Ρίκο	3,16		2,97	
Σλοβενία	6,84	6,93	2,68	2,29
Σουηδία	5,78	4,44	2,47	2,43
Τουρκία	8,65	8,53	2,41	3,53
Γαλλία	4,14	6,26	2,21	2,53
Βέλγιο	4,3	4,39	1,98	1,04
Αυστρία	3,06		1,84	
Ρωσία	3,79	7,33	1,64	2,57
Λετονία	7,7	9,41	1,41	3,92
Χώρες GEM (μ.ο)	11,10	11,38	7,03	7,51
Χώρες Ευρώπης (μ.ο)	8,05	8,37	3,99	3,74

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Το διεθνές σκηνικό

Κάποιες φορές οι αριθμοί “μιλούν” μόνοι τους. Στις Ηνωμένες Πολιτείες, σε μια χώρα με μεγάλη οικονομική ανάπτυξη, οι γυναίκες είναι ιδιοκτήτριες του 30% (6.7 εκατομμύρια) των ιδιωτικών εταιριών και κατέχουν τουλάχιστον το 50% των μετοχών του 46% (10.1 εκατομμύρια) τέτοιων επιχειρήσεων. Ο ετήσιος τζίρος αυτών των εταιριών ανέρχεται στα 1.2 τρισεκατομμύρια δολάρια και απασχολούν 19.1 εκατομμύρια υπαλλήλους, σύμφωνα με τα στοιχεία του “Κέντρου για την επιχειρησιακή έρευνα των γυναικών των Η.Π.Α.” το 2008. Με τα παραπάνω στοιχεία αντιλαμβάνεται κανείς τη σημαντικότητα

των επιχειρηματικών εγχειρημάτων των γυναικών, σε εθνικό και διεθνές επίπεδο, όσον αφορά τη συμβολή τους στην οικονομική ανάπτυξη, στην καινοτομία, στη δημιουργία απασχόλησης και τη δημιουργία προστιθέμενης αξίας στην πρώτη ύλη. Για τους λόγους αυτούς η μελέτη της επιχειρηματικότητας είναι ένας αναπτυσσόμενος τομέας της έρευνας παγκοσμίως. (Ροσγοβά, 2009)

Σύμφωνα με μελέτες, οι τάσεις της γυναικείας επιχειρηματικότητας είναι παρόμοιες από χώρα σε χώρα. Οι γυναίκες παγκοσμίως προωθούν ενεργά και διαχειρίζονται τις επιχειρήσεις τους. Ενώ τα στοιχεία του GEM (Global Entrepreneurship Monitor) δείχνουν ότι οι γυναίκες στις περισσότερες χώρες αρχίζουν επιχειρηματικές δραστηριότητες σε χαμηλότερο ποσοστό από τους άνδρες, η επιχειρηματική δραστηριότητα των γυναικών είναι μεγαλύτερη από 30% σε πολλές χώρες. Άλλη έρευνα έχει δείξει ότι το ποσοστό των γυναικείων επιχειρήσεων είναι μεγαλύτερο από 30% στον Καναδά, τη Δανία, τη Φινλανδία και τη Νέα Ζηλανδία. (Ροσγόβα, 2009)

Γυναικεία επιχειρηματικότητα

Την τελευταία δεκαετία, έχουν εκπονηθεί αρκετές μελέτες με σκοπό τη διερεύνηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Οι περισσότερες από αυτές στοχεύουν στη διατύπωση συμπερασμάτων προκειμένου να γίνουν γνωστά τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της και οι παράγοντες που την επηρεάζουν, καθώς και να παρουσιαστεί η ανάγκη εφαρμογής αναπτυξιακών πολιτικών για την ενίσχυσή της. Εξάλλου, η επιχειρηματική δραστηριότητα των γυναικών αποτελεί σημαντικό πολιτικό στόχο και “η διάσταση του φύλλου οφείλει να διαπερνά με τρόπο ενεργό και από όλες τις πολιτικές που αφορούν στην απασχόληση και στην επιχειρηματικότητα, όχι επειδή είναι κοινοτική και εθνική επιταγή, αλλά επειδή πράγματι οι γυναίκες φέρουν μεγαλύτερο το βάρος στην κατανομή της ανεργίας και αντιμετωπίζουν μεγαλύτερα προβλήματα ένταξης στην αγορά εργασίας.” (Ροσγόβα, 2009)

Οι προϋποθέσεις για να θεωρηθεί μια επιχείρηση “γυναικεία”, όπως ορίζεται από τον Οργανισμό για την Οικονομική Συνεργασία και Ανάπτυξη (ΟΑΣΑ) είναι οι εξής: α) να υπάρχει γυναικεία συμμετοχή σε ποσοστό τουλάχιστον 51% στο κεφάλαιο της επιχείρησης και β) οι ενέργειες στρατηγικής σκοπιμότητας που αφορούν στην ανάπτυξη της επιχείρησης να λαμβάνονται από την/τις ιδιοκτήτρια/-ες. Ο ορισμός των συγκεκριμένων προϋποθέσεων καθίσταται απαραίτητος για την “πραγματική” καταγραφή των γυναικείων επιχειρήσεων, καθώς μεγάλος είναι ο αριθμός των επιχειρήσεων, όπου οι συνέταιροι είναι διαφορετικού φύλου ή, σε περιπτώσεις οικογενειακών επιχειρήσεων, η γυναίκα καταγράφεται ως ιδιοκτήτρια για φορολογικούς λόγους, ενώ στην ουσία ο άνδρας λαμβάνει τις αποφάσεις στρατηγικής σημασίας και ασκεί επιχειρηματική δραστηριότητα. (Ροσγοβά, 2009)

ΣΚΟΠΟΣ

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να περιγράψει και να παρουσιάσει τις πτυχές και όλους τους προσδιοριστικούς παράγοντες της προσπάθειας δημιουργίας μιας νέας επιχείρησης ή την επέκταση μιας υφιστάμενης επιχείρησης από γυναίκες και κυρίως από τις Ελληνίδες. Μέσω της εργασίας προσπαθούμε να εντοπίσουμε τους παράγοντες που τις διαφοροποιούν, από εκείνες των ανδρών, εστιάζοντας στα προβλήματα και τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες επιχειρηματίες.

ΣΤΟΧΟΙ

Γενικός Στόχος

Η αναζήτηση και η καταγραφή υπάρχουσων πληροφοριών που αφορούν την γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

Ειδικόί Στόχοι

- Ποια είναι τα χαρακτηριστικά των Ελληνίδων γυναικών
- Ποια είναι η κλαδική διάρθρωση των γυναικείων επιχειρήσεων
- Σύγκριση των δύο φύλων
- Ποια είναι τα εμπόδια για την ανάπτυξη του γυναικείου επιχειρήν
- Ποιοι φορείς μπορούν να ενισχύσουν την γυναικεία επιχειρηματικότητα
- Ποια είναι τα προγράμματα που μπορούν να ενισχύσουν την γυναικεία επιχειρηματικότητα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

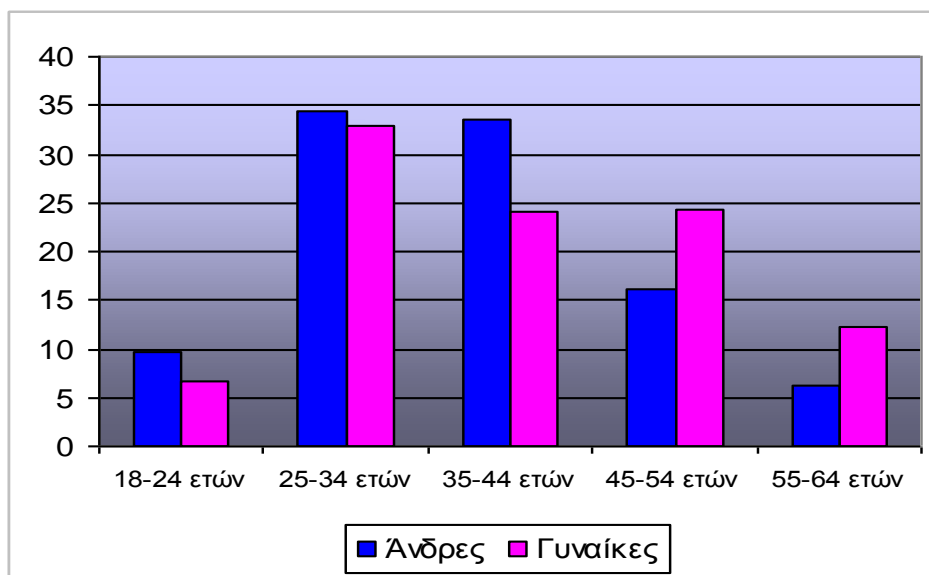
ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΕΛΛΗΝΙΔΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ

1.1 Ηλικιακή κατανομή

Τα παρακάτω διαγράμματα παρουσιάζουν την ηλικιακή κατανομή της επιχειρηματικής δραστηριότητας ανδρών και γυναικών. Το πρώτο διάγραμμα παρουσιάζει την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, ενώ το δεύτερο την καθιερωμένη επιχειρηματικότητα αθροιστικά για τα έτη 2003-6.

Διάγραμμα 1: Ηλικιακή κατανομή επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατά

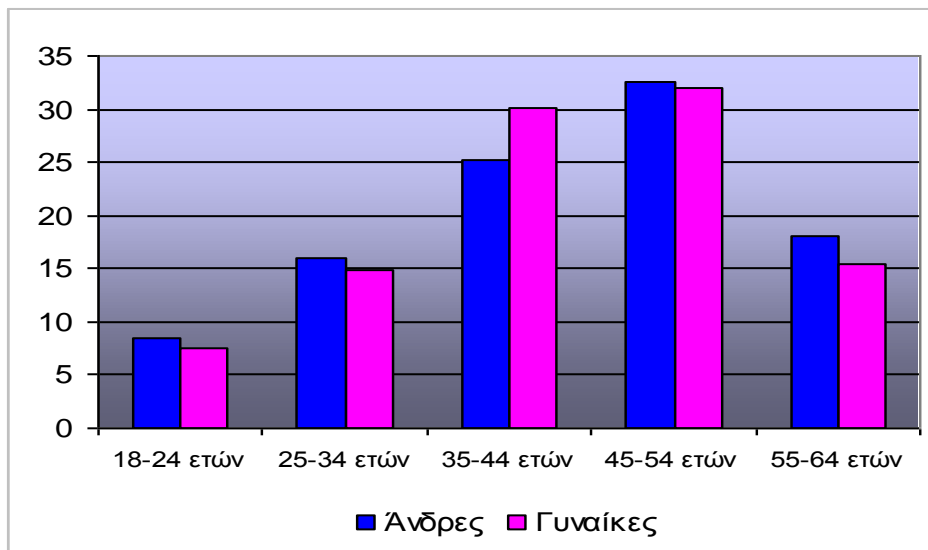
Φύλο



Πηγή GEM

Διάγραμμα 2: Ηλικιακή κατανομή καθιερωμένης επιχειρηματικότητας κατά

Φύλο



Πηγή GEM

Όπως φαίνεται από τα διαγράμματα, η ηλικιακή κατανομή των καθιερωμένων επιχειρηματιών διαφέρει ελάχιστα μεταξύ ανδρών και γυναικών. Αντιθέτως, ηλικιακή διαφορά υπάρχει μεταξύ ανδρών και γυναικών όσον αφορά την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων.

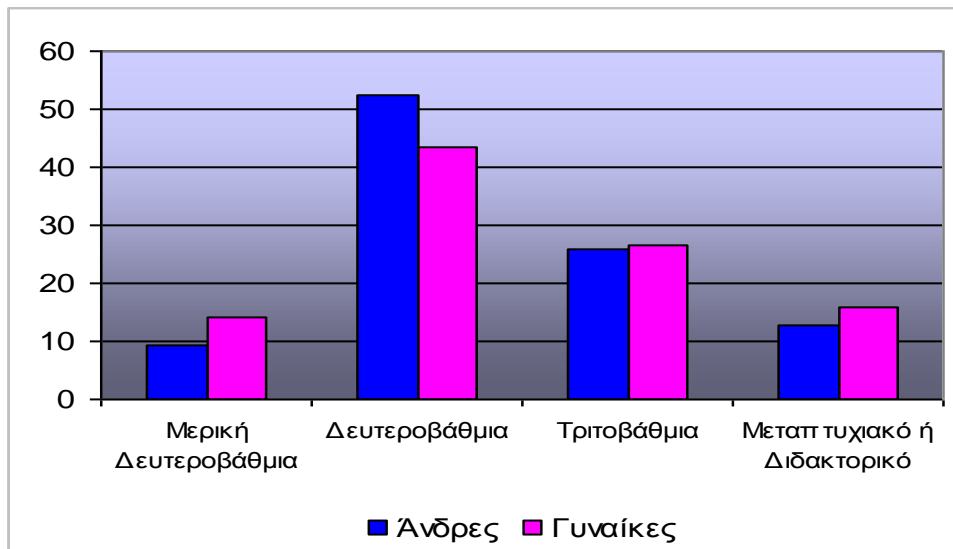
Όπως είναι αναμενόμενο, οι νέοι επιχειρηματίες τείνουν να είναι μικρότεροι σε ηλικία σε σύγκριση με τους καθιερωμένους. Το μεγαλύτερο ποσοστό των Ελληνίδων νέων επιχειρηματιών είναι ηλικίας από 25 έως 34 έτη. Ακολουθούν οι γυναίκες μέσης ηλικίας από 45 έως 54 έτη μαζί με τις γυναίκες 34 έως 44 ετών με ποσοστό 24 % αντιστοίχως. Πολύ μικρότερα είναι τα ποσοστά για τις πολύ μικρές και τις πολύ μεγάλες ηλικίες.

Συγκριτικά με την ηλικιακή κατανομή των ανδρών, οι γυναίκες τείνουν να ξεκινούν επιχειρηματική δραστηριότητα σε μεγαλύτερη ηλικία από τους άνδρες, πιθανόν λόγω των αυξημένων οικογενειακών τους υποχρεώσεων.

1.2 Μορφωτικό επίπεδο

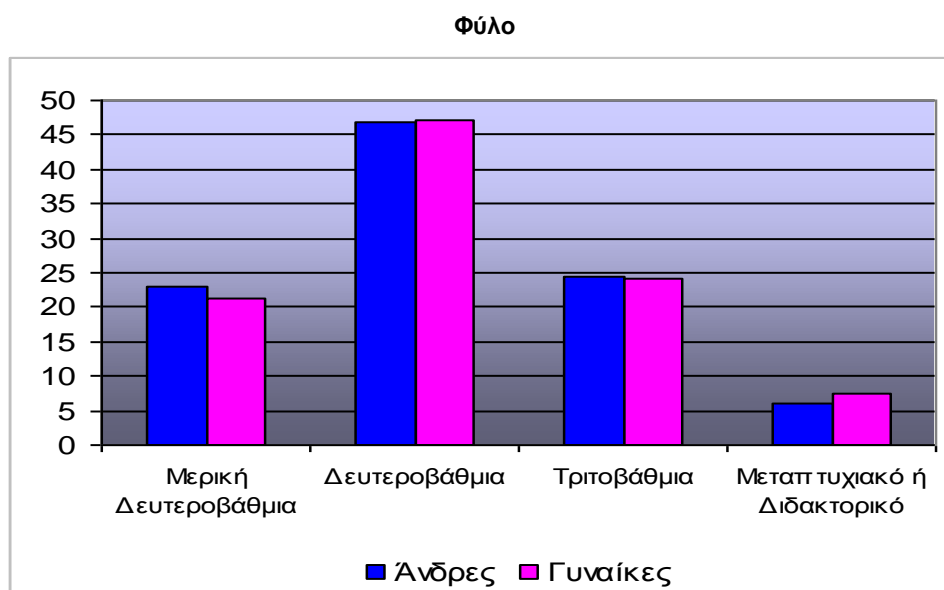
Τα Διαγράμματα 3 και 4 που ακολουθούν παρουσιάζουν την κατανομή των Ελληνίδων και των Ελλήνων επιχειρηματιών, νέων και καθιερωμένων αντίστοιχα, σε τέσσερα επίπεδα εκπαίδευσης: α) μερική δευτεροβάθμια, β) δευτεροβάθμια, γ) τριτοβάθμια και δ) μεταπτυχιακό ή διδακτορικό επίπεδο. Τα δεδομένα προκύπτουν αθροιστικά για ολόκληρη την τετραετία 2003-6.

Διάγραμμα 3: Μορφωτικό επίπεδο επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων
κατά φύλο



Πηγή GEM

Διάγραμμα 4: Εκπαιδευτικό επίπεδο καθιερωμένης επιχειρηματικότητας κατά



Πηγή GEM

Από τα παραπάνω διαγράμματα αρχικά παρατηρούμε ότι δεν υπάρχουν σημαντικές διαφορές ανάμεσα στα εκπαιδευτικά χαρακτηριστικά μεταξύ ανδρών και γυναικών καθιερωμένων επιχειρηματιών. Επίσης, είναι φανερό ότι οι νέες και νέοι επιχειρηματίες τείνουν να έχουν υψηλότερο εκπαιδευτικό επίπεδο συγκριτικά με τους καθιερωμένους.

Πρόκειται για ελπιδοφόρο εύρημα, δεδομένου ότι υποδηλώνει ότι έρχονται στο επιχειρηματικό προσκήνιο άτομα με υψηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης σε σχέση με το παρελθόν.

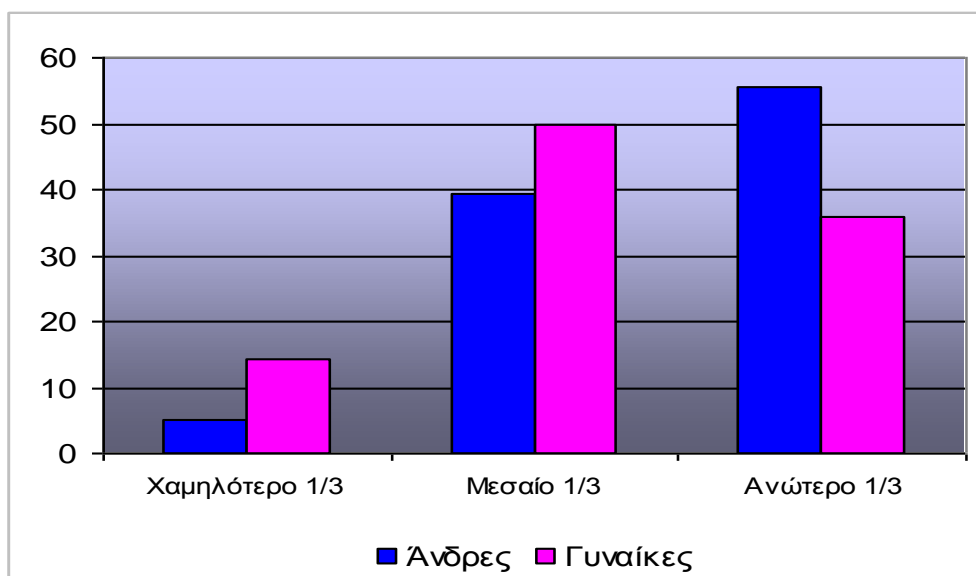
Επιπλέον, αναφορικά με τις νέες επιχειρηματίες, από το διάγραμμα φαίνεται ότι το ποσοστό των γυναικών με μερική δευτεροβάθμια εκπαίδευση είναι σχεδόν κατά 50% υψηλότερο από ότι αυτό των ανδρών. Σύμφωνα με τους ερευνητές, το εύρημα αυτό σχετίζεται την υψηλότερη επιχειρηματικότητα ανάγκης των Ελληνίδων. Η υπεροχή όμως των γυναικών έναντι των ανδρών αναφορικά με το μορφωτικό επίπεδο των νέων επιχειρηματιών εντοπίζεται στα υψηλότερα επίπεδα εκπαίδευσης, στα άτομα δηλαδή που έχουν τελειώσει

την τριτοβάθμια εκπαίδευση και έχουν αποκτήσει κάποιο μεταπτυχιακό τίτλο ή διδακτορικό.

1.3 Οικογενειακό εισόδημα και επιχειρηματικότητα

Στην παράγραφο αυτή θα εξετάσουμε το οικογενειακό εισόδημα νέων και καθιερωμένων Ελληνίδων επιχειρηματιών. Σύμφωνα με τα στοιχεία του GEM, το οικογενειακό εισόδημα κατανέμεται σε τρία κλιμάκια: χαμηλότερο, μεσαίο και υψηλότερο. Στα παρακάτω διαγράμματα παρουσιάζονται τα ελληνικά δεδομένα για την τριετία 2003-6.

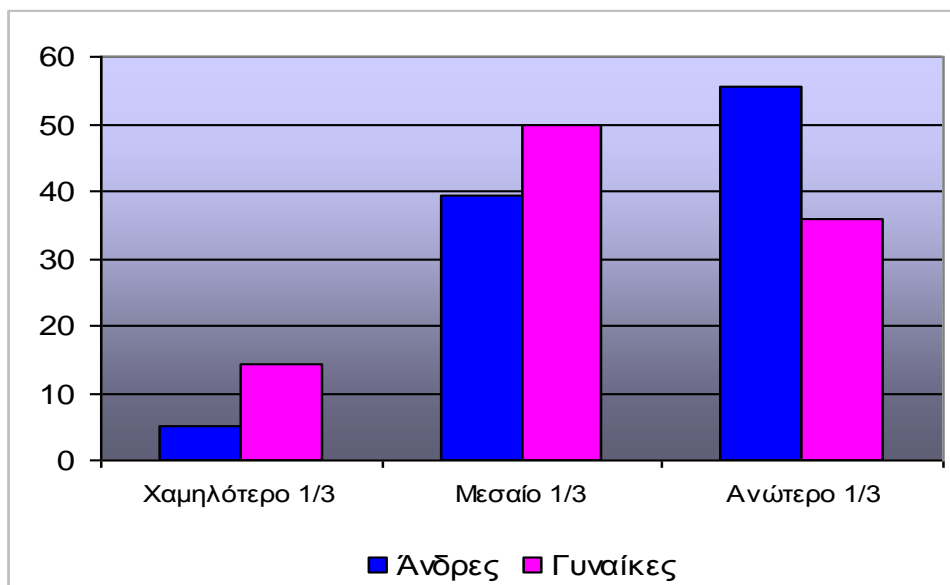
Διάγραμμα 5: Εισοδηματικό επίπεδο και επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων
κατά φύλο



Πηγή GEM

Διάγραμμα 6: Εισοδηματικό επίπεδο και καθιερωμένη επιχειρηματικότητα

κατά φύλο



Πηγή GEM

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

Η υψηλή επιχειρηματικότητα ανάγκης είναι βέβαιο ότι εξηγεί και το γεγονός ότι το ποσοστό των γυναικών καθιερωμένων επιχειρηματιών που προέρχονται από το χαμηλότερο κλιμάκιο οικογενειακού εισοδήματος είναι τριπλάσιο του αντίστοιχου των ανδρών (14,2% έναντι 5%). Ενδιαφέρον επίσης παρουσιάζει η μεγάλη υπεροχή των ανδρών έναντι των γυναικών καθιερωμένων επιχειρηματιών που προέρχονται από υψηλότερο κλιμάκιο (55,5% έναντι 35,8%). Μια πιθανή εξήγηση είναι ότι, στην περίπτωση της καθιερωμένης

επιχειρηματικότητας, το κλιμάκιο του οικογενειακού εισοδήματος στο οποίο ανήκει ο/η επιχειρηματίας πρέπει να αντιμετωπίζεται περισσότερο ως αποτέλεσμα της επιχειρηματικής δραστηριότητας παρά ως προϋπόθεση επιχειρηματικής δραστηριοποίησης. Σε αυτό το πλαίσιο, η χαμηλή συμμετοχή στην καθιερωμένη επιχειρηματικότητα των Ελληνίδων του υψηλότερου κλιμακίου ενδεχομένως υποδηλώνει ότι, λόγω της εξασφάλισης οικονομικής άνεσης, το κίνητρο άσκησης επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι σημαντικά χαμηλότερο για τις γυναίκες, πράγμα που εξηγεί και τη μεγάλη διαφορά των ποσοστών που διαπιστώθηκε παραπάνω.

