

Καλιάρχη Μαρία

Η Γυναικεία
Επιχειρηματικότητα στην
Ελλάδα



ΑΤΕΙ Πειραιά

Τμήμα Λογιστικής

A.M 13318

Επιβλέπων Καθηγήτρια: Ελένη Θάνου

Περιεχόμενα

Πρόλογος.....	2
---------------	---

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

I. Περίληψη.....	3
II. Εισαγωγή.....	4
1. Έννοια της Επιχειρηματικότητας.....	4
2. Ιστορική Αναδρομή.....	6

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

III. Τα στάδια εξέλιξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας.....	12
IV. Χαρακτηριστικά επιτυχημένων Γυναικών	17
V. Τα επαγγέλματα που «ελκύουν» τις γυναίκες επιχειρηματίες	20
VI. Κίνητρα και Ανασταλτικοί παράγοντες για τη Γυναικεία Επιχειρ.....	24

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

VII. Προγράμματα ενίσχυσης Επιχειρηματικότητας –Επιδότησεις.....	29
VIII. Σύλλογοι/ Οργανισμοί που ενισχύουν την Γυναικεία Επιχειρηματικότητα.....	36
IX. Γυναίκες και Άντρες επιχειρηματίες- Διαφορές και Ομοιότητες.....	41

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

X. Μεθοδολογία- Αποτελέσματα έρευνας	45
XI. Συμπεράσματα.....	56

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

XII. Παράρτημα.....	57
XIII. Βιβλιογραφία.....	63

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η εργασία αυτή αποτελεί πτυχιακή εργασία με θέμα «Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα». Σκοπός της εργασίας είναι να αναλυθεί η θέση της γυναίκας-επιχειρηματία στην Ελλάδα, δηλαδή η εξέλιξη της από τα αρχαία χρόνια έως τώρα με πολύ συνοπτικές περιγραφές.

Επίσης θα αναλυθούν θέματα όπως τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η γυναίκα όσον αφορά το φυλετικό παράγοντα. Ιδιαίτερη βάση θα δοθεί στην επιμόρφωση των γυναικών και στην επαγγελματική τους καταξίωση.

Μεγάλο μέρος της εργασίας θα περιλαμβάνει το πώς αντιμετωπίζει το κράτος τις γυναίκες και στην πολύτιμη βοήθεια και στήριξη των διάφορων οργανισμών και συλλόγων με τα προγράμματα που παρέχουν.

Τέλος, σε όλη την εργασία θα υπάρχουν μαρτυρίες και συμβουλές από τις Ελληνίδες που με πολύ προσπάθεια και θέληση έχουν καταξιωθεί στο χώρο των επιχειρήσεων και έχουν αναγνωρισθεί και βραβευθεί ως γυναίκες της χρονιάς σε Ελλάδα και Εξωτερικό.

Αθήνα 2012

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

I. Περίληψη

Στο **πρώτο κεφάλαιο** αναλύεται με γενικούς και ειδικούς όρους η έννοια της επιχειρηματικότητας. Στη συνέχεια, εξετάζουμε για ποιο λόγο η επιχειρηματικότητα που ασκείται από γυναίκες χρειάζεται ιδιαίτερη ανάλυση. Επιπλέον γίνεται μια ιστορική αναδρομή σχετικά με το πώς ήταν η ζωή της γυναίκας σε άλλες εποχές.

Στο **δεύτερο κεφάλαιο** συνεχίζεται η ανάλυση με την επαγγελματική εξέλιξη της γυναίκας από την στιγμή που θα ανοίξουν οι πόρτες γι' αυτήν στην εργασία και στο κόσμο των επιχειρήσεων έως και σήμερα. Επίσης όπως έχει αποδειχθεί από έρευνες αναπτύσσονται τα επαγγέλματα που έλκουν τις γυναίκες για να ξεκινήσουν την καριέρα τους και τους λόγους τους οποίους διάλεξαν τη συγκεκριμένη επιχείρηση, ορίζονται τα χαρακτηριστικά που έχουν συνήθως οι γυναίκες επαγγελματίες και τέλος αναφέρονται τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η γυναίκα επιχειρηματίας

Το **τρίτο κεφάλαιο** αφιερώνεται στα διάφορα προγράμματα (έτος 2012-2014) που κατά διαστήματα ανακοινώνονται από διάφορους φορείς με σκοπό την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας με κάθε δυνατό τρόπο είτε εκπαιδευτικό (σεμινάρια, ημερίδες, προγράμματα) είτε υπό την μορφή επιδοτήσεων ως ενίσχυση για το «άνοιγμα» επιχειρήσεων από γυναίκες.

Στο **τέταρτο κεφάλαιο** θα δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στις γυναίκες και στους άντρες επιχειρηματίες, κυρίως για τις διαφορές όσον αφορά το φύλο, τον σκοπό και την αντίληψη των δύο πλευρών. Στο τέλος υπάρχουν συνεντεύξεις Ελληνίδων επιχειρηματιών. Συμβουλές που θα έδιναν σε μία νεοεισερχόμενη στον κόσμο των επιχειρήσεων γυναίκα και άλλα πολλά.

Στο **τελευταίο κεφάλαιο** και με την βοήθεια ενός ερωτηματολογίου από την επιβλέπουσα καθηγήτρια, κα. Ελένη Θάνου που απευθύνεται αποκλειστικά σε Γυναίκες επιχειρηματίες παρουσιάζω γραφήματα με ποσοστά ανά την περίπτωση με βάση της απαντήσεις των ερωτηθέντων ελληνίδων επιχειρηματιών στα Δυτικά Προάστια που είχαν την υπομονή να απαντήσουν στο ερωτηματολόγιο για την επίτευξη της εργασίας.

II. Εισαγωγή

1. Έννοια της Επιχειρηματικότητας

Σε αυτό το κεφάλαιο αναλύεται με γενικούς και ειδικούς όρους η έννοια της επιχειρηματικότητας. Δηλαδή τι είναι και τι δεν είναι επιχειρηματικότητα. Στη συνέχεια, εξετάζουμε για ποιο λόγο η επιχειρηματικότητα που ασκείται από γυναίκες χρειάζεται ιδιαίτερη ανάλυση. Επιπλέον γίνεται μια ιστορική αναδρομή σχετικά με το πώς ήταν η ζωή της γυναίκας σε άλλες εποχές, άγνωστες σε εμάς όπου ακόμα δεν είχε δοθεί η ευκαιρία όχι μόνο για να εργαστεί αλλά ούτε και να μορφωθεί.

Γενικά η επιχειρηματικότητα συμβάλλει στην οικονομική πρόοδο, την κοινωνική ευημερία και την ανάπτυξη κάθε χώρας. Πρώτον, δημιουργεί θέσεις εργασίας, αποτελεί βασικό παράγοντα ανταγωνιστικότητας και τρίτον απελευθερώνει τον δυναμισμό του ατόμου και τον κάνει χρήσιμο στην κοινωνία. Αποτελεί κρίσιμο συντελεστή παραγωγής δηλαδή, η επιχειρηματικότητα είναι η τεχνογνωσία παραγωγής. Όσο μεγαλύτερη τεχνογνωσία διαθέτει μια επιχείρηση τόσο πιο αποδοτική καθίσταται η επιχειρηματική δραστηριότητα

Η επιχειρηματικότητα είναι στενά συνδεδεμένη με την καινοτομία. Δηλαδή, όσο πιο καινοτόμος είναι μία επιχείρηση τόσο περισσότερη τεχνογνωσία κατέχει με αποτέλεσμα να της παρέχει ένα μεγάλο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Είναι επίσης η δραστηριοποίηση και η ικανότητα που έχει ένα άτομο, μεμονωμένα ή στο πλαίσιο ενός οργανισμού, να αναγνωρίζει τις ευκαιρίες και να τις εκμεταλλεύεται προκειμένου να έχει οικονομικό όφελος.

Επίσης η επιχειρηματικότητα έχει 2 είδη. Υπάρχει η επιχειρηματικότητα που προκύπτει από τα στελέχη υφιστάμενης επιχείρησης και λέγεται ενδο-επιχειρηματικότητα και η δημιουργία και ανάπτυξη μίας νέας επιχείρησης από μεμονωμένο άτομο που ονομάζεται επιχειρηματίας.

Παρόλα αυτά, η επιχειρηματικότητα δεν έχει καμία διαφορά από άντρα σε γυναίκα όσον αφορά τον ορισμό της, αλλά όποιος μπορεί να αγωνιστεί και να συμβαδίσει με όσα είπαμε παραπάνω, τότε καλείται επιχειρηματίας. Η παρούσα εργασία αναφέρεται στις γυναίκες επιχειρηματίες που έχουν ξεκινήσει καινούρια επιχείρηση από το μηδέν.

¹Οι προϋποθέσεις για να θεωρηθεί μία επιχείρηση γυναικεία, όπως ορίζεται από τον οργανισμό για την Οικονομική Συνεργασία και Ανάπτυξη (ΟΑΣΑ) είναι οι εξής: 1) να υπάρχει γυναικεία συμμετοχή σε ποσοστό 51% στο κεφάλαιο της επιχείρησης και 2) οι ενέργειες στρατηγικής σκοπιμότητας να λαμβάνονται από την ιδιοκτήτρια/ες.

²Σύμφωνα με έρευνα του Πανεπιστημίου Πειραιώς, που πραγματοποιήθηκε από τον Κύριο Γεώργιο Κασιμάτη, Προέδρου Ε.Β.Ε.Π. και Κ.Ε.Ε.Ε., η κατανομή της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα διαρθρώνεται κυρίως σε: γεωργία (20%), εμπόριο (25%), τουρισμό (18%), διαχείριση ακίνητης περιουσίας (14%), βιομηχανία-βιοτεχνία (9%), εκπαίδευση και ιατροφαρμακευτική περίθαλψη (7%). Οι Ελληνίδες είναι στην πλειοψηφία τους έγγαμες, οι επιχειρήσεις τους μικρές έως πολύ μικρές και σε ποσοστό 21% των επιχειρήσεων δεν απασχολούν προσωπικό, ενώ μόνο το 3% απασχολεί 5-10 μισθωτούς.



¹ Πτυχιακή εργασία της Κα. Γεωργίας Ροσγοβα, Νοέμβριος 2009

² ΕΜΠΟΡΙΚΟ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

Εισήγηση: Γεωργίου Κασιμάτη, Προέδρου Ε.Β.Ε.Π. και Κ.Ε.Ε.Ε. με θέμα :
«ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

2. Ιστορική Αναδρομή³

Για να μπορέσουμε να μιλήσουμε για την γυναίκα «εν έτη 2012» θα πρέπει κατ' αρχήν να κάνουμε μια ιστορική αναδρομή στο χρόνο. Να τη δούμε πώς ξεκίνησε, πώς πορεύτηκε και πού τελικά έχει φτάσει μέχρι τώρα. Να προσπαθήσουμε να αφουγκραστούμε τα βήματά της, να ανιχνεύσουμε το περίγραμμά της, να αισθανθούμε τις αγωνίες της.

Μελετώντας κανείς τα ιστορικά κείμενα, αλλά και τα προϊστορικά ντοκουμέντα από την αρχή της εποχής που ονομάζεται πολιτισμένη, βρίσκει τον άντρα και τη γυναίκα αντιμέτωπους. Η σχέση που έχει διαμορφωθεί μεταξύ τους, θέλει τον άντρα κυρίαρχο και τη γυναίκα υποταγμένη, λίγο ή πολύ, μέσα στις χιλιάδες μορφές ατομικής και κοινωνικής έκφρασης και την πληθώρα των καταστάσεων κοινωνικής συμπεριφοράς και δεοντολογίας.

Στη νεολιθική εποχή, η γυναίκα πρώτη κυριαρχεί στην κοινωνική ομάδα και τη γεωργοκτηνοτροφική οικονομική ζωή στα πλαίσια μιας μητριαρχικά οργανωμένης κοινωνίας, ενώ στην Κρητομυκηναϊκή περίοδο πρωτοστατεί όχι μόνο σε θρησκευτικές τελετές, αποτελώντας το κύριο πρόσωπο ενός πολυπρόσωπου γυναικείου ιερατείου, αλλά και σε ασχολίες μέσα κι έξω από το σπίτι.

Στην αρχαιότητα, η γυναίκα ήταν προορισμένη να φροντίζει το σπίτι και τα παιδιά. Η θέση της βρισκόταν στην οικογένεια, κάτω από την κυριαρχία του άνδρα, χωρίς συμμετοχή στο δημόσιο βίο και χωρίς δικαιώματα στην ανάπτυξη της προσωπικότητάς της και τη διεκδίκηση μιας θέσης στην κοινωνία πέρα από τη θέση της μητέρας και συζύγου. Η θέση της ήταν κατώτερη μέσα στην οικογένεια και κάτω από την εξουσία του άντρα-συζύγου ή του πρωτότοκου γιου μετά το θάνατο του συζύγου ή κάποιου από τους συγγενείς αδερφούς ή θείους.

Στην αρχαία Ελλάδα και ιδιαίτερα στην Αττική, μοναδικός φορέας δικαιωμάτων συμμετοχής στα κέντρα λήψης αποφάσεων για τα κοινά, ήταν ο άνδρας. Προορισμός της γυναίκας ήταν η γέννηση παιδιών για την εξασφάλιση της διαδοχής στην πατρική κυριαρχία.

Πριν από τον 8^ο αιώνα π.Χ. οι γυναίκες όλων ίσως των τάξεων, δούλευαν στο σπίτι και στα χωράφια. Όσο πιο ικανές για τη δουλειά ήταν, τόσο μεγαλύτερη ήταν η αξία τους, γι' αυτό και οι πατέρας τους τις πουλούσαν στους συζύγους. Αργότερα στη δουλοκτητική κοινωνία, η γυναίκα έπαψε να έχει ανάλογη αξία και οι όροι αντιστράφηκαν.

³ <http://forza-grecia.pblogs.gr/>

Τα πράγματα βέβαια, ήταν διαφορετικά στη Σπάρτη όπου ο στρατιωτικός της χαρακτήρας επηρέασαν και τη θέση της γυναίκας, η οποία αν και κατώτερη από τον άνδρα, κυκλοφορεί άνετα στην πόλη συναλλάσσεται και διαχειρίζεται την περιουσία της και τα εισοδήματα της οικογένειας, μιας και ο άνδρας έπρεπε απερίσπαστος να ασχολείται με τις στρατιωτικές του απασχολήσεις.

Στη βυζαντινή περίοδο, η γυναίκα εξακολουθεί να είναι αποκλεισμένη από τα δημόσια αξιώματα. Η αφοσίωση στην οικογένεια και η θρησκεία, η φιλανθρωπία, η παρθενία, η σιωπή και η ανοχή είναι όχι μονάχα το όριο δράσης της, αλλά και τα κοσμήματα της τέλειας γυναίκας και συζύγου. Η ζωή της βυζαντινής είχε μεγάλη διαφορά μεταξύ πλουσίων και φτωχών γυναικών, όπως άλλωστε συμβαίνει και σ' όλους τους τόπους και τις εποχές.

Η φτωχή γυναίκα, δούλευε σκληρά στο σπίτι και στις κατώτερες πάντα, εξωτερικές δουλειές, ενώ αν τύχαινε να ξεφύγει προς την «ελεύθερη ζωή», την πορνεία» ξεκινούσε πάντα, από τις κατώτερες βαθμίδες και σπάνια μπορούσε να προχωρήσει στα «ανώτερα» της αξιώματα.

Η πλούσια αντίθετα γυναίκα, έκανε έντονα κοσμική ζωή παραμερίζοντας και υπερνικώντας κι αυτή την ίδια την αντίδραση της εκκλησίας. Οι δε πολιτικές συνθήκες, την ανέδειξαν ακόμη και αυτοκρατόρισα (Θεοδώρα) με δράση πλούσια κι ανάλογη μ' εκείνη των ανδρών που έγιναν υποτελείς της. Προνόμιο των πλούσιων γυναικών ήταν και η μόρφωση που μπορούσαν να πάρουν, μόνο που ήταν ιδιωτική και αφορούσε την αποστήθιση ψαλμών και εκκλησιαστικών κανόνων. Κάθε τάση για ευρύτερες αναζητήσεις της, συγκρούονταν με τις αρχές που όριζαν την ενάρετη γυναίκα.

Στη διάρκεια της τουρκοκρατίας, η θέση της Ελληνίδας τυπικά τουλάχιστον άλλαξε. Η γυναίκα βρίσκεται εκτός σπιτιού βοηθώντας σε γεωργικές δουλειές, αλλά και σ' άλλες πιο βαριές, ιδιαίτερα στην Πελοπόννησο, Σιγά, σιγά αρχίζει να εργάζεται στις βιομηχανίες και ιδιαίτερα στα υφαντουργεία και τα κλωστήρια ως προέκταση των οικιακών τεχνών. Αποκτά εμπειρίες και αντιστέκεται στον τουρκικό ζυγό (Μαυρογένους, Μπουμπουλίνα).

Με την ίδρυση του ελληνικού κράτους στα 1832, η γυναίκα και πάλι δεν είναι ισότιμη με τον άντρα. Παραμένει στην υπηρεσία του νοικοκυριού, των παιδιών και του συζύγου που είναι και ο αποκλειστικά αρμόδιος για πολιτική και κοινωνική δραστηριότητα και κύριος μοχλός στη διαδικασία της παραγωγής.

Η συμμετοχή των γυναικών στο πολιτικά δρώμενα ήρθε μετά από αγώνες που σημάδεψαν κυρίως τις αρχές του προηγούμενου αιώνα.

Αγώνες παγκόσμιους, - ποιός ξεχνά άλλωστε τις περίφημες σουφραζέτες - αγώνες που έγιναν και στην δική μας "όμορφη και παράξενη πατρίδα".

Το 1887 ήταν η χρονιά που ακούστηκε για πρώτη φορά στην Ελλάδα το σύνθημα «ψήφος στη γυναίκα». Το 1921 ο πρωθυπουργός Γούναρης υπόσχεται να κάνει το σύνθημα πραγματικότητα, αν και τελικά η πρότασή του δεν ευδοκιμεί. Βρισκόμαστε στα 1930, όταν μετά από σκληρούς αγώνες των γυναικών και ύστερα από πολλές συζητήσεις και παλινωδίες στον πολιτικό χώρο, δίνεται στην Ελληνίδα το δικαίωμα ψήφου υπό όρους.

- α) Μόνο για τις δημοτικές εκλογές.
- β) Μόνο για να εκλέγει, όχι να εκλέγεται.
- γ) Μόνο οι εγγράμματες είχαν δικαίωμα να ψηφίσουν.
- δ) Μόνο όσες ήταν πάνω από 30 χρονών.

Αλλά το 1930 το 70% των γυναικών στην Ελλάδα, άνω των 30 χρονών, ήταν αγράμματες. Επρόκειτο λοιπόν για καθαρή κοροϊδία. Το 1934 οι γυναίκες καλούνται να ψηφίσουν, για πρώτη φορά, στις δημοτικές εκλογές. Στις εκλογές εκείνες, ψήφισαν μόνο 240 γυναίκες σε όλη την Ελλάδα. Οι εκλογές εκείνες, ήταν οι πρώτες στην ιστορία του τόπου, όπου οι γυναίκες, έστω και υπό όρους, είχαν το δικαίωμα ψήφου. Μερικά χρόνια αργότερα, το ανώτερο όργανο της πρώτης λαϊκής εξουσίας στην Ελλάδα (ΠΕΕΑ) αναγνωρίζει τυπικά και ουσιαστικά την ισότητα της γυναίκας. Έτσι, για πρώτη φορά οι γυναίκες έχουν ίσα πολιτικά δικαιώματα με τους άνδρες. Μετά τον β' παγκόσμιο πόλεμο, στις 23 Απρίλη του 1944 γίνονται οι πρώτες εκλογές στην ελεύθερη Ελλάδα και στο Εθνικό Συμβούλιο (Βουλή) εκλέγονται οι πρώτες γυναίκες βουλευτές: Χρύσα Χατζηβασιλείου, Μαρία Σβάλου, Καίτη Νισυρίου-Ζεύγου, Μάχη Μαυροειδή, Φωτεινή Φιλιππίδη.

Τον Ιούλη του 1944 στις εκλογές για την Αυτοδιοίκηση και τη Λαϊκή Δικαιοσύνη εκλέγονται επίσης γυναίκες.

Ο εμφύλιος σήμανε το τέλος της ελπίδας. Πισωγύρισμα για την Ελλάδα, πισωγύρισμα και για τις γυναίκες. Και πάμε στα 1952. Μια εποχή, όπου ο Ελληνικός λαός έβγαινε καταρημαγμένος από δύο πολέμους, το Β' Παγκόσμιο πόλεμο και τον Εμφύλιο, με πληγωμένα όνειρα αναζητώντας εναγώνια τα χαμένα του οράματα. Ο νόμος 2159 του 1952 κατοχυρώνει το δικαίωμα της γυναίκας όχι μόνο να εκλέγει, αλλά και να εκλέγεται. Η πρώτη γυναίκα βουλευτής είναι η Ελένη Σκούρα, με το κόμμα «Ελληνικός Συναγερμός». Την εποχή εκείνη, απέκτησε η Ελληνίδα πλήρη πολιτικά δικαιώματα και στις δημοτικές εκλογές.

Το 1954, ο λαός της Αθήνας, έστειλε με την ψήφο του, τρεις γυναίκες στο Δημοτικό Συμβούλιο του πρώτου δήμου της χώρας: Την Καίτη Φιλιοπούλου, την Ευριδίκη Σπυρομήλιου και την Πέρη Δαράκου. Το Σύνταγμα του 1975 είναι το πρώτο Σύνταγμα της Ελλάδας που ορίζει ρητά ότι «όλοι οι Έλληνες και οι Ελληνίδες είναι ίσοι ενώπιον του Νόμου». Το 1981 και το 1985 εξελέγησαν στη Βουλή 13 γυναίκες και δύο στην Ευρωβουλή. Θα περίμενε κανείς στις μέρες μας που η δημοκρατία έχει εδραιωθεί και η χώρα μας ευημερεί και αναπτύσσεται ότι οι γυναίκες θα έπαιζαν προεξέχοντα ρόλο και στο πολιτικό γίγνεσθαι.

Και όμως οι γυναίκες βουλευτίνες που από το 1952 μέχρι σήμερα τίμησαν την ελληνική Βουλή, είναι μόλις 56 τον αριθμό. Τα πράγματα είναι κάπως καλύτερα στην τοπική αυτοδιοίκηση όπου εκεί η παρουσία των γυναικών είναι πιο έντονη. Οφείλουμε ωστόσο να σημειώσουμε ότι παρά την μικρή τους ποσοστιαία συμμετοχή, οι γυναικείες παρουσίες στην κεντρική πολιτική σκηνή της χώρας μας έδωσαν και δίνουν το δικό τους ιδιαίτερο στίγμα, ανοίγοντας τον δρόμο για την πραγματική ισότητα των δύο φύλων στις επόμενες γενιές.

Στους νεότερους χρόνους και συγκεκριμένα στο τέλος του 18^{ου} αιώνα, λίγες μορφωμένες και μαχητικές γυναίκες κινητοποιούνται για ζητήματα ισότητας. Το κίνημα αυτό μαζικοποιείται οριστικά τον 20ο αιώνα με τη γενικότερη ανάπτυξη όλων των προοδευτικών κινημάτων.

Η συνειδητοποίηση και η προβολή του αιτήματος για ουσιαστική ισότητα, ατομική, οικογενειακή, επαγγελματική και δημόσια ζωή, η ηθική και κοινωνική απελευθέρωση της γυναίκας, μόλις τις τελευταίες δεκαετίες άρχισε να πραγματοποιείται.