1.4 Γνώσεις και δεξιότητες

Η ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας δεν μπορεί παρά να εξαρτάται αποφασιστικά από τις σχετικές γνώσεις και δεξιότητες που η επιχειρηματίας μπορεί να κατέχει. Όσο λοιπόν υψηλότερες θεωρούνται από το άτομο, τόσο πιθανότερο είναι να κάνει το βήμα. Δεν είναι απαραίτητο οι γνώσεις και οι δεξιότητες να ταυτίζονται με τυπικά προσόντα, όπως σπουδές και πτυχία, αλλά εκφράζουν περισσότερο την αυτοπεποίθηση του ατόμου για τις ικανότητές του.

Όσον αφορά την Ελλάδα, τα δεδομένα την τοποθετούν στη μεσαία προς χαμηλή περιοχή της παγκόσμιας κατάταξης. Ωστόσο, φαίνεται ότι η ποσοστιαία διαφορά στην αυτοπεποίθηση των Ελλήνων και Ελληνίδων σχετικά με τις ικανότητες άσκησης επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι μάλλον υψηλή. Με άλλα λόγια, οι Ελληνίδες φαίνεται ότι υστερούν σε σημαντικό βαθμό των Ελλήνων σχετικά με την εκτίμηση στις επιχειρηματικές τους ικανότητες. Πρόκειται προφανώς και πάλι για ένα παράδοξο εύρημα, δεδομένου ότι η μεγάλη συμμετοχή των γυναικών στην επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα, κυρίως βέβαια στο επίπεδο της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας, θα περίμενε κανείς ότι θα οδηγούσε σε υψηλότερα επίπεδα αυτοπεποίθησης των Ελληνίδων σχετικά με τις επιχειρηματικές τους ικανότητες και γνώσεις. (Ροσγοβά, 2009)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΕΛΛΗΝΙΔΩΝ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ

2.1 Καινοτομία

Η έρευνα του GEM διερευνά σε ετήσια βάση το βαθμό της καινοτομίας των προϊόντων και υπηρεσιών τα οποία οι επιχειρηματίες διαθέτουν στην αγορά. Σε αυτό το πλαίσιο, τόσο οι νέοι, όσο και οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες καλούνται να απαντήσουν αν το προϊόν που διαθέτουν θεωρείται νέο και πρωτοποριακό από όλους, κάποιους ή κανέναν από τους πελάτες τους. Μολονότι η πληροφορία που συλλέγεται είναι αυστηρά υποκειμενική, με την έννοια ότι αντανακλά την πεποίθηση του ερωτώμενου σχετικά με το πώς οι πελάτες του θα αντιμετωπίσουν το προϊόν, εν τούτοις προσφέρει χρήσιμη γνώση, δεδομένου ότι το γεγονός ότι ο επιχειρηματίας θεωρεί πώς προσφέρει κάτι νέο δεν μπορεί παρά να σημαίνει ότι ακολουθεί μια τακτική η οποία, σε κάποιο βαθμό τουλάχιστον, υπερβαίνει τα “εσκαμμένα”. (Γκαγκάτσιος, 2008)

Από την έρευνα προκύπτει ότι τα εγχειρήματα των Ελληνίδων νέων επιχειρηματιών εμφανίζονται να είναι πιο καινοτομικά από εκείνα των ανδρών. Ενώ το 68% των ανδρών νέων επιχειρηματιών δηλώνουν ότι το προϊόν ή η υπηρεσία που προσφέρουν δε θα θεωρηθεί νέο και πρωτοποριακό από κανέναν πελάτη τους, το αντίστοιχο ποσοστό των Ελληνίδων είναι μόνο 63,6%. Αντίστροφα, το 17,1% των Ελληνίδων νέων επιχειρηματιών δηλώνουν ότι το προϊόν τους θεωρείται νέο και πρωτοποριακό από όλους τους πελάτες τους, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό των ανδρών είναι μόνο 13,2%. (Γκαγκάτσιος, 2008)

Η υπεροχή όμως των γυναικών ως προς την καινοτομικότητα των εγχειρημάτων τους είναι ακόμα σημαντικότερη στην κατηγορία των

καθιερωμένων επιχειρηματιών. Τόσο λοιπόν τα νέα, όσο και τα καθιερωμένα εγχειρήματα των Ελληνίδων εμφανίζονται να είναι περισσότερο καινοτομικά από τα αντίστοιχα των ανδρών. (Γκαγκάτσιος, 2008)

2.2 Τεχνολογία

Σύμφωνα με τα στοιχεία του GEM που αφορούν στη χρησιμοποίηση νέων τεχνολογιών από τις Ελληνίδες επιχειρηματίες – νέες και καθιερωμένες η Ελλάδα παρουσιάζει τις υψηλότερες επιδόσεις παγκοσμίως πράγμα που δηλώνει ότι η τάση προς τεχνολογική αναβάθμιση του παραγωγικού συστήματος της χώρας είναι ισχυρή. (Χινίσογλου, 2008)

Η υπεροχή των Ελληνίδων νέων επιχειρηματιών έναντι των ανδρών είναι εντυπωσιακή. Το 40,8% των γυναικών νέων επιχειρηματιών, έναντι των 30,4% των ανδρών, δηλώνουν ότι η τεχνολογία και οι διεργασίες που χρησιμοποιούν στο εγχείρημα που μόλις ξεκινούν δεν ήταν διαθέσιμες για περισσότερο από ένα έτος πριν από την ίδρυση του εγχειρήματός τους. (Χινίσογλου, 2008)

Η κατάσταση δε διαφέρει ουσιαστικά στην περίπτωση της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας. Πρόκειται βέβαια για αποτέλεσμα αναμενόμενο, δεδομένου ότι τα δεδομένα εδώ αφορούν εγχειρήματα που ήδη λειτουργούν για μεγάλο χρονικό διάστημα, άρα για μεγάλο ποσοστό η τεχνολογία και οι διεργασίες που χρησιμοποιούν έχουν εισαχθεί αρκετά νωρίτερα. Ωστόσο, η υπεροχή των γυναικών είναι εντυπωσιακή αφού οι Ελληνίδες καθιερωμένες επιχειρηματίες που δηλώνουν ότι η τεχνολογία και οι διεργασίες που χρησιμοποιούν είναι πολύ πρόσφατες είναι περίπου το 30% του συνόλου, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό των ανδρών είναι λιγότερο από 20%. Δεδομένου ότι οι καθιερωμένες Ελληνίδες επιχειρηματίες αποτελούν το 50% του συνόλου των καθιερωμένων επιχειρηματιών, η χρήση νέων τεχνολογιών από τις Ελληνίδες επιχειρηματίες δεν μπορεί παρά να έχει

σημαντικές επιπτώσεις στο επίπεδο της τεχνολογίας της οικονομίας συνολικά. (Χινίσογλου, 2008)

2.3 Ανταγωνισμός

Από τη βιβλιογραφία γνωρίζουμε ότι υψηλά επίπεδα καινοτομικότητας και τεχνολογικής αναβάθμισης δεν συνάδουν με υψηλό ανταγωνισμό, καθώς η καινοτομία και η χρήση νέων τεχνολογιών διαφοροποιεί μια επιχείρηση από τις επιχειρήσεις του κλάδου. Ωστόσο, προηγούμενες εκθέσεις του GEM έχουν αποκαλύψει ότι η ένταση του ανταγωνισμού είναι ιδιαίτερα ισχυρή στη χώρα μας, πράγμα που υποδηλώνει ότι η επιχειρηματική δραστηριότητα δεν κατορθώνει να δημιουργήσει νέες αγορές σε αξιόλογο βαθμό. (Χινίσογλου, 2008)

Σύμφωνα με τα υπάρχοντα στοιχεία το 44% των Ελληνίδων νέων επιχειρηματιών δηλώνουν ότι έχουν πολλούς ανταγωνιστές, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό των ανδρών είναι το διπλάσιο, δηλαδή 70%. Από τα στοιχεία που παρουσιάζονται φαίνεται ότι οι Ελληνίδες νέες επιχειρηματίες υπερέχουν των ανδρών ως προς την καινοτομικότητα και την τεχνολογική αναβάθμιση των εγχειρημάτων τους, γεγονός που μεταφράζεται σε λιγότερο ανταγωνισμό που έχουν να αντιμετωπίσουν. (Χινίσογλου, 2008)

Από την άλλη πλευρά ελάχιστοι καθιερωμένοι επιχειρηματίες, άνδρες και γυναίκες, δηλώνουν ότι δεν αντιμετωπίζουν κανένα ανταγωνιστή. Επίσης, με μεγαλύτερο ποσοστό, της τάξεως του 70% για κάθε φύλο, οι άνδρες και οι γυναίκες καθιερωμένοι επιχειρηματίες δηλώνουν ότι οι ανταγωνιστές που αντιμετωπίζουν είναι πολλοί. Από αυτό συμπεραίνουμε ότι οι δραστηριότητές τους δε δημιουργούν νέες αγορές, αλλά μάλλον τείνουν να επαναλαμβάνουν δραστηριότητες που είναι ήδη γνωστές και καθιερωμένες στην ελληνική οικονομία, και στις οποίες δραστηριοποιούνται ήδη πολλοί ανταγωνιστές. (Χινίσογλου, 2008)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΚΛΑΔΙΚΗ ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΕΙΩΝ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

3.1 Γυναικείες επιχειρήσεις

Οι γυναίκες στην Ελλάδα αρχίζουν να επιλέγουν συστηματικότερα την επιχειρηματική τους καριέρα ως εναλλακτική απασχόληση από τη δεκαετία του □ 70, ενώ οι περισσότερες γυναίκες επιχειρηματίες εμφανίζονται στη δεκαετία του □ 80. Οι περισσότερες από τις γυναίκες επιχειρηματίες στέφονται σε επιχειρήσεις του τριτογενούς τομέα με κυρίαρχη την παροχή υπηρεσιών και το λιανικό εμπόριο. Οι γυναίκες που δραστηριοποιούνται στον τομέα της μεταποίησης επιλέγουν κυρίως επιχειρήσεις που έχουν παραδοσιακή σχέση με την εργασία των γυναικών στο σπίτι (π.χ ενδυμάτων, παραδοσιακών γλυκών, βιοτεχνία επίπλων, κ.λ.π.). (Παζαρζή. 2001)

Πιο αναλυτικά τα στοιχεία των απασχολούμενων γυναικών κατά τομέα οικονομικής δραστηριότητας φαίνονται στον παρακάτω πίνακα. Με βάση τα στοιχεία του πίνακα η απασχόληση των γυναικών της χώρας κατά τομέα οικονομικής δραστηριότητας, πρωτογενή, δευτερογενή και τριτογενή, κατά το διάστημα 1992-1997 παρουσιάζει τις παρακάτω μεταβολές:

α) στον πρωτογενή τομέα (γεωργία, κτηνοτροφία, δάση αλιεία, κ.λ.π.) η απασχόληση των γυναικών εμφανίζει βαθμιαία μείωση και από 26,4% το 1992 πέφτει στο 23,1% το 1997 στο σύνολο των απασχολούμενων γυναικών. Δηλαδή κατά το διάστημα 1992-1997 έχουμε μείωση των γυναικών στον πρωτογενή τομέα κατά 3,3 ποσοστιαίες μονάδες ή 12,5%.

β) η ίδια τάση παρατηρείται και στο δευτερογενή τομέα (βιομηχανία, βιοτεχνία, ηλεκτρισμός, κ.λ.π.) όπου η απασχόληση των γυναικών από το έτος 1992 μέχρι το έτος 1997 μειώνεται από 17,2% σε 13,3%, δηλαδή 22,4%.

γ) στον τριτογενή τομέα (εμπόριο, τράπεζες, μεταφορές, επικοινωνίες, διοίκηση και λοιπές υπηρεσίες) η απασχόληση των γυναικών εμφανίζει σταθερή ανοδική πορεία και από 56,3% το 1992 έφτασε στο 63,5% το 1997. Δηλαδή κατά το διάστημα 1992-1997 έχουμε αύξηση της απασχόλησης των γυναικών στον τριτογενή τομέα κατά 7,3 ποσοστιαίες μονάδες ή 11,3%. (Παζαρζή. 2001)

Πίνακας 2: Απασχολούμενοι κατά τομέα οικονομικής δραστηριότητας και φύλο κατά το διάστημα 1992-1997, στο σύνολο της χώρας.

Τομέας οικονομικής δραστηριότητας	Φύλο	1992	1993	1994	1995	1996	1997
ΣΥΝΟΛΟ		3684,5	3720,2	3789,6	3823,8	3871,9	3854,1
ΤΟΜΕΩΝ							
Άνδρες		2403,2	2419,5	2452,2	2452,2	2470,3	2439,0
Γυναίκες		1281,3	1300,7	1337,4	1371,6	1401,6	1415,1
ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ							
Άνδρες		468,7	463,6	457,4	454,1	450,7	437,7
Γυναίκες		338,0	330,3	332,3	327,9	335,4	327,3
ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΗΣ							
Άνδρες		778,3	706,3	705,8	696,1	694,2	676,0
Γυναίκες		221,7	193,6	189,4	191,0	191,7	189,6
ΤΡΙΤΟΓΕΝΗΣ							
Άνδρες		1156,2	1249,6	1289,0	1302,0	1325,4	1325,2
Γυναίκες		721,7	76,8	815,7	852,8	874,6	898,2

Πηγή Παπάζη, 20

Η τάση των γυναικών επιχειρηματιών να επιλέγουν τη δραστηριοποίηση στον τριτογενή τομέα (λιανικό εμπόριο και υπηρεσίες κυρίως), παρατηρείται διεθνώς. Η επικέντρωση των γυναικών σε τέτοιου είδους επιχειρήσεις δεν αποτελεί έκπληξη καθώς αποτελούν παραδοσιακούς τομείς απασχόλησης αυτών. (Παζαρζή. 2001)

Σύμφωνα με έρευνα του Εθνικού Επιμελητηριακού Δικτύου Γυναικών, 12% των γυναικείων επιχειρήσεων είναι ομόρρυθμες επιχειρήσεις και 12% είναι εταιρείες περιορισμένης ευθύνης. Το 9% των γυναικείων επιχειρήσεων είναι ατομικές επιχειρήσεις και το 7,8% είναι ετερόρρυθμες εταιρίες. Ανώνυμες εταιρίες είναι το 8,3% των γυναικείων επιχειρήσεων. Τα παραπάνω δεδομένα παραπέιθονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 3

Κλαδική διάρθρωση γυναικείων επιχειρήσεων

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΜΟΡΦΗ ΓΥΝΑΙΚΕΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΓΥΝΑΙΚΕΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
Α.Ε.Ε.Π.Ε	8,3 %
Ο.Ε.	12 %
Ε.Ε	7,8 %
Ε.Π.Ε.	12 %
ΑΤΟΜΙΚΗ	9 %

Πηγή, Εθνικό Επιμελητηριακού Δικτύου Γυναικών.

3.2 Γυναικείοι Συνεταιρισμοί

Η έννοια της τοπικής ανάπτυξης και ο διαφαινόμενος ρόλος των γυναικών.

Η αυξανόμενη πίεση της ανεργίας είχε ως αποτέλεσμα την υλοποίηση ενός ευρύτερου φάσματος πειραματικών ενεργειών για τη δημιουργία θέσεων εργασίας σε σύγκριση με το παρελθόν, από τις οποίες σύντομα διαφάνηκε ότι υπάρχουν σημαντικές δυνατότητες δράσης σε τοπικό επίπεδο. Επιπλέον, οι αλλαγές στην ευρωπαϊκή (και την παγκόσμια) κοινωνία επέδρασαν με νέους τρόπους στις επιχειρήσεις και στα άτομα.

Οι τοπικοί παράγοντες υποχρεώνονται πλέον να αναπτύξουν στρατηγικές που βασίζονται στις συγκεκριμένες τους ανάγκες και δυνατότητες. Οι μεταβολές των συστημάτων παραγωγής χάρη στη χρήση της τεχνολογίας καθιστούν πολύ ευκολότερη την ανάπτυξη του ενδογενούς δυναμικού. Η τάση αυτή ευνοεί την μικροοικονομική ανάπτυξη και τον σχηματισμό τοπικών συστημάτων παραγωγής, τα οποία συγκροτούνται από μικρές επιχειρήσεις. Διάφοροι άλλοι παράγοντες, όπως οι δημογραφικές εξελίξεις (γήρανση), οι αλλαγές του τρόπου ζωής και η αυξανόμενη αστικοποίηση, έχουν ως συνέπεια τη μεταβολή των καταναλωτικών συνηθειών. Παρατηρείται ραγδαία αύξηση του ποσοστού του οικογενειακού προϋπολογισμού που δαπανάται για υγειονομική περίθαλψη, προσωπικές υπηρεσίες, περιβαλλοντική προστασία, αναψυχή, κατάρτιση, πολιτισμό, επικοινωνία και μεταφορές. (Μάρη, 2007)

Οι ανωτέρω εξελίξεις, σε συνδυασμό με το αυξανόμενο ενδιαφέρον των πολιτών για τη βιώσιμη ανάπτυξη και την επιδίωξη ενεργού συμμετοχής στα κοινά, συντελούν στην αύξηση της σημασίας της τοπικής διάστασης της ανάπτυξης, ενώ σαν βασικός άξονας τίθεται η κινητοποίηση των τοπικών δυνάμεων.

Η τοπική ανάπτυξη είναι μια μορφή περιφερειακής ανάπτυξης, στην οποία οι τοπικοί παράγοντες (τοπικοί οργανισμοί και φορείς, τοπικές επιχειρήσεις, τοπική πρωτοβουλία και επιχειρηματικότητα) συνιστούν τους βασικούς μοχλούς της αναπτυξιακής διαδικασίας και μπορεί να θεωρηθεί ως μια διαδικασία οικονομικής ανάπτυξης και διαρθρωτικών αλλαγών που οδηγεί στη βελτίωση του επιπέδου ζωής του τοπικού πληθυσμού. (Μάρη, 2007)

Ως τοπικοί παράγοντες δεν θεωρούνται μόνο τα γεωγραφικά και φυσικά χαρακτηριστικά των χωρικών μονάδων (τοπικά φυσικά συγκριτικά πλεονεκτήματα, φυσικούς πόρους, ορυκτό πλούτο κλπ.) αλλά και τα κοινωνικοπολιτισμικά χαρακτηριστικά της τοπικής παραγωγής που σχετίζονται με την αναπτυξιακή διαδικασία.

Έτσι τοπικές κοινωνίες με μειονεκτήματα είναι δυνατόν να προωθήσουν την ανάπτυξή τους με τη βοήθεια της τεχνογνωσίας και της ανάπτυξης της τοπικής επιχειρηματικής δραστηριότητας. Για το λόγο αυτό η προσπάθεια για την προώθηση και την εφαρμογή της τοπικής ανάπτυξης εντάθηκε κυρίως σε ζώνες υποβαθμισμένες, μειονεκτικές καθώς και σε περιόδους κρίσης. (Μάρη, 2007)

Με επίκεντρο τον άνθρωπο και τις δραστηριότητες που αναπτύσσει στο χώρο της περιφέρειας, η ολοκληρωμένη τοπική ανάπτυξη συνιστά «τομή» της ανάπτυξης - δεν απομονώνεται ένας τομέας ή κλάδος για να ωφεληθεί ένας άλλος. Απεναντίας, δίνεται έμφαση στη μεγαλύτερη δυνατή σύνδεση μεταξύ τους, έτσι ώστε η ωφέλεια στον ένα τομέα να παράγει ευεργετικά πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα στους άλλους τομείς της τοπικής οικονομίας και κοινωνίας, έτσι κεντρικό σημείο γίνεται η αξιοποίηση από τους ίδιους τους κατοίκους μιας περιοχής του συνόλου των δυνατοτήτων που αυτή έχει. (Γιδαράκου, 2008)

Το ανθρώπινο δυναμικό μιας περιοχής είναι ένας από τους βασικούς παράγοντες για την ανάπτυξη της, ενώ το θέμα των ανθρώπινων πόρων και της αξιοποίησής τους δεν είναι αποκλειστικά αντικείμενο οικονομικών διεργασιών ή εκπαίδευσης αλλά και κοινωνικής παρέμβασης. (Γιδαράκου, 2008)

Η προώθηση των σύγχρονων ιδεών περί ανάπτυξης και απασχόλησης, η δημιουργία κλίματος εμπιστοσύνης και συνεργασίας σε επίπεδο ομάδας, η δημιουργία συναισθήματος αυτοπεποίθησης, η εγκατάλειψη της παθητικής και αρνητικής στάσης κλπ, απαιτούν παρεμβάσεις που έχουν ανάγκη ειδικούς μηχανισμούς προσαρμοσμένους σε μια τοπική κοινωνία. Η αναστροφή της υφιστάμενης κατάστασης σε μια περιοχή απαιτεί τη δημιουργία αναδιарθρωτικών μηχανισμών, οι οποίοι θα πρέπει, αφού συγκεκριμενοποιηθεί το αίτιο της προβληματικότητας, να ανασυντάξουν τα μέσα και τους παραγωγικούς πόρους της περιοχής ώστε να αποκατασταθεί η ισορροπία με τις συνθήκες της αγοράς. (Στυλιανού, 2008)

Οι παράμετροι παρέμβασης αυτών των αναδιαρθρωτικών μηχανισμών είναι:

- το ενδογενές δυναμικό ανάπτυξης (πόροι, δεξιότητες ανθρώπινου δυναμικού, τεχνογνωσία, παράδοση) είναι κρίσιμος παράγοντας για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας.
- το επίπεδο των υποδομών (βασικών και εξειδικευμένων) που πρέπει να εκσυγχρονιστούν ώστε να αποτελέσουν πόλο έλξης νέων δραστηριοτήτων
- οι επιχειρηματικές πρωτοβουλίες αποτελούν τον κρίσιμο κρίκο στην αναπτυξιακή προσπάθεια
- οι αναπτυξιακοί θεσμοί-φορείς: το θεσμικό πλαίσιο πρέπει να παρέχει τα κατάλληλα κίνητρα ώστε να αξιοποιηθούν τα συγκριτικά πλεονεκτήματα, ενώ οι φορείς διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στο σχεδιασμό, την υλοποίηση και τη παρακολούθηση αναπτυξιακών προγραμμάτων. (Μάρη, 2007)

Σε αυτό το πλαίσιο θα μπορούσαμε να πούμε είναι πλέον πρωταγωνιστικός ο ρόλος της γυναίκας και αναγκαία η συμμετοχή της –σε τοπικό επίπεδο, στις διαδικασίες ανάπτυξης και αυτό για τους παρακάτω τουλάχιστον λόγους:

α. Η ένταξη και συμμετοχή των γυναικών στην τοπική παραγωγική διαδικασία, ενισχύσει παραπέρα την δυναμικότητα μιας περιοχής, από την στιγμή που ο βασικός αναπτυξιακός πόρος, που είναι το ανθρώπινο δυναμικό διευρύνεται αριθμητικά αλλά και εμπλουτίζεται ποιοτικά.