Η γυναίκα πάλεψε για την κατάκτηση συγκεκριμένων ατομικών και κοινωνικών δικαιωμάτων, ξεκινώντας από το δικαίωμα στην εκπαίδευση αφού η παιδεία ήταν απρόσιτη σε αυτή. Μέχρι τα τέλη του 19ου αιώνα οι γυναίκες ήταν σχεδόν αποκλεισμένες από τη μισθωτή εργασία.

Θεωρούνταν άεργες, αφού ούτε αυτή η οικιακή εργασία τους δεν αναγνωρίζονταν, αμόρφωτες και «οπισθοδρομικές», μέσα σε μια κοινωνία που άρχιζε να προβάλλει τις αντίθετες ακριβώς αξίες.

Ακόμη και όταν η εργασία τους θεωρήθηκε απαραίτητη για την ανάπτυξη της καπιταλιστικής οικονομίας, τα επαγγέλματα που κοινωνικά τους επιτρέπονταν ήταν τα λεγόμενα «γυναικεία επαγγέλματα», αυτά δηλαδή που αποτελούσαν μια προέκταση του παραδοσιακού ρόλου των γυναικών μέσα στην οικογένεια. Περιορισμένες οι γυναίκες σε εργασίες μονότονες και δίχως δυνατότητα επαγγελματικής εξέλιξης, αλλά ιδιαίτερα κοπιαστικές

και ανθυγιεινές αποθαρρύνονταν και αποκλείονταν από εκείνες που απαιτούσαν τεχνική κατάρτιση, μόρφωση και υπευθυνότητα. Ήταν για χρόνια το εφεδρικό εργατικό δυναμικό, τα φτηνά εργατικά χέρια.

Από το τέλος του 19ου αιώνα αρχίζει η γυναίκα σ' όλο τον κόσμο να εισβάλλει στα «αντρικά» επαγγέλματα και στις επιστήμες, να αποκτάει το δικαίωμα της ψήφου και να προωθείται στα δημόσια αξιώματα, ακόμα και στα κυβερνητικά. Η βιομηχανική επανάσταση άλλαξε τις μεθόδους της παραγωγής και τη θέση της γυναίκας μέσα σ' αυτήν.

Όσον αφορά την Ελλάδα ως το 1917 η γυναίκα δεν μπορούσε να αναλάβει άλλο δημόσιο λειτούργημα εκτός της δασκάλας. Μόλις τις τελευταίες δεκαετίες η Ελληνίδα αρχίζει να κατακτά ένα, ένα τα υπεύθυνα επαγγέλματα και μπαίνει στο στίβο της κοινοτικής και της δημόσιας ζωής. (Μουσούρου, Λ., 1985).

Οι φεμινίστριες της εποχής στα 1922-24 θα οργανώσουν τον αγώνα για την απόκτηση των πολιτικών τους δικαιωμάτων. Τα σχόλια που θα ακουστούν για τη δραστηριότητα τους είναι πολλά και ποικίλα. Το Α' Πανελλαδικό Γυναικείο Συνέδριο, το Μάη του 1946, θα συμπεριλαμβάνει στα αιτήματα του την πολιτική ισότητα των γυναικών.

Ο αγώνας των γυναικών, έφερε τα ποθητά αποτελέσματα τον Μάη του 1952 όταν παραχωρήθηκαν πλήρη πολιτικά δικαιώματα στο γυναικείο φύλο. Η πορεία εκείνων των γυναικών δεν υπήρξε ανθόσπαρτη.

Σήμερα όμως οι γυναίκες συμμετέχουν σε συνδικάτα, κόμματα, κινήσεις πολιτών, σε διάφορες μορφές κοινωνικής δραστηριότητας. Ψηφίζουν και επηρεάζουν το κοινωνικό περιβάλλον παλεύοντας ενάντια όχι μονάχα στην κυρίαρχη κουλτούρα που έτσι κι αλλιώς αντιμάχεται τη μαζική συμμετοχή τους στο δημόσιο βίο, αλλά κύρια τη συνήθεια αιώνων που τις θέλει μακριά και πέρα από τους δημόσιους θεσμούς.

Οι γυναίκες σήμερα δεν είναι άφωνες, αλλά φορείς συγκεκριμένων απόψεων που παραπέμπουν στις αρχές μιας εναλλακτικής προσέγγισης της πολιτικής και της ζωής.

Πρωταρχικό στοιχείο μιας τέτοιας προσέγγισης είναι η νέα αντίληψη για τη δημοκρατία και την εξουσία όπου ο σεβασμός και η ανοχή στην διαφορετικότητα του άλλου, ο διάλογος ως μέσο επίλυσης των διαφορών και η αποφυγή της βίας, η αλληλεγγύη ως πολιτική ανακατανομής πόρων και εξουσιών είναι τα βασικά στοιχεία της. Με βάση την αντίληψη αυτή, η εξουσία δεν αποτελεί αυτοσκοπό, γεγονός που δίνει ένα νέο ουσιαστικό περιεχόμενο και μια νέα ηθική διάσταση στην πολιτική.

Οι γυναίκες καθώς προσέρχονται στο χώρο της πολιτικής έχουν πολλά να δώσουν. Ο δρόμος τους είναι χωρίς επιστροφή κι ας είναι ακόμη μια μειοψηφία. Εκείνο που ποτέ τους δεν πρέπει να ξεχνούν είναι πως οι μεγαλύτερες ανθρώπινες ιδέες και αλλαγές ξεκίνησαν πάντα από μειοψηφίες.

⁴Είναι πλέον γεγονός ότι οι γυναίκες αποτελούν ένα συνεχώς αυξανόμενο ποσοστό της εργατικής δύναμης σε όλο τον κόσμο. Η πιο σημαντική πλευρά της αυξημένης συμμετοχής τους στην οικονομία είναι ότι περισσότερες γυναίκες από ποτέ παραμένουν στην παραγωγή κατά τη διάρκεια των αναπαραγωγικών τους χρόνων, παρότι τα εμπόδια όσον αφορά στο συνδυασμό οικογένειας και εργασίας παραμένουν (United Nations, 2000).

Όμως, παρά τα υψηλά ποσοστά συμμετοχής των γυναικών στην αγορά εργασίας, η φύση και το είδος της εργασίας για άνδρες και γυναίκες διαφέρει σημαντικά.

Οι γυναίκες πρέπει να συμφιλιώσουν την εργασία τους με τις οικογενειακές τους υποχρεώσεις, για αυτό και η συμμετοχή τους στην παραγωγή έχει συμπληρωματικό χαρακτήρα, καθώς αυτές προσλαμβάνονται ή εκδιώκονται ανάλογα με τις ανάγκες της οικογένειας αλλά και της σύγχρονης καπιταλιστικής ανάπτυξης.

Οι πρακτικές που χρησιμοποιούνται για τον αποκλεισμό και την περιθωριοποίηση των γυναικών από την εργασία είναι είτε η απαγόρευση της εισόδου των γυναικών σε ορισμένα επαγγέλματα, είτε οι διάφοροι τρόποι αποβολής των γυναικών από τα επαγγέλματα, άμεσοι και έμμεσοι (Walby, 1986).

Σύμφωνα με την Walby (1986), η απορρόφηση των γυναικών σε συγκεκριμένα γυναικεία επαγγέλματα αποτελεί έναν τρόπο για τη δημιουργία μιας υποβαθμισμένης εργατικής τάξης. Οι γυναίκες τελικά συνωστίζονται σε δουλειές και επαγγέλματα με μικρότερο κύρος, χαμηλότερες αμοιβές και δίχως προοπτικές εξέλιξης, γεγονός που συμβάλλει στη διατήρηση του προσωρινού και ευκαιριακού χαρακτήρα της μισθωτής εργασίας τους.

⁴Απόσπασμα από τη Διατριβή της Κα. Χριστίνας Αθανασιάδου με θέμα «Νέες γυναίκες με πανεπιστημιακή μόρφωση και η συμφιλίωση της ιδιωτικής και δημόσιας σφαίρας στο σχεδιασμό της ενήλικης ζωής»

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Στο κεφάλαιο αυτό συνεχίζεται η ανάλυση με την επαγγελματική εξέλιξη της γυναίκας από την στιγμή που θα ανοίξουν οι πόρτες γι' αυτήν στην εργασία και στο κόσμο των επιχειρήσεων έως και σήμερα. Επίσης όπως έχει αποδειχθεί από έρευνες αναπτύσσονται τα επαγγέλματα που έλκουν τις γυναίκες για να ξεκινήσουν την καριέρα τους και τους λόγους τους οποίους διάλεξαν τη συγκεκριμένη επιχείρηση. Επίσης ορίζονται τα χαρακτηριστικά που έχουν συνήθως οι γυναίκες επαγγελματίες. Και για το τέλος του κεφαλαίου ένα πολύ σημαντικό κομμάτι είναι τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η γυναίκα επιχειρηματίας όχι όσον αφορά την επιχείρηση αλλά τη γυναίκα σαν γυναίκα. Αυτά βέβαια τα προβλήματα δεν τα αντιμετωπίζουν μόνο οι επιχειρηματίες αλλά όλες οι γυναίκες. Και πολλές φορές είναι αιτία απόλυσης ή μη πρόσληψης από πολλούς εργοδότες, κυρίως άντρες που δεν μπορούν να γνωρίσουν ή να καταλάβουν τα προβλήματα αυτά.

III. Στάδια εξέλιξης γυναικείας επιχειρηματικότητας⁵

Σύμφωνα με έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί στο πλαίσιο του GEM τα τελευταία χρόνια υπάρχει ένα κοινό χαρακτηριστικό στα ευρήματα των ερευνών το οποίο είναι το χάσμα μεταξύ γυναικών –ανδρών στην εκδήλωση επιχειρηματικότητας.

2008-2009⁶

Το χάσμα αυτό είναι μεγαλύτερο στις ανεπτυγμένες οικονομίες. Η τάση αυτή έχει ερμηνευθεί από τη προτίμηση των γυναικών – ειδικά στην αρχή της επαγγελματικής τους σταδιοδρομίας- για τη μισθωτή εργασία που παρέχονται σημαντικές διευκολύνσεις στην εργαζόμενη μητέρα. Αυτές οι κατοχυρωμένες ευνοϊκότερες συνθήκες εργασίας για τις γυναίκες δικαιολογούν την εστίαση και την εντονότερη προσπάθεια για εύρεση /διατήρηση της μισθωτής εργασίας. Αντίθετα, σε αρκετές από τις χώρες χαμηλού κόστους ή χώρες βελτίωσης αποτελεσματικότητας η συμμετοχή των γυναικών είναι αρκετά υψηλή.

⁵ Global Entrepreneurship Monitor-Reports

⁶ Σταύρος Ιωαννίδης-Άγγελος Τσακανίκας-Στελίνα Χατζηχρήστου-Δεκέμβριος 2010
GEM Greece 2008-2009 Report από τον ιστότοπο του Global Entrepreneurship Monitor
Η πρωτότυπη αναφορά περιλαμβάνει στους πίνακες μία λίστα από 18 χώρες. Για συντομία και λόγω του ότι αναφερόμαστε στη Ελλάδα αναφέρω τις χώρες πριν και μία μετά στην σειρά σε σχέση με την Ελλάδα.

Είναι σαφές ότι τις χώρες αυτές η επιχειρηματικότητα ανάγκης⁷ είναι περισσότερο εκτεταμένη, λόγω δυσκολότερων συνθηκών βιοπορισμού, αλλά και περιορισμένης δυνατότητας πρόσβασης σε καθιερωμένες αγορές εργασίας.

Το γεγονός αυτό ωθεί τις γυναίκες τις την επιχειρηματική δραστηριοποίηση, ενάντια ίσως ακόμα και σε ισχυρά κοινωνικά στερεότυπα που αντιμετωπίζουν την επιχειρηματικότητα ως αυστηρά ανδρική υπόθεση και ωθούν τις γυναίκες στην αποκλειστική ενασχόληση με την οικογένεια. Τα αποτελέσματα του πίνακα 1 αντανακλούν όσα αναφέρθηκαν πιο πάνω.

Χώρες	⁸ Επιχειρηματικότητα Ανδρών	Επιχειρηματικότητα Γυναικών
ΗΠΑ	12,68	8,84
Ελλάδα	12,07	7,67
Ολλανδία	7,05	3,32

Πίνακας 1.Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων με βάση το φύλο

Στην Ελλάδα το 2008 το 12,1% των ανδρών ηλικίας 18-64 ετών βρισκόταν στην φάση έναρξης ενός εγχειρήματος, και αντίστοιχα το 7,7% των γυναικών.

Στον Πίνακα 2 αποδίδεται το τμήμα της επιχειρηματικότητας που αφορά τις γυναίκες και πως έχει εξελιχθεί τα τελευταία 3 χρόνια. Σημαντικό στοιχείο της φετινής έρευνας σε σχέση με τα προηγούμενα έτη, που είχε διαπιστωθεί ότι ένα ευρύ φάσμα της γυναικείας επιχειρηματικότητας είχε κίνητρο την ανάγκη, είναι ότι πάνω από τις μισές γυναίκες νέες επιχειρηματίες 53,3% δηλώνουν το 2008 ως κίνητρο την ευκαιρία έναντι 37,6% των αντρών.

Χώρες	Σύνολο 2008	Γυναικεία 2008	Σύνολο 2007	Γυναικεία 2007	Σύνολο 2006	Γυναικεία 2006
Βέλγιο	2,9	29,2	3,2	31,5	2,7	30,8
Γαλλία	5,6	28,9	3,2	34,8	4,4	31,0
Γερμ.	3,8	45,7	-	-	4,2	35,6
Δανία	4,4	31,5	5,4	42,3	5,3	32,6
Ελλάδα	9,9	38,9	5,7	30,3	7,9	25,8

Πίνακας 2. Εξέλιξη Γυναικείας επιχειρηματικότητας

⁷ Όταν λέμε “επιχειρηματικότητα ανάγκης”, εννοούμε το ποσοστό των ατόμων που στράφηκαν στην επιχειρηματική δραστηριότητα λόγω έλλειψης άλλων δυνατοτήτων ικανοποιητικής απασχόλησης. Δηλαδή προκειμένου κάποιος να μείνει άνεργος, προτίμησε να ανοίξει την δική του επιχείρηση. Το ανάλογο ποσοστό στην Ευρώπη, κυμαίνεται στο 18,6%, κάτι που σημαίνει ότι η Ελλάδα υπερτερεί σε αυτού του τύπου την επιχειρηματικότητα (9η θέση σε 21 ευρωπαϊκές χώρες).

Σταύρος Ιωαννίδης, Άγγελος Τσακανίκας- Δεκέμβριος 2007(ΙΟΒΕ)

⁸ Η ανδρική επιχειρηματικότητα αναφέρεται σε ποσοστό των ανδρών ηλικίας 18-64. Το ίδιο και η γυναικεία.

2009-2010⁹

Το 2009 η επιχειρηματικότητα των γυναικών έφτασε το 6%. Η πτώση του εν λόγω δείκτη σε σύγκριση με το 2008 (7,7%) μπορεί να αποδοθεί στη συρρίκνωση των δεικτών της επιχειρηματικότητας, όμως το 2009 περιορίζεται ταυτόχρονα το μερίδιο της γυναικείας επιχειρηματικότητας ως ποσοστό του συνολικού δείκτη στο 34% από 39% το 2008.

Εξετάζοντας όμως τα κίνητρα της γυναικείας επιχειρηματικότητας προκύπτει ενίσχυση της επιχειρηματικότητας ανάγκης το 2009: μία στις τρεις γυναίκες επιχειρηματίες δηλώνουν πως κινητοποιήθηκαν λόγω ανάγκης. Στον πίνακα 3 οι επιδόσεις της Ελλάδας όσον αφορά τους άντρες και τις γυναίκες με κύριο κίνητρο την ανάγκη είναι από τις υψηλότερες.

Χώρες	Επιχειρηματικότητα ανάγκης Ανδρών	Επιχειρηματικότητα ανάγκης Γυναικών
ΗΠΑ	25,8	18,8
Ελλάδα	23,5	31,6
Ολλανδία	11,3	9,1

Πίνακας 3. Ποσοστό επιχειρηματικότητας ανάγκης

2012

Μελέτη για τις Γυναίκες επικεφαλής επιχειρήσεων στην Ελλάδα διενήργησε η ICAP Group στα πλαίσια Έκδοσης που κυκλοφόρησε φέτος για πρώτη χρονιά και αφορούσε στις **500 μεγαλύτερες εταιρείες με κριτήριο τον Κύκλο Εργασιών και με γυναίκες επικεφαλής** από τις θέσεις των Διευθυνουσών Συμβούλων, Γενικών Διευθυντριών και Διαχειριστριών.

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στους πίνακες 1 και 2, το μεγαλύτερο ποσοστό των εταιρειών που διευθύνονται από γυναίκες εντοπίζεται στις πολύ μικρές ή τις μικρές επιχειρήσεις (με βάση την επίσημη κατηγοριοποίηση που ακολουθείται στην Ευρωπαϊκή Ένωση). Μάλιστα, παρατηρείται ότι όσο αυξάνει το μέγεθος των εταιρειών (βάσει ετήσιου κύκλου εργασιών και προσωπικού) τόσο περισσότερο μειώνεται το ποσοστό συμμετοχής των εταιρειών που διοικούνται από γυναίκες στο σύνολο των επιχειρήσεων του δείγματος.

⁹ Σταύρος Ιωαννίδης-Άγγελος Τσακανίκας-Στελίνα Χατζηχρήστου-Δεκέμβριος 2010
GEM Greece 2009-2010 Report από τον ιστότοπο του Global Entrepreneurship Monitor
Η πρωτότυπη αναφορά περιλαμβάνει στους πίνακες μία λίστα από 18 χώρες. Για συντομία και λόγω του ότι αναφερόμαστε στη Ελλάδα αναφέρω τις χώρες πριν και μία μετά στην σειρά σε σχέση με την Ελλάδα.

Πίνακας 1. Κατανομή εταιριών βάσει συνολικού κύκλου εργασιών				
Κύκλος εργασιών	Σύνολο εταιριών	Αριθμός εταιριών που διοικούνται από γυναίκες	Συμμετοχή εταιριών που διοικούνται από γυναίκες	Αριθμός εταιριών
<2 εκατ	20198	4146	20.5%	0
2-10 εκατ	5115	753	14.7%	274
10-50 εκατ	1571	202	12.9%	203
>50 εκατ	430	24	5.6%	23
Σύνολο	27314	5125	18.8%	500
Πηγή: ICAP Databank				

Πίνακας 1. Κατανομή εταιριών βάσει συνολικού κύκλου εργασιών (2011)

Συμπεράσματα Πρωτογενούς Έρευνας

Τα κυριότερα ευρήματα και συμπεράσματα που προκύπτουν από την προαναφερόμενη πρωτογενή έρευνα συνοψίζονται στα εξής:

◆ Η μέση γυναίκα επιχειρηματίας/ανώτατο στέλεχος που συμμετείχε στην έρευνα έχει υψηλό επίπεδο μόρφωσης (μεταπτυχιακό), βρίσκεται στην ηλικία μεταξύ 40-49 ετών και έχει οικογένεια (σύζυγο και παιδιά).

◆ Σχεδόν επτά (7) στις δέκα (10) γυναίκες εκτός από διευθυντική/διοικητική θέση συνδέονται και μετοχικά με την εταιρεία που εργάζονται. Οι συγκεκριμένες γυναίκες επιχειρηματίες είτε διοικούν τη δική τους οικογενειακή επιχείρηση είτε έχουν αποκτήσει συγκεκριμένο ποσοστό εταιρικών μετοχών, ως αποτέλεσμα του εφαρμοζόμενου συστήματος αμοιβών της εταιρείας (για λόγους βελτίωσης κινήτρων, επιβράβευσης επίτευξης στόχων κλπ.).

◆ Η καριέρα βρίσκεται «πολύ» ή «πάρα πολύ» υψηλά στις προτεραιότητες του συνόλου σχεδόν των γυναικών επιχειρηματιών / ανώτατων στελεχών (σε ποσοστό 96,4% του δείγματος), ενώ η συντριπτική πλειοψηφία αυτών (94,6%) δηλώνουν «πολύ» ή «πάρα πολύ» ικανοποιημένες από την έως τώρα επαγγελματική τους εξέλιξη. Ωστόσο, το παραπάνω γεγονός δεν τις εφησυχάζει ούτε εξαντλεί τις φιλοδοξίες και τους στόχους τους, δεδομένου ότι το 62,8% αυτών εκτιμούν ότι θα έχουν διευρύνει τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες την επόμενη πενταετία.

◆ Τα κίνητρα που οδηγούν τις γυναίκες να ασχοληθούν με την επιχειρηματικότητα και τη καριέρα σε ανώτατο επίπεδο είναι κυρίως η προσωπική ικανοποίηση και ανάπτυξη (το 98% του δείγματος το αξιολόγησε ως «πολύ» ή «πάρα πολύ» σημαντικό κίνητρο), καθώς και η δυνατότητα μέσω της θέσης τους να λαμβάνουν σημαντικές αποφάσεις και να καινοτομούν (90,2% του δείγματος).

◆ Προκειμένου να ανταποκριθούν στις αυξημένες υποχρεώσεις τους, αλλά και να επιτύχουν τις φιλοδοξίες τους για σταδιοδρομία σε ανώτατο επίπεδο οι γυναίκες επιχειρηματίες εργάζονται σκληρά, καθώς το 52,7% των γυναικών του δείγματος απασχολείται κατά μέσο όρο άνω των 51 ωρών/εβδομάδα, ήτοι περισσότερο από 10 ώρες σε ημερήσια βάση. Ως αποτέλεσμα, περιορίζεται ο χρόνος που αφιερώνουν στην οικογένειά τους. Επιπλέον, η δημιουργία άγχους και στρες θεωρείται ένας «πολύ» ή «πέρα πολύ» σημαντικός ανασταλτικός παράγοντας στην επαγγελματική ενασχόληση του 54,4% των γυναικών του δείγματος.

◆ Η οικονομική ύφεση αναπόφευκτα έχει επηρεάσει σημαντικά και τις εταιρείες οι οποίες διοικούνται/διευθύνονται από γυναίκες. Ειδικότερα, όσον αφορά τις εταιρείες της παρούσας έρευνας το 40,4% αυτών εκτιμούν μείωση στις συνολικές τους πωλήσεις το 2012 σε σχέση με το 2011, το 31,9% αύξηση και το υπόλοιπο ποσοστό στασιμότητα. Ωστόσο, οι γυναίκες της έρευνας εμφανίζονται περισσότερο αισιόδοξες για την πορεία των πωλήσεων το 2013, καθώς η πλειοψηφία τους (80,5%) προβλέπει αύξηση ή στασιμότητα, ενώ μόνο μία στις πέντε αναμένει περαιτέρω μείωση στον κύκλο εργασιών της εταιρείας της.

◆ Τέλος, οι βασικοί άξονες της επιχειρηματικής στρατηγικής που θα ακολουθήσουν οι γυναίκες της έρευνας κατά την επόμενη τριετία προκειμένου να εξασφαλιστεί η βιωσιμότητα και να βελτιωθεί η ανταγωνιστικότητα των εταιρειών που διευθύνουν αφορούν ενέργειες για τη μείωση του λειτουργικού κόστους, τη βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων προϊόντων/υπηρεσιών και την επέκταση σε άλλες δραστηριότητες.

-ICAP 2012¹⁰-

¹⁰ Αθήνα ,14 Ιανουαρίου 2012

Μία στις πέντε επιχειρήσεις στην Ελλάδα διοικείται από Γυναίκα
και 9% των πιο κερδοφόρων εταιρειών έχει, επίσης, Γυναίκα επικεφαλής
Έρευνα από την ICAP Group

IV. Χαρακτηριστικά επιτυχημένων γυναικών

¹¹Τι είναι αυτό που έχουν οι επιτυχημένες γυναίκες ,και δεν έχουν οι άλλοι ηγέτες? Υπάρχουν ορισμένα χαρακτηριστικά που τους διαφοροποιούν και, επίσης, φαίνεται να είναι καθοριστικής σημασίας για να καταστούν επιτυχείς σε αυτό που κάνουν.

- ✓ Όραμα: Οι επιτυχημένες γυναίκες-ηγέτες έχουν όραμα. Έχουν ένα όραμα για τον εαυτό τους και ένα όραμα για την επιχείρησή τους. Θέτουν στόχους που ευθυγραμμίζονται με τις αξίες τους, και δουλεύουν με συνέπεια για την επίτευξη αυτών των στόχων. Χρησιμοποιούν τις αξίες τους ως πηδάλια για να καθοδηγούν τις αποφάσεις τους και να διατηρούνται στο σωστό δρόμο. Τα οράματα τους ορίζονται σαφώς και μοιράζονται με άλλους ώστε όλοι να μπορούν να συμμετέχουν στην πραγματικότητα που δημιουργείται γύρω τους.
- ✓ Επικοινωνία: Οι επιτυχημένες γυναίκες-ηγέτες έχουν καλές επικοινωνιακές ικανότητες. Είναι εξαιρετικές ακροάτριες. Ακούν πραγματικά αυτό που ο άλλος έχει να τους πει , και απαντάνε πάντα κατάλληλα. Λένε στους ανθρώπους, αυτό που πρέπει να γνωρίζουν με σαφή και ξεκάθαρο λόγο. Ο λόγος τους είναι σύντομος και επί του θέματος. Οι άλλοι πάντα γνωρίζουν που κυμαίνονται και τι να περιμένουν από αυτές.
- ✓ Δύναμη του χαρακτήρα: Ζούνε με ακεραιότητα. Καθοδηγήθηκαν από τον ίδιο τους τον εαυτό. Πιστεύουν στις προσωπικές τους αξίες με πάθος , οι οποίες τους οδηγούνε στις αποφάσεις που θα πάρουν και τις ενέργειες που θα κάνουν. Ξέρουν πολύ καλά τι θέλουν και αγωνίζονται για ότι πιστεύουν πως είναι σωστό.
- ✓ Συναισθηματική νοημοσύνη: Οι γυναίκες-ηγέτες έχουν αφθονία συναισθηματικής νοημοσύνης. Έχουν αυτογνωσία και είναι σε αρμονία με τα συναισθήματά τους και τα συναισθήματα των άλλων ανθρώπων.

¹¹ Characteristics of Successful Women Leaders- article by Lynn Banis

- ✓ Δημιουργία σχέσεων: Οι γυναίκες ηγέτες πρέπει να δημιουργούν και να διατηρούν δυνατές σχέσεις , κομμάτι το οποίο είναι αναπόσπαστο της καθημερινότητας τους. Κατανοούν πλήρως ότι βασίζεται στις καλές σχέσεις και ότι οι δυνατές σχέσεις δημιουργούν με την σειρά τους αφοσίωση.
- ✓ Ηγεσία βασισμένη σε αρχές: Οι γυναίκες αυτές είναι απολύτως δεμένες με τις αξίες και τις αρχές σύμφωνα με τις οποίες λειτουργούν ως ηγέτες. Δεν παραιτούνται ποτέ από τις αρχές και τις αξίες τους , ανεξάρτητα από το ποια είναι η κατάσταση.
- ✓ ¹²Αποφασιστικότητα: Εκείνοι που πετυχαίνουν είναι πρόθυμοι να δοκιμάσουν, να αποτύχουν και να ξαναδοκιμάσουν. Στις επιτυχημένες γυναίκες ταιριάζει το ρητό “no risk, no reward” δηλαδή “χωρίς ρίσκο, δεν υπάρχει ανταμοιβή”, το οποίο οι γυναίκες υποστηρίζουν ολόψυχα. Επίσης έχουν την δύναμη της θέλησης όταν δηλαδή όταν κάτι πάει στραβά να «ανυψώνουν» τους εαυτούς τους και να συνεχίζουν με μεγαλύτερη αποφασιστικότητα.
- ✓ Φιλοδοξία: Γυναίκες χωρίς φιλοδοξία σπάνια πετυχαίνουν την τελειότητα. Οι επιτυχημένες γυναίκες είναι πρόθυμες να αναλάβουν τα ηνία της ζωής τους και να κάνουν ότι είναι απαραίτητο για να πετύχουν τους στόχους τους.
- ✓ Σιγουριά: Χωρίς αυτοπεποίθηση για τον εαυτό τους και τις ικανότητες τους, δεν μπορούν να ελπίζουν στην πραγματική επιτυχία. Κανείς δεν πρόκειται να ακολουθήσει κάποιον που δεν είναι σίγουρος για την ικανότητα του να προχωρήσει και να επιτύχει. Όσες δεν έχουν αυτοπεποίθηση μπορεί να θεωρηθούν ως άβουλες ή ανίκανες, είτε είναι είτε όχι. Όσες όμως έχουν αυτοπεποίθηση θα πρέπει να εμπνέουν εμπιστοσύνη και στους γύρω τους.

¹² An article by Breanna, writer for the website Therapist schools

¹³Για τη διαφορετικότητα της γυναικείας επιχειρηματικότητας, αλλά και για το Business Mentors στην Ελλάδα μίλησε στην «Ισοτιμία» η κ. Όλγα Σταυρόπουλου – Σαλαμούρη, υπεύθυνη του προγράμματος και γενική δ/ντρια της εταιρείας Μίλητος Αναδυόμενες Τεχνολογίες και Υπηρεσίες.

- **“Είστε γυναίκα επιχειρηματίας. Μιλήστε μας για τη σπουδαιότητα της γυναικείας επιχειρηματικότητας”**
«Γνωρίζουμε πάρα πολύ καλά ότι όσο μια γυναίκα μεγαλώνει, επιφορτίζεται με περισσότερους ρόλους. Έτσι, θα πρέπει να συνδυάσει πλέον την οικογενειακή ζωή με την καριέρα. Αλλά, σε κάθε περίπτωση, η γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι σπουδαία από μόνη της και χωρίς να φτάσει μια γυναίκα να γίνει σύζυγος και μητέρα. Αφορά στην ίδια της τη λογική, τη δημιουργικότητα, την ευαισθησία και την αποτελεσματικότητά της. Δηλαδή, κρίνω ότι όταν μια γυναίκα στήνει και αναπτύσσει μια επιχείρηση (παρά τις αντιξοότητες, την έλλειψη πληροφόρησης των δομών υποστήριξης που θα έπρεπε να υπάρχουν ή υπάρχουν), «δεν κολλάει». Συνεχίζει, με βάση της την επιμονή, ως προς το αποτέλεσμα και την ποιότητα του προϊόντος, της υπηρεσίας, της διαδικασίας, οτιδήποτε είναι αυτό, και πάντα με κοινωνική ευαισθησία. Εκτιμώ ότι σ’ αυτό θα πρέπει να σταθούμε. Διότι ότι κάνουμε έχει και κάποιο όφελος ή κάποια ευαισθησία ή κάποια ευθύνη κοινωνική. Και νομίζω ότι αυτό είναι και αποτέλεσμα της ισορροπίας που θέλει να διατηρήσει ανάμεσα στις απαιτήσεις της δουλειάς, της καριέρας και της μητρότητας.»
- **“Ξεχωρίζουν ιδιαίτερα χαρακτηριστικά στη γυναίκα επιχειρηματία; Ποια είναι η δική σας ιστορία;”**
«Οι γυναίκες είναι πάρα πολύ πετυχημένες όταν ασχοληθούν, με ότι κι αν ασχοληθούν, διότι είναι επίμονες και ουσιαστικές και θεωρώ ότι έχουν τη δυνατότητα να συνθέτουν διαφορετικά πράγματα. Χωρίς να σημαίνει ότι ένας άνδρας δεν τα έχει όλα αυτά. Απλώς τονίζω τα χαρακτηριστικά μιας γυναίκας. Εγώ όταν ξεκίνησα τη δική μου επιχείρηση, το 2000, δεν είχα πού να στραφώ, τι να κάνω. Αλλά είχα την επιμονή. Μάλιστα, θυμάμαι, πολλά βράδια, τον εαυτό μου μέσα σε ένα γραφείο, έξω να έχει σκοτάδι και να δουλεύω, να δουλεύω, να δουλεύω. Πλέον 11-12 χρόνια μετά, είμαι σε ένα φωτεινό γραφείο, με κόσμο. Και η ευαισθησία μου, η κοινωνική, είναι ότι σέβομαι, ότι δεν παίζω με ζωές των ανθρώπων: ότι μέσα στην οικονομική κρίση αυτοί έχουν μια δουλειά, έχουν ένα μισθό, έχουν το δώρο τους και θεωρώ ότι οι γυναίκες τα έχουν όλα αυτά κατά νου. Δηλαδή, έχουν αυτή την ευαισθησία.»

¹³ Isotimia.gr – Interview of Olga Stavropoulou

V. Ποια επαγγέλματα «ελκύουν» τις γυναίκες επιχειρηματίες και γιατί

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.

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 ανέλιξης.

Σε απαντήσεις σε ερωτηματολόγια που τέθηκαν σε γυναίκες, (έρευνα Αριστοτέλειου Πανεπιστήμιου, 2006), οι ίδιες...

Θεωρούν αμιγώς ανδρικά τα επαγγέλματα (Εικόνα 1):

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



Εικόνα 1

Και αμιγώς γυναικεία (Εικόνα 2) :

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



Εικόνα 2

¹⁴ 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:

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

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.

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.

Η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα :

Εκτιμάται ότι ανέρχεται στο 10-15% του συνόλου της επιχειρηματικότητας, αν και σύμφωνα με ορισμένες εκτιμήσεις, υπολογίζεται να φτάνει το 20%.

¹⁴ Σύνοψη μελέτης ομάδας έργου του Κέντρου Ερευνών του Πανεπιστημίου Πειραιώς υπό την αιγίδα του καθηγητή Θεόδωρου Κατσανέβα, στα πλαίσια του προγράμματος III B Archimed Interreg

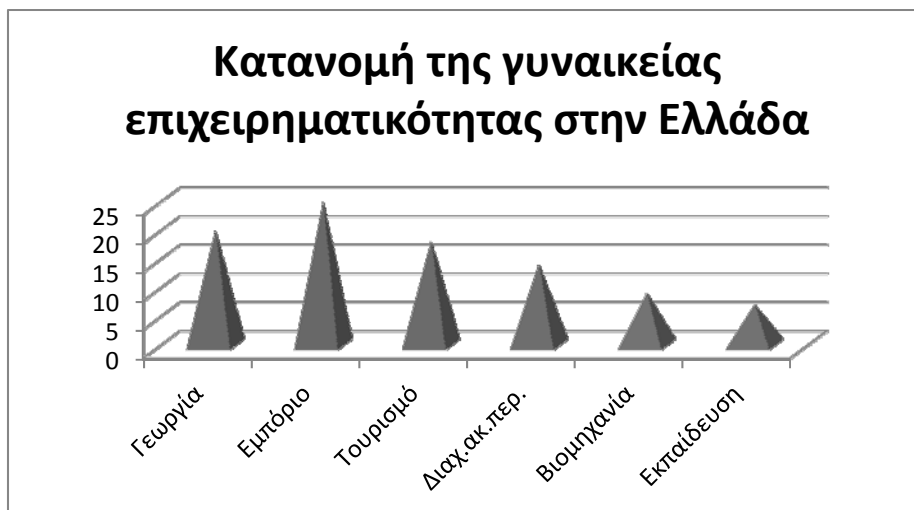
Οι αυξητικές τάσεις που εμφανίζει είναι ιδιαίτερα ικανοποιητικές και αν συνεχίσει με τους ρυθμούς αυτούς, μπορεί να πλησιάσει τα μέσα επίπεδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, που είναι 20% και πολύ αργότερα των ΗΠΑ, που ανέρχονται σε 32%.

Σε σημαντικό αριθμό γυναικείων επιχειρήσεων,

οι γυναίκες χρησιμοποιούνται ως παρένθετα πρόσωπα. Στην πραγματικότητα, οι επιχειρήσεις αυτές, ανήκουν και διοικούνται από τους συζύγους τους ή άλλα συνήθως άρρενα μέλη της οικογένειάς τους.

¹⁵**Η κατανομή της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, σε διάφορους τομείς απασχόλησης, διαρθρώνεται:**

- 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:

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

¹⁵ Σύνοψη μελέτης ομάδας έργου του Κέντρου Ερευνών του Πανεπιστημίου Πειραιώς υπό την αιγίδα του καθηγητή Θεόδωρου Κατσάνεβα, στα πλαίσια του προγράμματος III B Archimed Interreg

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

Συνήθεις τομείς για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι :

- 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

Αλλά περισσότερο αξιόμαχες θα ήταν οι προοπτικές, αν υπήρχε μεταστροφή των επαγγελματιών τους επιλογών σε τομείς με ανερχόμενα επαγγέλματα, στις νέες τεχνολογίες και ειδικότερα στην πληροφορική, στις κατασκευές, στις μεταφορές

Οι γυναίκες επιχειρηματίες είναι :

Στην πλειοψηφία τους έγγαμες..

Οι επιχειρήσεις τους είναι μικρές έως πολύ μικρές,

Ποσοστό 21%, των γυναικείων επιχειρήσεων δεν απασχολούν προσωπικό

Και μόνο το 3% απασχολεί 5-10 μισθωτούς.

Οι γυναίκες γίνονται επιχειρηματίες για :

- ❖ Την ανάγκη για ανεξαρτησία,
- ❖ Το ενδιαφέρον για το αντικείμενο
- ❖ Την ανάγκη βελτίωσης της οικονομικής τους κατάστασης

Οι γυναίκες επιχειρηματίες δηλώνουν ότι επηρεάστηκαν :

- ❖ από το πατρικό πρότυπο σε ποσοστά της τάξης του 19,7% ,
- ❖ από τη μητέρα, (7,1%),
- ❖ από προηγούμενους προϊσταμένους, (8,7%),
- ❖ από τους εκπαιδευτικούς, (6,3%),
- ❖ από συμβούλους επαγγελματικού προσανατολισμού, (2,4%),
- ❖ από τα μέσα μαζικής επικοινωνίας, (2,4%),
- ❖ και από το φιλικό περίγυρο, (6,3%).

Σημαντικός αριθμός γυναικείων επιχειρήσεων,

τυπικά και μόνο ανήκουν σε γυναίκες, αφού στην πραγματικότητα, ανήκουν και διοικούνται από τους συζύγους τους και αυτό αποτελεί μια ιδιαίτερα σημαντική παράμετρο.

VI. Κίνητρα και Ανασταλτικοί παράγοντες της γυναικείας επιχειρηματικότητας

16 Τα κίνητρα της επιχειρηματικότητας των γυναικών

Στην Ελλάδα, η ιδέα της γυναικείας επιχειρηματικότητας δεν έχει καλλιεργηθεί στο βαθμό που έχει αναπτυχθεί στις υπόλοιπες χώρες της Ευρώπης. Ωστόσο, με τα νέα δεδομένα στην οικονομία, αρκετές γυναίκες ακόμα και με ακαδημαϊκή μόρφωση αρχίζουν να διερευνούν τις ευκαιρίες και τα οφέλη, που μπορούν να προκύψουν από τη δραστηριοποίησή τους στον επιχειρηματικό τομέα. Είναι φανερό ότι το κίνητρο της ανάγκης είναι ισχυρότερο στις αναπτυσσόμενες χώρες, όπου οι δυνατότητες εύρεσης ικανοποιητικής απασχόλησης με μισθωτή σχέση είναι γενικά δυσκολότερες. Φαίνεται λοιπόν ότι η οικονομική ανάγκη αποδεικνύεται ισχυρός παράγοντας που μπορεί να υπερβεί τα κοινωνικά στερεότυπα σχετικά με τους ρόλους των δύο φύλων.

Οι γυναίκες γίνονται επιχειρηματίες για....

♦ Την ανάγκη για ανεξαρτησία

Η ελευθερία για ανεξάρτητη εργασία είναι μια άλλη ανταμοιβή και κίνητρο οπωσδήποτε, της επιχειρηματικότητας. Είναι πολύ συνηθισμένη η φράση «θέλω να είμαι αφεντικό του εαυτού μου» ή «δε θέλω να έχω κανένα πάνω από το κεφάλι μου».

♦ Προσωπική και επαγγελματική καταξίωση

Η ανάπτυξη μιας επιχείρησης στηρίζεται, εκτός των άλλων, και στην πρόθεση του επιχειρηματία για ανάδειξη των προσωπικών ικανοτήτων-δεξιοτήτων του. Για να γίνει κάποιος πετυχημένος επιχειρηματίας χρειάζεται να μπορεί ν' αντεπεξέρχεται με το ρίσκο, την αβεβαιότητα, το στρες, να χειρίζεται επαρκώς τις πολυποίκιλες διαπροσωπικές σχέσεις και να διοικεί την επιχείρηση με περιορισμένους πόρους.

Πολλοί γίνονται επιχειρηματίες για να βιώσουν αυτό το αίσθημα προσωπικής καταξίωσης και αυτοολοκλήρωσης, που απορρέει από τη δημιουργία μιας ολοκληρωμένης και παραγωγικής οντότητας, όπως είναι μια σωστή επιχείρηση.

¹⁶ ΕΜΠΟΡΙΚΟ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

Εισήγηση: Γεωργίου Κασιμάτη, Προέδρου Ε.Β.Ε.Π. και Κ.Ε.Ε.Ε. με θέμα :
«ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

◆ Την ανάγκη βελτίωσης της οικονομικής τους κατάστασης

Η οικονομική ανταμοιβή είναι από τα σπουδαιότερα κίνητρα, ίσως το σπουδαιότερο. Οι επιχειρηματίες προσδοκούν μια απόδοση της επένδυσης, η οποία, όχι μόνο θα τους αποζημιώσει για το χρόνο και τα χρήματα που έχουν επενδύσει, αλλά θα τους ανταμείψει ικανοποιητικά για τους κινδύνους και τις πρωτοβουλίες που αναλαμβάνουν στην επιχειρηματική τους δραστηριότητα.

◆ Εναλλακτική επιλογή σε σχέση με μία μη ικανοποιητική εργασία

Πολλοί επιχειρηματίες ήταν στο παρελθόν στελέχη ή εργαζόμενοι γενικότερα σε άλλες επιχειρήσεις. Ενώ δεν υπήρχε κίνδυνος απόλυσής τους, κάποια στιγμή διαπίστωσαν ότι η δουλειά τους δεν τους ικανοποιούσε πλέον. Άλλοι αντιλήφθηκαν ότι οι πιθανότητες εξέλιξής τους ήταν περιορισμένες και αυτό προφανώς δεν ήταν καθόλου υποκινητικό γι' αυτούς. Υπάρχει όμως και μια άλλη κατηγορία, αυτών που είχαν ξεκινήσει την επιχείρησή τους ως δεύτερη δουλειά και όταν διαπίστωσαν ότι πηγαίνει πολύ καλά, εγκατέλειψαν τη μισθωτή εργασία τους και ασχολήθηκαν αποκλειστικά με τη δική τους επιχείρηση.

◆ Υπάρχουσα Οικογενειακή επιχείρηση

Αποτελεί ένα εξίσου ικανό κίνητρο για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Είναι συνηθισμένο φαινόμενο κυρίως αγόρια, παιδιά επιχειρηματιών να αναλαμβάνουν και να συνεχίζουν ή να επεκτείνουν την οικογενειακή επιχείρηση. Είναι σημαντικό όμως για τον μέλλοντα επιχειρηματία να ωθείται από προσωπική επιθυμία σε επιχειρηματική δραστηριότητα και όχι να του επιβάλλεται η επαγγελματική αυτή επιλογή άμεσα ή έμμεσα είτε από την οικογένεια είτε από τα χρηματοδοτικά πακέτα είτε τέλος από άλλους εξωτερικούς παράγοντες.

Ωστόσο υπάρχουν πολλοί παράγοντες που εμποδίζουν την ανάκαμψη της γυναικείας επιχειρηματικότητας πράγμα το οποίο καθιστά δύσκολο το ξεκίνημα μιας νέας επιχειρηματικής δράσης.

Οι ορατοί ή 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.

Σημαντικοί ανασταλτικοί παράγοντες της Γ.Ε. είναι...

- Οικογενειακές Υποχρεώσεις

Οι γυναίκες έχουν ακόμα το κύριο βάρος της ευθύνης του σπιτιού και των παιδιών. Γι' αυτό και η είσοδος των γυναικών στην αυτοαπασχόληση καθυστερεί ή εμποδίζεται μέχρι τα παιδιά να ενηλικιωθούν.

Άποψη κας Χριστίνα Σακελλαρίδη σχετικά με την οικογένεια-δουλειά:

Συμφιλίωση της οικογενειακής και επαγγελματικής ζωής

Σύμφωνα με την κα Σακελλαρίδη για μία γυναίκα η μεγαλύτερη πρόκληση είναι η συμφιλίωση της

επαγγελματικής με την οικογενειακή ζωή. Όταν όμως υπάρχει αγάπη και μεράκι για τη δουλειά, αυτή γίνεται αυτόματα και τρόπος ζωής, αλληλένδετος με την οικογενειακή ζωή και κάθε άλλη προσωπική επιδίωξη.

Σημείο κλειδί αποτελεί πάντα η ορθή οργάνωση του χρόνου και ο σωστός καταμερισμός των προτεραιοτήτων του καθενός.

-Χριστίνα Σακελλαρίδη-

¹⁷ Η σύγχρονη Ελληνίδα επιχειρηματίας φαίνεται ότι έχει εκπαιδευθεί από μόνη της να είναι και μητέρα και μάνατζερ και φροντίζει να κάνει διακριτούς τους ρόλους της. Το μεγαλύτερο ποσοστό 43,3% απάντησε ότι η οικογένεια δεν επηρεάζει την επιχειρηματική δραστηριότητα, ενώ ισόποσα 24,17% απάντησαν ότι το οικογενειακό περιβάλλον επηρεάζει την επαγγελματική ενασχόληση είτε θετικά είτε αρνητικά. Η γυναίκα επιχειρηματίας σε ποσοστό 52,50% δεν αντιμετωπίζει προβλήματα με τους άλλους εταίρους της εταιρείας.

Εκεί που συναντά ορισμένα προβλήματα (50%) σε σχέση με τους συνεταιίρους είναι σε επιχειρήσεις με τζίρο μεγέθους 1-2 δισεκατομμυρίων δραχμών, κι αυτό διότι μία τέτοια επιχείρηση βρίσκεται στο στάδιο της ανάπτυξης και της κατάκτησης σημαντικού μεριδίου της αγοράς.

Θετικά απέναντι στις γυναίκες που τους διευθύνουν διάκεινται τα στελέχη και οι εργαζόμενοι των επιχειρήσεων (58,33%) που δηλώνουν ότι δεν τους επηρεάζει το γεγονός ότι δέχονται εντολές από εκπρόσωπο του "ασθενούς" φύλου. Το φύλο δεν φαίνεται να επηρεάζει και τις συναλλαγές της γυναίκας-επιχειρηματία με τις τράπεζες και άλλους χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς (58,33%).