β. Οι γυναίκες είναι αυτές που κατά κύριο λόγο οποίες κουβαλούν μαζί τους την γνώση παραγωγής προϊόντων τα οποία πρώτα και κύρια αξιοποιούν τις δυνατότητες και τους πόρους μιας τοπικής κοινωνίας – μέσω βεβαίως της παράδοσης της οποίας είναι κατά τεκμήριο φορείς της σε μια τοπική κοινωνία

γ. Τέλος οι γυναίκες είναι φορείς θετικών αντιλήψεων και στάσεων για την συνεργασία και την τοπική αλληλεγγύη και αυτό κυρίως γιατί είναι ακόμα σε

σημαντικό βαθμό (σε αρκετές τοπικές κοινωνίες) φορείς παραδοσιακών συνεργατικών παραγωγικών πρακτικών. (Μάρη, 2007)

Τα τελευταία χρόνια, αναδεικνύεται ο ρόλος των γυναικών επιχειρηματιών στον αγροτικό τομέα ιδίως μέσω της συνεταιριστικής οργάνωσης. Οι λόγοι που οδήγησαν σε αυτήν την ανάπτυξη είναι αφενός η αναζήτηση διεξόδων απασχόλησης σε έναν ανεκμετάλλευτο, σε μεγάλο βαθμό, τομέα αλλά και η υποστήριξη που παρέχεται τα τελευταία χρόνια σε εθνικό επίπεδο της ετερογένειας και πολιτισμικής ποικιλότητας των κρατών μελών. Στα πλαίσια αυτά και μέσω των πολιτικών υποστήριξης, άρχισαν να πολλαπλασιάζονται οι γυναικείοι συνεταιρισμοί οι οποίοι προσφέρουν απασχόληση σε μεγάλο αριθμό γυναικών και δίνουν διέξοδο στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες. (Ροσγοβά, 2009)

Αν και ο πρώτος γυναικείος συνεταιρισμός ιδρύθηκε το 1957 στη Σαρακίνα Γρεβενών, η μεγαλύτερη ανάπτυξη παρατηρήθηκε τη δεκαετία του 1980 λόγω της ευαισθητοποίησης της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε θέματα ισότητας. Σαν αποτέλεσμα, προωθήθηκαν εθνικές πρωτοβουλίες επαγγελματικής κατάρτισης των γυναικών για τη δημιουργία μικρών επιχειρήσεων και έτσι το 2000 οι γυναικείοι συνεταιρισμοί ανέρχονται σε 71 (Έρευνα Υπ. Εσωτερικών, 2000). Οι τομείς στους οποίους αναπτύσσουν επιχειρηματική δράση οι γυναικείοι συνεταιρισμοί στην ύπαιθρο είναι: ο αγροτουρισμός, η βιοτεχνική – οικοτεχνική παραγωγή και εμπορία ειδών που προέρχονται από τη μεταποίηση προϊόντων της γεωργικής εκμετάλλευσης, η κατασκευή και εμπορία προϊόντων πολιτιστικής κληρονομιάς και η παραγωγή και εμπορία προϊόντων εναλλακτικών μορφών γεωργίας. (Ροσγοβά, 2009)

Οι λόγοι της παρατηρούμενης ανάπτυξης των συνεταιρισμών στον αγροτικό χώρο είναι πολλοί :

- Δυνατότητα έναρξης ή διατήρησης οικιακών βιοτεχνικών δραστηριοτήτων οι οποίες δεν εντάσσονται, συνήθως, στην επίσημη οικονομική δραστηριότητα,

- Διατήρηση ή έναρξη απασχόλησης χωρίς ηλικιακές διακρίσεις,
- Αντιμετώπιση ελλείψεων σε κεφάλαιο, πληροφόρηση και εκπαίδευση,
- Αντιμετώπιση , μέσω της κατανομής, μεγάλου μέρους του κόστους διαχείρισης μιας επιχείρησης όπως, π.χ κόστος προώθησης προϊόντων,
- Εκμετάλλευση των κυβερνητικών πολιτικών υποστήριξης των συνεταιρισμών στην προσπάθεια τόνωσης της αγροτικής οικονομίας, και
- Αντιμετώπιση του ανταγωνισμού της ανοιχτής αγοράς λειτουργώντας στο προστατευτικό συνεταιριστικό περιβάλλον.

(Στυλιανού, 2008)

Υπάρχει, όμως, και ένας πρόσθετος λόγος που βοήθησε στην ανάπτυξη της γυναικείας συμμετοχής στις συνεταιριστικές οργανώσεις. Αυτός είναι η συντηρητική Ελληνική κοινωνία, ιδιαίτερα στις μικρές αγροτικές κοινότητες, που μπορούσε πιο εύκολα να αποδεχτεί μια γυναίκα που ασκούσε επιχειρηματική δραστηριότητα στα πλαίσια μιας συνεταιριστικής οργάνωσης παρά αναλαμβάνοντας ατομικές πρωτοβουλίες, καθώς θα έπρεπε να αντιμετωπίσει βαθιά ριζωμένα στερεότυπα και αντιλήψεις. (Ροσγοβά, 2009)

Τέσσερις είναι οι βασικοί περιορισμοί που επηρεάζουν αρνητικά τη συμμετοχή των γυναικών στους συνεταιρισμούς :

1) η έλλειψη χρόνου. Ο τριπλός ρόλος των γυναικών (εργαζόμενες – μητέρες – νοικοκυρές) περιορίζει το διαθέσιμο χρόνο για παραγωγικότερη εργασία.

2) η ύπαρξη νομικών εμποδίων. Η ύπαρξη ορισμένων νόμων δημιουργεί προβλήματα σε μισθολογικό και ιδιοκτησιακό επίπεδο, ενώ επηρεάζει τα προσωπικά δικαιώματα των γυναικών, όπως, για παράδειγμα, η ύπαρξη ίδιας

περιουσίας σαν απαραίτητη προϋπόθεση για τη συμμετοχή σε συνεταιρισμό.

3) η ύπαρξη παραδοσιακών εμποδίων. Κοινωνικά και θρησκευτικά στερεότυπα καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό την αποδεκτή κοινωνική συμπεριφορά των γυναικών και επηρεάζουν το ρόλο τους.

4) η έλλειψη εκπαίδευσης. Τα κοινωνικά στερεότυπα πολλές φορές επηρεάζουν το είδος και τη διάρκεια εκπαίδευσης των γυναικών. Έτσι παρατηρείται το φαινόμενο οι γυναίκες να ενημερώνονται σπανιότερα από τους άντρες για θέματα, όπως οι νέες τεχνολογίες, η οργάνωση και η διοίκηση συνεταιρισμών, νέες μεθόδους και τεχνικές παραγωγής, κλπ. (Ροσγοβά, 2009)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΤΩΝ ΔΥΟ ΦΥΛΩΝ

Η επιχειρηματική δραστηριότητα, με την έννοια της έναρξης νέων εγχειρημάτων, διαφέρει πολύ ανάμεσα σε διαφορετικές χώρες και περιοχές του πλανήτη. Ωστόσο, η υπεροχή των ανδρών συνιστά ένα σταθερό χαρακτηριστικό που επιβεβαιώνεται σε όλες τις έρευνες του GEM που έχουν πραγματοποιηθεί μέχρι σήμερα.

Στην Ελλάδα, το σύνολο της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατανέμεται κατά 70% προς 30% περίπου ανάμεσα σε άνδρες και γυναίκες, επίδοση με την οποία η χώρα κατατάσσεται χαμηλά ανάμεσα στις χώρες της Ευρώπης. Πράγματι, το ποσοστό των γυναικών στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων είναι μεν ανώτερο στην Ελλάδα από χώρες όπως το Βέλγιο και η Γαλλία, αλλά παραμένει χαμηλότερο από την πλειοψηφία των ευρωπαϊκών χωρών. (Ιωαννίδης, κ.α, 2007)

Τα θέματα της ισότητας των φύλων συνδέονται με τις κυρίαρχες πολιτικές προτεραιότητες τη χώρας την ανάπτυξη, την απασχόληση και τη κοινωνική συνοχή. Τα τελευταία χρόνια η θεώρηση της ισότητας μεταξύ ανδρών και γυναικών στο επίπεδο της Ε.Ε. γίνεται και από τη σκοπιά του οικονομικού της ενδιαφέροντος, ως παραγωγικού συντελεστή, όπως προκύπτει από τη σύνδεσή της με το δημογραφικό ζήτημα και την αγορά εργασίας αφενός, με την κοινωνική συνοχή αφετέρου. (Ιωαννίδης, κ.α, 2007)

Η Έκθεση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την ισότητα μεταξύ ανδρών και γυναικών (2004), που υποβλήθηκε στην Εαρινή Σύνοδο Κορυφής των Βρυξελλών (Μάρτιος του 2004), αναφέρει ειδικότερα την Ελλάδα, από κοινού με την Ισπανία και την Ιταλία, ως αρνητικό παράδειγμα χωρών που παρουσιάζουν ποσοστά γυναικείας απασχόλησης κατώτερα του 50% και οι οποίες πρέπει να καταβάλουν αυξημένες προσπάθειες προκειμένου να

επιτύχουν το στόχο της Λισσαβόνας. Ο διαχωρισμός =μεταξύ των δύο φύλων εκτός από την άνιση κατανομή που παρατηρείται στα ποσοστά ανεργίας και απασχόλησης, καθώς επίσης και στη συμμετοχή στις άτυπες μορφές απασχόλησης, εντοπίζεται στις διαφορές ως προς α) τους μισθούς, όπου σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα της Τράπεζας της Ελλάδος, το μισθολογικό χάσμα στη Χώρα μας ανέρχεται, κατά μέσον όρο, σε 25% και υπερβαίνει κατά πολύ τον αντίστοιχο μέσο όρο της Ε.Ε. (16%), β) τη συμμετοχή σε κλάδους οικονομικής δραστηριότητας και επιμέρους επαγγέλματα (επαγγελματικός διαχωρισμός) και γ) την επαγγελματική εξέλιξη. (Ιωαννίδης, κ.α, 2007)

4.1 Το μισθολογικό χάσμα μεταξύ ανδρών – γυναικών

Το «συνολικό» μισθολογικό χάσμα μετριέται με τη διαφορά μεταξύ του ακαθάριστου μισθού αντρών και γυναικών ως ποσοστό του μισθού των ανδρών. Ο όρος «συνολικό» χρησιμοποιείται για να τονιστεί ότι το μισθολογικό χάσμα δεν έχει διορθωθεί ώστε να λαμβάνει υπόψη διαφορές στα χαρακτηριστικά των δυο φύλων (π.χ. προσόντα και επαγγελματική εμπειρία) που πιθανόν να δικαιολογούν μερικώς ή και εξολοκλήρου τις διαφορές στο μισθό, με την έννοια ότι αντανακλούν διαφορές στην παραγωγικότητα. (Ρούσσα, 2005)

Υπάρχουν δύο κύριες ερμηνείες του μισθολογικού χάσματος μεταξύ αντρών και γυναικών: η θεωρία του ανθρώπινου κεφαλαίου και η θεωρία των διακρίσεων.

Σύμφωνα με τη θεωρία του ανθρώπινου κεφαλαίου, οι γυναίκες αμείβονται κατά μέσο όρο λιγότερο από τους άντρες, και αυτό γιατί κατά μέσο όρο οι άντρες υπερέχουν στο ανθρώπινο κεφάλαιο που διαθέτουν. Πιο συγκεκριμένα, οι ατομικές διαφορές στις αμοιβές οφείλονται στις διαφορές παραγωγικότητας, που απορρέουν από τις διαφορές στο ανθρώπινο κεφάλαιο που διαθέτουν τα άτομα. Το ανθρώπινο κεφάλαιο αναφέρεται στις παραγωγικές γνώσεις και δεξιότητες των ατόμων, που αποκτώνται με την

εκπαίδευση, την επαγγελματική εμπειρία, την προϋπηρεσία, την επαγγελματική κατάρτιση. Αυτά τα στοιχεία αυξάνουν την απόδοση των εργαζομένων και επομένως την παραγωγικότητά τους. (Ρούσσα, 2005)

Όσον αφορά τη διαφορά στο ανθρώπινο κεφάλαιο μεταξύ αντρών και γυναικών, καταρχήν πρέπει να σημειωθεί ότι υπάρχουν διαφορετικές επαγγελματικές προτιμήσεις μεταξύ των δύο φύλων, πράγμα που σημαίνει και διαφορετικές αμοιβές και διαφορετική επαγγελματική εξέλιξη. Βέβαια, αυτές οι διαφορετικές προτιμήσεις μπορεί να προέρχονται από κοινωνικές αντιλήψεις και πρότυπα και να μην είναι «καθαρή» επιλογή του κάθε ατόμου. Για παράδειγμα, μία περίπτωση που είναι σημαντικός παράγοντας των διαφορών στους μισθούς μεταξύ αντρών και γυναικών, είναι το γεγονός ότι οι γυναίκες αναμένεται να διαλέγουν δουλειές που τους επιτρέπουν να κάνουν μεγάλα χρονικά διαστήματα απουσίας για την ανατροφή των παιδιών και γενικά το νοικοκυριό. (Ρούσσα, 2005)

Επίσης, η θεωρία του ανθρώπινου κεφαλαίου τονίζει τη στενή σχέση που υπάρχει μεταξύ της συμμετοχής στην αγορά εργασίας και της επένδυσης σε ανθρώπινο κεφάλαιο. Όταν υπάρχει μεγάλο ποσοστό διακοπής της εργασίας, σημαίνει ότι οι επενδύσεις σε ανθρώπινο κεφάλαιο είναι λιγότερο αποδοτικές, αφού υπάρχει λιγότερος χρόνος απολαβής των πλεονεκτημάτων των επενδύσεων. Έτσι, οι γυναίκες αναμένεται να επενδύουν λιγότερο σε ανθρώπινο κεφάλαιο από τους άντρες, αφού δουλεύουν λιγότερο. (Ρούσσα, 2005)

Μια άλλη υπόδειξη είναι ότι, οι γυναίκες που περιμένουν ότι θα κάνουν συχνές διακοπές στην εργασία τους, μπορεί να επιλέξουν να κάνουν επενδύσεις σε ανθρώπινο κεφάλαιο που να διευκολύνουν αυτές τις απουσίες. Επομένως, είναι σημαντικό να αναγνωρίζουν τις διαφορές στον «τύπο» της επένδυσης σε ανθρώπινο κεφάλαιο που κάνουν. Το «πρόστιμο» για διακοπή της εργασίας είναι μεγαλύτερο σε μερικές δουλειές, όπως το μανάτζμεντ και μικρότερο σε άλλες, όπως στις υπηρεσίες. Οι δουλειές «υψηλού προστίμου» συνδέονται με μεγάλες επενδύσεις σε εξειδικευμένο ανθρώπινο κεφάλαιο, σε αντίθεση με τις δουλειές «χαμηλού προστίμου», που στο μεγαλύτερο βαθμό

συνδέονται με επενδύσεις σε γενικό ανθρώπινο κεφάλαιο. Είναι λογικό, πως για ένα άτομο με γενικό ανθρώπινο κεφάλαιο, οι επιπτώσεις από την απώλεια μιας δουλειάς θα είναι λιγότερο σοβαρές, από ένα άτομο με εξειδικευμένο ανθρώπινο κεφάλαιο. Ο λόγος είναι ότι, ενώ οι επενδύσεις σε γενικό ανθρώπινο κεφάλαιο αυξάνουν την παραγωγικότητα και σε άλλες επιχειρήσεις, οι εξειδικευμένες ικανότητες δεν μπορούν να μεταφερθούν σε άλλες επιχειρήσεις και επομένως δεν αυξάνουν την παραγωγικότητα του ατόμου έξω από μια συγκεκριμένη επιχείρηση - αφού σε κάθε επιχείρηση γίνεται επιπλέον επένδυση ανθρώπινου κεφαλαίου πάνω σε συγκεκριμένο αντικείμενο εργασίας -. Έτσι, εξαιτίας αυτών των διαφορών στην «ποινή» για τη διακοπή της εργασίας, οι γυναίκες αναμένεται να επιλέξουν επιχειρήσεις ή δουλειές όπου η «ποινή» για τη διακοπή είναι χαμηλή ή αντίστοιχα που απαιτούν επένδυση σε γενικό ανθρώπινο κεφάλαιο και όχι σε εξειδικευμένο με αποτέλεσμα να συνωστίζονται σε ορισμένα επαγγέλματα, όπου κατά συνέπεια η προσφορά εργασίας θα είναι μεγαλύτερη από τη ζήτηση και αυτό οδηγεί σε χαμηλότερους μισθούς (θεωρία της υπερσυγκέντρωσης). Οι άντρες από την άλλη πλευρά, που έχουν μεγαλύτερο ποσοστό συμμετοχής σε μια δουλειά, επενδύουν έντονα σε εξειδικευμένο ανθρώπινο κεφάλαιο που οδηγεί και σε υψηλότερους μισθούς. (Παπαγεωργίου, 2007)

Η δεύτερη θεωρία ερμηνείας του μισθολογικού χάσματος είναι η θεωρία των διακρίσεων. Υπάρχουν τρεις τύποι μισθολογικής διάκρισης, που πηγάζουν από τις προτιμήσεις των εργοδοτών, των εργαζομένων και των καταναλωτών (διακρίσεις προκατάληψης). Ένας εργοδότης μπορεί να μην επιθυμεί να προσλάβει γυναίκες στην επιχείρησή του λόγω προσωπικής προκατάληψης εναντίον τους. Επομένως, δεδομένης της προτίμησης του εργοδότη για άντρες, για να προσληφθεί μια γυναίκα στην επιχείρηση θα πρέπει να δεχθεί να δουλέψει με κατώτερο μισθό από αυτόν του άντρα συναδέλφου της, στην ίδια δουλειά. Επίσης, λόγω προκατάληψης, μερικοί εργαζόμενοι μπορεί να μην επιθυμούν να εργαστούν με γυναίκες στον ίδιο χώρο ή να έχουν γυναίκα προϊστάμενη. Τέλος, πολλοί καταναλωτές μπορεί να προτιμούν να εξυπηρετούνται από άντρες σε υπηρεσίες υψηλού επιστημονικού ή τεχνικού περιεχομένου και από γυναίκες σε υπηρεσίες

χαμηλού, με αποτέλεσμα οι άντρες να συγκεντρώνονται στις υψηλόμισθες εργασίες και οι γυναίκες στις χαμηλόμισθες. (Ρούσσα, 2005)

Το μισθολογικό χάσμα μεταξύ αντρών και γυναικών αποτελεί μια συνισταμένη πολλών παραγόντων. Από τους κυριότερους παράγοντες του χάσματος είναι τα χαρακτηριστικά της θέσης εργασίας. Οι μισθοί γενικά αυξάνονται όταν αλλάζουν τα χαρακτηριστικά της θέσης εργασίας: αν ένα άτομο ασκεί καθήκοντα επίβλεψης, έχει δηλαδή θέση ευθύνης, αν πραγματοποιεί υπερωρίες ή βάρδιες, αναμένεται και ο μισθός του να είναι αυξημένος. Επίσης, αν έχει σύμβαση ορισμένου χρόνου, κατέχει δηλαδή μια θέση που από τη φύση της το θέτει σε υποδεέστερη διαπραγματευτική θέση, αναμένεται ο μισθός του να είναι μειωμένος. (Γενική γραμματεία ισότητας, 2005)

Από έρευνες έχει προκύψει ότι τόσο οι άντρες όσο και οι γυναίκες που κατέχουν θέσεις ευθύνης στην εργασιακή ιεραρχία, αμείβονται θεαματικά περισσότερο από τους υπόλοιπους συναδέλφους τους, και ειδικότερα η ανάληψη ευθυνών από γυναίκες αμείβεται εξίσου ή και παραπάνω από τους άντρες. Όμως, οι γυναίκες δεν ωφελούνται σημαντικά από αυτό, καθώς ένα πολύ μικρό ποσοστό (10%) κατέχει θέσεις ευθύνης. (Μπαντούνου, 2005)

Ακόμα, η πραγματοποίηση υπερωριών αποτελεί έναν παράγοντα αύξησης του μισθού, περίπου εξίσου για τα δύο φύλα. Παρόλα αυτά, οι άντρες πραγματοποιούν συγκριτικά περισσότερες υπερωρίες από τις γυναίκες, έτσι ώστε τελικά οι υπερωρίες να συμβάλουν κατά ένα μικρό ποσοστό στο μισθολογικό χάσμα. Επιπρόσθετα, οι βάρδιες αμείβονται κατά πολύ περισσότερο στην περίπτωση των αντρών, και αυτό οφείλεται κυρίως στο γεγονός ότι στους κλάδους και στα επαγγέλματα που απασχολούνται οι γυναίκες, οι βάρδιες είναι σημαντικά σπανιότερες. (Μπαντούνου, 2005)

Έρευνες όσον αφορά τους λόγους για την ύπαρξη χαμηλότερων γυναικείων μισθών και τη μεροληπτική κατανομή των γυναικών στα επαγγέλματα, υποδεικνύουν ότι υπάρχει περιορισμένη συμμετοχή των γυναικών στην αγορά εργασίας, καθώς στο ποσό του ανθρώπινου κεφαλαίου που επενδύουν. Οι γυναίκες, εξαιτίας του ρόλου τους, επενδύουν λιγότερο στην εκπαίδευση και

διαλέγουν επαγγέλματα που είναι συμβατά μ' αυτό το ρόλο και δεν θα απαιτούν υπερωρίες, ταξίδια, επαγγελματική κατάρτιση. (Μπαντούνου, 2005)

Κατά μέσο όρο η αμοιβή της γυναίκας ανέρχεται στο 75% της αμοιβής των ανδρών, με σημαντικές αποκλίσεις ανάμεσα σε διάφορους κλάδους. Ειδικότερα στον τουρισμό οι γυναίκες προτιμώνται από τους άνδρες και οι αμοιβές τους, κατά μέσο όρο εμφανίζονται υψηλότερες από αυτές των ανδρών. (Κατσανέβα)

Οι μισθολογικές διακρίσεις σε βάρος των γυναικών συνεχίζουν να υφίστανται κυρίως στον ιδιωτικό τομέα, ενώ αντίθετα στον ευρύτερο δημόσιο τομέα τηρείται με μεγαλύτερη αυστηρότητα το ισχύον νομοθετικό πλαίσιο και οι Ευρωπαϊκές οδηγίες περί ισότητας. (Κατσανέβα)

4.2 Επαγγελματικές διακρίσεις των δύο φύλων

Οι εργοδότες κάνουν διακρίσεις στην επιλογή των εργαζομένων, γιατί πιστεύουν ότι οι γυναίκες κατά μέσο όρο είναι περισσότερο ασταθείς, λιγότερο ικανές κ.τ.λ., και έτσι κάνουν διακρίσεις σε βάρος των γυναικών. Αυτή η μορφή διάκρισης οδηγεί σε λιγότερο αριθμό προσληφθέντων γυναικών σε συγκεκριμένα επαγγέλματα και τελικά στο διαχωρισμό των αντρικών και των γυναικείων επαγγελμάτων. Για παράδειγμα, οι εργοδότες τοποθετούν τις γυναίκες σε θέσεις που απαιτούν λιγότερη εκπαίδευση-πάνω στη δουλειά, αν νιώθουν ότι η προσήλωσή τους στην εργασία είναι μικρότερη απ' αυτή των αντρών. Ακόμα, μερικοί εργοδότες κάνουν διακρίσεις στη βάση του φύλου λόγω αντιλήψεων των πελατών τους ή των συνεργατών τους. Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση των Δικηγορικών Εταιριών στις ΗΠΑ, όπου υπήρχε δισταγμός στην πρόσληψη γυναικών γιατί αυτό είχε αντίκτυπο στον αριθμό των πελατών, οι οποίοι προτιμούσαν άντρες. (Pietilainen, 2001)

Επιπρόσθετα, οι εργοδότες έχουν την άποψη ότι η εγκυμοσύνη και η ανατροφή των παιδιών δημιουργούν άμεσα και έμμεσα κόσθη σ' αυτούς. Είναι