- Παραδοσιακά στερεότυπα

Εμπόδια στην επαγγελματική επιτυχία τρόποι αντιμετώπισης

«Αρχικά, υπήρχε η δυσπιστία των ανδρών απέναντι σε μία γυναίκα επιχειρηματία. Με πείσμα, υπομονή και επιμονή αποτέλεσε την πρώτη γυναίκα που εκλέχθηκε στο Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών, καθώς και την πρώτη γυναίκα

¹⁷ Γυναικεία Επιχειρηματικότητα Επιλεγμένη πτυχιακή εργασία της Κοσμά Γιασεμής Γραμματέα του EC-BIC Σερρών

διοικητή Δημόσιου Οργανισμού, (του Οργανισμού Προώθησης Εξαγωγών), σε μία εποχή που κάτι αντίστοιχο φάνταζε εξωπραγματικό.

Για τις γυναίκες υπάρχει ακόμη μία γυάλινη οροφή που φαντάζει ως εμπόδιο στην επαγγελματική και επιχειρηματική τους πορεία. Ωστόσο, είναι μεγαλύτερος ο φόβος της πρόσκρουσης με το εμπόδιο, παρά το ίδιο το εμπόδιο. Απαιτείται διάθεση υπερβάσεων και προσήλωση στο στόχο σε προσωπικό επίπεδο, καθώς και συνολική προσπάθεια μετασχηματισμού παγιωμένων αντιλήψεων και προκαταλήψεων σχετικά με τη θέση των γυναικών, συνολικά στην Ευρώπη.»

-Χριστίνα Σακελλαρίδη-

- Ελλείψεις σε κεφάλαια
Το μεγαλύτερο ποσοστό των γυναικών επιχειρηματιών αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην χρηματοδότηση της επιχείρησής τους.
Αφενός οι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί εμφανίζονται αρκετά επιφυλακτικοί στην δανειοδότηση γυναικείων επιχειρήσεων και αφετέρου οι γυναίκες δείχνουν να ανησυχούν για τούς κινδύνους που μπορεί να ενέχει η δανειοδότηση.
Συνεπεία όλων αυτών είναι οι γυναίκες να επενδύουν είτε ίδια κεφάλαια είτε να στηρίζονται οικονομικά σε συγγενικά πρόσωπα. Στο σημείο αυτό άξιζε να επισημάνουμε ότι λόγω οικογενειακών υποχρεώσεων, όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, οι γυναίκες συνηθίζουν να επιλεγούν εργασίες που τούς αποφέρουν μικρό οικονομικό όφελος (π.χ. μερικής απασχόλησης) με αποτέλεσμα να έχουν μια καλή οικονομική βάση προκειμένου να ανταπεξέλθουν στην ανάπτυξη της επιχείρησής τους.
- Έλλειψη ειδίκευσης-γνώσεων
Η ανελαστικότητα της σύγχρονης αγοράς εργασίας σε συνδυασμό με τις υψηλές απαιτήσεις ως προς την κινητικότητα, την εξοικείωση με τη διαβίωση μάθηση, την απόκτηση δεξιοτήτων στις νέες τεχνολογίες καθώς και κοινωνικών δεξιοτήτων (διαπραγμάτευσης, επαγγελματισμού, συμμετοχής σε ομάδες έργου κ.λπ.) συντελούν στο να αντιμετωπίζουν οι γυναίκες δυσκολίες κατά την είσοδο στην αγορά εργασίας αλλά και κατά την επανένταξή τους μετά από διαστήματα απουσίας λόγω μητρότητας.
- Κατάλληλη πληροφόρηση
Ιδανική συνθήκη είναι να διαθέτει κάποιος πολλές τεχνικές και διοικητικές γνώσεις, ικανότητες και ταλέντα, αλλά μια καλή λύση για εκείνον που δεν έτυχε τέτοιων ευνοϊκών συνθηκών είναι η εμπειρία. Η απασχόληση σε παρόμοιο τομέα θα βοηθήσει ένα άτομο να μάθει πώς

δουλεύουν οι επιχειρήσεις, να βρει ιδέες και να αποκτήσει γνωριμίες, ώστε να κτίσει τη δική του επιχείρηση.

Ενδεικτικά, οι παράγοντες που μπορεί να ευθύνονται για πολλές από τις αιτίες του τόσο χαμηλού ποσοστού εκπροσώπησης των γυναικών είναι:

1. Η εκπαίδευση και η κοινωνικοποίηση που καθορίζουν διαφορετικούς ρόλους για άνδρες και οι γυναίκες. Η χαμηλή εκπροσώπηση των γυναικών συνδέεται με το διαχωρισμό ιδιωτικού και δημοσίου βίου, όπου ο δημόσιος ανήκει στους άνδρες και ο ιδιωτικός στις γυναίκες.
2. Περιορισμοί που υπαγορεύονται από τις καταστάσεις, όπως ο καταμερισμός της εργασίας στο πλαίσιο της οικογένειας, οι ευθύνες της τεκνοποίησης και της φροντίδας των παιδιών στην ευρύτερή τους έννοια. Στο πλαίσιο αυτό, ο παράγοντας χρόνος αποκτά ζωτική σημασία, ιδιαίτερα καθώς οι γυναίκες εντάσσονται στην αγορά εργασίας με ρυθμούς που ξεπερνούν κάθε προηγούμενο. Ορισμένες έρευνες υποδεικνύουν στενή συσχέτιση μεταξύ των εργαζόμενων γυναικών και της συμμετοχής στα κοινά.
3. Πρόσβαση στην εκπαίδευση και την κατάρτιση, ιδιαίτερα πρόσβαση σε επαγγέλματα που συνδέονται στενά με δημόσια αξιώματα.
Επιπλέον, οι γυναίκες δεν επιδιώκουν να συμμετέχουν με την ιδιότητα του μέλους σε δίκτυα και οργανισμούς που συχνά συνδέονται με διαρθρώσεις και προγράμματα που Παρεμποδίζουν ενεργά τη συμμετοχή των γυναικών.
4. Οικονομικά μέσα. Η έλλειψη οικονομικών μέσων από πλευράς γυναικών σημαίνει ότι δεν διαθέτουν τους απαραίτητους πόρους για να συμμετάσχουν σε πολιτικές εκστρατείες. Αντιστρόφως, οι γυναίκες υποψήφιες δεν προσελκύουν την απαιτούμενη εξωτερική χρηματοδότηση και στήριξη, καθώς δεν λαμβάνονται σοβαρά υπόψη ως δυνητικοί κάτοχοι πολιτικών αξιωμάτων.
5. Η πολιτική κουλτούρα αποτελεί έναν πρόσθετο παράγοντα για το χαμηλό ποσοστό εκπροσώπησης των γυναικών. Εδώ συγκαταλέγονται η έλλειψη υποστήριξης των γυναικών μελών των κομμάτων, η επιλογή του χρόνου και του τόπου διεξαγωγής πολιτικών συγκεντρώσεων καθώς και η γλώσσα και το ήθος που συνδέονται με το δημόσιο βίο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Το κεφάλαιο αφιερώνεται στα διάφορα προγράμματα (έτος 2012-2014) που κατά διαστήματα ανακοινώνονται από διάφορους φορείς με σκοπό την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας με κάθε δυνατό τρόπο είτε εκπαιδευτικό (σεμινάρια, ημερίδες, προγράμματα) είτε υπό την μορφή επιδοτήσεων ως ενίσχυση για το «άνοιγμα» επιχειρήσεων από γυναίκες.

Σε πολλές περιοχές της Ελλάδας όπως στην Αθήνα, την Θεσσαλονίκη και την Πάτρα υπάρχουν διάφοροι οργανισμοί – σύλλογοι που προστατεύουν, υποστηρίζουν και συμβουλεύουν την Ελληνίδα επιχειρηματία σε όλη τη διάρκεια της επιχειρηματικής της δραστηριότητας.

VII. Προγράμματα/Ημερίδες και επιδοτήσεις για την ενίσχυση της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας

Παρακάτω θα αναφερθούν διάφορα προγράμματα του έτους 2012- 2014 που έχουν ήδη ανακοινωθεί το 2012 και προγράμματα που συνεχίζουν την δράση τους και το 2013-2014.

- Από τον ηλεκτρονικό ιστότοπο του ΤΕΙ Πάτρας και την μονάδα Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας¹⁸:

Την Τρίτη 6 Νοεμβρίου 2012 θα διεξαχθεί το ευρωπαϊκό συνέδριο "**Περισσότερες τεχνολογίες; Περισσότερες γυναίκες επιχειρηματίες!**", το οποίο αποτελεί την κορύφωση μιας σειράς επιτυχημένων δράσεων ενημέρωσης και δημοσιότητας στα πλαίσια του ευρωπαϊκού έργου με ακρωνύμιο «ladybizIT», της πρωτοβουλίας «Leonardo da Vinci», με στόχο να συνεισφέρει στην προσπάθεια της Ευρωπαϊκής Επιτροπής να υποστηρίξει τη γυναικεία επιχειρηματικότητα και να προωθήσει τους τρόπους με τους οποίους οι Τεχνολογίες Πληροφορίας & Επικοινωνιών (ΤΠΕ) μπορούν να την ενισχύσουν.

Το ευρωπαϊκό έργο ladybizIT, λαμβάνοντας υπόψη ότι ένα από τα βασικότερα εμπόδια για τις γυναίκες που θέλουν να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά είναι η περιορισμένη πρόσβαση στις ΤΠΕ και η αξιοποίησή τους, θέτει τις προϋποθέσεις διαλόγου μεταξύ γυναικών επιχειρηματιών,

¹⁸ <http://dasta.teipat.gr/moke>

Μονάδα Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας

κοινωνικών εταίρων, κέντρων λήψης αποφάσεων, διαμορφωτών πολιτικής και γυναικείων φορέων.

Στόχος του είναι να ενθαρρύνει τις «μέλλουσες» γυναίκες επιχειρηματίες μέσα από την ανάδειξη των δυνατοτήτων των ΤΠΕ για την ανάπτυξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, ενώ προωθεί δυναμικά 12 ευρωπαϊκά έργα που μπορούν να βοηθήσουν τις γυναίκες της Ευρώπης – ανεξάρτητα από την ηλικία και την καταγωγή τους – να ανακαλύψουν τι μπορεί να κάνει γι' αυτές το Πρόγραμμα Δια Βίου Μάθησης της Ευρωπαϊκής Ένωσης (EU Lifelong Learning Programme).

Στην Ελλάδα, η επιχειρηματική δραστηριότητα των γυναικών κινείται σε χαμηλά επίπεδα, οι γυναίκες επιχειρηματίες αποτελούν μόνο το 20% των επιχειρηματιών, ενώ στην Ευρωπαϊκή Ένωση ο μέσος όρος είναι 30%". Η υπεροχή των ανδρών συνιστά ένα σταθερό χαρακτηριστικό που επιβεβαιώνεται σε όλες τις έρευνες του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου που έχουν πραγματοποιηθεί μέχρι σήμερα και αφορούν σε όλες τις χώρες και περιοχές του πλανήτη.

- Ευρωπαϊκό πρόγραμμα «Female Entrepreneurship Support Network – FEM.EN.S.»

Στο πλαίσιο της ανάπτυξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας, το ευρωπαϊκό πρόγραμμα «**Female Entrepreneurship Support Network – FEM.EN.S.**», το οποίο υποστηρίζεται από την Ευρωπαϊκή επιτροπή – Γενική Διεύθυνση Επιχειρήσεις και Βιομηχανία και εντάσσεται στο Πρόγραμμα Πλαίσιο «Ανταγωνιστικότητα και Καινοτομία 2007-2013», υλοποιείται από δύο εταίρους το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Πειραιώς και το Σύνδεσμο Επιχειρηματιών Γυναικών Ελλάδος.

Στόχοι του προγράμματος:

- ◆ Η προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας εν γένει και ειδικότερα σε ανδροκρατούμενους τομείς της οικονομίας.
- ◆ Η ευαισθητοποίηση του ελληνικού επιμελητηριακού συστήματος σε σχέση με τα οφέλη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και της σημασίας για την ανάληψη σχετικών πρωτοβουλιών.
- ◆ Η προώθηση υποστηρικτικών μέτρων που απευθύνονται σε γυναίκες εν δυνάμει επιχειρηματίες από επιτυχημένες γυναίκες επιχειρηματίες σε εθελοντική βάση.
- ◆ Η ενίσχυση της συμμετοχής ελληνικών φορέων (λ.χ. Επιμελητήρια, Επαγγελματικές Ενώσεις, ΜΚΟ, κλπ.) σε δράσεις ενίσχυσης εν δυνάμει γυναικών επιχειρηματιών.

◆ Η δημιουργία ενός εθνικού δικτύου για την προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας και η επέκτασή του σε ευρωπαϊκό επίπεδο με τη συμμετοχή αρμόδιων φορέων .

Οι μακροπρόθεσμοι στόχοι του έργου είναι:

- ◆ Η αύξηση του αριθμού των γυναικών που αναλαμβάνουν επιχειρηματικές πρωτοβουλίες και σε ανδροκρατούμενους τομείς.
- ◆ Η δημιουργία ενός θετικού περιβάλλοντος για τις γυναίκες με την ανάδειξη νέων ρόλων γι' αυτές.
- ◆ Η αλλαγή της συμπεριφοράς, των στάσεων, νορμών και αξιών που καθορίζουν και επηρεάζουν τους ρόλους των φύλων στην κοινωνία και εμποδίζουν την ισότιμη συμμετοχή των γυναικών στο οικονομικό περιβάλλον.
- ◆ Η λειτουργία και επέκταση του δικτύου σε συνεχή βάση μετά το πέρας του έργου.

- Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα & Επιχειρηματικότητα» Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς- Πρόγραμμα «Ενίσχυση Επιχειρηματικότητας Γυναικών» ΕΣΠΑ 2007-2013

Το πρόγραμμα αποσκοπεί στη διευκόλυνση - μέσω χρηματοδοτικών ενισχύσεων – της ίδρυσης νέων επιχειρήσεων από γυναίκες (Επιχειρηματικότητα Γυναικών), 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.

Με στόχο την επίτευξη αυτής της αναπτυξιακής στροφής, το πρόγραμμα έχει σχεδιαστεί έτσι ώστε να ενθαρρύνει ιδιαίτερα επιχειρηματικές προτάσεις με τα εξής χαρακτηριστικά:

1. Καινοτομία: Η Καινοτομία ορίζεται ως «η εφαρμοσμένη χρήση της γνώσης με σκοπό την παραγωγή ή/και παροχή νέων ή ουσιαστικά βελτιωμένων προϊόντων, διαδικασιών ή/και υπηρεσιών που βρίσκουν άμεσης παραγωγικής, χρηστικής ή/και εμπορικής εφαρμογής»¹⁹ Η Καινοτομία που ενθαρρύνεται με το παρόν πρόγραμμα μπορεί να είναι Τεχνολογική²⁰, αλλά και μη

¹⁹ Πρόγραμμα «Ενίσχυση Επιχειρηματικότητας Γυναικών» ΕΣΠΑ 2007-2013

²⁰ Ως τεχνολογική καινοτομία ορίζεται :

α. Η εισαγωγή στην αγορά ενός νέου ή σημαντικά βελτιωμένου σε σχέση με τα βασικά του χαρακτηριστικά, τις τεχνικές προδιαγραφές, το ενσωματωμένο

Τεχνολογική²¹ (εφαρμογή μιας καινοτόμου ιδέας μη τεχνολογικού χαρακτήρα, που θα επηρεάσει σημαντικά και θετικά την ανταγωνιστικότητα της προς ίδρυση επιχείρησης.

2. Υψηλή ποιότητα επιχειρηματικής ομάδας. (Παραγωγικές δεξιότητες, επιχειρηματικό ταλέντο, υψηλό μορφωτικό επίπεδο, εμπειρία και γνώση του αντικειμένου κ.τ.λ.)
3. Είσοδο σε νέες αγορές ή σε αναπτυσσόμενες αγορές ανοικτού ανταγωνισμού και θετικών προοπτικών.
4. Ανάπτυξη προϊόντων, υπηρεσιών ή/και διαδικασιών υψηλής προστιθέμενης αξίας.
5. Δημιουργία απασχόλησης

- Νέα Καινοτομική Επιχειρηματικότητα (ΕΣΠΑ- Φθινόπωρο 2012)²²

Ανώτατο όριο συνολικού Επιχορηγ. Προϋπολογ.	Κατώτατο όριο συνολ. Επιχορήγησης προϋπολ	Δημόσιας Χρηματοδ επί του Συνολ προϋπολ
200,000€ Τομέα μεταποίησης κ Ανακύκλωσης κ περιορισμού της ρύπανσης	30,000€	50% γενικά 60% νησιά κάτω των 5.000 κατοίκων
100,000€ Παροχή υπηρεσιών και τουρισμός	30,000€	
80,000€ Εμπορικές	30,000€	

λογισμικό ή άλλα μη υλικά συστατικά, προτιθέμενες χρήσεις ή τη φιλικότητα προς τον χρήστη, προϊόντος (υλικού αγαθού ή υπηρεσίας), ή, β. Η εισαγωγή στην επιχείρηση μίας νέας ή σημαντικά βελτιωμένης διαδικασίας παραγωγής, μεθόδου παροχής και διανομής ή διαδικασίας υποστήριξης για τα αγαθά ή τις υπηρεσίες. Το αποτέλεσμα θα πρέπει να είναι σημαντικό σε σχέση με τον όγκο της παραγωγής, την ποιότητα των προϊόντων ή το κόστος παραγωγής και διανομής. Καθαρά οργανωτικές ή διοικητικές μεταβολές δεν περιλαμβάνονται στην τεχνολογική καινοτομία. Επιπρόσθετα, η τεχνολογική καινοτομία πρέπει να βασίζεται στα αποτελέσματα νέων τεχνολογικών εξελίξεων, νέων συνδυασμών υπαρχουσών τεχνολογιών ή στη χρησιμοποίηση άλλου είδους γνώσεων που αποκτήθηκαν από την επιχείρηση. Οι μεταβολές καθαρά αισθητικής φύσεως δεν περιλαμβάνονται.

²¹ Οργανωτική μη τεχνολογική καινοτομία είναι η εφαρμογή νέων μεθόδων ή μεταβολών των μεθόδων, όσον αφορά τη δομή ή τη διοίκηση της επιχείρησης, που αποσκοπούν στη βελτίωση της χρήσης των γνώσεων στην επιχείρηση, της ποιότητας των αγαθών και των υπηρεσιών ή της αποτελεσματικότητας των ροών εργασίας. Μη τεχνολογική καινοτομία εμπορίας είναι η εφαρμογή νέων σχεδίων ή μεθόδων πώλησης που αποσκοπούν στην αύξηση της ελκυστικότητας των αγαθών και των υπηρεσιών ή στην είσοδο σε νέες αγορές.

²² Scientia Συμβουλευτική Α.Ε.- <http://www.scientiaconsulting.gr/xrimatodotoumena-programmata/ethnika/nea-kainotomiki-epixeirimatikotita/>

Το Επιδοτούμενο Πρόγραμμα **Νέα Καινοτομική Επιχειρηματικότητα** που υποστηρίζεται από τα χρηματοδοτούμενα προγράμματα **ΕΣΠΑ**, αφορά σε επιδότηση νέων επιχειρήσεων (υπό σύσταση ή νέων υφιστάμενων μέχρι 5 έτη). Το επιδοτούμενο πρόγραμμα αποτελεί μια πρωτοβουλία του Υπουργείου Οικονομίας, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας (ΥΠΟΙΑΝ) – Γενική Γραμματεία Βιομηχανίας (ΓΓΒ) στο πλαίσιο του **ΕΠ.ΑΝ.Π** που στοχεύει στην δημιουργία και την ενίσχυση καινοτομικής επιχειρηματικότητας.

Οι στόχοι του Χρηματοδοτούμενο Προγράμματος **Νέα Καινοτομική Επιχειρηματικότητα** είναι:

1. Η αναβάθμιση της επιχειρηματικότητας ανάγκης σε επιχειρηματικότητα υψηλών δυνατοτήτων.
2. Η στήριξη της στροφής της αναπτυσσόμενης στη χώρα επιχειρηματικότητας από επιχειρηματικότητα ανάγκης σε επιχειρηματικότητα ευκαιρίας με τη διαρκή διάθεση ενός διευρυμένου πεδίου ενισχυόμενων ενεργειών που αφορούν όλα τα στάδια ίδρυσης και ανάπτυξης μίας νεοϊδρυόμενης ή νέας επιχ.

Επιλέξιμες Επιχειρήσεις

Στο επιδοτούμενο πρόγραμμα μπορούν να ενταχθούν για **χρηματοδότηση σε ποσοστό 60%** του συνολικού προϋπολογισμού τους, οι επιχειρήσεις που πληρούν τα παρακάτω κριτήρια:

- Είναι **υπό ίδρυση επιχειρήσεις** από φυσικά πρόσωπα άνω των 18 τα οποία δεν ασκούσαν επιχειρηματική δραστηριότητα το προηγούμενο έτος έως και την ημερομηνία προκήρυξης.
- Είναι **νεοσύστατες μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις**, εταιρικού / εμπορικού χαρακτήρα, καθώς και ατομικές επιχειρήσεις και συνεταιρισμοί κερδοσκοπικού χαρακτήρα, όπου κατά το έτος υποβολής της επενδυτικής πρότασης έχουν συσταθεί και κάνει έναρξη δραστηριότητας αλλά, δεν έχουν συμπληρώσει μία πλήρη χρήση.
- Είναι **υφιστάμενες, νέες μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις**, εταιρικού / εμπορικού χαρακτήρα καθώς και ατομικές επιχειρήσεις και συνεταιρισμοί κερδοσκοπικού χαρακτήρα, τα οποία μέχρι κ την 1-12-2011 έχουν κλείσει από τουλάχιστον μία (1) έως και πέντε (5) πλήρεις διαχειριστικές χρήσεις.

- Πρόγραμμα «Εθνικό Αποθεματικό Απροβλέπτων»- ΕΣΠΑ 2013²³

Το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Εθνικό Αποθεματικό Απροβλέπτων» (ΕΠ ΕΑΑ) είναι ένα από τα εγκεκριμένα Επιχειρησιακά Προγράμματα του ΕΣΠΑ. Επιδίωξη και ζητούμενο του ΕΠ ΕΑΑ είναι, αφενός μεν η αντιμετώπιση των άμεσων συνεπειών μιας κρίσης, αφετέρου δε η δημιουργία των προϋποθέσεων για κοινωνική και οικονομική ανασυγκρότηση και ενεργοποίηση των τοπικών κοινωνιών που υφίστανται τις συνέπειες, έτσι ώστε να ανακτήσουν μια δυναμική και να επανενταχθούν τόσο στον κοινωνικοοικονομικό ιστό της χώρας όσο και στο Ευρωπαϊκό οικονομικό περιβάλλον.

Η στρατηγική του ΕΠ ΕΑΑ, έχει βραχυπρόθεσμο και μέσο-μακροπρόθεσμο ολοκληρωμένο χαρακτήρα, επιδιώκοντας σε πρώτο χρόνο την άμεση στήριξη νέων επιχειρήσεων και της απασχόλησης σε αυτές, προς αντιμετώπιση των αναγκών του πληθυσμού που πλήττεται από την κρίση και σε δεύτερο χρόνο την ανάπτυξή τους, σε μία προσπάθεια αναστροφής της ύφεσης και των συνεπειών της.