διστακτικοί να προσλάβουν γυναίκες γιατί θεωρούν ότι είναι λιγότερο παραγωγικές στη διάρκεια της εγκυμοσύνης και της μητρότητας. Ακόμα, δεν θέλουν να αντιμετωπίσουν το πρόβλημα της αντικατάστασης των γυναικών στη διάρκεια της άδειας μητρότητας και φοβούνται ότι οι γυναίκες δεν θα επιστρέψουν στην εργασία τους μετά από αυτή. Επίσης, υπάρχουν και οικονομικά κόστη που προέρχονται από την Πολιτεία με τη μορφή προστατευτικών εργασιακών νόμων. Σε αρκετές χώρες η νομοθεσία απαιτεί η άδεια μητρότητας να πληρώνεται από τον εργοδότη και αυτό αυξάνει το κόστος του. Επιπλέον, μερικοί εργοδότες θεωρούν ότι δεν αξίζει τον κόπο να εκπαιδεύουν γυναίκες για θέσεις υψηλότερων ευθυνών, γιατί αυτές κάποια στιγμή θα φύγουν λόγω γάμου ή παιδιών. (Pietilainen, 2001)

Έτσι οδηγούμαστε σε υπερσυγκέντρωση των γυναικών σε χαμηλόμισθα επαγγέλματα (κυρίως στις υπηρεσίες) και των αντρών σε επαγγέλματα στην ανώτερη μισθολογική κλίμακα και τελικά στο διαχωρισμό αντρικών και γυναικείων επαγγελμάτων. (Pietilainen, 2001)

Σε άμεση σύνδεση με τον προηγούμενο παράγοντα είναι και ο ρόλος των γυναικών στην οικογένεια και στην κοινωνία γενικότερα. Η φυσική υποχρέωση των γυναικών να αναλάβουν αποκλειστικά τις ευθύνες του νοικοκυριού και την ανατροφή των παιδιών, καθόρισε τη συμμετοχή τους στην αγορά εργασίας, το είδος της μισθωτής εργασίας, τις συνθήκες και τα ωράρια εργασίας τους. Η αδύναμη θέση των παντρεμένων κυρίως γυναικών στο χώρο της παραγωγής και η αδυναμία ενσωμάτωσής τους ισότιμα με τους άντρες, προκύπτει από την ιδεολογία που περιβάλλει τη γυναικεία έξω-οικογενειακή απασχόληση ως βοηθητική και συμπληρωματική της αντρικής. Οι γυναίκες παραμένουν «δανεισμένες» στην αγορά εργασίας και εφόσον η οικογένεια τις χρειάζεται επιστρέφουν σ' αυτή και στο ρόλο της φροντίδας. Έτσι, οι οικογενειακές ανάγκες παραμένουν προτεραιότητα της εργαζόμενης γυναίκας και την οδηγούν είτε σε υποβαθμισμένες μορφές απασχόλησης, οι οποίες «ταιριάζουν» με τις υπόλοιπες υποχρεώσεις της, είτε στην ολοκληρωτική έξοδό της από τη μισθωτή απασχόληση. (Pietilainen, 2001)

Πολλά έχουν γραφεί για τις συνθήκες της γυναικείας εργασίας ή απασχόλησης στο ευρύτερο πλαίσιο θεμάτων που αφορούν στις σχέσεις των δύο φύλων, στην προώθηση της ισότητας των ευκαιριών σε διάφορους τομείς και στη διάρθρωση του εργατικού δυναμικού. Ωστόσο, αν και παρατηρείται αύξηση της γυναικείας απασχόλησης, διαπιστώνεται η απουσία των γυναικών από τα κέντρα λήψης αποφάσεων, ο διαχωρισμός σε ανδρικά και γυναικεία επαγγέλματα, η επαγγελματική στασιμότητα και η μειωμένη παρουσία σε διευθυντικές θέσεις εργασίας, η ολοένα αυξημένη συμμετοχή σε άτυπες μορφές απασχόλησης και οι διακρίσεις στην εκπαίδευση και επαγγελματική κατάρτιση, οι οποίες με τη σειρά τους δημιουργούν σημαντικά εμπόδια στην απασχόληση των γυναικών. Η ενσωμάτωση της διάστασης του φύλου στην πολιτική απασχόλησης προϋποθέτει μια πολυεπίπεδη προσέγγιση του τρόπου αναπαραγωγής των έμφυλων ανισοτήτων στην αγορά εργασίας και συνεπάγεται ένα ευρύ φάσμα παρεμβάσεων που έχουν ως στόχο την αλλαγή των θεσμών, των προτύπων και των πρακτικών, ως προαπαιτούμενο για την κατάκτηση της ισότητας στην απασχόληση (εκπαιδευτική πολιτική, πολιτική επαγγελματικής κατάρτισης, πολιτικές συμφιλίωσης οικογενειακών και επαγγελματικών ευθυνών κ.α). (Παπαγεωργίου, 2007)

Το φαινόμενο της «γυάλινης οροφής»

Η αλλαγή των ρόλων των δυο φύλων, η αποδέσμευση των γυναικών από τον παραδοσιακό ρόλο της μητέρας και συζύγου, η πρόσβασή της σε ανώτερα εκπαιδευτικά ιδρύματα αυξάνουν τις δυνατότητες των γυναικών για τη διεκδίκηση θέσεων που θεωρούνται παραδοσιακά «ανδρικές». Δυστυχώς όμως, ο επαγγελματικός διαχωρισμός σε «ανδρικά» και «γυναικεία» επαγγέλματα εξακολουθεί να υφίσταται. Ο διαχωρισμός της απασχόλησης είναι κυρίως οριζόντιος διαχωρισμός, δηλαδή διαχωρισμός ανάμεσα σε διαφορετικά επαγγέλματα. Η διαφορά στις αμοιβές των φύλων υφίσταται επίσης και μέσα στα διάφορα επαγγέλματα. Εδώ πρόκειται για κάθετο διαχωρισμό της απασχόλησης. Η σχέση ανάμεσα στους άνδρες και στις γυναίκες στο χώρο εργασίας είναι ιεραρχικός: σε ένα μεγάλο βαθμό οι γυναίκες είναι υποδεέστερες από τους άνδρες. Οι άνδρες διαθέτουν τις θέσεις εξουσίας και οι γυναίκες είναι οι υφιστάμενες τους. Η διάκριση των

επαγγελματιών σε «ανδρικά» και «γυναικεία» έχει της ρίζες της στις προκαταλήψεις του κοινωνικού συνόλου για τον ρόλο των δύο φύλων και τις ικανότητές τους. (Μπαντούνου, 2005)

Αν θέλαμε να αναρωτηθούμε κατά πόσο υπάρχει σύνδεση ανάμεσα στο φύλο και την εξουσία, η απάντηση θα ήταν αναμφισβήτητα καταφατική: η εξουσία συνδέεται περισσότερο με τον άνδρα και με ό, τι θεωρούμε σήμερα αρρενωπότητα. Για να επιχειρήσουμε να αλλάξουμε, λοιπόν, την υποβαθμισμένη θέση των γυναικών, θα πρέπει σε ένα πρώτο επίπεδο να λάβουμε σοβαρά υπόψη τη φύση της εξουσίας. Για να επιχειρήσουμε επιπρόσθετα να αλλάξουμε τις σχέσεις κυριαρχίας που δομούν την κοινωνία και ορίζουν αυτή την υποβάθμιση των γυναικών, θα πρέπει σε ένα δεύτερο επίπεδο να κατανοήσουμε πώς λειτουργεί αυτή η εξουσία. Επομένως, χρειαζόμαστε μια πειστική και χρηστική θεωρία της εξουσίας. (Παπαγεωργίου, 2007)

Το φαινόμενο της γυάλινης οροφής (glass ceiling) αναφέρεται ακριβώς σε αυτήν την πραγματικότητα. Ο όρος «γυάλινη οροφή» χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά το 1986 σε μία ειδική έκδοση του Wall Street Journal με θέμα τη γυναίκα στον χώρο της επιχείρησης και από τότε χρησιμοποιείται για να περιγραφεί η κατάσταση εκείνη στην οποία τεχνητά και αόρατα εμπόδια, βασισμένα σε απόψεις και διοικητικές προκαταλήψεις, δυσχεραίνουν την επαγγελματική εξέλιξη των αξιόλογων και ταλαντούχων γυναικών στις υψηλές θέσεις της ιεραρχίας. Το φαινόμενο αυτό είναι αρκετά έντονο παγκοσμίως σε όλους τους τομείς της απασχόλησης. Οι γυναίκες αντιμετωπίζουν συνεχώς αόρατα εμπόδια σε κάθε προσπάθεια τους να ανέλθουν σε υψηλότερες θέσεις και κατά συνέπεια σε θέσεις με υψηλούς μισθούς. (Παπαγεωργίου, 2007)

Δεν υπάρχουν εμφανείς λόγοι που να δικαιολογούν αυτόν τον αποκλεισμό των γυναικών από τις ανώτερες διοικητικές θέσεις. Η οικονομική ανεξαρτησία των γυναικών αύξησε την αγοραστική τους δύναμη διαμορφώνοντας μια νέα δυναμική αγορά καταναλωτών και άρα η τοποθέτηση η τοποθέτηση ατόμων σε θέσεις ευθύνης που θα έχουν γνώση των αναγκών και επιθυμιών αυτής της μερίδας της αγοράς θα ωφελούσε πολύ τις επιχειρήσεις. Σε γενικές

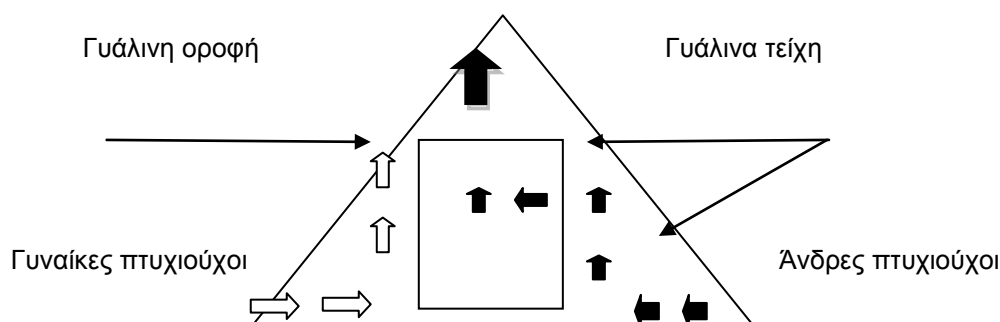
γραμμές, η βιωσιμότητα και η ανάπτυξη των επιχειρήσεων απαιτεί την εκμετάλλευση των ικανοτήτων όλου του διαθέσιμου εργατικού δυναμικού της, συμπεριλαμβανόμενου των γυναικών. (Παπαγεωργίου, 2007)

Ένα φαινόμενο το οποίο σχετίζεται με τη «γυάλινη οροφή» είναι το φαινόμενο των «γυάλινων τοίχων» επειδή σύμφωνα με αυτό οι γυναίκες τοποθετούνται σε θέσεις ευθύνης σε τμήματα της επιχείρησης που δεν οδηγούν σε υψηλόβαθμες θέσεις. Αυτό συμβαίνει είτε επειδή οι γυναίκες έχουν την τάση να προσανατολίζονται σε αυτές τις θέσεις, είτε επειδή οι επιχειρήσεις τις επιλέγουν για θέσεις που δεν έχουν προοπτικές καριέρας. (Παπαγεωργίου, 2007)

Ο βαθμός έντασης της «γυάλινης οροφής» εξαρτάται και από τον κλάδο της οικονομίας στον οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρηση όπου ασχολείται η γυναίκα. Όσο πιο «ανδρικός» θεωρείται ένας κλάδος τόσο πιο μικρές είναι οι πιθανότητες να συναντήσει κανείς γυναίκες σε ανώτερες διοικητικές θέσεις. (Παπαγεωργίου, 2007)

Στο παρακάτω σχήμα παρουσιάζεται μια πυραμίδα η οποία δείχνει πως, ενώ άνδρες και γυναίκες ξεκινούν από την ίδια βάση με τα ίδια προσόντα η εξέλιξη της καριέρας τους έχει διαφορετική πορεία. Οι γυναίκες στην αρχή της καριέρας τους συναντούν τους «γυάλινους τοίχους» που αποκόπτουν την πορεία τους προς την κορυφή της πυραμίδας. Αντίθετα, οι άνδρες έχουν τη δυνατότητα μεταπήδησης σε τομείς που οδηγού στην κορυφή της πυραμίδας.

Σχήμα Το φαινόμενο της “γυάλινης οροφής”



Σήμερα οι γυναίκες αποτελούν το 50,5% του πληθυσμού της χώρας μας, αλλά, συμμετέχουν στο εργατικό της δυναμικό σε ποσοστό 38%, που είναι από τα χαμηλότερα της Ευρώπης. Επιπλέον, οι γυναίκες στην Ελλάδα :

- Μαστίζονται από πολύ υψηλότερη ανεργία,
- Μεγαλύτερο ποσοστό τους απασχολείται σε θέσεις χαμηλής ειδίκευσης,
- Μικρότερο σε θέσεις υψηλής ειδίκευσης,
- Η συμμετοχή τους στα κέντρα λήψης αποφάσεων είναι περιορισμένη και
- Καλύπτουν μεγάλο μέρος των θέσεων εργασίας στην περιοδική, στη μερική απασχόληση και στην παραοικονομία. (Μπαντούνου, 2005)

Το ποσοστό των νέων γυναικών που επιθυμούν να σπουδάσουν είναι μεγαλύτερο από των νέων αντρών. Όπως επίσης και στην πραγματικότητα είναι υψηλότερος ο πραγματικός αριθμός τους σε ΑΕΙ. Οι κύριες επιλογές των νέων γυναικών για ΑΕΙ, είναι προς την κατεύθυνση θεωρητικών ή και διάφορων σπουδών, που συνδέονται με κορεσμένα επαγγέλματα και έχουν περιορισμένες διεξόδους στην αγορά εργασίας, όπως οι σχολές :

- Φιλολογίας, ιστορίας, αρχαιολογίας, ανθρωπολογίας, θεολογίας, καλών τεχνών, βιολογίας, χημείας, φαρμακευτικής, νομικής, δημοσιογραφίας, χημικών, βιολόγων, φαρμακοποιών. (Μπαντούνου, 2005)

Οι γυναίκες στην πλειοψηφία τους αποφεύγουν ανερχόμενα επαγγέλματα με ευρείες διεξόδους στην αγορά εργασίας, όπως αυτά της νέας τεχνολογίας, την πληροφορική, τις κατασκευές, τη γεωπονία, καθώς και μέσα τεχνικά επαγγέλματα, (ηλεκτρολόγοι, μηχανικοί, υδραυλικοί, ψυκτικοί, μηχανικοί, εγκαταστάτες, οδηγοί), κλπ. (Χινίσογλου, 2008)

Αντίθετα, οι νέοι άντρες, κυριαρχούν σε σχολές μηχανολογίας, κατασκευών τεχνολογίας, πληροφορικής, δηλαδή σε σχολές που οδηγούν σε επαγγέλματα με μεγάλες διεξόδους στην αγορά εργασίας και υψηλές αποδοχές.

(Χινίσογλου, 2008)

Η παραπάνω διαπίστωση, σε συνδυασμό με τις ανασταλτικές καταστάσεις της μητρότητας, εξηγεί γιατί η ανεργία των γυναικών και ιδιαίτερα των νέων γυναικών, είναι πολύ υψηλότερη απ' αυτή των ανδρών.

Οι σχολές ΑΕΙ όπου το ποσοστό των κοριτσιών είναι πολύ χαμηλότερο από των αγοριών, είναι με σειρά κατάταξης οι εξής :

- Οι σχολές του Μετσόβιου Πολυτεχνείου και άλλες αντίστοιχες σχολές τεχνολογικής κατεύθυνσης
- Οι σχολές Πληροφορικής,
- Οι Γεωπονικές σχολές

Στον ευρύτερο κλάδο των οικονομικών και τουριστικών σπουδών και επαγγελμάτων, οι γυναίκες υπερτερούν σε αριθμούς, αλλά, βρίσκουν δυσκολότερα εργασία στον ιδιωτικό τομέα και υπηρετούν σε χαμηλές ή μεσαίες ιεραρχικές βαθμίδες. (Χινίσογλου, 2008)

Ο διορισμός στο δημόσιο παραμένει παραδοσιακά ισχυρή επιδίωξη σε μεγαλύτερο ποσοστό από τις γυναίκες και η τάση αυτή ενισχύεται τα τελευταία χρόνια.

Σε σχέση με το παρελθόν, σήμερα οι γυναίκες αντιπροσωπεύονται ευρύτερα σε κλάδους του δημοσίου με μονιμότητα εργασίας και υψηλό κύρος, όπως ο δικαστικός, το διπλωματικό σώμα, και η δημόσια διοίκηση γενικότερα. Όπως και σε κλάδους με μόνιμη ή μάλλον διασφαλισμένη απασχόληση, όπως η υγεία, η εκπαίδευση και οι τράπεζες. Ενώ αυξάνεται αλματωδώς η συμμετοχή τους στα σώματα ασφαλείας και στις ένοπλες δυνάμεις. (Χινίσογλου, 2008)

Ένα σημαντικό ποσοστό νέων γυναικών συνεχίζουν να κατευθύνονται σε παραδοσιακές «γυναικείες» ειδικότητες, όπως νοσοκόμες, μαίες, κοινωνικοί λειτουργοί, αισθητικοί, πωλήτριες, γραμματείς, κλπ.. Οι ειδικότητες αυτές που οι περισσότερες συνδέονται με σπουδές σε ΤΕΙ, εμφανίζουν ικανοποιητικές διεξόδους στην αγορά εργασίας, αλλά συνήθως διακρίνονται για χαμηλές αμοιβές, περιορισμένο κοινωνικό κύρος και δυνατότητες ιεραρχικής βελτίωσης. (Χινίσογλου, 2008)

Σε απαντήσεις σε ερωτηματολόγια που τέθηκαν σε γυναίκες, (έρευνα Αριστοτέλειου Πανεπιστημίου, 2006), οι ίδιες, θεωρούν αμιγώς ανδρικά τα επαγγέλματα: (Χινίσογλου, 2008)

- Ηλεκτρολόγος (85%)
- Ναυτικός (83%)
- Οδηγός (63%)
- Στρατιωτικός (63%)
- Αγρότης (45%)
- Αστυνομικός (42%)

Και αμιγώς γυναικεία :

- Βρεφονηπιοκόμος (82%)
- Νηπιαγωγός (74%)
- Γραμματέας (51%)

Αυτό σημαίνει ότι, τα παραδοσιακά, πατριαρχικά στερεότυπα, παραμένουν ακόμη ένας σημαντικός παράγοντας για τις διαφοροποιήσεις στις επιλογές σπουδών και επαγγελμάτων ανάμεσα σε γυναικεία και ανδρικά επαγγέλματα.

Ειδικότερα διαπιστώνεται ότι :

1) Νέες γυναίκες ανώτερων εισοδηματικά ή υψηλότερων μορφωτικά τάξεων τείνουν να προσανατολίζονται σε καριέρες κύρους και οικονομικής αυτάρκειας απορρίπτοντας τον παραδοσιακό γυναικείο ρόλο

2)Οι νέες γυναίκες μικρομεσαίων τάξεων, επιδιώκουν την αποφυγή της χειρωνακτικής εργασίας και το ρόλο της νοικοκυράς στοχεύοντας στον τομέα των υπηρεσιών, σε υπαλληλική θέση ή σε παραδοσιακά γυναικείο επάγγελμα.

3)Οι νέες γυναίκες αγροτικών περιοχών, έχουν ως βασική επιδίωξη να φύγουν από το χωριό και να κατοικήσουν σε αστική περιοχή. Κι' αυτό έχει ως αποτέλεσμα να κινδυνεύει να αφανιστεί η ανθρώπινη παρουσία στην ύπαιθρο. (Χινίσογλου, 2008)

Η κατανομή της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, σε διάφορους τομείς απασχόλησης, διαρθρώνεται: (Χινίσογλου, 2008)

- Στη γεωργία (20%),
- Στο εμπόριο (25%),
- Στον τουρισμό (18%)
- Στη διαχείριση ακίνητης περιουσίας (14%),
- Στη βιομηχανία, βιοτεχνία (9%),
- Στην εκπαίδευση και ιατροφαρμακευτική περίθαλψη (7%)

Σημαντικός αριθμός γυναικών επιλέγει μικρής κλίμακας παραδοσιακές επιχειρηματικές δράσεις όπως: (Χινίσογλου, 2008)

- Καθαριστήρια,
- Κομμωτήρια,
- Περίπτερα,
- Χαρτοβιβλιοπωλεία
- Μικρά μπακάλικα,
- Ζαχαροπλαστεία,
- Εστιατόρια
- Είδη ένδυσης,
- Είδη μόδας,
- Είδη επίπλου και διακόσμησης,

- Εργασίες φασών από το σπίτι κυρίως για την παραγωγή ειδών ένδυσης,
- Τουριστικά καταλύματα
- Βρεφονηπιακοί σταθμοί
- Φαρμακεία

Συνήθεις τομείς για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι : (Χινίσογλου, 2008)

- Ο τουρισμός
- Η εκπαίδευση και οι συμβουλευτικές υπηρεσίες
- Η επικοινωνία, οι δημόσιες σχέσεις και οι πωλήσεις
- Η υγεία και πρόνοια
- Η τηλεργασία, η εργασία μέσω του διαδικτύου από το σπίτι.

Παρ όλα αυτά υπάρχουν πολλά παραδείγματα γυναικών επιχειρηματιών που μας αποδεικνύουν ότι η επιχειρηματικότητα «δεν έχει φύλο» και ότι οι διακρίσεις -είτε επαγγελματικές, είτε μισθολογικές- δεν μπορούν να υφίστανται, αρκεί το πρόσωπο που ασκεί την επιχειρηματική δράση να έχει την απαιτούμενη δύναμη προσωπικότητας και ένα όραμα που θα το φτάσει στην κορυφή.

Όπως αναφέρει η κυρία Μαρία Δήμου (Σύμβουλος Επιχειρήσεων) σε μια συνέντευξή της στο περιοδικό Business Woman, για να φτάσει κανείς από το όραμα στην κορυφή υπάρχουν κάποια συγκεκριμένα βήματα:

- Σχεδιάζουμε την καριέρα μας, κάμουμε σωστές επιλογές και σταθερό βηματισμό. Βρίσκουμε μια δουλειά που να μας συναρπάζει, ξεκαθαρίζουμε προτεραιότητες, στόχους, σχεδιάζουμε και υλοποιούμε το πλάνο της καριέρας μας.
- Διεκδικούμε.

- Κατανοούμε το επιχειρηματικό περιβάλλον, τις ισορροπίες, τους στόχους, τη στρατηγική, την κουλτούρα, τη δυναμική της επιχείρησης.
- Πιστεύουμε στον εαυτό μας.
- Δεν σταματάμε να μαθαίνουμε. Ενημερωνόμαστε, παρακολουθούμε σεμινάρια, εκδηλώσεις, συνέδρια, διαβάζουμε βιβλία.
- Κάνουμε τον απολογισμό μας. Βλέπουμε πόσο κοντά είμαστε στο όραμά μας. Ζητάμε βοήθεια αν χρειαστεί.
- Η δικτύωση παίζει σημαντικό ρόλο, στη δουλειά, στο web, στο σπίτι, στην επιχειρηματική κοινότητα. Γνωριζόμαστε, συζητάμε, ανταλλάσσουμε απόψεις.
- Ισορροπία ανάμεσα στην επαγγελματική, την οικογενειακή και την προσωπική ζωή.
- Προσπαθούμε να μην αντιγράφουμε αντρικές συμπεριφορές όπως επιθετικότητα και ανταγωνιστικότητα. (businesswoman.gr)

Μερικά παραδείγματα επιτυχημένων γυναικών παρατίθενται παρακάτω:
(Κατσανέβα, 2007)

Ιρίνα Μπούσεβα (Ρωσία)

Ετών: αποφεύγει να αποκαλύψει την ηλικία της.