Οι στόχοι του προγράμματος συνίστανται στα παρακάτω:

- Προώθηση του ανθρώπινου δυναμικού στην απασχόληση και επανένταξή του στην αγορά εργασίας.
- Συμβολή στην αποκατάσταση του κοινωνικού και οικονομικού ιστού.
- Δημιουργία προϋποθέσεων για τη συγκράτηση του τοπικού πληθυσμού.
- Διατήρηση της κοινωνικής συνοχής και
- Ανάπτυξη και βιωσιμότητα της τοπικής οικονομίας,

σε περιοχές που πλήττονται από απρόβλεπτες τοπικές ή τομεακές κρίσεις που συνδέονται με οικονομική και κοινωνική αναδιάρθρωση, συμπεριλαμβανομένης τυχόν αναδιάρθρωσης που προκαλείται από φυσικές καταστροφές, ή με τις συνέπειες της απελευθέρωσης του εμπορίου.

Στο πλαίσιο αυτό ενισχύονται οι παρακάτω 2 Υποδράσεις:

ΥΠΟΔΡΑΣΗ 1

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

²³http://www.espa.gr/Lists/Proclamations/Attachments/2329/epeaa_130118_Odigos_Gynaikeia.pdf

ΥΠΟΔΡΑΣΗ 2

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

Η στρατηγική της παρέμβασης έχει βραχυπρόθεσμο και μέσο-μακροπρόθεσμο, ολοκληρωμένο χαρακτήρα, επιδιώκοντας σε πρώτο χρόνο την άμεση στήριξη και αντιμετώπιση των αναγκών του ανθρώπινου δυναμικού και των πληθυσμών που πλήττονται από την κρίση και σε δεύτερο χρόνο την κοινωνική και παραγωγική ενσωμάτωση τους σε μία προσπάθεια αναστροφής των δυσμενών τάσεων.

Η παρέμβαση εστιάζεται καταρχήν στην άμεση αντιμετώπιση των επιπτώσεων της κρίσης και στη λήψη βραχυπρόθεσμων μέτρων μετριασμού των συνεπειών της κρίσης σε τομεακό και τοπικό επίπεδο.

Η προσπάθεια αυτή περιλαμβάνει:

- την προώθηση δυνατοτήτων πολυαπασχόλησης,
- την αντιστροφή του φαινομένου της ανεργίας,
- τη διασφάλιση ίσων ευκαιριών μεταξύ των φύλων και των κοινωνικών ομάδων,

- τη δημιουργία συνθηκών και προϋποθέσεων για την αναστροφή των δυσμενών δημογραφικών τάσεων και
- την αξιοποίηση των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων και δυνατοτήτων του πληττόμενου ανθρώπινου δυναμικού.

Δικαιούχοι της Δράσης είναι γυναίκες 18-64 ετών άνεργες ή απειλούμενες από ανεργία που προσδιορίζονται ως εξής:

- έχουν την ιδιότητα της ανέργου, ή
- έχουν απολυθεί την τελευταία τριετία και βρίσκονται σε αναζήτηση
- έχουν κλείσει την ατομική ή προσωπική τους επιχείρηση κατά την τελευταία τριετία, δεν ασκούν άλλη επιχειρηματική δραστηριότητα και δεν απασχολούνται με σύμβαση εξαρτημένης εργασίας, ή
- απειλούνται από ανεργία, π.χ. εργαζόμενες σε επιχειρήσεις που βρίσκονται σε επίσχεση εργασίας ή έχουν υπαχθεί στο άρθρο 99 κατά τη διάρκεια της τελευταίας τριετίας κλπ.
- Αυτοαπασχολούμενες ασφαλισμένες σε οικείους ασφαλιστικούς φορείς με εισόδημα χαμηλότερο από το εισοδηματικό όριο φτώχειας, όπως αυτό ορίζεται από την ΕΛΣΤΑΤ

VIII. Σύλλογοι – Οργανισμοί ενίσχυσης και υποστήριξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας

❖ Σύλλογος επιχειρηματιών γυναικών Ελλάδος (ΣΕΓΕ)

Ο Σ.Ε.Γ.Ε. είναι Σύνδεσμος μη κυβερνητικός, μη κερδοσκοπικός πανελλήνιας εμβέλειας και αφορά γυναίκες που ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα.

Ο Σ.Ε.Γ.Ε. ιδρύθηκε το 1997 στη Θεσσαλονίκη. Διοικείται από 9μελές διοικητικό συμβούλιο. Ο ΣΕΓΕ είναι μέλος της Συνομοσπονδίας Γυναικείων Επαγγελματιών Οργανώσεων της Μεσογείου, Ιδρυτικός Μέλος και Διαχειριστής της Συμμαχίας Γυναικείων Επαγγελματιών Οργανώσεων των Βαλκανίων²⁴, και Μέλος αρκετών Επαγγελματιών Φορέων στη χώρα μας. Παράλληλα αρκετά μέλη του συμμετέχουν στις διοικήσεις Επιμελητηρίων, και ο Σ.Ε.Γ.Ε. στηρίζει ενεργά αυτήν τους την προσπάθεια.

Το 2010 ο Σ.Ε.Γ.Ε. σε συνεργασία με το Ε.Β.Ε.Π., εκπροσωπούν το Ευρωπαϊκό Δίκτυο Πρεσβειρών Γυναικείας Επιχειρηματικότητας, που υποστηρίζεται από τη DG Enterprise, της Ε.Ε. Οι Ελληνίδες Πρέσβειρες εργάζονται με ζήλο και ενδιαφέρον για αυτό το θεσμό.

Παράλληλα ο Σ.Ε.Γ.Ε. εργάζεται 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 Σ.Ε.Γ.Ε. παρέχει στις γυναίκες επιχειρηματίες της Ελλάδος το περιβάλλον για να αναπτύξουν τις επιχειρήσεις και τους εαυτούς 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 την πληροφόρηση. Ο Σ.Ε.Γ.Ε. 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.

Δράσεις/Παρεμβάσεις:

- Συμβουλευτική σε Γυναίκες Επιχειρηματίες
- Εκπαίδευση σε Γυναίκες Επιχειρηματίες και Υπαλλήλους
- Mentoring - Coaching σε Γυναίκες που είτε είναι επιχειρηματίες, είτε επιθυμούν

²⁴ Balkan Coalition for Women Entrepreneurs

- Δικτύωση Επιχειρήσεων εντός και εκτός συνόρων
- Οργάνωση και Υποστήριξη Επιχειρηματικών Αποστολών, B2Bs
- Ενημέρωση σε Επιχειρηματικά Θέματα

Ο Σ.Ε.Γ.Ε., απαριθμεί σήμερα περισσότερα από 800 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 ότι αφορά 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 Σ.Ε.Γ.Ε. 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.

❖ Εθνικό Επιμελητηριακό Δίκτυο Ελληνίδων Γυναικών Επιχειρηματιών (ΕΕΔΕΓΕ)²⁵

Ένα κίνημα γυναικών επαγγελματιών 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.

Κέντρο του Δικτύου στην Ελλάδα είναι η Κεντρική Ένωση Επιμελητηρίων Ελλάδος και μέλη του οι γυναίκες επαγγελματίες, μέλη των 59 Επιμελητηρίων της χώρας, τα οποία αποτελούν τον πυρήνα των δραστηριοτήτων που θα αναπτυχθούν σε κάθε Νομό σχετικά με την γυναικεία επιχειρηματικότητα.

Η Ελληνική αλλά και η Ευρωπαϊκή οικογένεια χρειάζεται βοήθεια για να αναπτυχθεί και να αποδώσει στην Κοινωνία. Πρέπει όλοι να ενταχθούν

²⁵Εθνικό Επιμελητηριακό Δίκτυο Ελληνίδων Γυναικών Επιχειρηματιών
<http://www.eedege.eu/>

στην παραγωγική διαδικασία, δεν περισσεύει κανείς. Ταυτόχρονα όμως, η οικογένεια χρειάζεται συνοχή και αρχές, σωστά πρότυπα, κουλτούρα και πολιτισμό. Όλα αυτά πρέπει να τα διασφαλίσουμε.

Εμείς οι ίδιες που απαιτούμε από την οικογένεια και την πολιτεία πρέπει να βοηθήσουμε μέσα από τα Βιώματα μας και τις ανάγκες μας, για να βρεθούν λύσεις στα μεγάλα προβλήματα της εποχής μας και στις απαιτήσεις της σύγχρονης πραγματικότητας. Η συμβολή της κάθε μιας και η δυναμική του συνόλου θα καθορίσουν και το αποτέλεσμα στην υλοποίηση των στόχων του δικτύου και την επίλυση των πολύπλοκων και πολυδιάστατων προβλημάτων που αντιμετωπίζει η γυναίκα επαγγελματίας στην εποχή μας.

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

Πρωταρχικός στόχος του Δικτύου είναι, η ευαισθητοποίηση των Επιμελητηρίων και των επιχειρηματιών-μελών τους σχετικά με τα οφέλη της πλήρους ενσωμάτωσης των γυναικών στην οικονομία. Στη συνέχεια, ο προσδιορισμός των εμποδίων, που αποτρέπουν τις γυναίκες από την πλήρη ένταξη τους στο εργατικό δυναμικό, μερικά από τα οποία αποτυπώθηκαν στην έρευνα που διενήργησε η Κεντρική Ένωση Επιμελητηρίων Ελλάδος και είναι:

- ❖ Οικιακή βοήθεια
- ❖ Χρόνος εργασίας
- ❖ Οικογενειακή φροντίδα
- ❖ Χρηματοδοτήσεις

Παράλληλα, θα διεκδικήσουμε αξιοπρεπή συμμετοχή στις παραγωγικές μονάδες και στα κέντρα λήψης αποφάσεων. Η γυναίκα, πέρα από την μόρφωση και κατάρτιση της σε επαγγελματικά θέματα, διαθέτει στοιχεία που μόνον όφελος δύνανται να αποφέρουν στην ανδροκρατούμενη σκηνή της παραγωγικότητας.

Προϋπόθεση, είναι η δημιουργία θετικού οικογενειακού περιβάλλοντος για την εργαζόμενη γυναίκα, μητέρα, κόρη, σύζυγο, ώστε να αποδίδει επαγγελματικά και παραγωγικά. Πρέπει να ανατραπούν οι ανασταλτικοί παράγοντες που αποτρέπουν την ανέλιξη της καριέρας της γυναίκας και τη συμμετοχή της στον ιστό που οδηγεί στα κέντρα λήψης αποφάσεων.

Τομέας Γυναικών Μάνατζερ και Επιχειρηματιών- ΤΟΓΜΕ²⁶

Ο Τομέας Γυναικών Μάνατζερ και Επιχειρηματιών ιδρύθηκε το 1995 ως το έκτο Ινστιτούτο της ΕΕΔΕ. Πρόσφατα μετεξελίχθηκε σε Τομέα και αποσκοπεί στη διεύρυνση της γυναικείας παρουσίας στο χώρο του Μάνατζμεντ και των επιχειρήσεων. Αποστολή του Τομέα είναι να συμβάλλει έμπρακτα στην προώθηση, ανάδειξη και καθιέρωση στην Ελλάδα όσο το δυνατό περισσότερων γυναικών, που είναι επιχειρηματίες και υψηλόβαθμα στελέχη στο Δημόσιο και σε επιχειρήσεις και οργανισμούς του ευρύτερου δημόσιου και ιδιωτικού τομέα.

ΣΤΟΧΟΙ

Οι στόχοι του Τομέα είναι οι εξής:

- Η αναγνώριση και προώθηση με ίσους όρους των γυναικών Μάνατζερ και Επιχειρηματιών στο οικονομικό περιβάλλον
- Η προβολή και ενημέρωση του επιχειρηματικού κόσμου αναφορικά με τη συμβολή και το ρόλο των γυναικών μάνατζερ στην οικονομική και κοινωνική ζωή του τόπου
- Η ανάπτυξη της συνεργασίας μεταξύ των γυναικών μάνατζερ και επιχειρηματιών για την ενδυνάμωση της γυναικείας παρουσίας στον εργασιακό και κοινωνικό χώρο
- Η ενθάρρυνση των γυναικών στην ανάληψη πρωτοβουλιών, στην ανάπτυξη και τη διάδοσή τους
- Η αντιμετώπιση των προβλημάτων που προκύπτουν από τον δύσκολο ρόλο της γυναίκας ως επαγγελματία και μητέρας
- Η δικτύωση και η ανάπτυξη διεθνών συνεργασιών με συναφείς ελληνικούς και διεθνείς οργανισμούς.

²⁶ Ελληνική Εταιρία Διοικήσεως Επιχειρήσεων (ΕΕΔΕ)

Η Ελληνική Εταιρία Διοικήσεως Επιχειρήσεων (ΕΕΔΕ) ιδρύθηκε το 1962. Είναι σωματείο μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα που σκοπό έχει τη διάδοση, ανάπτυξη και προβολή των αρχών, των μεθόδων και της πρακτικής του σύγχρονου μάνατζμεντ. Τα μέλη της είναι νομικά πρόσωπα, επιχειρήσεις και οργανισμοί του ιδιωτικού και του δημόσιου τομέα, καθώς και φυσικά πρόσωπα, ανώτατα και ανώτερα διευθυντικά στελέχη, επιχειρηματίες, καθηγητές Πανεπιστημίων και φοιτητές. Στο πλαίσιο της ΕΕΔΕ λειτουργούν πέντε Ινστιτούτα που δραστηριοποιούνται το καθένα σε εξειδικευμένες λειτουργίες του management και τέσσερις τομείς που ασχολούνται με γενικότερα θέματα του επιχειρηματικού περιβάλλοντος: Το Ελληνικό Ινστιτούτο Μάρκετινγκ (ΕΙΜ), το Ελληνικό Ινστιτούτο Οικονομικής Διοικήσεως (ΕΙΟΔ), το Ελληνικό Ινστιτούτο Διοικήσεως Παραγωγής Προϊόντων & Υπηρεσιών (ΕΙΔΙΠ), το Ελληνικό Ινστιτούτο Πληροφορικής & Επικοινωνιών (ΕΙΠ) το Ελληνικό Ινστιτούτο Μάνατζμεντ Ανθρώπινου Δυναμικού (ΕΙΜΑΔ), ο Τομέας Γυναικών Μάνατζερ & Επιχειρηματιών (ΤΟΓΜΕ), ο Τομέας Μάνατζμεντ Δημόσιας Διοίκησης & Αυτοδιοίκησης (ΤΟΜΔΔΑ), ο Τομέας Ηγεσίας (ΤΗΓΕ) και ο Τομέας Εταιρικών Υποθέσεων (ΤΕΥΠ).

Μέλη του Τομέα μπορούν να γίνουν κυρίως γυναίκες, οι οποίες κατέχουν διευθυντικές θέσεις ή είναι ελεύθεροι επαγγελματίες. Ο Τομέας Γυναικών Μάνατζερ και Επιχειρηματιών αριθμεί περίπου 290 μέλη.

❖ Σύνδεσμος για τα δικαιώματα της γυναίκας²⁷

Ο Σύνδεσμος για τα Δικαιώματα της Γυναίκας (Σ.Δ.Γ.) ιδρύθηκε το 1920 (16.1.1920) με πρωτοβουλία της Αύρας Θεοδωροπούλου. Είναι το πρώτο και μόνο αποκλειστικά φεμινιστικό σωματείο στην Ελλάδα με συνεχή λειτουργία από το 1920 (διέκοψε τις δραστηριότητές του μόνο κατά τη μεταξική δικτατορία και κατά τη δικτατορία των συνταγματαρχών). Σύμφωνα με το Καταστατικό του ο Σύνδεσμος είναι μια μη κομματική οργάνωση της οποίας τα μέλη μπορούν να ανήκουν σε οποιοδήποτε πολιτικό κόμμα που πιστεύει στο δημοκρατικό πολίτευμα και αποκρούει κάθε καθεστώς βίας. Ο Σ.Δ.Γ. από το 1923 είναι μέλος της Διεθνούς Ένωσης Γυναικών που ιδρύθηκε το 1902 και είναι συμβουλευτική οργάνωση του Ο.Η.Ε α΄ κατηγορίας. Η δεκάτη πρόεδρος της Δ.Ε.Γ. ήταν η πρόεδρος του Σ.Δ.Γ. Ομ. Καθηγήτρια Αλίκη Γιωτοπούλου.

Ο Σύνδεσμος για τα Δικαιώματα της Γυναίκας από την ίδρυσή του και στη συνέχεια πρωτοστάτησε στους αγώνες:

- Για ίσα πολιτικά και αστικά δικαιώματα και κυρίως για το δικαίωμα του «εκλέγειν» και «εκλέγεσθαι».
- Για το δικαίωμα πρόσβασης των γυναικών σε όλα τα επαγγέλματα και δημόσια λειτουργήματα.
- Για ίση αμοιβή για ίσης αξίας εργασία και ίσες ευκαιρίες σταδιοδρομίας.
- Για την καταπολέμηση της σωματεμπορίας.
- Για την εξομοίωση των εκτός γάμου παιδιών με τα παιδιά που γεννήθηκαν εντός γάμου.
- Για την καθιέρωση της ισότητας ανδρών και γυναικών στο Σύνταγμα του 1975
- Για την καθιέρωση ποσόστωσης τουλάχιστον κατά το 1/3 στα ψηφοδέλτια των δημοτικών και νομαρχιακών, καθώς και των βουλευτικών εκλογών.
- Για να περιληφθεί στις αξίες του Ευρωπαϊκού Συντάγματος η ισότητα μεταξύ ανδρών και γυναικών.

Για την καθιέρωση ποσοστώσεων στα Υπηρεσιακά Συμβούλια και στα Συμβούλια Πανεπιστημιακών, Επιστημονικών και Ερευνητικών Κέντρων.

²⁷ Σύνδεσμος για τα Δικαιώματα της Γυναίκας (Σ.Δ.Γ.)
<http://www.leaguelwomenrights.gr/index.php?menu=66>

ΙΧ. Γυναίκες και Άντρες επιχειρηματίες- Διαφορές και Ομοιότητες

Διαφορές

Μαζί με την αυξητική τάση των γυναικείων επιχειρήσεων, παρατηρείτε και μία επιπλέον αύξηση στον αριθμό των μελετών επάνω στην γυναικεία επιχειρηματικότητα. Ενώ οι παλαιότερες έρευνες επικεντρώνονταν στα ψυχολογικά και κοινωνικά χαρίσματα των γυναικών επιχειρηματιών, υποθέτοντας ότι οι διαφορές ανάμεσα στους άνδρες και τις γυναίκες είναι αμελητέες, οι νέες έρευνες αναδεικνύουν τις διαφορές των δύο φύλων στον επιχειρηματικό τομέα που βασίζονται πάνω σε ψυχολογικές και κοινωνικές θεωρίες. Σύμφωνα με αυτή την παραδοχή οι γυναικείοι κοινωνικοί προσανατολισμοί στρέφονται κυρίως στις προσωπικές σχέσεις και βλέπουν τις επιχειρήσεις τους μέσα από ένα συνδυαστικό σύστημα το οποίο περιλαμβάνει την οικογένεια, το κοινωνικό σύνολο και την επιχείρηση.²⁸

Η προοπτική αυτή επικεντρώνεται στις γενετικές διαφορές στα επιχειρηματικά χαρακτηριστικά και απόδοση από την όψη των θεωριών του «φιλελεύθερου φεμινισμού» και του «κοινωνικού φεμινισμού» ο οποίος προσπαθεί να εξηγήσει την βάση του χαμηλότερου κοινωνικού “status” στην κοινωνία.²⁹ Ενώ ο φιλελεύθερος φεμινισμός εξηγεί τις διαφορές των επιτευγμάτων ανάμεσα στην γυναίκα και τον άντρα τονίζοντας τις διακρίσεις και/ή του παράγοντες του συστήματος που στερούν τις γυναίκες από απαραίτητες ευκαιρίες, όπως η εκπαίδευση και η εμπειρία, ο κοινωνικός φεμινισμός εξηγεί ότι αυτές οι διαφορές αναφερόμενος στην εν’εξελίξη διαδικασία κοινωνικοποίησης έχουν οδηγήσει τους άντρες και τις γυναίκες στην αντίληψη ότι διαφέρουν εγγενώς.³⁰

Οι περισσότερες έρευνες για την γυναικεία επιχειρηματικότητα επικεντρώνεται στα προσωπικά χαρακτηριστικά των γυναικών επιχειρηματιών όπως δημογραφικά στοιχεία, κίνητρα και εκπαιδευτικές και επαγγελματικές εμπειρίες. Ωστόσο, πρόσφατες έρευνες εξετάζουν τα οργανωτικά χαρακτηριστικά, όπως πχ τα επιχειρηματικά χαρακτηριστικά, στρατηγικές, προβλήματα, μοντέλα διαχείρισης καθώς και βαθμό εξοικείωση με την τεχνολογία.

²⁸ Brush G., (1992) “Research on women business owners: Past trends a New perspective and future directions”, Entrepreneurship theory and Practice

²⁹ Fischer M.,Reuber L.,Dyke S., (1993) “A theoretical overview and extension of research on sex, gender and entrepreneurship”, Journal of business Venturing

³⁰ Levent B.,Masurel E.,Nijkamp P., (2002) “Diversity in Entrepreneurship: Ethnic and Female roles in urban economic life”, International Journal of Social Economics

Αυτές οι έρευνες δείχνουν ότι παρόλο που υπάρχουν ομοιότητες ανάμεσα σε άντρες και γυναίκες επιχειρηματίες σε πολλά στοιχεία, υπάρχουν διαφορές στο εκπαιδευτικό υπόβαθρο, στην εργασιακή εμπειρία, στις δεξιότητες αλλά και στους επιχειρησιακούς στόχους. Είναι ξεκάθαρο ότι αυτές οι παραδοχές μας ωθούν στην επιπλέον εξέταση. Παρακάτω ακολουθεί ένας πίνακας που δείχνει τις διαφορές ανάμεσα στους άνδρες και γυναίκες επιχειρηματίες.

Μέγεθος επιχείρησης

- Οι γυναικείες επιχειρήσεις είναι νεότερες, μικρότερες και απασχολούν λιγότερους εργαζόμενους από τις ανδρικές.

Τομέας

- Οι γυναίκες επιχειρηματίες δραστηριοποιούνται κατά κόρον στον τομέα του εμπορίου και λιγότερο σε κατασκευαστικούς και παραγωγικούς τομείς.

Απόδοση

- Οι γυναικείες επιχειρήσεις έχουν μεγαλύτερο δείκτη αποτυχίας, και έχουν μικρότερη απόδοση κερδών σε σχέση με τις ανδρικές επιχειρήσεις.

Εμπειρικό υπόβαθρο

- Οι γυναίκες έχουν μικρότερη εκπαίδευση σε επιχειρησιακά θέματα από τους άνδρες
- Οι άνδρες συνήθως έχουν μεγαλύτερη εμπειρία πάνω σε θέματα μισθοδοσίας, ίδρυσης και διαχείρισης ατομικής επιχείρησης. Επίσης έχουν περισσότερη εμπειρία στον τομέα της διαχείρισης και εμπειρία σε θέματα προσωπικού, καθώς και τεχνικής και οικονομικής φύσης.