Εταιρεία: ΟΑΟ MDM Bank

Θέση : Επικεφαλής του τομέα λιανικής του τμήματος λιανικής τράπεζας

Σπούδασε στο οικονομικό ινστιτούτο της Μόσχας. Εργάστηκε για λίγο στο Υπουργείο Οικονομικών της πρώην σοβιετικής ένωσης και τώρα, στο

περιβάλλον της νέας αγοράς βρίσκεται και πάλι σε θέση κλειδί, καθώς ηγείται του κλάδου λιανικής τραπεζικής της κορυφαίας ρωσικής τράπεζας.

Μπερναντέτ Αντριέτ (Γαλλία)

Ετών: 42

Εταιρεία: Inter Corp

Θέση : Οικονομικός διευθυντής

Μια καινοτόμος που προσπαθεί να φέρει στον χώρο της τεχνολογίας και της πληροφόρησης τον πραγματισμό. Η ιδέα της να παρουσιάσει το σπίτι του μέλλοντος σε εμπορική έκθεση του Παρισιού υπεδείχθη κάτι παραπάνω από ιδιοφυής.

Όλγα Ντεργκούνεβα (Ρωσία)

Ετών: 39

Εταιρεία: Microsoft Corp

Θέση : Περιφερειακή πρόεδρος της Microsoft της Russia.

Ανέλαβε αυτό το πόστο στις αρχές του 2004, με σκοπό να αναπτύξει τη στρατηγική της εταιρίας στη συγκεκριμένη περιοχή.

Καρίν Ντόρεπαλ (Γερμανία)

Ετών: 43

Εταιρεία: Schering AG

Θέση : Εκτελεστικό μέλος του Δ.Σ

Έχει αναλάβει να ανασχεδιάσει την πολιτική των πωλήσεων και του μάρκετινγκ του κλάδου διαγνωστικών μηχανημάτων για την Ευρώπη, την Ασία, την Λατινική Αμερική και τον Καναδά. Έχει διδακτορικό στην φαρμακευτική και μεταπτυχιακό τίτλο στη διοίκηση επιχειρήσεων.

Αλεσάνδρα Φατσινέτι

Ετών: 32

Εταιρεία: Pinault Printemps Redoute SA

Θέση : Επικεφαλής του δημιουργικού της γυναικείας σειράς του οίκου GUCCI .

Το να διαδεχθείς ένα αστέρι του μεγέθους του Tom Ford είναι μεγάλη τιμή αλλά και εξαιρετικά μεγάλο βάρος. Όμως, η Αλεσάνδρα, κατάφερε με την πρώτη κολεξιόν να κερδίσει και τους πιο δύσπιστους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΕΜΠΟΔΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΓΥΝΑΙΚΕΙΟΥ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΝ

Η μελέτη του κοινωνικού ρόλου των δύο φύλων γενικότερα, αλλά και των έμφυτων περιορισμών που παρατηρούνται σε διάφορους τομείς της ανθρώπινης δραστηριότητας ειδικότερα, έχουν οδηγήσει στην επισήμανση εμποδίων-ανασταλτικών παραγόντων για την ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Οι ορατοί ή –πιο συχνά- αόρατοι φραγμοί πηγάζουν από στερεοτυπικές αντιλήψεις για την ικανότητα ανάπτυξης επιχειρηματικής δραστηριότητας από γυναίκες. Ειδικότερα, ο διαχωρισμός των επαγγελμάτων σε “ανδρικά” και “γυναικεία”, καθώς και η αντίληψη περί ασυμβίβαστου της επιχειρηματικότητας με τις οικογενειακές υποχρεώσεις, αλλά και τη “θηλυκή εικόνα” της γυναίκας εξακολουθούν να αποτελούν χαρακτηριστικά φαινόμενα, που αναδεικνύουν το συντηρητισμό της ελληνικής κοινωνίας σε πολλά πεδία της καθημερινής ζωής. Συνεπώς, ο “εγκλωβισμός” των γυναικών σε στερεοτυπικούς ρόλους που αναπαράγονται από γενιά σε γενιά αποτελεί το γενικό πλαίσιο αποθάρρυνσής τους για την ανάπτυξη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών, μέσα από το οποίο προκύπτουν επιμέρους-συγκεκριμένοι φραγμοί. (Πισσαρίδης, 2007)

Σύμφωνα με τα παραπάνω, η γυναικεία επιχειρηματική δραστηριότητα επηρεάζεται άμεσα από παράγοντες (εξωγενείς ή ενδογενείς), οι οποίοι διαμορφώνουν συνεχώς καινούριες συνθήκες. Επομένως, είναι πιθανό τα πρακτικά εμπόδια να μεταβάλλονται διαρκώς κατά την εξέλιξή της, από τη γέννηση της επιχειρηματικής ιδέας και το στήσιμο της επιχείρησης έως τη διοίκηση και ανάπτυξή της. (Πισσαρίδης, 2007)

5.1 Οικογενειακή κατάσταση και παρουσία παιδιού

Κύριος ανασταλτικός παράγοντας για την ανάπτυξη επιχειρηματικότητας από τις γυναίκες αποτελούν οι οικογενειακές υποχρεώσεις που περιορίζουν τις δυνατότητες για συνεχή έρευνα, δικτύωση, κατάρτιση και γενικά για δραστηριότητες που μπορούν να βοηθήσουν στην ανάπτυξη και βελτίωση της επιχείρησης. Η ανάγκη εξισορρόπησης επαγγελματικής και οικογενειακής ζωής αναδεικνύεται, πλέον, ως σημαντική παράμετρος για τη δημιουργία ευέλικτης οικονομίας και παρόλο που έχουν προωθηθεί σχετικές πολιτικές και έχουν σχεδιαστεί καλές πρακτικές, το συγκεκριμένο ζήτημα εξακολουθεί να αποτελεί εμπόδιο για τις γυναίκες. (Μπαντούνου, 2005)

Η γυναίκα ως μητέρα και ως στήριγμα της οικογένειας, έχει μεγαλύτερο πρόβλημα συμμετοχής και παραμονής στην αγορά εργασίας και ως επιχειρηματίας και ως εργαζόμενη. (Μπαντούνου, 2005)

Έρευνες έχουν δείξει ότι οι εργαζόμενες μητέρες ασχολούνται 40 ώρες με την εργασία και 36 ασχολούνται με τις δουλειές του νοικοκυριού, με τα παιδιά και το σύζυγο μέσα στην εβδομάδα. (Pietilainen, 2001)

Η γυναίκα της σημερινής εποχής λοιπόν, έχει να επιτελέσει πολλούς ρόλους: πάνω από όλα να είναι γυναίκα, επίσης να είναι σύζυγος, νοικοκυρά, μητέρα και υπάλληλος. Λογικό λοιπόν είναι κάποιοι ρόλοι να αποδυναμώνονται ή να μην εφαρμόζονται πολύ σωστά και από την άλλη η γυναίκα να αντιμετωπίζει κάποια προβλήματα από την ύπαρξη τόσων ρόλων στη ζωή της. Μερικά από τα προβλήματα αυτά είναι:

1. Η αρμονική συνύπαρξη των ρόλων.
2. Η ταυτόχρονη εκτέλεση αυτών των ρόλων.
3. Πρέπει να αντιμετωπίσει και να πολεμήσει τις στερεότυπες αντιλήψεις που θέλουν την γυναίκα στο σπίτι με τα παιδιά.

(Μπαντούνου, 2005)

Η μητρότητα λοιπόν αποτελεί ένα μεγάλο εμπόδιο για την επαγγελματική σταδιοδρομία της γυναίκας. Όταν ασχολείται περιστασιακά δεν μπορεί να καταταγεί στο μόνιμο ενεργό δυναμικό της χώρας. Έτσι η μητρότητα μερικές φορές είναι μια αιτία, γιατί δεν μπορεί η εργαζόμενη να κάνει επαγγελματική καριέρα. (Μπαντούνου, 2005)

Η συντριπτική πλειοψηφία των γυναικών επιχειρηματιών δηλώνει ότι ο ρόλος τους στο σπίτι συγκρούεται με τις επαγγελματικές τους υποχρεώσεις και αυτό αποτελεί σημαντικό εμπόδιο στην προοπτική επαγγελματικής επιτυχίας. Η μητρότητα δύσκολα συνδυάζεται με υψηλό επαγγελματισμό. (Μπαντούνου, 2005)

5.2 Στερεότυπες αντιλήψεις

Σίγουρα τα τελευταία χρόνια στη χώρα μας, όπως και σε πολλές άλλες χώρες, έχουν πραγματοποιηθεί μεγάλα βήματα στην κατεύθυνση της ισότητας των δύο φύλων. Ωστόσο ακόμα και σε κοινωνίες στις οποίες θεωρητικά οι ίσες ευκαιρίες προωθούνται, οι γυναίκες εξακολουθούν να έχουν μικρότερη πρόσβαση σε ηγετικούς ρόλους και υπάρχει μια κρυφή αλλά και φανερή προτίμηση για τους άντρες στις θέσεις εξουσίας. Τα στερεότυπα για τους ρόλους των δύο φύλων εξακολουθούν να υφίστανται και να τονίζουν την ακαταλληλότητα των γυναικών για τέτοιες θέσεις. Ακόμα και σήμερα οι γυναίκες ταυτίζονται με το σπίτι και τη φροντίδα των μικρών παιδιών και οι άντρες με το ευρύτερο επαγγελματικό περιβάλλον. Γενικά φαίνεται ότι το κύρος του κάθε επαγγέλματος συνδέεται με το ποιο φύλο παραδοσιακά θεωρείται ότι ταιριάζει με το συγκεκριμένο επάγγελμα. Έτσι η εργασία και ο κόσμος των αντρών έχει περισσότερο κύρος από αυτόν των γυναικών με αποτέλεσμα τα επαγγέλματα που παραδοσιακά θεωρούνται «γυναικεία» να θεωρούνται κατώτερα και ταυτόχρονα να έχουν μικρότερες οικονομικές απολαβές. Το φύλο, λοιπόν, καθίσταται φορέας διαφοροποίησης και άνισης μεταχείρισης αντρών και γυναικών είτε αυτό μεταφράζεται σε ανισότητα αμοιβών είτε σε φραγμούς και κατάληψη υψηλών θέσεων σε κάποια

επαγγέλματα. Στα περισσότερα κράτη βέβαια προωθείται η ισότητα αμοιβών. Όμως η νομοθεσία δεν μπορεί να ξεπεράσει τις στερεότυπες αντιλήψεις οι οποίες είναι βαθιά ριζωμένες. (Παπαγεωργίου, 2007)

5.3 Βαθμός αυτοπεποίθησης

Εξίσου σημαντικό εμπόδιο για την ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας από τις γυναίκες μοιάζει να είναι ο βαθμός αυτοπεποίθησής τους, καθώς επηρεάζει σημαντικά τις επαγγελματικές τους επιλογές. Η επιχειρηματικότητα είναι στενά συνδεδεμένη με την αυτοπεποίθηση, καθώς η απόφαση της δημιουργίας και διοίκησης μιας επιχείρησης συχνά χαρακτηρίζεται από αβεβαιότητα σχετικά με το βαθμό μελλοντικής επιτυχίας ή αποτυχίας. (Γκαγκάτσιος, 2008)

5.4 Έλλειψη κεφαλαίου

Ένα, επιπλέον, ζωτικής σημασίας πρόβλημα – εμπόδιο για την έναρξη και την ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας αποτελεί η έλλειψη κεφαλαίου τόσο οικονομικού όσο και γνωστικού. Ειδικότερα, σε ότι αφορά το οικονομικό κεφάλαιο, οι γυναίκες δυσκολεύονται να το συγκεντρώσουν, αφενός επειδή οι οικογενειακές υποχρεώσεις υποχρεώνουν τη γυναίκα να εργαστεί σε κλάδους που παρέχουν χαμηλότερο εισόδημα και αφετέρου επειδή αποφεύγουν τις μεγάλες δανειακές υποχρεώσεις. Όμως ακόμη και όταν οι γυναίκες καταφέρνουν να συγκεντρώσουν κεφάλαιο, συνήθως το ύψος του τις οδηγεί σε δραστηριότητες με χαμηλές αναπτυξιακές δυνατότητες. (Γιδαράκου, 2008)

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

- 1) Δυσκολία άντλησης κεφαλαίων για την έναρξη επιχείρησης.

2) Οι εγγυήσεις που απαιτούνται για την ανάληψη δανείων είναι μεγαλύτερες από τις οικονομικές δυνατότητες των γυναικών.

3) Η χρηματοδότηση υφιστάμενων επιχειρήσεων είναι περιορισμένη, καθώς είναι μικρός ο βαθμός χρησιμοποίησης από τη γυναίκα άτυπων χρηματοδοτικών δικτύων.

4) Οι σχέσεις των αυτοαπασχολούμενων με τους χρηματοδοτικούς οργανισμούς διέπονται από στερεοτυπικές αντιλήψεις με βάση το φύλο. (Γιδαράκου, 2008)

Τέλος, η έλλειψη γνωστικού κεφαλαίου αποτελεί βασικό εμπόδιο για την ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Βέβαια, κάνοντας λόγο για γνωστικό κεφάλαιο δεν εννοούμε το μορφωτικό επίπεδο των γυναικών, αλλά κυρίως τη μη επαρκή εξοικείωση των γυναικών στις νέες μεθόδους διοίκησης και παραγωγής. (Στυλιανού, 2008)

Ειδικότερα, η έλλειψη εξειδικευμένης κατάρτισης σε συνδυασμό με την ελλιπή πρόσβαση στην πληροφόρηση για προγράμματα, επιδοτήσεις και νέες μεθόδους διοίκησης και οργάνωσης της επιχείρησης, αποτελούν παράγοντες που επιδρούν σημαντικά στην αποδυνάμωση της επιχειρηματικότητας των γυναικών. (Στυλιανού, 2008)

5.5 Ο φόβος της αποτυχίας

Ο σημαντικότερος ανασταλτικός παράγοντας για την έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας δεν είναι η έλλειψη γνώσεων ή ο ανταγωνισμός της αγοράς αλλά ο φόβος της αποτυχίας. Το σχετικό ποσοστό του 59% για τη χώρα μας, είναι όχι μόνο το μεγαλύτερο στην Ευρώπη αλλά και το μεγαλύτερο στο κόσμο. (Χινίσογλου, 2008)

Σύμφωνα με τα στοιχεία που μας δίνει έρευνα του GEM, οι Έλληνες

καταλαμβάνουν σταθερά την πρώτη θέση στην παγκόσμια κατάταξη, ότι δηλαδή φοβούνται την αποτυχία περισσότερο από οποιαδήποτε άλλη χώρα. Τα δεδομένα του 2006 επιβεβαιώνουν απόλυτα την πρωτιά. Οι Ελληνίδες εμφανίζονται να φοβούνται την αποτυχία σε μεγαλύτερο ποσοστό από ότι οι άνδρες. Καταλαμβάνουν δε τη δεύτερη θέση στην παγκόσμια κατάταξη μετά τις Ρωσίδες. Η ελληνική πρωτιά στο φόβο της αποτυχίας αναδεικνύεται λοιπόν σε ένα από τα σοβαρότερα προβλήματα τα οποία αντιμετωπίζει η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στη χώρα μας. Και πάλι, η γυναικεία διάσταση του προβλήματος εμφανίζεται ως ένα παράδοξο. Πρόκειται για το γεγονός ότι υψηλό ποσοστό φόβου αποτυχίας εμφανίζεται σε μια χώρα με σχετικά υψηλή συμμετοχή γυναικών στην επιχειρηματική δραστηριότητα. (Χινίσογλου, 2008)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Είναι ευρέως αποδεκτό το γεγονός ότι οι ομάδες στόχευσης επιχειρηματιών (όπως γυναίκες, νέοι, εθνικές μειονότητες) έχουν ειδικές ανάγκες υποστήριξης στη διάρκεια ολόκληρου του κύκλου ζωής των εταιρειών που δημιουργούν. Μεταξύ αυτών, οι γυναίκες επιχειρηματίες συνιστούν τη μεγαλύτερη ομάδα.

Οι περισσότερες χώρες της ΕΕ και ΕΖΕΣ-ΕΟΧ υιοθετούν ειδικά μέτρα για την προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Παρόλα αυτά, ποτέ δεν υπήρξε ανταλλαγή καλής πρακτικής μεταξύ τους. Το σχέδιο Best για την «Προώθηση της επιχειρηματικότητας των γυναικών» είχε ως στόχο ακριβώς τον προσδιορισμό και την ανάλυση υφιστάμενων εθνικών μέτρων και καλών πρακτικών για την προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας και τη διάδοσή τους σε ολόκληρη την Ευρώπη. Αυτό επετεύχθη κυρίως μέσω μίας μελέτης και ενός ευρωπαϊκού φόρουμ παικτών που ακολούθησε. (Γενική Διεύθυνση Επιχειρήσεων, 2004)

Πολλοί ήταν οι κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας των καλών πρακτικών στην προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας που προσδιορίστηκαν στη διάρκεια της μελέτης και έτυχαν γενικής επιβεβαίωσης στο φόρουμ παικτών. Γενική ήταν η ομοφωνία μεταξύ των εμπλεκόμενων παικτών σχετικά με τη σπουδαιότητα της συνεχούς αλληλεπίδρασης μεταξύ εθνικών και ευρωπαϊκών πολιτικών περί επιχειρηματικότητας, σχετικά με την ανταλλαγή πληροφοριών για την προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ευρώπη και σχετικά με την ανάγκη βελτίωσης της πρόσβασης σε πόρους για τις γυναίκες επιχειρηματίες. (Γενική Διεύθυνση Επιχειρήσεων, 2004)

Το σχέδιο συνίσταται σε μια μελέτη και ένα ευρωπαϊκό φόρουμ.

Τα προϊόντα της μελέτης ήταν τα εξής:

- Η δημοσίευση “Good Practices in the Promotion of Female Entrepreneurship”
- Η βάση δεδομένων “Female Entrepreneurship”
- Ο οδηγός “Evaluating Actions and Measures Promoting Female Entrepreneurship”

Δημοσίευση “Good Practices in the Promotion of Female Entrepreneurship”

Ένα από τα αποτελέσματα της μελέτης είναι η δημοσίευση “Good Practices in the Promotion of Female Entrepreneurship” (διαθέσιμη στην αγγλική και γαλλική γλώσσα). Παραθέτει τα 132 μέτρα που προσδιορίστηκαν σε εθνικό ή/και περιφερειακό επίπεδο και περιλαμβάνει τα κύρια χαρακτηριστικά, τους στόχους και στοιχεία επικοινωνίας.

Επίσης, παρέχει λεπτομερή περιγραφή των δεκαπέντε περιπτώσεων καλών πρακτικών που εντοπίστηκαν στην ΕΕ και στις χώρες ΕΖΕΣ/ΕΟΧ. Ολοκληρώνεται με λεπτομερή περιγραφή κάποιων άλλων περιπτώσεων καλών πρακτικών στον Καναδά, τις ΗΠΑ, τη Νέα Ζηλανδία, την Αυστραλία και την Ιαπωνία.

Η δημοσίευση αυτή επίσης παρέχει πληροφορίες σχετικά με τη μεθοδολογία που ακολουθούν οι ερευνητές, τα κριτήρια που χρησιμοποιούνται για την αναγνώριση υφιστάμενων εθνικών μέτρων και για την αξιολόγηση και επιλογή καλών πρακτικών.

Τέλος, συνοψίζονται τα κύρια γενικά πορίσματα της έρευνας και παρέχονται κάποιες κατευθυντήριες γραμμές για μελλοντικές δράσεις.

Η βάση δεδομένων «Female Entrepreneurship»

Η βάση δεδομένων “Female Entrepreneurship” (διαθέσιμη στην αγγλική γλώσσα) περιέχει λεπτομερή στοιχεία σχετικά με τα μέτρα που αναγνωρίστηκαν, συμπεριλαμβάνοντας τα κύρια χαρακτηριστικά, τους στόχους, τη σημασία, τις πηγές χρηματοδότησης (συμπεριλαμβανομένης και της επιδότησης από την ΕΕ), λειτουργικά στοιχεία, τη φάση ανάπτυξης των επιχειρήσεων, αξιολόγηση, βραβεία, κλπ. Υπάρχει επίσης και σε CD-ROM (λογισμικό MS Access).

Ο οδηγός “Evaluating Actions and Measures Promoting Female Entrepreneurship”

Ο οδηγός “Evaluating Actions and Measures Promoting Female Entrepreneurship”

Στο πλαίσιο αυτής της μελέτης παρουσιάστηκε και ένας οδηγός αξιολόγησης. Διατίθεται στην αγγλική γλώσσα υπό τον τίτλο “Evaluating actions and measures promoting female entrepreneurship”. Το έγγραφο αυτό εστιάζει στην αξιολόγηση προγραμμάτων με ιδιαίτερη έμφαση σε συγκεκριμένες δράσεις και μέτρα που αποσκοπούν στην προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας.

Παρέχει γενικές πληροφορίες που ενδέχεται να ενδιαφέρουν όσους ασχολούνται με την αξιολόγηση προγραμμάτων που έχουν δρομολογηθεί, καθώς και συγκεκριμένες πληροφορίες που αφορούν προγράμματα υποστήριξης γυναικών επιχειρηματιών και επίδοξων επιχειρηματιών.

Η δημοσίευση των καλών πρακτικών, της βάσης δεδομένων και του οδηγού αξιολόγησης διατίθεται στο Διαδίκτυο στην ακόλουθη διεύθυνση:
<http://europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/craft/craft-women/bestproject-women.htm>

Οποιαδήποτε συζήτηση για την ενίσχυση της συμμετοχής των γυναικών στο οικονομικό γίνεσθαι συνήθως δίνει ιδιαίτερη έμφαση στην ανάπτυξη υπηρεσιών που επιτρέπουν στις γυναίκες να ξεφύγουν το δίλημμα «δουλειά ή σπίτι», το οποίο τίθεται από το γεγονός ότι, ακόμα και σήμερα και ακόμα και στον δυτικό κόσμο, η γυναίκα θεωρείται ότι είναι το κύριο μέλος της οικογένειας που είναι επιφορτισμένο με το «νοικοκυριό». Η ανάπτυξη λοιπόν υπηρεσιών που απαλλάσσουν τις γυναίκες από κάποιο μέρος αυτού του βάρους –και ιδίως βέβαια εκείνου που σχετίζεται με την ανατροφή των παιδιών- θεωρείται, και δικαίως, ότι ευνοεί την επαγγελματική δραστηριοποίηση των γυναικών.

6.1 Φορείς υποστήριξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας

Τα τελευταία χρόνια διαπιστώνεται μια ευρεία συναίνεση γύρω από την προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας ως παράγοντα ισότητας των ευκαιριών στην ανάπτυξη των γυναικείων επιχειρήσεων και κατά συνέπεια της αύξησης της ανταγωνιστικότητας της οικονομίας. Φορείς που υποστηρίζουν την γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι οι ακόλουθοι:
(www.career.tuc.gr)

1. Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Γυναικών Ελλάδος

Ο Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Γυναικών Ελλάδος (ΣΕΓΕ) είναι ένας μη κυβερνητικός και μη κερδοσκοπικός οργανισμός για γυναίκες που ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα. Είναι μέλος της Επιτροπής Εμπορίου & Ανάπτυξης του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου (ΠΟΕ), του Συνδέσμου Βιομηχανιών Βορείου Ελλάδος (ΣΒΒΕ), του Συνδέσμου Γυναικών Επιχειρηματιών της Μεσογείου (FAEME), ενώ αρκετά μέλη του συμμετέχουν στις διοικήσεις Επιμελητηρίων. Συνεργάζεται με υπουργεία, κοινωνικούς φορείς, επαγγελματικές και μη κυβερνητικές οργανώσεις σε τοπικό και ευρωπαϊκό επίπεδο για την προώθηση των συμφερόντων των γυναικών που

ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα.

Ο ΣΕΓΕ παρέχει στις γυναίκες επιχειρηματίες της Ελλάδας το περιβάλλον για να αναπτύξουν τις επιχειρήσεις τους, προάγει τη νεανική επιχειρηματικότητα, βελτιώνει την αναγνωρισιμότητα των επιτευγμάτων τους στις επιχειρήσεις τους και προωθεί την ανάπτυξη των γυναικείων επιχειρήσεων μέσα από την έρευνα και τη πληροφόρηση. Ο

ΣΕΓΕ προάγει τη δεοντολογία και την ηθική στην άσκηση της επαγγελματικής δραστηριότητας των γυναικών, ενώ συγχρόνως αναλαμβάνει πρωτοβουλίες που αποδεικνύουν τη συναίσθηση της κοινωνικής του ευθύνης.

Γενικότερα, ο ΣΕΓΕ δημιουργήθηκε με στόχο τη δικτύωση όλων των γυναικών επιχειρηματιών. Τη συλλογική αντιμετώπιση των δυσκολιών και εμποδίων που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες-επιχειρηματίες σήμερα, τις εμπορικές συνεργασίες και τη δικτύωση με ανάλογους φορείς των κρατών-μελών της Ε.Ε., έτσι ώστε να έχουν μια σφαιρική προσέγγιση στα προβλήματα που αντιμετωπίζουν και ακόμη, για να είναι περισσότερο οργανωμένες και να αντεπεξέρχονται στον ανταγωνισμό και στις ανάγκες του επαγγελματικού και κοινωνικού εκσυγχρονισμού.

Ο ΣΕΓΕ, απαριθμεί σήμερα περισσότερα από 450 μέλη απ' όλη την Ελλάδα, τα οποία απολαμβάνουν τη δυνατότητα να:

- Συνδέονται με γυναίκες επιχειρηματίες που έχουν παρόμοιο τρόπο σκέψης και διάθεση να μοιραστούν ιδέες, πληροφορίες και ευκαιρίες.
- Παρακολουθούν εκδηλώσεις, συνέδρια και φόρα για ζωτικά θέματα που αφορούν στην επιχειρηματικότητα.
- Διευρύνουν την επιχειρηματική τους δικτύωση και γνωστική βάση.

- Αποκτούν πρόσβαση σε επιχειρηματικά δίκτυα της Ελλάδας και του εξωτερικού για την ανάπτυξη συνεργασιών σε εθνικό και διεθνές επίπεδο.
- Συμμετέχουν και επωφελούνται από τη θέση του ΣΕΓΕ ως φορέα εκπροσώπησης για τη βελτίωση των κοινωνικών, πολιτικών και επιχειρηματικών θεμάτων που αφορούν στις γυναίκες επιχειρηματίες.
- Εκπαιδεύονται αυτές και το προσωπικό τους σε εξειδικευμένα προγράμματα και σεμινάρια.
- Ενημερώνονται για επιχειρηματικά, αναπτυξιακά εθνικά και κοινοτικά προγράμματα και οικονομικά θέματα άμεσου ενδιαφέροντος.
- Συμμετέχουν σε μια κοινότητα που αναγνωρίζει τη σημασία της προσωπικής ανάπτυξης και αλλαγής.
- Ανταλλάσσουν εμπειρίες, αποκτούν πρόσβαση στη γνώση και αναζητούν νέους συνεργάτες.
- Διατηρούν και διευρύνουν δίκτυα επικοινωνίας.

2. Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Γυναικών της Μεσογείου (AFAEMME)

Σκοπός του AFAEMME είναι να συνδέσει τις Ενώσεις και τους Συνδέσμους των γυναικών επιχειρηματιών και στελεχών των μεσογειακών χωρών και να τις εκπροσωπήσει στην προσπάθειά τους να προωθήσουν και να συντονίσουν τις δραστηριότητές τους με κοινό σκοπό σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Μέρος της κινητικότητας του AFAEMME αποτελεί και η εκστρατεία Woman Mobility Information Campaign, η οποία περιλαμβάνει δύο βασικές, απαραίτητες και συμπληρωματικές δραστηριότητες:

WOMEN MOBILITY MED PLATFORM: μια δραστηριότητα παραγωγής και

διανομής πληροφοριακού υλικού για βασικές πτυχές της εργασιακής κινητικότητας σε μεσογειακές χώρες.

WOMENMOBILITY.ORG: μία δραστηριότητα που αφορά την on-line ενημέρωση όλων των επιχειρηματιών γυναικών σχετικά με τις τρέχουσες εξελίξεις, ευκαιρίες και δυνατότητες που προσφέρουν οι μεσογειακές αγορές.

3. Portal ενημέρωσης για τη γυναίκα επιχειρηματία

Το businesswoman.gr είναι το πρώτο ελληνικό ηλεκτρονικό περιοδικό για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα με στόχο την άμεση ενημέρωση και αξιόπιστη πληροφόρηση όλων των ενδιαφερομένων επαγγελματιών, στελεχών και επιχειρηματιών γυναικών. Δημιουργήθηκε από μια ομάδα γυναικών επιχειρηματιών, με στόχο την εξοικείωση της σύγχρονης γυναίκας επιχειρηματία με τη συνεχώς εξελισσόμενη τεχνολογία. Πρόθεσή του είναι να φέρει σε επαφή τις επιχειρηματίες με καταξιωμένους επιστήμονες και ειδικούς στο χώρο των επιχειρήσεων και παράλληλα, να τις ενημερώσουν υπεύθυνα και λεπτομερειακά για προγράμματα, υπηρεσίες και πηγές που θα δώσουν τη δυνατότητα να εξοικονομήσουν χρόνο και χρήμα.

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

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

4. Portal ενημέρωσης για τη γυναίκα επιχειρηματία από την Ευρωπαϊκή Ένωση

Η πύλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα στοχεύει στην παροχή κατάλληλων διαδικτυακών συνδέσεων με οργανώσεις, προγράμματα και αντιπροσωπευτικές εκδηλώσεις γυναικών επιχειρηματιών που αφορούν την προώθηση και τη στήριξη του γυναικείου επιχειρηματικού πνεύματος.

5. European Network to Promote Women's Entrepreneurship (WES)

Για την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δημιούργησε το “Ευρωπαϊκό Δίκτυο για την προώθηση της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας”. Έχει μέλη από 30 Ευρωπαϊκές χώρες, συμπεριλαμβανομένων της Ισλανδίας, της Νορβηγίας και της Τουρκίας. Οι εντεταλμένοι του δικτύου εκπροσωπούν κεντρικές εθνικές κυβερνήσεις και ινστιτούτα με την αρμοδιότητα να προωθήσουν την γυναικεία επιχειρηματικότητα. Στα μέλη του δικτύου παρέχονται συμβουλές, ενίσχυση, πληροφορίες και συνδέσμους επικοινωνίας σχετικά με προγράμματα ενίσχυσης της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Επίσης, βοηθούν για την αναγνώριση και εφαρμογή καλών πρακτικών επιχειρηματικότητας.

6. Γενική Γραμματεία Ισότητας

Η Γενική Γραμματεία Ισότητας είναι ο αρμόδιος κυβερνητικός φορέας αρμόδιος για το σχεδιασμό, την υλοποίηση και την παρακολούθηση της εφαρμογής των πολιτικών για την ισότητα μεταξύ γυναικών και ανδρών σε όλους τους τομείς.

Η Ευρωπαϊκή Στρατηγική για την Απασχόληση με τους στόχους που έθεσε η το Συμβούλιο των Υπουργών της Λισσαβόνας το 2000, καθιστά την ισότητα ευκαιριών μεταξύ ανδρών και γυναικών οικονομικό ζήτημα από την παράμετρο της βελτίωσης της συμμετοχής των γυναικών στην απασχόληση και την αγορά εργασίας, ως στοιχείο της ανταγωνιστικότητας της ευρωπαϊκής

και κατ' επέκταση των εθνικών οικονομιών των κρατών μελών και ως μέσον εξασφάλισης του αναπτυξιακού της μέλλοντος και της διατήρησης των κοινωνικών της συστημάτων.

Ο στόχος που τέθηκε για την αύξηση της γυναικείας απασχόλησης σε 60% ως το 2010, ως μέσο ανάπτυξης της συνολικής απασχόλησης που χρειάζεται η Ε.Ε. επιπλέον εξασφαλίζει αντιπροσωπευτικότερη συμμετοχή του συνόλου της κοινωνίας σε όλους τους τομείς, επιτυγχάνοντας έτσι ευρύτερη κοινωνική συνοχή. Ειδικότερα, δε, η προώθηση της ίσης πρόσβασης και εξέλιξης των δύο φύλων στην αγορά εργασίας και της επιχειρηματικότητας εξασφαλίζει εν μέρει τη δικαιότερη κατανομή του πλούτου, αλλά και των ανθρωπίνων πόρων, συμβάλλοντας, παράλληλα, στην άμβλυνση του κοινωνικού αποκλεισμού και της φτώχειας.

Παράλληλα, η ανάπτυξη πολιτικών που διευκολύνουν την ένταξη στην αγορά εργασίας γυναικών που ανήκουν σε ειδικές πολιτισμικές ή μειονοτικές ομάδες, πέραν από το σεβασμό της διαφορετικότητας και της πολυπολιτισμικότητας, μειώνει τον κοινωνικό αποκλεισμό σε όφελος της κοινωνικής συνοχής. Η κοινωνική συνοχή είναι με τη σειρά της μοχλός οικονομικής ανάπτυξης. Έτσι, η ισότητα αποκτά και από αυτή την πλευρά οικονομικό, αλλά και πολιτικό ενδιαφέρον.

7. Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας και προώθησης γυναικείας επιχειρηματικότητας

Το Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας (Κ.Ε.Θ.Ι.) λειτουργεί υπό την εποπτεία και χρηματοδότηση της Γενικής Γραμματείας Ισότητας του Υπουργείου Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης. Μερικοί από τους βασικούς στόχους ανάπτυξης των δραστηριοτήτων του Κ.Ε.Θ.Ι. είναι η διεξαγωγή κοινωνικής έρευνας σε θέματα ισότητας των φύλων, η τεκμηρίωση και παροχή πληροφόρησης στην απασχόληση, επιχειρηματικότητα και κοινωνική ένταξη, η υποστήριξη γυναικών για την προώθηση στην αγορά εργασίας, κ.ά. Γενικότερα στο Κ.Ε.Θ.Ι. λειτουργούν Κέντρα Πληροφόρησης και Συμβουλευτικής Γυναικών για την

απασχόληση, την επιχειρηματικότητα και την κοινωνική ένταξη στην Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Πάτρα, Ηράκλειο και Βόλο.

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

- Διεξαγωγή ερευνών και μελετών για την ισότητα των φύλων.
- Δημοσίευση και έκδοση μελετών, ερευνών και άλλου ενημερωτικού υλικού (έντυπου και οπτικό-ακουστικού).
- Σχεδιασμός, υλοποίηση και αξιολόγηση προγραμμάτων δράσης, που προωθούν τους στόχους για την άρση των διακρίσεων.
- Μεταφορά τεχνογνωσίας και εμπειρίας σε θέματα συμβουλευτικής γυναικών για την απασχόληση και την επιχειρηματικότητα.
- Παροχή πληροφοριών για τα δικαιώματα των γυναικών και την ισότητα των φύλων.
- Ανάλυση της ευαισθητοποίησης, της εκπαίδευσης και της επιμόρφωσης ατόμων, ομάδων, φορέων και οργανισμών σε θέματα σχετικά με την ισότητα των φύλων.
- Λειτουργία πιλοτικών θεσμών που προωθούν καλές πρακτικές υπέρ των γυναικών.
- Προώθηση της αμφίδρομης πληροφόρησης σε θέματα πολιτικής για την ισότητα των φύλων με διεθνείς και ευρωπαϊκούς οργανισμούς.
- Διοργάνωση διαλέξεων, ημερίδων και συνεδρίων για την ευαισθητοποίηση των γυναικών και των ανδρών.

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

- Ενημέρωση και πληροφόρηση σχετικά με θέματα που αφορούν στην προώθηση της ισότητας των δύο φύλων.
- Διενέργεια μελετών, ερευνών και εκδόσεων στους/στις ενδιαφερόμενους/-ες.

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

Το Εθνικό Επιμελητηριακό Δίκτυο Ελληνίδων Γυναικών Επιχειρηματιών είναι ένα κίνημα γυναικών επαγγελματιών που ξεκίνησε πριν δύο χρόνια στις Βρυξέλλες και απλώνεται σε ολόκληρη την Ευρώπη με στόχο την ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και την υλοποίηση των αποφάσεων της Λισσαβόνας.

Το Δίκτυο τίθεται στη διάθεση των γυναικών επιχειρηματιών, μελών των Ελληνικών Επιμελητηρίων, καθώς και εκείνων που θέλουν να ενταχθούν στην παραγωγή και κηρύσσει τον πόλεμο κατά της γυναικείας ανεργίας, της απαξίωσης και της ένταξης των γυναικών στις εφεδρείες των παραγωγικών τάξεων.

Στόχοι του Δικτύου είναι:

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

- Η συμμετοχή των γυναικών στις παραγωγικές μονάδες και στα κέντρα λήψης αποφάσεων.

6.2 Προγράμματα και δράσεις

Πολλά είναι τα προγράμματα που υπάρχουν για την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας όπως παρουσιάζονται αναλυτικά παρακάτω:

1) Επιχειρώ 2009

Το πρόγραμμα ανακοινώθηκε από το Υπουργείο Ανάπτυξης και αποσκοπεί στη διευκόλυνση –μέσω χρηματοδοτικών ενισχύσεων- της ίδρυσης νέων επιχειρήσεων από γυναίκες σε όλους σχεδόν τους τομείς οικονομικής δραστηριότητας. Ειδικότερος στόχος του προγράμματος είναι η στροφή της αναπτυσσόμενης στη χώρα επιχειρηματικότητας από επιχειρηματικότητα ανάγκης σε επιχειρηματικότητα ευκαιρίας.

Δικαίωμα συμμετοχής στο Πρόγραμμα έχουν γυναίκες, οι οποίες:

- Γεννήθηκαν από 1954 μέχρι και το 1991.
- Είναι άνεργες, μισθωτοί, ελεύθεροι επαγγελματίες που δεν ασκούσαν επιχειρηματική δραστηριότητα από 1.1.2008 μέχρι και την προδημοσίευση του προγράμματος.

Ως έναρξη άσκησης επιχειρηματικής δραστηριότητας νοείται η ημερομηνία έναρξης επιτηδεύματος ατομικής επιχείρησης ή η συμμετοχή σε επιχείρηση ως εταίρος.

Πίνακας
Όρια προϋπολογισμών και ποσοστό δαπάνης

Ανώτατο όριο συνολικού Επιχορηγούμενου Προϋπολογισμού της πρότασης	Κατώτατο όριο συνολικού Επιχορηγούμενου Προϋπολογισμού της πρότασης	Ποσοστό Δημόσιας χρηματοδότησης επί του συνολικού εγκεκριμένου Προϋπολογισμού της πρότασης
<p style="text-align: center;">200.000€</p> <p>Για τις επιχειρήσεις του τομέα μεταποίησης και του τομέα ανακύκλωσης και περιορισμού της ρύπανσης</p>	<p style="text-align: center;">30.000€</p>	<p style="text-align: center;">50% γενικά</p> <p>60% σε νησιά κάτω των 5.000 κατοίκων (απογραφή 2001) και πυρόπληκτες περιοχές</p>
<p style="text-align: center;">100.000€</p> <p>Για τις επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών και τουρισμού</p>	<p style="text-align: center;">30.000€</p>	<p style="text-align: center;">50% γενικά</p> <p>60% σε νησιά κάτω των 5.000 κατοίκων (απογραφή 2001) και πυρόπληκτες περιοχές</p>
<p style="text-align: center;">80.000€</p> <p>Για τις εμπορικές επιχειρήσεις</p>	<p style="text-align: center;">30.000€</p>	<p style="text-align: center;">50% γενικά</p> <p>60% σε νησιά κάτω των 5.000 κατοίκων (απογραφή 2001) και πυρόπληκτες περιοχές</p>

2) Ανάπτυξη γυναικείας απασχόλησης και επιχειρηματικότητας

Ένα νέο πρόγραμμα γυναικείας επιχειρηματικότητας υλοποιεί ο Οργανισμός Μικρομεσαίων Μεταποιητικών Επιχειρήσεων (EOMMEX).

Πρόκειται για τη δράση 3.9: «Ανάπτυξη γυναικείας απασχόλησης και επιχειρηματικότητας», η οποία προβλέπει την παροχή οικονομικής ενίσχυσης για την ανάπτυξη και λειτουργία υφιστάμενων επιχειρήσεων γυναικών

επιχειρηματιών ή γυναικών ελεύθερων επαγγελματιών, με στόχο την ενδυνάμωση και διατήρηση της απασχόλησης σε αυτές τις επιχειρήσεις.

Σε ποιες απευθύνεται

Δικαίωμα συμμετοχής στο πρόγραμμα έχουν γυναίκες επιχειρηματίες που επιχειρούν είτε ως ελεύθεροι επαγγελματίες, είτε στο πλαίσιο υφιστάμενων επιχειρήσεων (ατομικές ή εταιρείες με νομική μορφή Ο.Ε., Ε.Ε., ΕΠΕ, Α.Ε. ή Συνεταιρισμοί), που δραστηριοποιούνται στους τομείς μεταποίησης, εμπορίου, υπηρεσιών, τουρισμού και μεταφορών στις Περιφέρειες που συμμετέχουν στο πρόγραμμα, δηλαδή στις Περιφέρειες Θεσσαλίας, Δυτικής Μακεδονίας, Κεντρικής Μακεδονίας, Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, Ηπείρου, Ιονίων Νήσων, Στερεάς Ελλάδος, Αττικής, Βορείου Αιγαίου, Νοτίου Αιγαίου.

Προϋποθέσεις

Για να θεωρηθεί μία επιχείρηση ή και νομικό ή φυσικό πρόσωπο ως επιλέξιμη θα πρέπει να τηρούνται οι ακόλουθοι όροι:

- Να βρίσκεται σε λειτουργία.
 - Να μη βρίσκεται υπό πτώχευση, εκκαθάριση ή αναγκαστική διαχείριση.
 - Να είναι φορολογικά και ασφαλιστικά ενήμερη.
 - Να τηρεί βιβλία Β΄ ή Γ΄ κατηγορίας του ΚΒΣ.
 - Να είναι εγγεγραμμένη στο αρμόδιο επιμελητήριο.
 - Η διοίκηση - διαχείριση να ασκείται αποδεδειγμένα ή και σύμφωνα με το καταστατικό από γυναίκα.
 - Η γυναίκα να κατέχει τουλάχιστον το 50% του εταιρικού κεφαλαίου.
- * Μη επιλέξιμες επιχειρηματικές δραστηριότητες
- Επιχειρήσεις πρωτογενούς τομέα.
 - Δραστηριότητες που δεν ενισχύονται από τον κανόνα de minimis.
 - Επιχειρήσεις που λειτουργούν μόνο νυχτερινές ώρες.
 - Επιχειρήσεις με τυχερά παιχνίδια, ψυχαγωγικά ή ηλεκτρονικά παιχνίδια.
 - Επιχειρήσεις με αντικείμενο την παροχή πνευματιστικών - αστρολογικών υπηρεσιών καθώς και των γραφείων συνοικεσίων.

- Επιχειρήσεις προσφοράς αλκοολούχων ποτών (μπαρ).
- Οι αστικές μη κερδοσκοπικές εταιρείες, τα σωματεία και οι ενώσεις.
- Οι επιχειρήσεις που έχουν σύνθετο αντικείμενο δραστηριότητας και το ένα εξ αυτών περιλαμβάνεται στις εξαιρέσεις της παρούσας παραγράφου. Τονίζεται ότι το είδος της υποστήριξης που θα λάβουν οι ωφελούμενες γυναίκες επιχειρηματίες και γυναικείες επιχειρήσεις δεν θα πρέπει να αφορά δραστηριότητες που είτε σχετίζονται με εξαγωγές, δηλαδή, συνδέονται άμεσα με τις εξαγόμενες ποσότητες, είτε ευνοούν τη χρησιμοποίηση εγχωρίων προϊόντων σε βάρος των εισαγομένων.

Δαπάνες

Η δράση καλύπτει δαπάνες για:

- Παροχή εξειδικευμένων συμβουλευτικών υπηρεσιών για την υποστήριξη των επιχειρήσεων από ένα δίκτυο Θεματικών Ειδικών Συμβούλων και από Εμπειρογνώμονες, στα θεματικά πεδία:
 - Γενικές επιχειρηματικές και επιχειρησιακές συμβουλές.
 - Οργάνωση.
 - Ανάπτυξη και υποστήριξη υλοποίησης αναπτυξιακών παρεμβάσεων.
 - Marketing και επιχειρησιακή επικοινωνία.
 - Ανθρώπινο δυναμικό.
 - Χρηματοοικονομικές υπηρεσίες
 - Σχεδιασμός λειτουργικών και πληροφοριακών συστημάτων.
 - Πληροφορική.
 - Άλλοι τομείς εξειδίκευσης.
- Συμμετοχή σε εκθέσεις, ανοικτά συνέδρια και ημερίδες. Η διοργάνωση εκθέσεων προϊόντων ή υπηρεσιών γυναικών επιχειρηματιών ή η μεμονωμένη συμμετοχή στις υπάρχουσες εκθέσεις έχουν σκοπό, αφενός μεν, τη διεύρυνση της πελατείας και των πωλήσεων των προϊόντων των γυναικών επιχειρηματιών και αφετέρου την ανάδειξη της ποιότητας και της ανταγωνιστικότητας των παραγομένων προϊόντων τους.
- Συμμετοχή των γυναικών σε επιχειρηματικές αποστολές. Οι ομαδικές ή

μεμονωμένες αποστολές γυναικών επιχειρηματιών πραγματοποιούνται στο εσωτερικό ή το εξωτερικό, σε εθνικά ή διεθνή συνέδρια, εκθέσεις κ.λπ.

- Πραγματοποίηση διαφήμισης και προβολής μικρής κλίμακας. Η διαφήμιση και η προβολή των γυναικείων επιχειρήσεων είναι μικρής κλίμακας και περιλαμβάνει σχεδιασμό, εκτύπωση, προώθηση εντύπων, διαφημιστικές καταχωρίσεις, σύνδεση με δικτυακούς τόπους κ.λπ. που δεν αφορούν διαρκή ή περιοδική δραστηριότητα, ούτε συνδέονται με τις συνήθεις λειτουργικές δαπάνες της επιχείρησης.

- Προμήθεια εξοπλισμού μηχανοργάνωσης κ.λπ., καθώς και λογισμικού. Ο εξοπλισμός αφορά τη μηχανοργάνωση, την αυτοματοποίηση των διαδικασιών, την προστασία και γενικότερα τον τεχνολογικό εκσυγχρονισμό των γυναικείων επιχειρήσεων με:

- Προμήθεια εξοπλισμού για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων ηλεκτρονικού εμπορίου ανάλογα με τη δραστηριότητα της επιχείρησης.

- Προμήθεια και εγκατάσταση του αναγκαίου εξοπλισμού για την εσωτερική ηλεκτρονική διασύνδεση των δραστηριοτήτων της επιχείρησης σε ενιαίο δίκτυο INTRANET.

- Προμήθεια και εγκατάσταση αντικλεπτικών συστημάτων ελέγχου εμπορευμάτων και πελατών.

- Εγκατάσταση εξοπλισμού γραμμικού κωδικοποιητή (bar code).