Κίνητρα

- Οι άνδρες επιχειρηματίες έχουν περισσότερα κίνητρα καθώς θέλουν να βελτιώσουν την θέση τους στην κοινωνία για αυτούς και τις οικογένειες τους, ενώ οι γυναίκες επιχειρηματίες εμπνέονται πιο πολύ από το αίσθημα του επιτεύγματος.
- Οι γυναίκες επιχειρηματίες εμπνέονται από ουσιαστικούς στόχους όπως για παράδειγμα «το να είσαι αφεντικό του εαυτού σου» και το αίσθημα της αυτοπραγμάτωσης παρά από οικονομικά κίνητρα όπως πχ ένα έξτρα εισόδημα.
- Οι άντρες ανοίγουν επιχειρήσεις βάση ευκαιριών, ενώ οι γυναίκες έλκονται περισσότερο από την ανάγκη.³¹

³¹ Verheul I., Risseuw P., Bartelse G., (2001) ,Gender differences in strategy and human resource management, Rotterdam: Institute for business economic studies

Αξίες

- Οι άνδρες επιχειρηματίες τείνουν να δώσουν μεγαλύτερη έμφαση στις οικονομικές αξίες, και σε ποσοτικά χαρακτηριστικά επιτεύγματος και επιτυχίας, όπως η κοινωνική κατάσταση και τον πλούτο, ενώ οι γυναίκες επιχειρηματίες τείνουν να δίνουν μεγαλύτερη βαρύτητα σε κοινωνικές αξίες και ποιοτικά χαρακτηριστικά όπως αυτοπραγμάτωση και ισχυρές προσωπικές σχέσεις.
- Οι άνδρες επιχειρηματίες συνήθως διαχωρίζουν την δουλειά από την προσωπική ζωή, σε αντίθεση με τις γυναίκες βλέπουν την δουλειά ως μέρος του δικτύου γνωριμιών τους στο οποίο προσωπική ζωή, κοινωνία και επιχείρηση αναμειγνύονται.
- Οι γυναίκες είναι πιο πιθανό να λειτουργεί ως ο «βασικός γονέας, η νοικοκυρά, και η νταντά» και είναι πιο πιθανό να συναντήσουν προβλήματα ανάμεσα στην επιχείρηση και την προσωπική τους ζωή. Από την άλλη μεριά η κύρια δραστηριότητα των ανδρών είναι να εξασφαλίζουν τα προς το ζην.
- Οι άνδρες προβλέπεται να δίνουν μεγάλη ενέργεια στον τομέα της καριέρας τους και της δουλειάς τους, ενώ οι γυναίκες προβλέπεται ότι η κυριότερη αρμοδιότητα της είναι η οικογένεια και η δουλειά. Οι γυναίκες βλέπουν την επιχειρηματικότητα όχι ως καριέρα αλλά ως στρατηγική ζωής.
- Ενώ οι άνδρες επιχειρηματίες δίνουν έμφαση στο μέγεθος της επιχειρηματικής επιτυχίας βάση αριθμών, σε αντίθεση οι γυναίκες επιχειρηματίες θα μετρήσουν την επιτυχία με λιγότερο αντικειμενικά κριτήρια.³²

Προτιμήσεις

- Οι γυναίκες προτιμούν δουλειές που προσφέρουν προοπτική και ευκαιρίες για επαγγελματική ανάπτυξη, ενώ οι άνδρες προτιμούν δουλειές που προσφέρουν υψηλό εισόδημα
- Οι γυναίκες επιχειρηματίες επιθυμούν μικρότερο βαθμό επαγγελματικής ανάπτυξης από τους άνδρες, καθώς επικεντρώνονται στους στόχους και όχι στην ανάπτυξη και την απόδοση γυναίκες επιχειρηματίες έχουν συμπεριφορά ανάληψης μικρού ρίσκου.
- Οι γυναίκες συνήθως ενδιαφέρονται για διαχειριστικά και οργανωσιακά θέματα, και λιγότερο για οικονομικά από ότι οι άνδρες.

³² Cliff J.,(1998) "Does one size fits all? Exploring relationships between attitudes towards growth, gender and business size", Journal of Business Venturing

Στόχοι και στρατηγικές

- Οι γυναίκες επιχειρηματίες είναι πιθανότερο να διαλέξουν μία κλειστή (niche) αγορά, και να επικεντρωθούν εκεί, υιοθετώντας μία πιο αμυντική στρατηγική από τους άνδρες επιχειρηματίες
- Οι γυναίκες επιχειρηματίες τείνουν να έχουν μία ισορροπία ανάμεσα στους οικονομικούς στόχους όπως το κέρδος και η ανάπτυξη και στους μη-οικονομικούς στόχους όπως η ποιότητα παραγωγής, η προσωπική ευχαρίστηση, και η βοήθεια στους άλλους. Συνήθως επιθυμούν να επιτύχουν συνδυαστικούς στόχους σε αντίθεση με τους άνδρες.
- Οι γυναίκες επιχειρηματίες τείνουν να χρησιμοποιούν τον σχεδιασμό περισσότερο από τους άνδρες. Οι γυναίκες συχνά χρησιμοποιούν την διαισθητική προσέγγιση.

Διαχειριστικό στυλ

- Οι γυναίκες επιχειρηματίες έχουν πιο ήπιο διαχειριστικό στυλ και είναι πιο ανοιχτές στην επικοινωνία, και είναι πιο ελαστικές στην επιχειρησιακές δομές. Οι γυναίκες είναι πιο πιθανό να δημιουργήσει μία πιο διαδραστική, και ομαδική διαχείριση από τους άνδρες.
- Οι γυναίκες επιχειρηματίες είναι πιο πιθανό να αναθέσουν εργασίες στους εργαζομένους τους και να τους επιβραβεύσουν για την ομαδική απόδοση, σε αντίθεση με την ατομική απόδοση από τους άνδρες.
- Οι γυναίκες επιχειρηματίες είναι πιο πιθανό να χρησιμοποιήσουν τα προσωπικά τους δίκτυα για την πρόσληψη εργαζομένων και να επιλέξουν εργαζομένους γυναίκες σε αντίθεση με τους άνδρες

Δίκτυα

- Οι γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι πιο πιθανό να συμμετέχει σε ένα δίκτυο και είναι πιο θετικές στην συμμετοχή των τοπικών δικτύων σε αντίθεση με τους άνδρες που είναι πιο διστακτικοί στο να ταξιδέψουν σε μεγάλες αποστάσεις.
- Οι γυναίκες επιχειρηματίες ξοδεύουν λιγότερο χρόνο σε δημιουργία δικτύων από τους άνδρες, εξαιτίας συνδυασμού οικογένειας και Εργασίας Τα δίκτυα των γυναικών είναι μικρότερα και πιο προσωπικά από τους άνδρες.³³

³³ Brush G., (1992) "Research on women business owners: Past trends a New perspective and future directions", Entrepreneurship theory and Practice, Vol 4 ,Number 17 pp5-30

[↑](#) Fischer M.,Reuber L.,Dyke S., (1993) "A theoretical overview and extension of research on sex,gender and entrepreneurship", Journal of business Venturing,

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

XI. Μεθοδολογία - Αποτέλεσμα έρευνας

Εμπειρική έρευνα

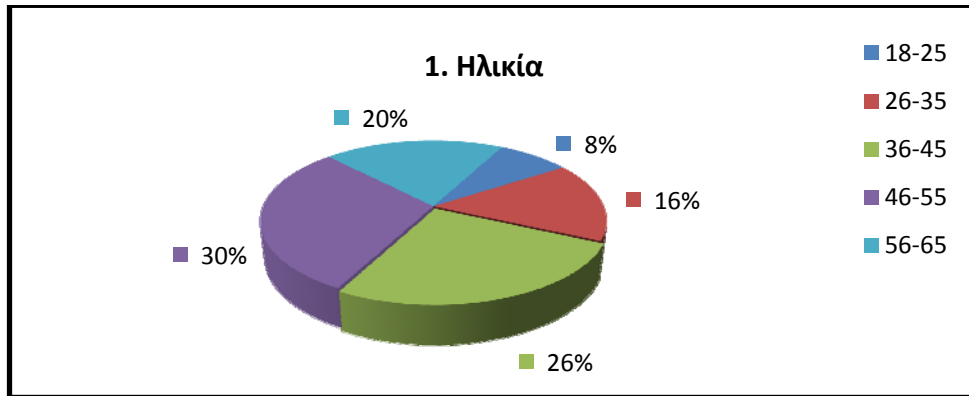
Η έρευνα που ακολουθεί έγινε για την εκπόνηση της παρούσας μου εργασίας. Το δείγμα των πενήντα (50) γυναικών που επιλέχθηκε είναι αποκλειστικά και μόνο επιχειρηματίες, ανεξάρτητα από το είδος της επιχείρησης που έχουν.

Σκοπός της έρευνας είναι μέσα από τις απαντήσεις των ερωτηθεισών γυναικών να διαπιστωθεί ποιες ομάδες γυναικών έχουν δικιά τους επιχείρηση, τόσο ηλικιακά αλλά και με βάση τη μόρφωση τους, το πόσο η ενασχόληση τους με την επιχειρηματικότητα επηρεάζει την προσωπική τους ζωή, με ποιο κριτήριο ξεκίνησαν την επαγγελματική τους καριέρα, που βρήκαν την χρηματοδότηση, τα εμπόδια που αντιμετώπισαν τόσο στην αρχή όσο και κατά τη διάρκεια λειτουργίας της επιχείρησης. Το πιο σημαντικό, και παράλληλα επίκαιρο θέμα, αν και πόσο η οικονομική κρίση που διανύουμε έχει επηρεάσει τις επιχειρήσεις και αν ναι με ποιους τρόπους έχει πληγεί, ποιες είναι οι αποφάσεις και οι ενέργειες που κάνουν οι επιχειρηματίες για την αντιμετώπιση της, και τέλος ποιοι θα ήταν οι λόγοι για τους οποίους θα έκλειναν αυτή τη περίοδο την επιχείρηση τους.

Η έρευνα διεξάχθηκε στα Δυτικά Προάστια του Πειραιά και συγκεκριμένα στην περιοχή της Νίκαιας μέσα σε 4 όχι συνεχόμενες μέρες. Η επικοινωνία με τις επιχειρηματίες έγινε πρόσωπο με πρόσωπο ως επί το πλείστον, με email σε γνωστούς και καθηγητές, και μέσω δημοσιεύσεων σε κοινωνικά δίκτυα (τα οποία δεν είχαν τόσο μεγάλη απήχηση, όσο περίμενα).

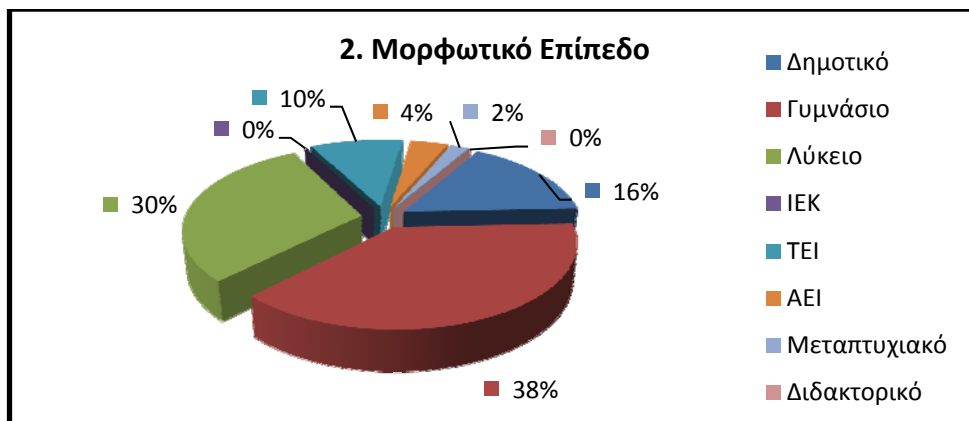
Η αλήθεια είναι ότι δεν δυσκολεύτηκα στην επιλογή των υποψήφιων επιχειρηματιών γιατί όλες εκτός από μερικές εξαιρέσεις (δεν ήταν η ιδιοκτήτρια στην επιχείρηση ή απλά δεν ήθελαν), ήταν πρόθυμες να απαντήσουν όταν άκουγαν ότι δεν ήταν μια έρευνα επί πληρωμή, αλλά μία έρευνα για την πτυχιακή μου εργασία.

Αποτελέσματα Έρευνας



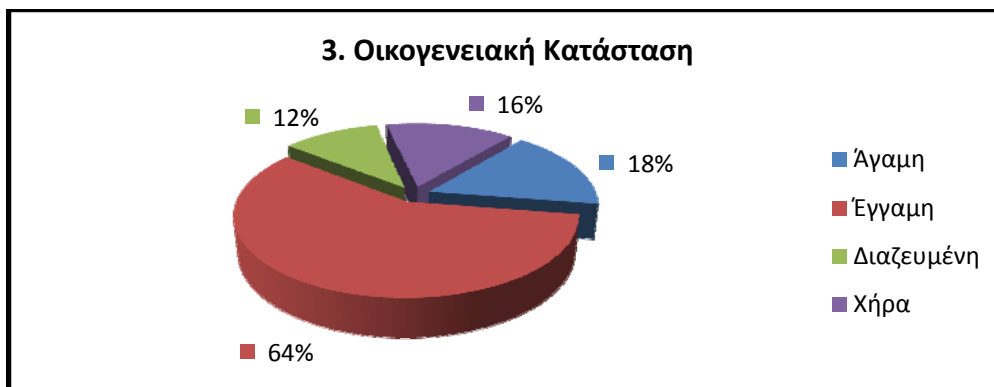
Εικόνα 2. Ηλικία Ερωτηθέντων

Σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων γυναικών το 8% έχουν ηλικία από 18 έως 25, το 16% από 26-35, το 26% από 36-45, το 30% από 46 έως 55, και τέλος το 20% έχουν ηλικία από 56 έως 65 ετών.

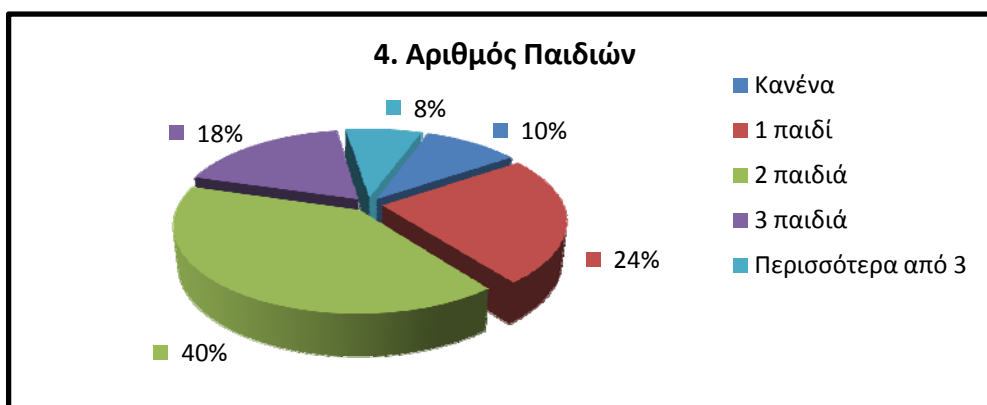


Εικόνα 3. Μορφωτικό Επίπεδο

Οι γυναίκες από 45 και άνω ως επί το πλείστον έχουν τελειώσει το Γυμνάσιο ή και το Λύκειο. Από το σύνολο των γυναικών το 16% έχουν τελειώσει το δημοτικό, το 38% το Γυμνάσιο, το 30% το Λύκειο, το 0% δεν έχουν τελειώσει κάποιο ΙΕΚ, το 10% και το 4% έχουν τελειώσει αντίστοιχα ΤΕΙ και ΑΕΙ. Και τέλος το 2% και το 0% των γυναικών αυτών έχουν κάνει μεταπτυχιακό και διδακτορικό αντίστοιχα.

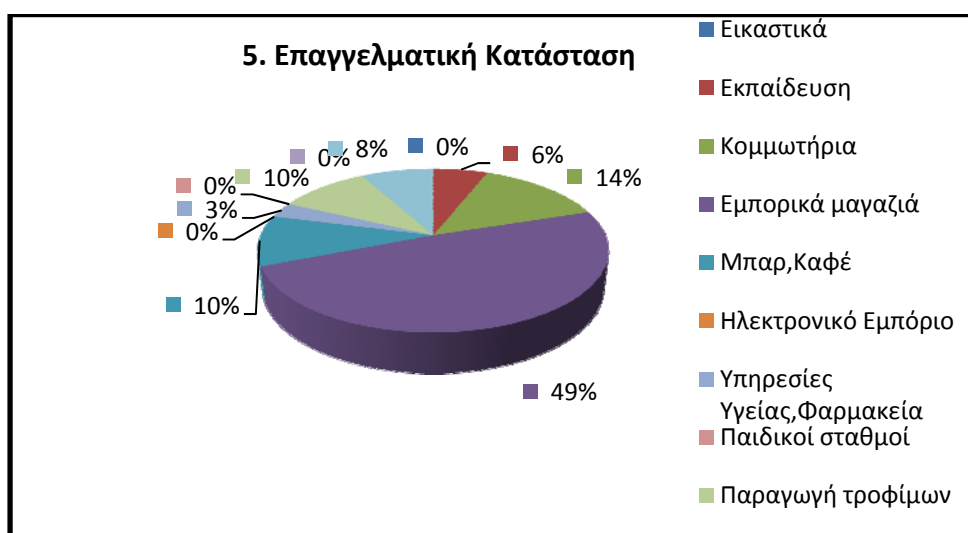


Εικόνα 4. Οικογενειακή Κατάσταση Ερωτηθέντων



Εικόνα 5. Αριθμός Παιδιών

Το 18% των ερωτηθέντων γυναικών είναι Άγαμες , το 64% είναι Έγγαμες, το 12% Χωρισμένες και το 16% είναι Χήρες. Όσον αφορά τα παιδιά , το 10% δεν έχει καθόλου παιδιά, το 24% έχει ένα παιδί, το 40% έχει 2 παιδιά, το 18% έχει 3 παιδιά και το 8% περισσότερα από 3.



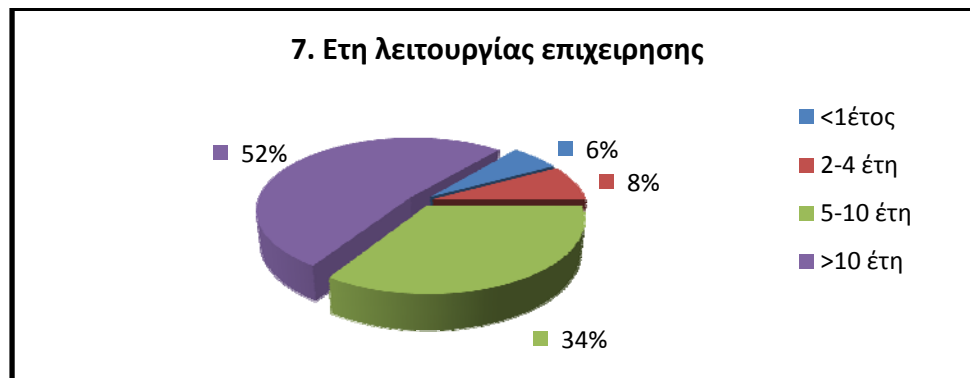
Εικόνα 6. Επαγγελματική Κατάσταση Ερωτηθέντων

Το 49% των επιχειρηματιών έχουν εμπορικά καταστήματα κυρίως μαγαζιά με ρούχα, είδη δώρων, οπτικά είδη, καταστήματα επίπλων και ειδών υγιεινής, περίπτερα, βιβλιοπωλεία, κ.α. Το 3% έχουν φαρμακείο, το 10% Παραγωγή τροφίμων το 10% έχουν καφετέριες ,το 14% κομμωτήριο και το 8% λογιστικό φοροτεχνικό γραφείο. Εικαστικά είδη, Ηλεκτρονικό εμπόριο, Παιδικόι σταθμοί και τουριστικές επιχειρήσεις δεν αντιπροσώπευαν τις γυναίκες επιχειρηματίες που ερωτήθηκαν για την έρευνα.



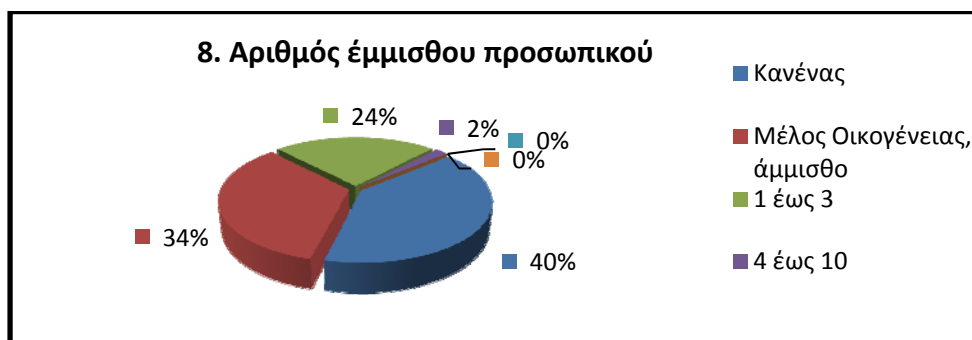
Εικόνα 7. Μέσος Όρος ημερήσιας εργασίας

Το 9% των γυναικών δήλωσαν ότι εργάζονται καθημερινά <5 ωρών , το 34% από 5 έως 8 ώρες, το 42% από 9 έως 11 και το 15% περισσότερες από 12 ώρες.



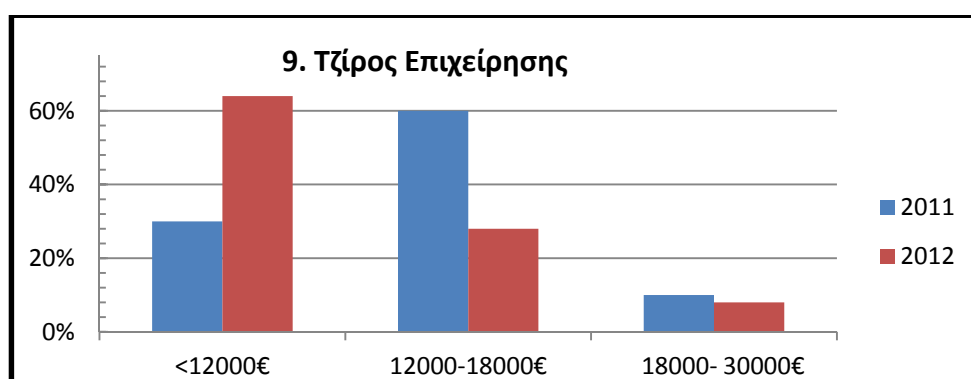
Εικόνα 8. Μέσος Όρος ημερήσιας εργασίας

Το 6% των ερωτηθέντων γυναικών έχουν την επιχείρηση <1 έτους, το 8% από 2 έως 4 έτη, το 34% από 5-10 έτη, και το 52% >10ετών.