- Ανάπτυξη και εγκατάσταση εξοπλισμού και συστημάτων παρακολούθησης των λειτουργιών της επιχείρησης (παραγωγή, διοίκηση, λογιστήριο, πωλήσεις, κ.λπ.). Το λογισμικό θα στοχεύει στην αυτοματοποίηση των επιχειρηματικών και οικονομικών διαδικασιών, τον ποιοτικό έλεγχο των παρεχόμενων υπηρεσιών, τη διασύνδεση των επιχειρήσεων με εθνικά ή διεθνή δίκτυα, την ανάπτυξη δραστηριοτήτων e-business και e-marketing, τη συμμετοχή σε marketplaces κ.λπ.

Ύψος και είδος ενίσχυσης

Οι ενισχύσεις στο πλαίσιο του Προγράμματος μπορεί να είναι χρηματικές ή άλλου είδους. Η κρατική ενίσχυση ανέρχεται στο 100% επί του εγκεκριμένου προϋπολογισμού αλλά δεν μπορεί να είναι μεγαλύτερη των 40.000 ευρώ και ειδικότερα:

- Έως 40.000 ευρώ εάν πρόκειται για γυναικείο συνεταιρισμό.
- Για τις υπόλοιπες επιχειρήσεις, έως το 30% του μέσου όρου του κύκλου εργασιών της τελευταίας τριετίας ή διετίας (για επιχειρήσεις που λειτουργούν πάνω από τρία χρόνια ή για επιχειρήσεις που λειτουργούν δύο χρόνια, αντίστοιχα) ή του κύκλου εργασιών του τελευταίου έτους πριν από την υποβολή της αίτησης (για επιχειρήσεις που ξεκίνησαν τη δραστηριότητά τους μέχρι το προηγούμενο έτος από την υποβολή της πρότασης) και όχι μεγαλύτερη των 40.000 ευρώ.
- Το κατώτατο όριο ορίζεται στις 5.000 ευρώ.
- Οι επιλέξιμες δαπάνες (κατ' ανώτατο όριο) ανά κατηγορία επιλέξιμων ενεργειών είναι οι εξής:
 - Μεμονωμένη συμμετοχή σε θεματικά εργαστήρια, μέχρι 1.500 ευρώ.
 - Λήψη συμβουλευτικών υπηρεσιών, μέχρι 8.000 ευρώ.
 - Μεμονωμένες επιχειρηματικές αποστολές, μέχρι 2.000 ευρώ.
 - Μεμονωμένη συμμετοχή σε εκθέσεις, μέχρι 6.000 ευρώ.
 - Μεμονωμένη συμμετοχή σε συνέδρια, μέχρι 2.000 ευρώ ανά συνέδριο.
 - Εκστρατείες διαφήμισης και προβολής μικρής κλίμακας, μέχρι 8.000 ευρώ.
 - Προμήθεια εξοπλισμού και λογισμικού, μέχρι 15.000 ευρώ.

3) Προγράμματα στήριξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας στον αγροτικό χώρο

Το «Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης-Ανασυγκρότησης της Υπαίθρου», (Ε.Π.Α.Α.-Α.Υ.) του Υπ. Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, κυρίως μέσα από τον άξονα 7 για την εφαρμογή Ολοκληρωμένων Προγραμμάτων Ανάπτυξης του Αγροτικού χώρου (Ο.Π.Α.Α.Χ.) και το «Επιχειρησιακό Πρόγραμμα της Κοινοτικής Πρωτοβουλίας Leader Plus», μέσα από τον άξονα 1.2. για τη στήριξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και επίσης τα Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα (Π.Ε.Π.) των 13 περιφερειών της χώρας, τα οποία εφαρμόζουν τα δικά τους Ο.Π.Α.Α.Χ., αποτελούν τα κύρια υποστηρικτικά εργαλεία για την οικονομική ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας στον αγροτικό χώρο σήμερα.

Ανάλογα μέτρα θα συνεχιστούν και κατά την τέταρτη προγραμματική περίοδο, μέσα από άξονες του νέου προγράμματος αγροτικής ανάπτυξης για την περίοδο 2007-2013 και ειδικότερα μέσα από τον άξονα 3 που αφορά την ποιότητα ζωής και τη διαφοροποίηση της αγροτικής οικονομίας και τον άξονα 4 που αφορά την εφαρμογή της προσέγγισης leader.

Ένα επίσης σημαντικό επιχειρησιακό πρόγραμμα είναι το «Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα» του Υπ. Ανάπτυξης (Ε.Π.ΑΝ), το οποίο με το μέτρο 2.8.2. στοχεύει στην ενθάρρυνση της ανάληψης επιχειρηματικών πρωτοβουλιών από γυναίκες ως μιας από τις ομάδες πληθυσμού με δυσανάλογα περιορισμένη συμμετοχή στην επιχειρηματικότητα. Το μέτρο ενισχύει επιχειρηματικές πρωτοβουλίες γυναικών, ενίσχυση την οποία μπορούν να απολαμβάνουν και γυναίκες του αγροτικού χώρου. Η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και της εξωστρέφειας, και η βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος αποτελούν στρατηγικούς στόχους και του νέου «Επιχειρησιακού Προγράμματος Ανταγωνιστικότητας και Επιχειρηματικότητας» για την προγραμματική περίοδο 2007-2013.

4) Ενίσχυση ξενοδοχειακών και τουριστικών καταλυμάτων μέσω των προγραμμάτων «ενίσχυση νεανικής και γυναικείας επιχειρηματικότητας»

Δύο νέα προγράμματα επιχορήγησης έθεσε σε ισχύ ο ΕΟΜΜΕΧ (www.eommex.gr) και αφορούν στην έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Στα προγράμματα αυτά θα μπορούσαν να ενταχθούν οι πολύ μικρές ξενοδοχειακές μονάδες με μικρό κύκλο εργασιών, εφόσον υπάρχει πρόθεση να «μεταβιβαστεί» η επιχείρηση σε κάποιο μέλος της οικογένειας (σύζυγο, τέκνα) που πληρεί τις προϋποθέσεις ένταξης, με νέα έναρξη δραστηριότητας.

Με αυτόν τον τρόπο η επιχείρηση μπορεί να εκσυγχρονιστεί – ανακαινιστεί με **ποσοστό επιχορήγησης 50%** γενικά και **60%** σε νησιά κάτω των 5.000 κατοίκων και πυρόπληκτες περιοχές, με συνολικό προϋπολογισμό επένδυσης **100.000 €** για

τις επιχειρήσεις τουρισμού και παροχής υπηρεσιών, και ουσιαστικά να γίνει έναρξη νέας ξενοδοχειακής δραστηριότητας.

Δικαίωμα συμμετοχής στα Προγράμματα έχουν:

Για τη Γυναικεία Επιχειρηματικότητα:

- Γυναίκες οι οποίες γεννήθηκαν από το 1970 μέχρι και το 1991
- Είναι άνεργοι / ες , μισθωτοί, ελεύθεροι επαγγελματίες που δεν ασκούσαν επιχειρηματική δραστηριότητα από 1.1.2008 μέχρι και την προδημοσίευση του προγράμματος (04.03.2009).

Ως έναρξη άσκησης επιχειρηματικής δραστηριότητας νοείται η ημερομηνία έναρξης επιτηδεύματος ατομικής επιχείρησης ή η συμμετοχή σε επιχείρηση ως εταίρος.

Στα προγράμματα εντάσσονται επιχειρήσεις με νομική μορφή που θα πρέπει να είναι ατομική επιχείρηση ή εταιρεία (Ομόρρυθμη, Ετερόρρυθμη, ΕΠΕ ή Ανώνυμη ή Συνεταιρισμός), η οποία θα συσταθεί μετά την ημερομηνία προδημοσίευσης του προγράμματος.

Ως εκ τούτου, δυνατότητα ένταξης στα παραπάνω προγράμματα, έχουν και οι νέοι/νέες ή γυναίκες, στους οποίους έχει μεταβιβαστεί ήδη η επιχείρηση μετά την προδημοσίευση των Προγραμμάτων (04.03.2009).

Επιλέξιμα εταιρικά σχήματα είναι εκείνα στα οποία:

- Στα κεφάλαια τους συμμετέχουν Νέοι / Νέες ή Γυναίκες με ποσοστό τουλάχιστον 75%
- Η διαχείριση της εταιρείας ασκείται αποκλειστικά από τους Νέους-Νέες ή Γυναίκες κατά τις διατάξεις των κανονισμών υλοποίησης.

Δεν επιτρέπεται η συμμετοχή νομικών προσώπων ως μετόχων / εταίρων.

Κάθε επιλέξιμο φυσικό πρόσωπο έχει δικαίωμα συμμετοχής σε μία μόνο πρόταση ανά κύκλο του προγράμματος. Σε περίπτωση συμμετοχής σε περισσότερες από μία προτάσεις στο Πρόγραμμα, οι προτάσεις που αυτό το φυσικό πρόσωπο συμμετέχει θα απορρίπτονται όλες, ανεξαρτήτως της συμμετοχής άλλων προσώπων.

Η ξενοδοχειακή επιχείρηση κατά την διάρκεια της υποβολής της πρότασης και για χρονικό διάστημα τουλάχιστον 3 ετών από την ένταξή της στο πρόγραμμα θα πρέπει να λειτουργεί συνεχώς και όχι εποχικά.

5) Ευρωπαϊκό έργο women@business

Νέο εγκεκριμένο ευρωπαϊκό έργο εστιάζει πρωτίστως στην «ενίσχυση της επιχειρηματικότητας των γυναικών αποφοίτων πανεπιστημίων» και δευτερευόντως στην «ενίσχυση της επιχειρηματικής σκέψης νέων ανθρώπων εκτός του εκπαιδευτικού περιβάλλοντος» σε Κύπρο, Ελλάδα, Εσθονία, Ιταλία και Ηνωμένο Βασίλειο.

Το ευρωπαϊκό έργο women@business είναι διάρκειας 15 μηνών και συγχρηματοδοτείται από το Πρόγραμμα Πλαισίου Αναφοράς Ανταγωνιστικότητας και Καινοτομίας 2007-2013 της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, υπό την αιγίδα της Γενικής Διεύθυνσης Επιχειρήσεων και Βιομηχανίας. Το παρόν έργο υλοποιείται από έξι εταίρους σε Κύπρο, Ελλάδα, Εσθονία, Ιταλία και Ηνωμένο Βασίλειο.

Σκοπός του έργου είναι η υποστήριξη της επιχειρηματικότητας σε τρία επίπεδα, προάγοντας την αρχή της «μάθησης, πράξης και σκέψης». Με βάση το σκοπό αυτό, το έργο έχει σχεδιαστεί ώστε να αναβαθμίσει τη θεωρητική γνώση στην επιχειρηματικότητα, να προσφέρει πρακτική εμπειρία, και να δημιουργήσει τις κατάλληλες συνθήκες για αποτελεσματική σκέψη και παροχή σωστής καθοδήγησης στην επιχειρηματική δράση.

Οι στόχοι του έργου είναι:

- Η δημιουργία κατάλληλων συνθηκών για νέες αποφοίτους πανεπιστημίων και νέες από εθνικές μειονότητες ή μετανάστριες που θα τις ενθαρρύνουν να αναλάβουν επιχειρηματική δράση.
- Η υλοποίηση ενός καινοτόμου μοντέλου συμβουλευτικών υπηρεσιών για την προώθηση της επιχειρηματικότητας το οποίο θα μπορεί να εφαρμόζεται σε ευρωπαϊκό επίπεδο, και το οποίο θα συνεχίσει να αναπτύσσεται και μετά την ολοκλήρωση του έργου.
- Η έναρξη συζητήσεων μεταξύ των υπευθύνων για τη λήψη αποφάσεων σχετικά με την απλοποίηση των διαδικασιών που αφορούν δυνητικούς επιχειρηματίες ώστε να τους ενθαρρύνουν και να τους βοηθήσουν στον τομέα αυτόν.

Το έργο αναπτύχθηκε από μία διακρατική κοινοπραξία η οποία δημιουργήθηκε ειδικά με σκοπό την υλοποίηση του και αποτελείται από έξι (6) εταίρους από πέντε (5) Κράτη Μέλη της Ε.Ε. με συμπληρωματική εξειδίκευση και εμπειρία. Οι εταίροι είναι: το Intercollege (Κύπρος) που είναι και ο συντονιστής εταίρος του έργου, η ΜΚΟ ETNA (Εσθονία), η ΟΕΣΥΝΕ (Ελλάδα), η Μίλητος Αναδυόμενες Τεχνολογίες & Υπηρεσίες (Ελλάδα), η APID Imprenditorialita Donna (Ιταλία) και η Inova Consultancy (Ηνωμένο Βασίλειο).

6) Σχέδιο ενίσχυσης της γυναικείας επιχειρηματικότητας, στα πλαίσια του προγράμματος «Αειφόρος Ανάπτυξη και Ανταγωνιστικότητα».

Σκοπός

Το Σχέδιο αποσκοπεί στην ανάπτυξη, υποστήριξη και προώθηση της επιχειρηματικότητας των γυναικών από 18 έως 55 ετών που επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά σε οποιαδήποτε οικονομική δραστηριότητα εξαιρουμένων αυτών που περιλαμβάνονται στο Παράρτημα Ι που επισυνάπτεται «Μη επιλέξιμες οικονομικές δραστηριότητες»

αξιοποιώντας τις γνώσεις, την κατάρτιση και τα talέντα τους. Ο σκοπός αυτός προβλέπεται να επιτευχθεί με την αξιοποίηση κινήτρων υπό την μορφή χρηματοδοτικών ενισχύσεων και εκπαιδευτικών σεμιναρίων κατάρτισης για τη δημιουργία νέων και βιώσιμων πολύ1 μικρών επιχειρήσεων.

Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην αξιοποίηση νέων τεχνολογιών, στη χρήση καινοτόμων μεθόδων παραγωγής και προώθησης των προϊόντων και υπηρεσιών, στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στον τομέα του περιβάλλοντος και γενικά στην προώθηση σύγχρονων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων με στόχο τη δημιουργία δυναμικών, εξελίξιμων και ανταγωνιστικών επιχειρήσεων.

Χρηματοδότηση του Σχεδίου

Το Σχέδιο συγχρηματοδοτείται από την Κυπριακή Δημοκρατία και το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης της Ε.Ε. στα πλαίσια του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Αειφόρος Ανάπτυξη και Ανταγωνιστικότητα». Το συνολικό ποσό που θα διατεθεί για τις ανάγκες του Σχεδίου κατά την διάρκεια της περιόδου εφαρμογής του ανέρχεται στα €5 εκ. Το ποσό που θα διατεθεί για τις ανάγκες της 2ης προκήρυξης θα είναι τουλάχιστο €1.8 εκ. και σε περίπτωση που μέρος τους δεν δεσμευθεί στα πλαίσια της 2ης προκήρυξης, το υπόλοιπο θα μεταφερθεί για τις ανάγκες μιας πιθανής τρίτης προκήρυξης για υποβολή αιτήσεων. Σημειώνεται ότι στις περιπτώσεις που μετά από τη θετική εξέταση τυχόν ενστάσεων στα αποτελέσματα της κάθε προκήρυξης απαιτηθεί πρόσθετο ποσό για ικανοποίηση των αιτήσεων που τελικά εντάσσονται στο Σχέδιο αυτό θα εξασφαλίζεται από διαθέσιμα υπόλοιπα.

Περίοδος Εφαρμογής του Σχεδίου

Το Σχέδιο θα εφαρμοσθεί κατά την περίοδο 2008 – 2013 και οι αιτήσεις από τις δικαιούχες γυναίκες θα υποβάλλονται κατά τις συγκεκριμένες χρονικές περιόδους που θα ανακοινώνονται από το Υπουργείο Εμπορίου, Βιομηχανίας και Τουρισμού (Υπουργείο).

Φορέας Υλοποίησης

Την ευθύνη της διαχείρισης και υλοποίησης του Σχεδίου, έχει η Υπηρεσία Βιομηχανικής Ανάπτυξης (Υπηρεσία) του Υπουργείου.

Δικαιούχοι - Προϋποθέσεις συμμετοχής

α) Δικαίωμα συμμετοχής στο Σχέδιο έχουν γυναίκες, που έχουν τη μόνιμη διαμονή τους στις ελεγχόμενες από το Κράτος περιοχές τουλάχιστο για ένα χρόνο πριν την υποβολή της αίτησης τους και οι οποίες:

- Έχουν συμπληρώσει το 18ο έτος της ηλικίας τους και δεν έχουν υπερβεί το 55^ο έτος της ηλικίας τους κατά την ημερομηνία υποβολής της πρότασης τους.
- Είναι άνεργες ή μισθωτές.
- Δεν ασκούσαν επιχειρηματική δραστηριότητα τουλάχιστον ένα χρόνο πριν την ημερομηνία υποβολής της πρότασης τους.

Ως άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας νοείται η έναρξη επιτηδεύματος ως αυτοεργοδοτούμενος ή η συμμετοχή ως εταίρος σε οποιανδήποτε επιχείρηση με ποσοστό συμμετοχής άνω του 25%. Φυσικό πρόσωπο που συμμετέχει σε επιχείρηση με ποσοστό 10% και άνω και είναι παράλληλα μερικώς ή πλήρως εργοδοτούμενο της θεωρείται ως επιχειρηματίας και δεν είναι δικαιούχος του Σχεδίου. Διευκρινίζεται ότι φυσικά πρόσωπα που προσφέρουν τις υπηρεσίες τους σε μόνο ένα εργοδότη με το σύστημα της «μίσθωσης υπηρεσιών» και υποχρεούνται να καταβάλλουν κοινωνικές ασφαλίσεις ως αυτοεργοδοτούμενα, δεν θεωρείται ότι ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα.

- Θα εγκαταστήσουν την επιχείρησή τους σε ελεγχόμενη από το Κράτος περιοχή. Επιχειρήσεις που προτίθενται να εγκατασταθούν σε περιοχές των Βρετανικών Βάσεων σύμφωνα με το πρωτόκολλο αρ.3 της Συνθήκης Προσχώρησης της Κύπρου στην Ε.Ε. δεν καλύπτονται από το Σχέδιο αυτό και τέτοιες προτάσεις – αιτήσεις δεν θα γίνονται αποδεκτές.

β) Στο Σχέδιο δεν εντάσσονται επιχειρηματικές δραστηριότητες που περιλαμβάνονται στον Πίνακα του Παραρτήματος Ι της Συνθήκης της Ε.Ε.

Η πρόταση μπορεί να περιλαμβάνει και μη επιλέξιμες δραστηριότητες, η επιχορήγηση όμως σ' αυτές τις περιπτώσεις θα αφορά μόνο τις δαπάνες που σχετίζονται με τις επιλέξιμες δραστηριότητες.

γ) Όλες οι αιτήσεις που θα ενταχθούν στο Σχέδιο θα πρέπει απαραίτητα να εγγράψουν εταιρείες περιορισμένης ευθύνης και οι δικαιούχοι μέτοχοι τους να δηλωθούν ως εργοδοτούμενες της εταιρείας τους. Οι αιτήσεις θα πρέπει να είναι και να παραμείνουν εργοδοτούμενες της εταιρείας που θα δημιουργηθεί για περίοδο τριών τουλάχιστον χρόνων από την ολοκλήρωση της υλοποίησης των έργων.

δ) Απαραίτητη προϋπόθεση είναι να μετέχουν στο κεφάλαιο της εταιρείας δικαιούχοι γυναίκες κατά τις διατάξεις του παρόντος Σχεδίου σε ποσοστό τουλάχιστον 75% και να έχουν αποκλειστικά τη διαχείριση της εταιρείας. Διευκρινίζεται ότι σε κάθε πρόταση μπορούν να συμμετέχουν και περισσότερες τις μιας δικαιούχοι.

ε) Δεν επιτρέπεται η συμμετοχή νομικών προσώπων ως μετόχων / εταίρων εκτός από Εταιρείες Παροχής Επιχειρηματικών Κεφαλαίων και μέχρι ποσοστού 25% του μετοχικού / εταιρικού κεφαλαίου.

στ) Κάθε επιλέξιμο φυσικό πρόσωπο έχει δικαίωμα συμμετοχής σε μία μόνο πρόταση ανά κύκλο του Σχεδίου. Σε περίπτωση συμμετοχής σε περισσότερες από μία προτάσεις στο Σχέδιο, οι προτάσεις που αυτό το φυσικό πρόσωπο

συμμετέχει θα απορρίπτονται όλες, ανεξαρτήτως της συμμετοχής άλλων προσώπων.

ζ) Δεν επιτρέπεται η υποβολή πρότασης σε επόμενο κύκλο του Σχεδίου από νέους και νέες, των οποίων επιχειρηματικά σχέδια εγκρίθηκαν από προηγούμενο κύκλο του Σχεδίου, υλοποίησαν το επενδυτικό τους έργο και εξασφάλισαν χορηγία.

η) Απαραίτητη προϋπόθεση για την υπαγωγή στο Σχέδιο είναι η μη απαγόρευση από την κείμενη νομοθεσία της εγκατάστασης και λειτουργίας της υπό σύσταση επιχείρησης στον προτεινόμενο χώρο.

θ) Ο αιτούμενος προϋπολογισμός και οι κατηγορίες επιλέξιμων δαπανών του επιχειρηματικού σχεδίου πρέπει να συμφωνούν με τα οριζόμενα στα άρθρα 8 και 9 του παρόντος Οδηγού.

ι) Η ίδρυση και λειτουργία της επιχείρησης δεν πρέπει να γίνεται με το σύστημα της δικαιόχρησης (franchising).

Όρια προϋπολογισμών και Ποσοστό Χρηματοδότησης

α) Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει τα όρια του προϋπολογισμού των προτάσεων σε € (μη περιλαμβανομένου του ΦΠΑ), καθώς επίσης και το ποσοστό της Δημόσιας Χρηματοδότησης.

Ανώτατο όριο συνολικού προϋπολογισμού της πρότασης	Μεταποίηση €140.000 Ηλεκτρονικό εμπόριο, Υπηρεσίες, Τουρισμός €100.000
Κατώτατο όριο συνολικού προϋπολογισμού της πρότασης	€15.000
Ποσοστό Δημόσιας Χρηματοδότησης	50% του συνολικού εγκεκριμένου προϋπολογισμού της πρότασης

β) Το υπόλοιπο ποσό πέραν της Δημόσιας Χρηματοδότησης για την κάλυψη του

συνολικού προϋπολογισμού θεωρείται ίδια συμμετοχή για την υλοποίηση του έργου. Η ίδια συμμετοχή δύναται να καλυφθεί και με τραπεζικό δανεισμό.

γ) Περιουσιακά στοιχεία (κτίρια / υποστατικά, μηχανήματα /εξοπλισμός , κ.α.) που αποτελούν ιδιοκτησία των αιτητών ή δωρεάν συνεισφορά από συγγενείς τους και τα οποία θα χρησιμοποιηθούν για την ίδρυση , λειτουργία, και ανάγκες της προτεινόμενης επιχείρησης θα δηλώνονται στην αίτηση αλλά δεν θα περιλαμβάνονται στο Προϋπολογισμό της πρότασης.

δ) Στην περίπτωση τραπεζικού δανεισμού για την κάλυψη της ίδιας συμμετοχής ή μέρους της είναι απαραίτητη η υποβολή μαζί με τον φάκελο της αίτησης, επιστολής τράπεζας για καταρχήν ενδιαφέρον χρηματοδότησης του επιχειρηματικού σχεδίου. Η ίδια συμμετοχή αποδεικνύεται από επίσημα στοιχεία υποβαλλόμενα με το φάκελο της αίτησης (π.χ λογαριασμοί καταθέσεων, επιστολή τράπεζας, κτλ).

ε) Η Δημόσια Χρηματοδότηση καταβάλλεται απευθείας στην επιχείρηση και δεν επιτρέπεται η εκχώρησή της σε τρίτους.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Η έννοια της γυναικεία επιχειρηματικότητας είναι αρκετά περίπλοκη και απαιτεί από τους μελλοντικούς επιχειρηματίες πολλές ικανότητες και προσπάθειες, όπως γίνεται κατανοητό από την παραπάνω βιβλιογραφική επισκόπηση. Οι προκλήσεις που παρουσιάζονται στον Ελληνικό χώρο είναι ποικίλες, ενώ ταυτόχρονα παρατηρείται μία αρνητική κριτική σχετικά με την ανταγωνιστικότητα των ελληνικών επιχειρήσεων από τους ευρωπαϊκούς φορείς. Παράλληλα η παγκοσμιοποίηση και η απελευθέρωση των αγορών δημιουργούν σημαντικές απειλές για τις γυναίκες επιχειρηματίες, οι οποίοι θα πρέπει να έχουν ισχυρές ικανότητες και έντονη θέληση για επιτυχία.

Κάθε ενδιαφερόμενη μπορεί να επιλέξει ορισμένες δραστηριότητες για την παροχή οικονομικής ενίσχυσης για την ανάπτυξη και λειτουργία των γυναικείων επιχειρήσεων ή γυναικείων Ελεύθερων επαγγελματιών, με στόχο την ενδυνάμωση και διατήρηση της απασχόλησης σ'αυτές τις επιχειρήσεις.

Στη χώρα μας, όπως είδαμε, η πλειοψηφία των επιχειρήσεων είναι μικρού και μεσαίου μεγέθους, γεγονός που δυσχεραίνει την ικανότητα επιτυχίας στην ενοποιημένη αγορά. Οι προσπάθειες που απαιτούνται είναι πάρα πολλές καθώς οι Έλληνες επιχειρηματίες θα πρέπει να συνειδητοποιήσουν την αναγκαιότητα οργάνωσης κάθε πτυχής της εταιρείας που διαθέτουν. Είναι σύνηθες το φαινόμενο στην Ελλάδα πολλά από τα στοιχεία τα οποία αναλύθηκαν να μην λαμβάνουν την απαιτούμενη προσοχή από τους επιχειρηματίες. Ειδικότερα, λόγω του μικρού και μεσαίου μεγέθους των περισσότερων ελληνικών εταιρειών οι αποφάσεις που σχετίζονται για παράδειγμα με το μάρκετινγκ λαμβάνονται από το τμήμα πωλήσεων, χωρίς φυσικά να διατείνονται οι απαραίτητοι πόροι αλλά και χρόνος. Το γεγονός αυτό έχει ως αποτέλεσμα την περιορισμένη χρήση των σχετικών στρατηγικών, την υλοποίηση αποφάσεων χωρίς συγκεκριμένη έρευνα και πολλές φορές την αποτυχία των επιχειρήσεων.

Η διεθνής εμπειρία δείχνει ότι οι βασικότερες αιτίες υστέρησης των γυναικείων επιχειρήσεων εντοπίζονται στους παρακάτω παράγοντες:

1. Στην έλλειψη αυτοπεποίθησης των γυναικών να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση. Οι περισσότερες αποφασίζουν να ιδρύσουν μια επιχείρηση μεταξύ 36 και 45 ετών.
2. Στην αδυναμία συνδυασμού επαγγελματικής και οικογενειακής ζωής.
3. Στην έλλειψη επαγγελματικού προσανατολισμού.
4. Στην ελλιπή πρόσβαση στην πληροφόρηση σε συνδυασμό με την ελλιπή δικτύωση των γυναικών. Αυτό συνεπάγεται μειωμένη ενημέρωση σε ότι αφορά προγράμματα, επιδοτήσεις και γενικότερα νέες μεθόδους που στοχεύουν στην ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας.
5. Στην αδυναμία εξεύρεσης κεφαλαίων για τη χρηματοδότηση της επιχείρησης. Αν προστεθεί σε αυτό και η αποφυγή από πλευράς των γυναικών μεγάλων δανειακών υποχρεώσεων, γίνεται αντιληπτός ο λόγος επιχειρηματικής αδρανοποίησης τους. Παρόλα αυτά, είναι απαραίτητο να συνεχιστεί με μεγαλύτερους ρυθμούς η στήριξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας με προγράμματα και δράσεις που θα δίνουν κίνητρα για την δημιουργία Γυναικείων Επιχειρήσεων.

Λόγω των παραπάνω δυσκολιών, θα προτείναμε οι πολιτικές ενίσχυσης της γυναικείας επιχειρηματικότητας να στρέφονται γύρω από δύο άξονες. Αυτοί είναι η εκπαίδευση και η νομοθεσία.

Αναφορικά με την εκπαίδευση, οφείλουμε να επισημάνουμε τον ανεπαρκή επαγγελματικό προσανατολισμό που προσφέρεται στους νέους στο επίπεδο της δευτεροβάθμιας και της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Γίνονται προσπάθειες τα τελευταία χρόνια για την αλλαγή αυτής της κατάστασης με την εισαγωγή μαθημάτων επαγγελματικού προσανατολισμού στα περισσότερα ανώτατα

ιδρύματα, ωστόσο αυτό που δεν φαίνεται να έχει αντιμετωπιστεί σοβαρά είναι ο προσανατολισμός αυτών των προγραμμάτων ειδικά στις γυναίκες.

Είναι ιδιαίτερα σημαντικό να αντιμετωπιστούν κάποιες ειδικές πλευρές του ζητήματος που αφορούν τη γυναικεία επιχειρηματική δραστηριοποίηση, όπως για παράδειγμα να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή τόσο στην προσέλκυση μαθητριών-φοιτητριών σε αυτά τα μαθήματα όσο και στην επισήμανση πλευρών της επιχειρηματικής προοπτικής που έχουν ιδιαίτερη σχέση με το γυναικείο φύλο.

Αναφορικά με τον άξονα νομοθεσία – οικονομία, βασικές προτεραιότητες θα πρέπει να δοθούν στα παρακάτω:

1. Δημιουργία φιλικού και ευέλικτου επιχειρηματικού περιβάλλοντος με ενθάρρυνση της γυναικείας επιχειρηματικότητας και απλούστευση των σχετικών διαδικασιών.
2. Ενίσχυση της συμμετοχής των γυναικών στον τομέα της Έρευνας και Καινοτομίας.
3. Διάγνωση δυνατών και αδύνατων ρυθμιστικών, διοικητικών και οργανωτικών σημείων που εμπλέκονται στη σύσταση και λειτουργία επιχειρήσεων.
4. Πρόταση και ανάπτυξη απλουστεύσεων για τη διαδικασία σύστασης και λειτουργίας επιχειρήσεων.
5. Βελτίωση επιχειρηματικότητας μέσω άρσης θεσμικών, διοικητικών και οργανωτικών εμποδίων που δυσχεραίνουν την επιχειρηματική δραστηριότητα.
6. Μείωση των διοικητικών επιβαρύνσεων στον τομέα εποπτείας της επιχειρηματικής δραστηριότητας.
7. Στήριξη των υφιστάμενων γυναικείων επιχειρήσεων για την εισαγωγή νέων

τεχνολογιών, την υιοθέτηση καινοτομιών, την προώθηση της εξωστρέφειας και τη δικτύωσή τους με συμβουλευτικές υπηρεσίες.

8. Ενίσχυση πρωτοβουλιών των γυναικών ειδικότερα σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο στους κλάδους του τουρισμού και της παραγωγής πολιτιστικών αγαθών και υπηρεσιών.

9. Ειδική αναφορά της γυναικείας επιχειρηματικότητας σε διαφημιστική εκστρατεία.

Όπως όλοι γνωρίζουμε, οι σημερινές συνθήκες αποτελούν τροχοπέδη για την υλοποίηση όλων των παραπάνω προτάσεων. Όμως, οι Ελληνίδες πιστεύουμε ότι διαθέτουν φαντασία και ρεαλιστικές επιδιώξεις, δημιουργικότητα και δυναμισμό προκειμένου να γίνουν επιτυχημένες επιχειρηματίες και να κατακτήσουν μια από τις πρώτες θέσεις επιτυχίας στις διεθνείς συγκρίσεις.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

BUSINESS I.D. WOMAN

ΓΥΝΑΙΚΕΣ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΚΕΡΔΙΣΕΙ ΤΟ ΣΤΟΙΧΗΜΑ ΤΗΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ ΑΠΑΝΤΟΥΝ -ΧΩΡΙΣ ΦΟΒΟ ΑΛΛΑ ΜΕ ΠΑΘΟΣ- ΣΕ «ΑΛΗΘΙΝΕΣ» ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΓΥΡΩ ΑΠΟ ΤΗ ΜΕΓΑΛΗ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑ ΠΟΥ ΟΝΟΜΑΖΕΤΑΙ ΚΑΡΙΕΡΑ.



I.D.

Είναι Σύμβουλος Επιχειρήσεων, συνεργάζεται με τη SARGIA Partners, εταιρεία εξειδικευμένη στο Executive Coaching και Personal Branding ως Executive Coach. 1996-2010 διατέλεσε Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της Ιωνίας Α.Ε. 1990-1994 κατείχε την θέση της Διευθύνοντος Συμβούλου της Nutricia Α.Ε. Για 11 χρόνια κατείχε τη θέση της Marketing Manager στην εταιρεία Knorr Α.Ε και στη συνέχεια, της Εμπορικής Διευθύντριας της φαρμακευτικής εταιρείας Ciba-Geigy-Ζηττα (σημερινή Novartis). Είναι απόφοιτος του τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών. Είναι Γενική Γραμματέας της Ένωσης Ανώτατων Στελεχών Επιχειρήσεων στην Ελλάδα (ΕΑΣΕ), μέλος της ΕΕΔΕ (ΙΑΓΜΕ), μέλος της Επιτροπής Women in Business του Ελληνοαμερικανικού Επιμελητηρίου και μέλος του Συλλόγου «Κίνηση Πολιτών για μια Ανοικτή Κοινωνία».

Μαρία Δήμου

Όταν η Κορυφή είναι Όραμα!

Στο 4ο συνέδριο του Ινστιτούτου Ανάπτυξης Γυναικών Μάνατζερ και επιχειρηματιών ήσασταν μια από τις ομιλήτριες, με τίτλο της ομιλίας σας «Όταν η Κορυφή είναι Όραμα». Μοιραστείτε με τις αναγνώστριές μας πώς κανείς από το όραμα φτάνει στην κορυφή.

Βασική προϋπόθεση "Να υπάρχει το όραμα". Μερικά απλά και πρακτικά βήματα βασισμένα στην πείρα μου για φτάσει κανείς στην κορυφή:

- Σχεδιάζουμε την καριέρα μας, κάνουμε σωστές επιλογές και σταθερό βηματισμό. Βρίσκουμε μια δουλειά που να μας συναρπάζει, ξεκαθαρίζουμε προτεραιότητες, στόχους, σχεδιάζουμε και υλοποιούμε το πλάνο της καριέρας μας.
- Διεκδικούμε. Δεν μπορείτε να φανταστείτε πόσα περισσότερα μπορούμε να επιτύχουμε όταν τολμάμε, πολύ περισσότερο από αυτά που νομίζουμε!
- Κατανοούμε το επιχειρηματικό περιβάλλον, τις ισορροπίες, τους στόχους, τη στρατηγική, την κουλτούρα, τη δυναμική της επιχείρησης.
- Πιστεύουμε στον εαυτό μας. Ξεκαθαρίζουμε τους στόχους μας, προβάλλουμε τα προσόντα μας πάντα με αξιοπρέπεια και συνέπεια στις αξίες μας.
- Δεν σταματάμε να μαθαίνουμε. Ενημερωνόμαστε, παρακολουθούμε σεμινάρια, εκδηλώσεις, συνέδρια, διαβάζουμε βιβλία.
- Κάνουμε τον απολογισμό μας. Βλέπουμε πόσο κοντά είμαστε στο όραμά μας. Τι μας βοήθησε και τι μας εμπόδισε; Ζητάμε βοήθεια, αν χρειασθεί. Αν η κορυφή συνεχίζει να είναι το όραμά μας δε διστάζουμε να ζητήσουμε βοήθεια από εταιρείες Executive Coaching & Personal Branding που μπορούν να μας βοηθήσουν σημαντικά. Επανασχεδιάζουμε και προχωρούμε με σεβασμό στο χρόνο.
- Η δικτύωση παίζει σημαντικό ρόλο, στη δουλειά, στο web, στο σπίτι, στην επιχειρηματική κοινότητα. Γνωρίζομαστε, συζητάμε, ανταλλάσσουμε απόψεις. Δημιουργούμε το στήγμα μας, κτίζουμε και προβάλλουμε την προσωπική μας εικόνα. Ο καλύτερος πρεσβευτής του εαυτού μας είμαστε εμείς και όσοι μας γνωρίζουν. Κάνουμε την παρουσία μας αισθητή!
- Ισορροπία ανάμεσα στην επαγγελματική, οικογενειακή και προσωπική ζωή. Σωστή επιλογή του συντρόφου, με ένα σύντροφο αρωγό στην προσπάθειά μας μπορούμε να πετύχουμε τα πάντα.
- Θα ήθελα να τελειώσω με ένα ιδιαίτερα λεπτό ζήτημα. Προσπαθούμε να μην αντιγράφουμε αντρικές συμπεριφορές όπως επιθετικότητα, ανταγωνιστικότητα, υπερβολική προσοχή και συμπεριφορές με περιορισμένη ηθική.

Είστε στην κορυφή! Φτάσατε!

Τι είναι το Εθνικό Επιμελητηριακό Δίκτυο Ελληνίδων Γυναϊκών Επιχειρηματιών και ποιος ο ρόλος σας σε αυτό;

Το Ε.Ε.Δ.Ε.Γ.Ε. είναι η Αστική Εταιρεία των Επιμελητριών της Ελλάδος που δημιουργήθηκε για την προώθηση της επιχειρηματικότητας της γυναίκας, σύμφωνα με το πρότυπο του Δικτύου του Ευρωπαϊκού και τις αποφάσεις της Λισσαβώνας.

Στόχος του Δικτύου είναι η ενίσχυση και εξυγίανση των υπαρχόντων επιχειρηματικών μονάδων και η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας της γυναίκας με την ίδρυση νέων επιχειρήσεων, προώθηση ίσων ευκαιριών, άρση επαγγελματικών στερεοτύπων, εξισορρόπηση μεταξύ οικογενειακής ζωής και επαγγελματικών υποχρεώσεων ή καριέρας. Απώτερος στόχος, η αύξηση της απασχόλησης της γυναίκας που παραμένει επιτακτική ανάγκη για ολόκληρη την Ευρώπη, διότι είναι ένας από τους παράγοντες που θα συμβάλλουν στην ενίσχυση της εγχώριας αλλά και της Ευρωπαϊκής οικονομικής ανάπτυξης.

Ποια η πορεία και η προσφορά του Δικτύου μέχρι σήμερα;

Το Δίκτυο βοηθάει τις επιχειρήσεις των γυναικών να αναπτυχθούν και να ευημερήσουν, αξιοποιώντας τα εθνικά και κοινοτικά προγράμματα, παρέχοντας πληροφόρηση σε θέματα του ενδιαφέροντός τους, οργανώνοντας επιχειρηματικά σχέδια και παρεμβαίνοντας στα Κέντρα Λήψης Αποφάσεων. Για την επίτευξη των στόχων του, το Δίκτυο οργανώνει Συνέδρια και Ημερίδες σε όλη την Ελλάδα με την συμμετοχή και συμβολή των Επιμελητριών και άλλων θεσμικών οργάνων.

Εάν θέλει μία γυναίκα να ξεκινήσει μία επιχείρηση, χωρίς να είναι γραμμένη στο Δίκτυο, σε ποιον αντίστοιχο φορέα μπορεί να απευθυνθεί;

Μέλη του Δικτύου είναι όλες οι γυναίκες επιχειρηματίες εγγεγραμμένες στα Επιμελητήρια της Ελλάδος. Δεν χρειάζεται ιδιαίτερη εγγραφή. Όσον αφορά τους φορείς που ασχολούνται με την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας της γυναίκας, είναι ο ΕΟΜΜΕΧ και ο ΟΑΕΔ. Πολλά προγράμματα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας διακινούνται και από διάφορα Υπουργεία, Ανάπτυξης, Οικονομίας κ.ά.

ΤΙΜΗΤΙΚΕΣ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ:

- Έχει τιμηθεί ως επαγγελματίας από τον Διεθνή Αμερικανικό Οργανισμό who is Who International, του οποίου είναι και μέλος.
- Πρόσφατα βραβεύτηκε από το Υπουργείο Εμπορίου της Γαλλίας, και το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο των Παρισίων ως η μοναδική γυναίκα πρόεδρος Επιμελητηρίου στην Ελλάδα και την Ευρώπη, με αναφορά και παρουσία στην Ευρώπη.
- Βραβεύτηκε επίσης από τον Οργανισμό «Θεσμοφοριάζουσες», για την προσφορά της ως εκπαιδευτικός και συγγραφέας.
- Από το Επιμελητήριο Καστοριάς, για την συνεισφορά της στους στόχους για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας της γυναίκας.
- Τιμητική διάκριση της απένευσε και ο Πανελλήνιος Σύνδεσμος Ιδιοκτητών Κέντρων Ξένων Γλωσσών για την μακρόχρονη προσφορά της στον κλάδο.
- Ο Σύλλογος Μεσσιτών Αστικών Συμβάσεων τίμησε την κ. Οικονομάκου για την συνεισφορά της στην επίλυση σημαντικών κλαδικών θεμάτων.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Βλιάμος, Σ. (2008). *Καινοτομία και επιχειρηματικότητα*. Σεμινάριο ΕΚΕΦΕ 'Δ', Τμήμα Μεθοδολογίας, Ιστορίας και Θεωρίας της επιστήμης. Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
2. Γενική Γραμματεία Ισότητας. (2005). Εθνικό Πρόγραμμα Μεταρρυθμίσεων για τη στρατηγική της Λισαβόνας.
3. Γενική Διεύθυνση Επιχειρήσεων, Ευρωπαϊκή Επιτροπή. (2004). *Πρώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας*. Έκθεση Best. Λουξεμβούργο.
4. Γιδαράκου, Ι. (2008). *Γυναικεία επιχειρηματικότητα και τοπική ανάπτυξη*. Αδημοσίευτο κείμενο. Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
5. Γκαγκάτσιος, Ι. (2008). *Καινοτομία – Επιχειρηματικότητα – Επιχειρήσεις*. Παρουσίαση για το Ινστιτούτο Διαρκούς Εκπαίδευσης Ενηλίκων.
6. Γκασούκα, Μ. *Ανοικτές Πόρτες*. '(2007). Έργο στήριξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Κύπρος.
7. Ι.Ο.Β.Ε. (Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (2008). *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα κατά το 2007-2008 (στοιχεία από την έκθεση του GEM)*.
8. Ι.Ο.Β.Ε. (Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (2007). *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα κατά το 2006-2007 (στοιχεία από την έκθεση του GEM)*.
9. Ι.Ο.Β.Ε. (Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (2006). *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα κατά το 2005-2006 (στοιχεία από την έκθεση του GEM)*.

10. Ιωαννίδης, Σ., Πολίτης, Τ., Τσακανίκας, Α., Βαλαβανιώτη, Ε. (2007). *Η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2006-2007*. Έρευνα από το Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας ΙΟΒΕ. Αθήνα
11. Κατσανέβα, Θ. *Η επιχειρηματικότητα των γυναικών*. Έρευνα στα πλαίσια του προγράμματος III B Archimed Interreg. Κέντρο Ερευνών του Πανεπιστημίου Πειραιώς.
12. Κρίκου, Μ. (2010). *Ενισχύοντας τη γυναικεία επιχειρηματικότητα*. Δελτίο Τύπου που εκδόθηκε από το Γραφείο Τύπου του έργου women@business. Αθήνα.
13. Μάρη, Ε. *Συμβουλευτική και Γυναικεία Επιχειρηματικότητα*. Μελέτη του Κέντρου Ερευνών σε θέματα Ισότητας Φύλου. Αθήνα.
14. Μπαντούνου, Σ. (2005). *Η γυναικεία επιχειρηματικότητα στα σημερινά κοινωνικοοικονομικά δεδομένα*. Παρουσίαση στα πλαίσια του προγράμματος «Ευαισθητοποίηση εκπαιδευτικών και παρεμβατικά προγράμματα για την προώθηση της ισότητας των δύο φύλων». Κέρκυρα.
15. Μπόλας, Γ. (2009). *Παρουσίαση προκηρύξεων προγραμμάτων «Νεανικής και γυναικείας επιχειρηματικότητας*. Ομιλία στα πλαίσια Ημερίδας με τίτλο: Πρώτη Ευρωπαϊκή εβδομάδα Μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Αθήνα.
16. Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Της Ελλάδας. (2009). *Ενίσχυση ξενοδοχειακών και τουριστικών καταλυμάτων*. Πρόγραμμα ενίσχυσης νεανικής και γυναικείας επιχειρηματικότητας. Αθήνα.
17. Οργανισμός Μικρομεσαίων Μεταποιητικών Επιχειρήσεων. (2007). *Ανάπτυξη Γυναικείας Απασχόλησης και Επιχειρηματικότητας*. Πρόγραμμα EOMMEX για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα. Αθήνα.

18. Παπαγεωργίου, Γ. (2007). *Έμφυλοι Μετασχηματισμοί. Gendering Transformations*. Ομιλία σε συνέδριο. Κρήτη.
19. Παζαρζή, Ε., Γιαννακούρου, Μ. *Γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα*. Κείμενο που έχει δημοσιευτεί στο «Μελέτες προς τιμήν του Καθηγητή Α. Λαζάρου». Πανεπιστήμιο Πειραιά.
20. Πισσαρίδης, Χ. (2007). *Τάσεις και πολιτικές στην εποχή της παγκοσμιοποίησης*. Παρουσίαση στα πλαίσια συνεδρίου με θέμα: Ευρωπαϊκές αγορές εργασίας. Λισσαβόνα.
21. Ρούσσα, Π. (2005). *Το μισθολογικό χάσμα μεταξύ ανδρών και γυναικών στην Ελλάδα*. Διπλωματική εργασία, Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων, Τμήμα Οικονομικών Επιστημών. Ιωάννινα.
22. Ροσγοβά, Γ. (2009). *Γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα*. Αδημοσίευτη εργασία.
23. Στυλιανού, Β. (2008). *Γυναικεία απασχόληση – επιχειρηματικότητα και ενδογενής τοπική ανάπτυξη*. Πτυχιακή Μελέτη, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, Τμήμα Οικιακής Οικονομίας και Οικολογίας. Αθήνα.
24. Τηλικίδου, Ε. (2004). *Η έρευνα του Μάρκετινγκ. Θεωρητικές Προσεγγίσεις και Εφαρμογές*. Θεσσαλονίκη, Ελληνικά Γράμματα.
25. Τηλικίδου, Ε., Δελησταύρου, Α. (2008). *Εφαρμοσμένη Έρευνα Μάρκετινγκ*. Αθήνα, Τ.Ε.Ι.Θ.
26. Υπουργείο Ανάπτυξης. (2009). *Νεανική και Γυναικεία επιχειρηματικότητα*. Πρόγραμμα ενίσχυσης. Αθήνα.
27. Υπουργείο Εμπορίας, Βιομηχανίας και Τουρισμού. (2009). *Αειφόρος ανάπτυξη και ανταγωνιστικότητα*. Οδηγός σχεδίου ενίσχυσης της γυναικείας επιχειρηματικότητας.

28. Χινίσογλου, Κ. (2008). *Γυναικεία επιχειρηματικότητα προβλήματα και προοπτικές*. Δημοσίευτη πτυχιακή εργασία, Τ.Ε.Ι Ηρακλείου, Κρήτη.
29. www.businesswoman.gr
30. www.career.tuc.gr
31. Pietilainen, T. (2001). *Gender and Female entrepreneurship into a pro-entrepreneurship magazine*.