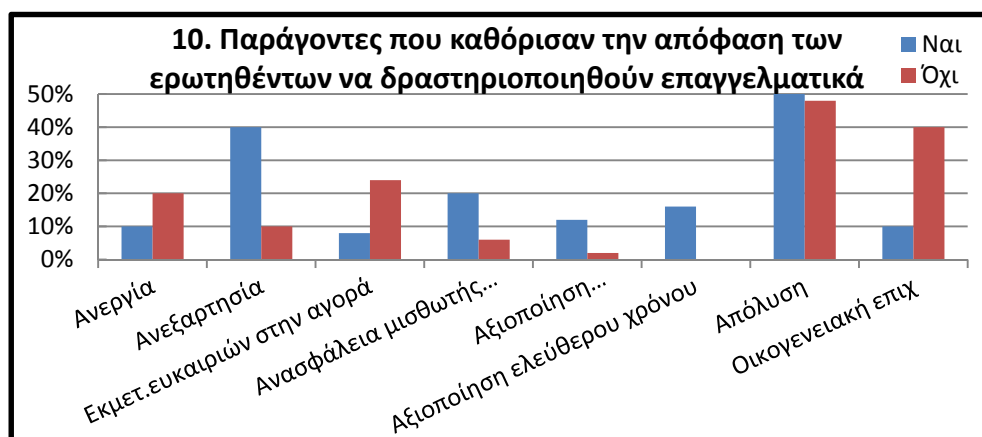
Εικόνα 9. Αριθμός έμμισθου προσωπικού ερωτηθέντων

Το 40% των επιχειρηματιών δεν έχουν κανένα υπάλληλο, το 34% έχουν ως προσωπικό μέλος της οικογένειας άμισθο ή με μικρό μισθό, το 24% έχει από 1 έως 3 υπαλλήλους, ενώ το 10% έχει 4 έως 10 υπαλλήλους. (κυρίως 4)

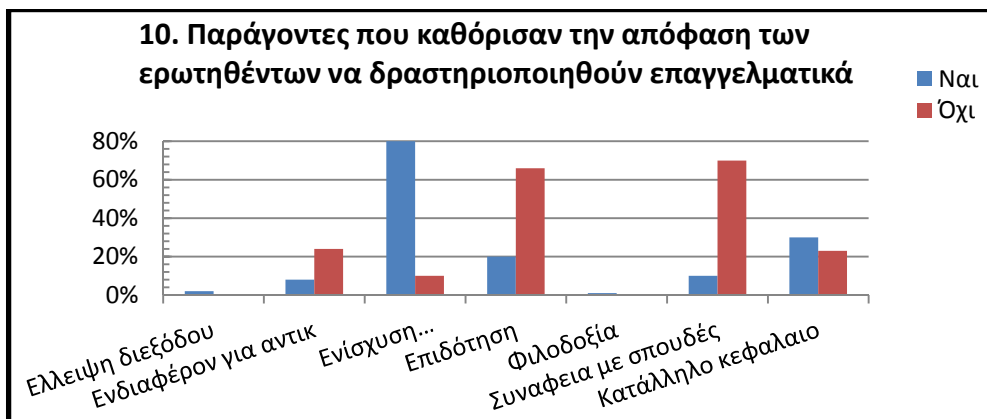


Εικόνα 10. Ετήσιος τζίρος επιχείρησης ερωτηθέντων

Το 2011, το 30% των επιχειρήσεων έχει κάνει τζίρο 12.000 €, το 60% από 12.000 έως 18.000€, το 10% από 18.000 έως 30.000€ και το 0% από 30.000-60.000€. Το 2012, το 64% είχαν τζίρο έως 12.000€, το 28% από 12.000-18.000€ και το 8% από 18.000-30.000€

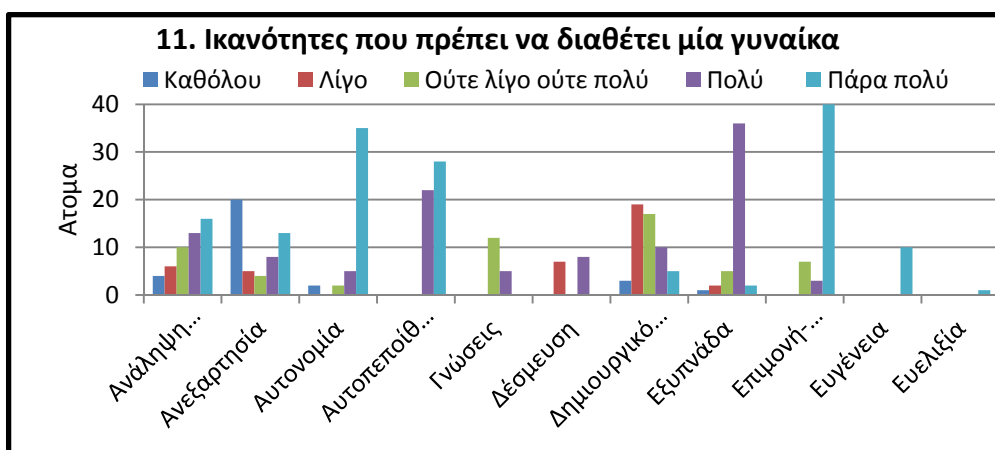


Εικόνα 11-1. Παράγοντες που καθόρισαν την απόφαση των ερωτηθέντων να δραστηριοποιηθούν επαγγελματικά

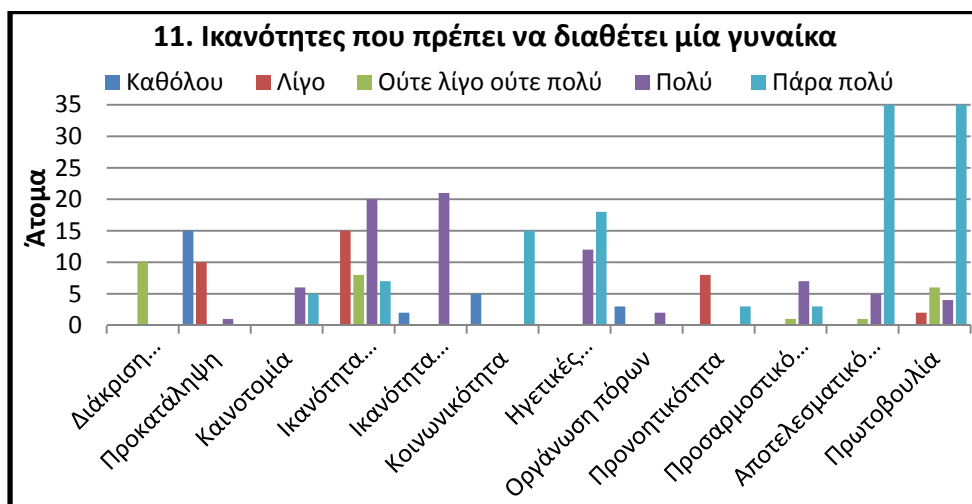


Εικόνα 11-2. Παράγοντες που καθόρισαν την απόφαση των ερωτηθέντων να δραστηριοποιηθούν επαγγελματικά

Στην ερώτηση ποιοι παράγοντες καθόρισαν την απόφαση των ερωτηθέντων να δραστηριοποιηθούν επαγγελματικά, οι εξής παράγοντες αντιπροσώπευσαν το δείγμα : Ανεργία, Ανεξαρτησία, Εκμετάλλευση ευκαιριών, Ανεξασφάλεια μισθωτής εργασίας, Αξιοποίηση γνώσεων και ελεύθερου χρόνου, Απόλυση, η ύπαρξη οικογενειακής επιχείρησης, η έλλειψη διεξόδου, το ενδιαφέρον για το αντικείμενο, η ενίσχυση του οικογενειακού εισοδήματος, ενίσχυση με επιδοτήσεις, φιλοδοξία, συνάφεια των σπουδών με το αντικείμενο και η ύπαρξη του κατάλληλου κεφαλαίου.

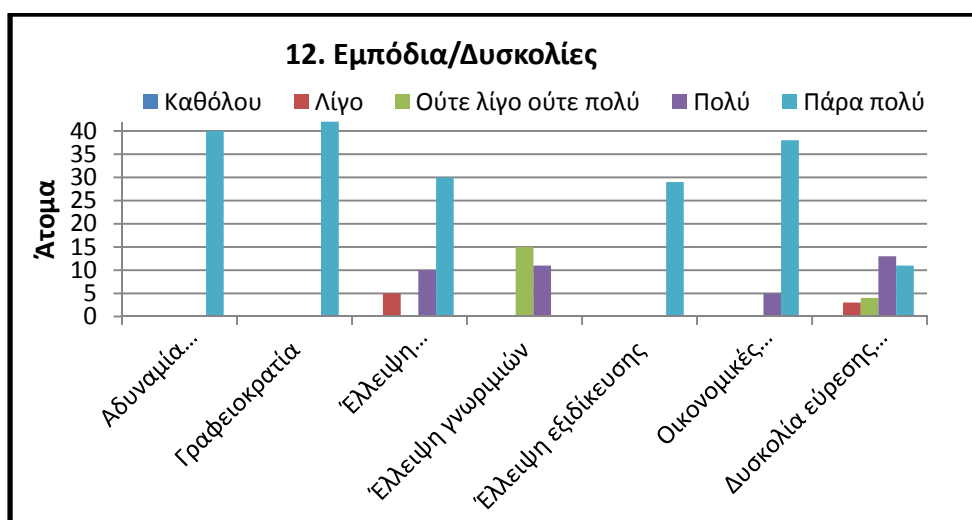


Εικόνα 12-1. Ικανότητες που πρέπει να διαθέτει μια γυναίκα επιχειρηματίας για να πετύχει



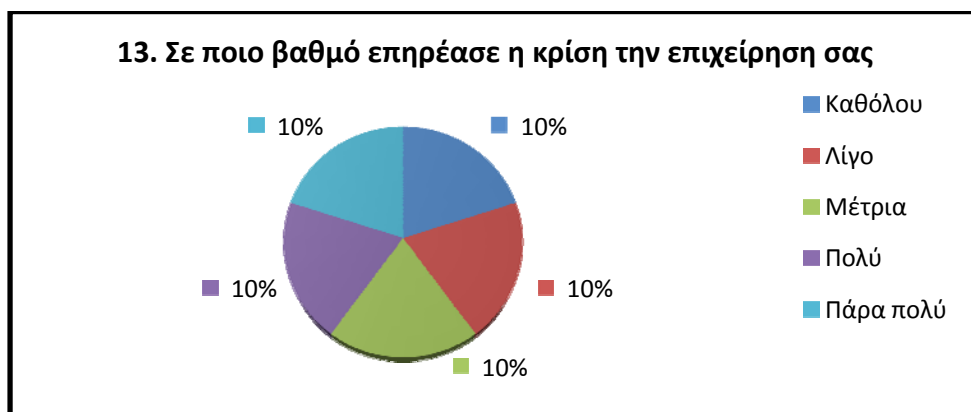
Εικόνα 12-2. Ικανότητες που πρέπει να διαθέτει μια γυναίκα επιχειρηματίας για να πετύχει

Όσον αφορά τις ιδιότητες που πρέπει να έχει μία γυναίκα –επιχειρηματίας ή πιο βασικές είναι η αυτονομία, προσωπική αποτελεσματικότητα, πρωτοβουλία, αυτοπεποίθηση, εξυπνάδα, υπομονή/επιμονή. Έπειτα ακολουθούν η ικανότητα διαπραγμάτευσης και διοίκησης του προσωπικού, οι ηγετικές ικανότητες και η δημιουργικότητα.



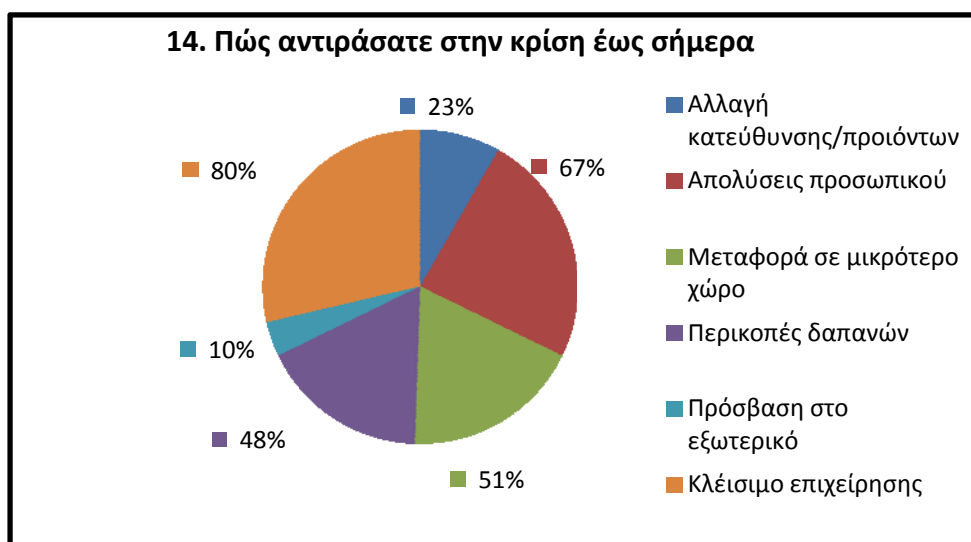
Εικόνα 13. Κίνδυνοι / Εμπόδια κατά την έναρξη και λειτουργία της επιχείρησης

Τα κυριότερα εμπόδια που αντιμετώπισαν οι γυναίκες επιχειρηματίες η γραφειοκρατία (κυρίως η χρονική καθυστέρηση), η αδυναμία πρόσβασης σε υποστηρικτικούς μηχανισμούς, το οικονομικό πρόβλημα, και η έλλειψη ενημέρωσης για επιδοτούμενα προγράμματα ή εκπαιδευτικά-ενημερωτικά προγράμματα κατάρτισης.



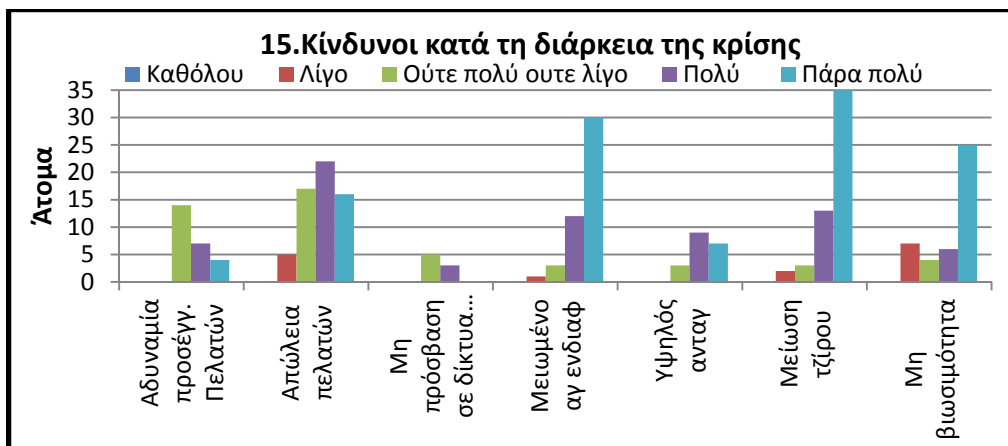
Εικόνα 14. Σε ποιο βαθμό επηρεάστηκε η επιχείρησή σας από την κρίση

Στο θέμα της κρίσης, το 10% των επιχειρήσεων δεν έχει επηρεαστεί καθόλου από την κρίση (λογιστικά γραφεία-φαρμακεία), το 10% έχει επηρεαστεί λίγο (φούρνοι), το 10% μέτρια, και τέλος οι επιχειρήσεις που έχουν επηρεαστεί περισσότερο είναι τα εμπορικά μαγαζιά.



Εικόνα 15. Πώς αντιδράσατε στην κρίση μέχρι σήμερα?

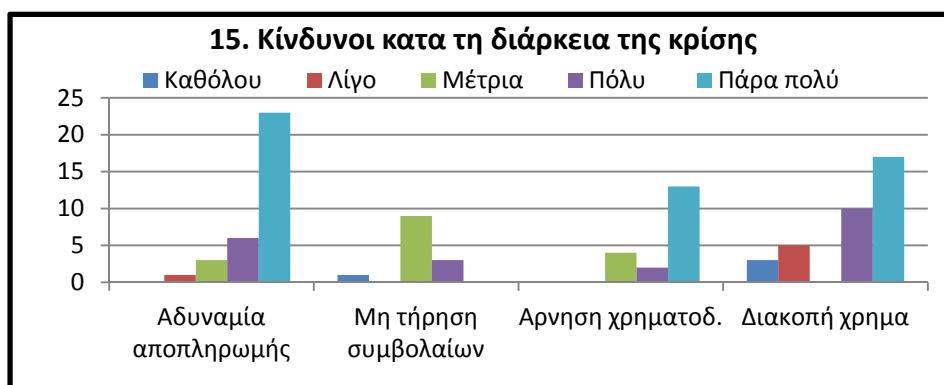
Η οικονομική κρίση, είχε σαν αποτέλεσμα το 67% των επιχειρήσεων να απολύσει κάποιο από το προσωπικό του, το 51% αναγκάστηκε να νοικιάσει και να μεταφερθεί σε μικρότερο χώρο, το 48% έκανε σημαντική μείωση στις δαπάνες, το 23% προσπάθησε να προσελκύσει την αγορά με αλλαγή των προϊόντων, και τέλος μόνο το 10% προσπάθησε να διεισδύσει στις αγορές του εξωτερικού.



Εικόνα 16-1. Κίνδυνοι κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης (Εμπορικοί-Επιχειρηματικοί)



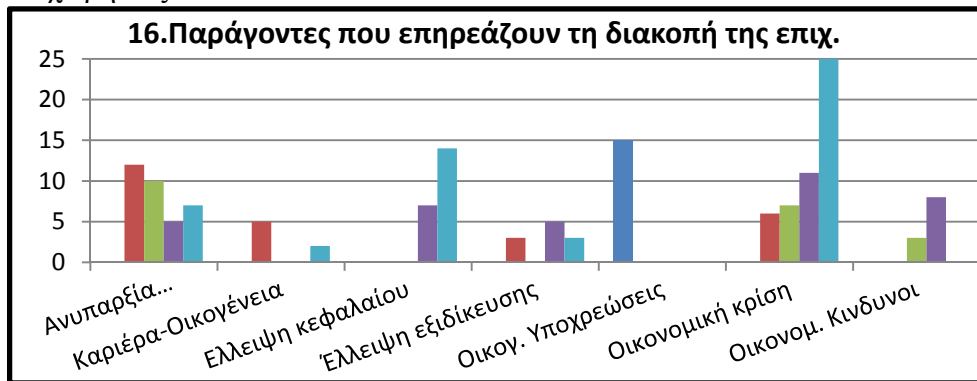
Εικόνα 16-2. Κίνδυνοι κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης (Κίνδυνοι Ρευστότητας- Λειτουργικοί Κίνδυνοι)



Εικόνα 16-3. Κίνδυνοι κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης (Πιστωτικοί- Κοινωνικοί – Νομικοί και Χρηματοοικονομικοί Κίνδυνοι)

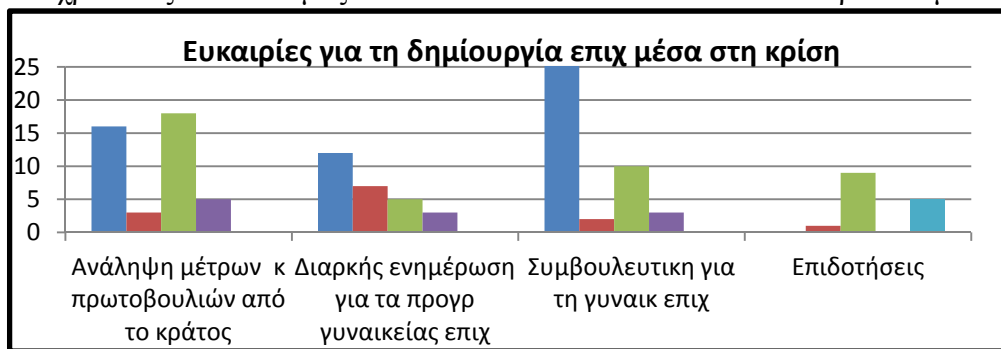
Οι μεγαλύτεροι κίνδυνοι που αντιμετώπισαν οι γυναίκες – επιχειρηματίες κατά τη διάρκεια της κρίσης, και βέβαια συνεχίζουν να αντιμετωπίζουν είναι η μείωση του τζίρου και του αγοραστικού ενδιαφέροντος, η απουσία κατάρτισης, η αδυναμία των επιχειρηματιών να ανταπεξέλθουν στις

υποχρεώσεις τους το οποίο έχει ως συνέπεια να αρνούνται οι προμηθευτές στους επιχειρηματίες την διευκόλυνση της πίστωσης. Επίσης οι τράπεζες αρνούνται την χρηματοδότηση με αποτέλεσμα όλο και πιο πολλές επιχειρήσεις να τείνουν να κλείσουν.



Εικόνα 17. Παράγοντες που επηρεάζουν σε πιθανή διακοπή της επιχείρησης

Ο κύριος λόγος που κάποια γυναίκα επιχειρηματίας θα έφτανε στο σημείο να κλείσει την επιχείρησή της είναι η οικονομική κρίση. Λόγω της κατάστασης αυτής η έλλειψη κεφαλαίου είναι ο σημαντικότερος λόγος. Επίσης οι επιχειρηματίες κατανοούν την κατάσταση αλλά προτιμούν να κλείσουν οι επιχειρήσεις τους παρά να έχουν ζημιά και μάλιστα ανεπανόρθωτη. Διότι, όπως μου απάντησε μία από τις ερωτηθείσες γυναίκες, "δεν υπάρχουνε μισθοί, δεν υπάρχουν αγοραστές, δεν υπάρχουν έσοδα, πώς λοιπόν εμείς θα μπορέσουμε να ανταπεξέλθουμε στις υποχρεώσεις μας και να επιβιώσουμε?"



Εικόνα 18. Ευκαιρίες που μπορεί να εκμεταλλευτεί μια γυναίκα για να ανοίξει μια επιχείρηση κατά τη διάρκεια της κρίσης

Για να ανοίξει μία γυναίκα αυτή την περίοδο της κρίσης μία επιχείρηση αυτό που πρώτα πρώτα χρειάζεται είναι καθοδήγηση. Πρέπει να ενημερώνετε και για αυτό υπάρχουν πολλές οργανώσεις συμβουλευτικού και νομικού περιεχομένου που υποστηρίζουν την γυναικεία επιχειρηματικότητα.

XII. Συμπεράσματα

Όπως έχω ήδη αναφέρει σε προηγούμενα κεφάλαια, η γυναικεία επιχειρηματικότητα, πριν την οικονομική κρίση που έγινε αισθητή το 2010, είχε μία αυξανόμενη εξάπλωση σε όλες τις περιοχές της χώρας. Οι γυναίκες που για χρόνια δεν έπαιρναν την πρωτοβουλία να γίνουν τα «αφεντικά» του εαυτού τους, είτε γιατί δεν είχαν την οικονομική δυνατότητα, είτε λόγω των οικογενειακών υποχρεώσεων, είτε γιατί απλά δεν ήθελαν να αναλάβουν ευθύνες που πίστευαν ότι δεν θα τις έφερναν σε πέρας λόγω αυτού που λέμε.. ότι η επιχειρηματικότητα είναι γένους αρσενικού. Λάθος!

Καμία δουλειά και καμία τέχνη ή ικανότητα, δεν είναι κάτι το οποίο το γνωρίζαμε από πάντα, ούτε οι άντρες ούτε οι γυναίκες. Όλα τα πράγματα μαθαίνονται και πρέπει να βρίσκουμε την δύναμη να τολμούμε ακόμα κι αν όλα είναι εναντίον μας ή όλοι προσπαθούν να μας πείσουν ότι δεν θα πετύχουμε γιατί κακά τα ψέματα ακόμα και στις μέρες μας πολλοί παλαιών αρχών και μεγάλοι σε ηλικία άνθρωποι και κυρίως άντρες πιστεύουν ότι μία γυναίκα δεν θα καταφέρει ποτέ να κρατήσει μια επιχείρηση «ζωντανή».

Έτσι λοιπόν όταν κάποτε οι γυναίκες δεν έπαιρναν τέτοιου είδους σημαντικές αποφάσεις για τη ζωή τους, πλέον η γυναικεία επιχειρηματικότητα έχει αυξηθεί πάρα πολύ. Πλέον υπάρχουν πάρα πολλές γυναίκες επιχειρηματίες ,ιδιοκτήτριες μικρών και μεγάλων καταστημάτων, ιδιοκτήτριες εταιριών, αλλά και γενικά υπάρχουν γυναίκες σε θέσεις πολύ σημαντικές και ζωτικές για τις επιχειρήσεις.

Εξαιτίας της οικονομικής κρίσης, όλες οι επιχειρήσεις έχουν πληγεί από μεγάλη μείωση εσόδων με αποτέλεσμα πολλές επιχειρήσεις να αναγκάζονται να κλείσουν. Παρόλα αυτά, στις συζητήσεις που έκανα με τις γυναίκες επιχειρηματίες, οι περισσότερες δεν είναι πρόθυμες να αφήσουν τους κόπους τους να πάνε χαμένες και πολλές δήλωσαν ότι θα το παλέψουν όσο περισσότερο μπορούνε δηλαδή μέχρι το σημείο που αντί να έχουν περισσότερο κέρδος ,θα έχουν ζημία. Παρόλα αυτά προσπαθούν με τρόπους όπως η απόλυση του προσωπικού, η μεταφορά σε μικρότερο ή ιδιόκτητο χώρο , η μείωση των δαπανών, η μείωση των τιμών, να ανταπεξέλθουν την κρίση, ώστε να τους μένει περισσότερο κέρδος.

Όσον αφορά τα εκπαιδευτικά προγράμματα, κυρίως οι γυναίκες άνω των 35 που δεν έχουν λάβει κάποια μόρφωση πέραν του γυμνασίου ή λυκείου ,που έχουν την θέληση και την όρεξη να μάθουν περισσότερα πράγματα για το αντικείμενο που τους ενδιαφέρει είτε πάνω στην δουλειά τους ή όχι δεν είναι σε θέση να παρακολουθήσουν τα προγράμματα λόγω του κόστους και της διάρκειας τους που θα τις απασχολεί από τις εργασιακές τους υποχρεώσεις και τις οικογενειακές.

Όσες γυναίκες ερωτήθηκαν για τα επιδοτούμενα προγράμματα του ΕΣΠΑ ήταν απογοητευμένες από την άποψη της επιδότησης και όλης της διαδικασίας. Συγκεκριμένα, δύο γυναίκες επιχειρηματίες αφού είχαν κάνει όλη την διαδικασία που απαιτείται η οποία ήταν πολύ χρονοβόρα και είχαν εγκριθεί οι αιτήσεις, τους χορήγησαν την πρώτη δόση μετά από αρκετό χρονικό διάστημα και έπειτα τα ζήτησαν πίσω. Μερικές γυναίκες όμως είπαν ότι η χρηματοδότηση από το ΕΣΠΑ ήταν πολύ σημαντική και τους βοήθησε πολύ στο ξεκίνημα τους.

Τέλος, το 60% των ερωτηθέντων γυναικών πιστεύει και ελπίζει ότι οι δουλειές τους θα αυξηθούν και πάλι όπως και παλιότερα και ότι ο καλύτερος τρόπος για να αντιμετωπιστεί η κρίση είναι η υπομονή και η θέληση για επιτυχία που όλες οι ερωτηθείσες το έχουν.

«Θα ήθελα να ευχαριστήσω πολύ όλες τις αξιόλογες Κυρίες που συνεργάστηκαν και είχαν τη διάθεση να απαντήσουν το ερωτηματολόγιο.»

XIV. Παράρτημα

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΓΙΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΘΕΜΑ_ «Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα»

1. Ηλικία

- 18-25 26-35 36-45 46-55 56-65

2. Μορφωτικό επίπεδο

- Δημοτικό Γυμνάσιο Λύκειο ΙΕΚ ΤΕΙ ΑΕΙ
 Μεταπτυχιακό Διδακτορικό

3. Οικογενειακή κατάσταση

- Άγαμη Έγγαμη Διαζευγμένη Χήρα

4. Αριθμός παιδιών

- Κανένα 1 Παιδί 2 Παιδιά 3 Παιδιά Περισσότερα από 3

5. Τομέας Δραστηριότητας (Σημειώστε ΜΟΝΟ μια απάντηση)

- Εικαστικά (ζωγραφική, φωτογραφία,)
 Εκπαίδευση (ιδιωτικά σχολεία, φροντιστήρια κ.λπ.)
 Γυμναστήρια, κομμωτήρια, ινστιτούτα αισθητικής
 Εμπορικά μαγαζιά
 Επιχειρήσεις ψυχαγωγίας & εστίασης (μπαρ, καφέ)
 Ηλεκτρονικό εμπόριο
 Υπηρεσίες υγείας, φαρμακεία
 Παιδικοί σταθμοί, Παιδότοποι
 Παραγωγή τροφίμων
 Συνεταιρισμοί
 Τουριστικές επιχειρήσεις (ξενοδοχεία, ξενώνες, γραφείο τουρισμού)
 Βιοτεχνίες, οικοτεχνία (αργυροχοΐα, χρυσοχοΐα, υφαντουργία, ραπτική)
 Λογιστικά –φοροτεχνικό γραφείο
 Άλλο.....

6. Μέσος όρος ημερήσιας εργασίας

- < 5 ώρες 5-8 ώρες 9-11 ώρες > 12 ώρες

7. Πόσα έτη λειτουργεί η επιχείρησή σας;

- < 1 έτος 2-4 έτη 5-10 έτη >10 έτη

8. Αριθμός έμμισθου προσωπικού στην επιχείρησή σας

- Κανένας Μέλος οικογένειας, άμισθο 1-3 4-10 11-20 >20

9. Ετήσιος τζίρος της επιχείρησής σας

	2011	2012
<12000€		
12000€-18000€		
18000€-30000€		
30000€-60000€		

10. Σημειώστε με ένα ναι ή όχι ποιοι από τους παρακάτω παράγοντες καθόρισαν την αρχική σας απόφαση σας να δραστηριοποιηθείτε επιχειρηματικά. (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα)

	Ναι	Όχι
Αδυναμία εξεύρεσης εργασίας/ανεργία	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ανεξαρτησία	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Κοινωνική καταξίωση	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αναζήτηση, εντοπισμός & εκμετάλλευση ευκαιριών στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ανασφάλεια μισθωτής εργασίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αξιοποίηση γνώσεων, εμπειρίας & δεξιοτήτων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αξιοποίηση ελεύθερου χρόνου	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Απόλυση	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ύπαρξη και συνέχιση οικογενειακής επιχείρησης	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ύπαρξη και αξιοποίηση κατάλληλου κεφαλαίου/ χώρου	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Έλλειψη εναλλακτικής διεξόδου	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ενδιαφέρον για το αντικείμενο	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ενίσχυση οικογενειακού εισοδήματος	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Επιδότηση από κάποιο πρόγραμμα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Κατάλληλες γνωριμίες & διασυνδέσεις	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Προσωπική φιλοδοξία	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Συνάφεια με σπουδές	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Άλλο		

11. Σημειώστε πόσο σημαντική είναι κατά τη γνώμη σας είναι κάθε μια από τις παρακάτω ιδιότητες / ικανότητες που πρέπει να διαθέτει μια γυναίκα επιχειρηματίας ώστε να πετύχει.

	Καθόλου	Λίγο	Ούτε λίγο ούτε πολύ	Πολύ	Πάρα πολύ
Ανάληψη κινδύνων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ανεξαρτησία	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αυτονομία	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αυτοπεποίθηση	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Γνώσεις	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Δέσμευση έναντι των άλλων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Δημιουργικότητα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ενεργητικότητα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Εξυπνάδα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Επιμονή & υπομονή	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ευγένεια	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ευελιξία	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ικανότητα διάκρισης και αξιοποίησης ευκαιριών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Προκατάληψη λόγω φύλου	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Καινοτομία	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ικανότητα Διοίκησης προσωπικού	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ικανότητα διαπραγμάτευσης	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Κοινωνικότητα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ηγετικές ικανότητες και όραμα που εμπνέει	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Οργάνωση & προγραμματισμός πόρων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Προνοητικότητα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Προσαρμοστικότητα και αντοχή	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Προσωπική αποτελεσματικότητα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Πρωτοβουλία	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Άλλο	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Σημειώστε σε ποιο βαθμό αντιμετωπίσατε ως γυναίκα επιχειρηματίας τους παρακάτω κινδύνους / εμπόδια τόσο κατά την έναρξη της όσο και κατά την λειτουργία της επιχείρησής σας πριν από την κρίση.

	Καθόλου	Λίγο	Ούτε λίγο ούτε πολύ	Πολύ	Πάρα πολύ
Αδυναμία πρόσβασης σε υποστηρικτικούς μηχανισμούς	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ανεπάρκεια θεσμών και φορέων στήριξης επιχειρηματ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Γραφειοκρατία	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Έλλειψη δομών συμβουλευτικής	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Έλλειψη ενημέρωσης / πληροφόρησης	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Έλλειψη κατάλληλων διασυνδέσεων και γνωριμιών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Έλλειψη φορέων κατάρτισης / εξειδίκευσης	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Οικονομικές δυσκολίες	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρηματοδότηση / Δυσκολία ανεύρεσης κεφαλαίου	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. Σε ποιο βαθμό επηρεάστηκε η επιχείρησή ή το γραφείο σας από την οικονομική κρίση;

Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. Πως αντιδράσατε μέχρι σήμερα στην κρίση (Σημειώστε από 1 έως 3 απαντήσεις);

Αλλαγή κατεύθυνσης / προϊόντων	<input type="checkbox"/>
Απολύσεις προσωπικού	<input type="checkbox"/>
Μεταφορά σε μικρότερο χώρο	<input type="checkbox"/>
Περιοχές δαπανών	<input type="checkbox"/>
Προσπάθεια πρόσβασης σε αγορές εξωτερικού	<input type="checkbox"/>
Σκέπτεστε να κλείσετε την επιχείρηση	<input type="checkbox"/>

15. Σημειώστε σε ποίο βαθμό αντιμετωπίζετε ως γυναίκα επιχειρηματίας τους παρακάτω κινδύνους στην διάρκεια της λειτουργίας της επιχείρησής εξαιτίας της οικονομικής κρίσης.

	Καθόλου	Λίγο		Πολύ	Πάρα πολύ
Εμπορικοί κίνδυνοι (market risks)					
Αδυναμία προσέγγισης νέων πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Απώλεια πελατών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μειωμένη πρόσβαση σε δίκτυα διανομής	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αδυναμία εισόδου σε νέες αγορές	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μειωμένο αγοραστικό ενδιαφέρον	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Επιχειρηματικοί κίνδυνοι (Business risks)					
Υψηλός ανταγωνισμός	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Δυσμενείς εξελίξεις στο επιχειρηματικό περιβάλλον	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μείωση τζίρου	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μη βιωσιμότητα επιχείρησης	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Κίνδυνοι ρευστότητας (liquidity risks)					
Μειωμένη ρευστότητα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Επιδείνωση / διακοπή όρων πίστωσης από προμηθευτές	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Επιδείνωση στις εισπράξεις από οφειλέτες	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Λειτουργικοί κίνδυνοι (operational risks)					
Απουσία ενδοεπιχειρησιακής κατάρτισης και εκπαίδευσης εργαζομένων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μειωμένος/ απαξιωμένος -εξοπλισμός παραγωγικής διαδικασίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Πλημμελής συντήρηση πάγιου ενεργητικού	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Πολύωρη & μη ανταποδοτική εργασία	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήση μη εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Έλλειψη καινοτομίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Πιστωτικοί κίνδυνοι (credit risks)					
Αδυναμία αποπληρωμής οικονομικών υποχρεώσεων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Κοινωνικοί κίνδυνοι					
Προκατάληψη λόγω φύλου	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Νομικοί κίνδυνοι (legal risks)					
Μη τήρηση συμβολαίων & συμβάσεων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρηματοοικονομικοί κίνδυνοι (financial risks)					
Άρνηση χρηματοδότησης από επίσημες πηγές	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Διακοπή / μείωση χρηματοδότησης από Τράπεζες	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

16. Σημειώστε ποίοι από τους παρακάτω παράγοντες σας επηρεάζουν σε τυχόν απόφαση διακοπής της επιχειρηματικής σας δραστηριότητας κατά την παρούσα περίοδο.

	Καθόλου	Λίγο		Πολύ	Πάρα πολύ
Ανυπαρξία ευκαιριών στην αγορά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Δυσκολία συνδυασμού καριέρας - οικογένειας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Έλλειψη οικονομικού κεφαλαίου	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Έλλειψη προσόντων & εξειδίκευσης	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Οικογενειακές υποχρεώσεις	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Οικονομική κρίση	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Οικονομικοί κίνδυνοι	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Προκατάληψη λόγω φύλου	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

17. Σημειώστε σε ποιό βαθμό κατά τη γνώμη σας μια γυναίκα μπορεί να εκμεταλλευτεί τις παρακάτω ευκαιρίες ώστε να δημιουργήσει την δική της επιχείρηση ακόμη και μέσα στην οικονομική κρίση.

	Καθόλου	Λίγο	Ούτε λίγο ούτε πολύ	Πολύ	Πάρα πολύ
Ανάληψη μέτρων & πρωτοβουλιών από το Κράτος για την αύξηση της ανταγωνιστικότητας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Διαρκής ενημέρωση & πληροφόρηση για προγράμματα που ευνοούν τη γυναικεία επιχειρηματικότητα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Δομές συμβουλευτικής για γυναικεία επιχειρηματικότητα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Εκπαιδευτικά/επιμορφωτικά σεμινάρια στη γυναικεία επιχειρηματικότητα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Επιδότησεις ή ευνοϊκή δανειοδότηση για γυναικεία επιχειρηματικότητα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ευνοϊκές ρυθμίσεις & παροχή κινήτρων από το Κράτος για ανάπτυξη γυναικείας επιχειρηματικότητας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

18 Ποιοι από τους παρακάτω παράγοντες είναι λιγότερο ή περισσότερο σημαντικοί για την διατήρηση/ επιβίωση της επιχείρησής σας κατά την διάρκεια της οικονομικής κρίσης.

	Καθόλου	Λίγο	Ούτε λίγο ούτε πολύ	Πολύ	Πάρα πολύ
Βοήθεια και συμβουλευτική για εξαγωγικό προσανατολισμό	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Δημιουργία νέων ευκαιριών με το άνοιγμα κλειστών επαγγελμάτων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ικανότητες γυναίκας επιχειρηματία: δημιουργικότητα & επαγρύπνηση	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Υποστήριξη γυναίκας επιχειρηματία από επιχειρηματικά δίκτυα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Καλύτερη & ευκολότερη πρόσβαση σε Ευρωπαϊκά ή Εθνικά Προγράμματα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Τραπεζικός δανεισμός	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρηματοδοτική Μίσθωση (Leasing)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρηματοδότηση μέσω ΕΟΜΜΕΧ (Ελληνικός Οργανισμός Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων και Χειροτεχνίας)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Πάγωμα / αναδιάρθρωση δανείων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αποφυγή σπατάλης πόρων & ανθρώπινης προσπάθειας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Διαφήμιση - προβολή	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Προσαρμογή προϊόντος/υπηρεσίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ενίσχυση γνώσεων management	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Καινούργιες αγορές - εξωστρέφεια	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Καινοτομία/ οργάνωση	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Βελτίωση ποιότητας προϊόντων / υπηρεσιών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Προσιτή τιμή προϊόντων/ υπηρεσιών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Καλές σχέσεις με πελάτες	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Τόπος εγκατάστασης / Υποδομή	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Υψηλό επίπεδο εξυπηρέτησης πελάτη	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρηματοοικονομική διαχείριση (Διαχείριση κινδύνου, εισπράξεων και πληρωμών)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρηματοοικονομική κατάσταση- χρηματοδότηση	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Βιβλιογραφία (ελληνική και ξένη)

Άρθρα

- Breanna (2010)- Ιστότοπος *Therapist Schools* -Μετάφραση του άρθρου
Πρόσβαση: <http://www.asuccessfulwoman.com/aswblog/five-characteristics-successful-women>
- Icap Group (14 Ιαν 2012)- Ερευνα με τίτλο..
«Μία στις πέντε επιχειρήσεις στην Ελλάδα διοικείται από Γυναίκα»
- Lynn Banis (2002)- Characteristics of Successful Women Leaders
Μετάφραση άρθρου -Πρόσβαση: <http://ezinearticles.com/?7-Characteristics-of-Successful-Women-Leaders&id=4784705>
- Γεωργία Ροσγοβά (Νοέμβριος 2009)- Πτυχιακή εργασία με θέμα :
«Η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα»
Πρόσβαση:[http://nemertes.lis.upatras.gr/jspui/bitstream/10889/3269/1/Nimertis_Rosgova\(de\).pdf](http://nemertes.lis.upatras.gr/jspui/bitstream/10889/3269/1/Nimertis_Rosgova(de).pdf)
- Γιώτα Ηλίου – Interview of Olga Stavropoulou -Ιστότοπος Isotimia.gr
Μετάφραση του άρθρου
Πρόσβαση:<http://mentering.eu/el/isotimia-gr-read-the-interview-of-olga-stavropoulou-in-greek/>
- Θεόδωρος Κατσανέβας- «Η επιχειρηματικότητα των γυναικών στην Ελλάδα» -Σύνοψη μελέτης ομάδας Ερευνών του Πανεπιστημίου Πειραιώς στα πλαίσια του προγράμματος III Archimed Interreg
Πρόσβαση:https://www.google.gr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CC8QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.unipi.gr%2Fkatsanevas%2Farthra%2Fscientific%2520articles%2F76_epixeirimatikotita_gunaikwn.doc&ei=-430UIyTHMip4gTJnlGQCA&usg=AFQjCNGkOG1Ku_cBCTNyfxRkZPxBr4ROGA&sig2=X8i1UqYK4FBB-m3QJKWdUQ&bvm=bv.1357700187,d.bGE
- Κασσιμάτης Γεώργιος, «Ενίσχυση γυναικείας επιχειρηματικότητας»,
Εισήγηση, Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Πειραιώς.
Πρόσβαση: http://www.femens.gr/Portals/0/deltia/omilia_kassimati.pdf

- Κοσμά Γιασεμή -Γραμματέα του EC-BIC Σερρών
Γυναικεία Επιχειρηματικότητα Επιλεγμένη πτυχιακή εργασία της
Πρόσβαση:
[http://www.eif.gov.cy/mlsi/dl/genderequality.nsf/All/4680982843D6AC32C22579A7002E1CAE/\\$file/%CE%93%CF%85%CE%BD%CE%B1%CE%B9%CE%BA%CE%B5%CE%AF%CE%B1%20EPIXIRIMATIKO%20THTA.pdf](http://www.eif.gov.cy/mlsi/dl/genderequality.nsf/All/4680982843D6AC32C22579A7002E1CAE/$file/%CE%93%CF%85%CE%BD%CE%B1%CE%B9%CE%BA%CE%B5%CE%AF%CE%B1%20EPIXIRIMATIKO%20THTA.pdf)
- Χριστίνα Αθανασιάδου (2002) - «*Νέες γυναίκες με πανεπιστημιακή μόρφωση και η συμφιλίωση της ιδιωτικής και της δημόσιας σφαίρας στο σχεδιασμό της ενήλικης ζωής*» -(Απόσπασμα από διδακτορική διατριβή)
Τμήμα Ψυχολογίας Α.Π.Θ, Θεσσαλονίκη
Πρόσβαση:http://repository.edulll.gr/edulll/retrieve/5433/1468_03_Athanasiasidou.pdf
- <http://forza-grecia.pblogs.gr/>
Άρθρο: «*Η θέση της Γυναίκας χθες και σήμερα*» - Έτος 2011

Βιβλία

- Levent B.,Masurel E.,Nijkamp P., (2002) “Diversity in Entrepreneurship:Ethnic and Female roles in urban economic life”,
International Journal of Social Economics

Ιστοσελίδες

- Εθνικού Επιμελητηριακού Δικτύου Ελληνίδων Γυναικών Επιχειρηματιών Πρόσβαση: <http://www.eedege.eu/>
- Ελληνική Εταιρία Διοικήσεως Επιχειρήσεων (ΕΕΔΕ)
Πρόσβαση: http://www.eede.gr/pdf/profile_eede_140113.pdf
- Μιχάλης Πολίτης (Φεβρουάριος 2011)- «*Η Ελληνίδα στην πολιτική. Ιστορική αναδρομή*» Πρόσβαση:
http://www.noikokyra.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=202:2011-02-13-16-52-12&catid=76:2010-06-29-11-21-41&Itemid=90
- Σταύρος Ιωαννίδης-Άγγελος Τσακανίκας-Στελίνα Χατζηχρήστου
Δεκέμβριος 2010- «*Η επιχειρηματικότητα στα όρια της κρίσης*»
GEM Greece 2008-2009/ 2009-2010 Report από τον ιστότοπο του
Global Entrepreneurship Monitor

Πρόσβαση: <http://www.gemconsortium.org/docs/download/726>

- Σωκράτης Ξυνίδης-Αναπληρωτής Υπουργός Ανάπτυξης Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας (2007)
Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα & Επιχειρηματικότητα» Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς- Πρόγραμμα «Ενίσχυση Επιχειρηματικότητας Γυναικών» ΕΣΠΑ 2007-2013
Πρόσβαση:
<http://www.efepae.gr/data/draseis/gynaikeia/%CE%A4%CE%A1%CE%9F%CE%A0%CE%9F%CE%A0%CE%9F%CE%99%CE%97%CE%9C%CE%95%CE%9D%CE%9F%CE%A3%CE%9A%CE%91%CE%9D%CE%9F%CE%9D%CE%99%CE%A3%CE%9C%CE%9F%CE%A3%CE%A5%CE%9B%CE%9F%CE%A0%CE%9F%CE%99%CE%97%CE%A3%CE%97%CE%A3.pdf>

- ΕΣΠΑ-Υπουργείο Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας, Μεταφορών, Υποδομών και δικτύων- Γενική Γραμματεία Δημόσιων επενδύσεων - Υπηρεσία Διαχείρισης επιχειρησιακού προγράμματος Ανταγωνιστικότητα και επιχειρηματικότητα (Ιανουάριος 2013)
Πρόσβαση:
http://www.espa.gr/Lists/Proclamations/Attachments/2329/epeaa_130118_Odigos_Gynaikeia.pdf

- "Θετικές Ενέργειες Υπέρ των Γυναικών"
"Επιμόρφωση – Πιστοποίηση Γυναικών Αρχικής Επαγγελματικής Εκπαίδευσης & Κατάρτισης σε Δεξιότητες Πληροφορικής Επιχειρηματικού Σεναρίου" του ΕΠΕΑΕΚ 2000-2006 που συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (Ε.Κ.Τ.) κατά 75% και Εθνικούς πόρους κατά 25%.
Πρόσβαση: http://repository.edulll.gr/edulll/retrieve/4607/1307_08.pdf

- «Οδηγός καλών πρακτικών γυναικείας επιχειρηματικότητας σε ανδροκρατούμενους τομείς της οικονομίας»
Πρόσβαση: <http://www.femens.gr/Portals/0/paradotea/FEMALE%20GUIDE3.pdf>

- Σύνδεσμος για τα Δικαιώματα της Γυναίκας
Πρόσβαση: <http://www.leaguewomenrights.gr/index.php?menu=66>