



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

**Τίτλος Εργασίας: ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗ
ΤΗΣ ΝΕΑΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ**

Πτυχιακή Εργασία των

Παπά Ευτυχία Α.Μ. 8954

Σιάννα Αλεξάνδρα Βερόνικα Ισαβέλλα Α.Μ. 8946

Σταυροπούλου Ελένη Α.Μ. 8804

Επιβλέπων: Αναστασίου Αθανάσιος

ΠΑΤΡΑ 2014

Τίτλος Εργασίας:

**«ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΗΣ ΝΕΑΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»**



Title:

**“DEVELOPMENT AND PROMOTION OF YOUTH AND WOMEN
ENTREPRENEURSHIP”**

ABSTRACT

It is generally accepted that female and juvenile entrepreneurship are phenomena which we find very strongly in recent years in everyday life, both in the media and in the financial press , newspapers and magazines . These terms refer to a contemporary reality which is established and is increasingly the subject of scientific study and commenting agencies and organizations at national , European and international level.

The purpose of this thesis is to understand the motivations of women in entrepreneurship and problems encountered and the aid effort through programs . To fulfill the purpose of the work was carried out a literature review of existing Greek and foreign literature on the topic under investigation . The work consists of two parts: theoretical and research . The theory includes data derived from literature review and the research component was deemed necessary pension questionnaire .

The first chapter details the conditions of women and youth entrepreneurship and the environment for entrepreneurship in the Greek economic crisis .

The second chapter presents the youth entrepreneurship , the characteristics of new age entrepreneurs and factors that contribute to youth entrepreneurship .

The third chapter talks about the major factors that led to the entrance of women into the labor market , the characteristics of women entrepreneurs and in particular the Greeks and the motivations driving women entrepreneurship .

Then, the fourth chapter studies the state vectors that promote women and youth entrepreneurship , institutions and services to support women entrepreneurship and modern entrepreneurship programs .

The fifth chapter presents the research conducted . The survey questionnaire was distributed to promote women entrepreneurship in the Greek market , aged from 35 to 40 years , during the period July 2013 - August 2013. Lastly, the conclusions given .

ΠΡΟΛΟΓΟΣ:

Σκοπός της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι η παρουσίαση και η κατανόηση των εννοιών της γυναικείας και νεανικής επιχειρηματικότητας, καθώς και η ανάπτυξη και η προώθηση τους.

Συγκεκριμένα, στο πρώτο κεφάλαιο αναλύονται η επιχειρηματικότητα, τα χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών και το περιβάλλον της επιχειρηματικότητας στην οικονομική κρίση.

Στο δεύτερο παρουσιάζονται τα κίνητρα, οι παράγοντες επιτυχίας καθώς και τα εμπόδια που αφορούν την νεανική επιχειρηματικότητα.

Στο τρίτο κεφάλαιο αντίστοιχα παρουσιάζεται η γυναικεία επιχειρηματικότητα. Τους λόγους ώθησης των γυναικών, τα χαρακτηριστικά των γυναικείων επιχειρήσεων και τα προβλήματα που καλείται η γυναίκα επιχειρηματίας ν' αντιμετωπίσει.

Έπειτα, το τέταρτο κεφάλαιο μελετά τους κρατικούς φορείς που ενισχύουν την γυναικεία και την νεανική επιχειρηματικότητα και τις υπηρεσίες υποστήριξης τους καθώς και τα σύγχρονα προγράμματα επιχειρηματικότητας.

Στην συνέχεια, στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζει μια έρευνα η οποία διεξήχθη αποκλειστικά για την εκπόνηση της συγκεκριμένης εργασίας. Αναλυτικότερα, υπάρχει το ερωτηματολόγιο της έρευνας που μοιράστηκε σε γυναίκες που προωθούν την επιχειρηματικότητα στην ελληνική αγορά, ηλικίας μεταξύ 35 – 40 ετών, κατά το χρονικό διάστημα Ιουλίου 2013 – Αύγουστου 2013. Τέλος, παρατίθενται τα συμπεράσματα που προέκυψαν.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ:

Είναι γενικά παραδεκτό πως η γυναικεία καθώς και η νεανική επιχειρηματικότητα είναι φαινόμενα τα οποία συναντάμε πολύ έντονα τελευταία χρόνια στην καθημερινότητα, τόσο στα Μ.Μ.Ε όσο και στον οικονομικό τύπο, ημερήσιο και περιοδικό. Οι όροι αυτοί αναφέρονται σε μια σύγχρονη πραγματικότητα η οποία εδραιώνεται και γίνεται όλο και περισσότερο αντικείμενο επιστημονικής μελέτης και σχολιασμού οργανώσεων και οργανισμών, σε εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο.

Σκοπός της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι η κατανόηση των κινήτρων που ωθούν τις γυναίκες στην επιχειρηματικότητα και των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν καθώς και η ενίσχυση της προσπάθειας τους μέσω προγραμμάτων. Για την εκπλήρωση του σκοπού της εργασίας πραγματοποιήθηκε βιβλιογραφική ανασκόπηση της υπάρχουσας ελληνικής και ξενόγλωσσης βιβλιογραφίας σχετικά με το υπό έρευνα θέμα. Η εργασία αποτελείται από δυο μέρη: το θεωρητικό και το ερευνητικό. Το θεωρητικό περιλαμβάνει στοιχεία που προέρχονται από βιβλιογραφική ανασκόπηση, ενώ για το ερευνητικό κομμάτι κρίθηκε απαραίτητα η σύνταξη ερωτηματολογίου.

Στο πρώτο κεφάλαιο της εργασίας αναλύονται οι όροι της γυναικείας και της νεανικής επιχειρηματικότητας και το περιβάλλον της επιχειρηματικότητας στην οικονομική κρίση της Ελλάδας.

Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζεται η νεανική επιχειρηματικότητα, τα χαρακτηριστικά των νέων ηλικιακά επιχειρηματιών καθώς και παράγοντες που συντελούν στην νεανική επιχειρηματικότητα.

Στο τρίτο κεφάλαιο γίνεται λόγος για τους σημαντικότερους παράγοντες που συντέλεσαν στην είσοδο της γυναίκας στην αγορά εργασίας, τα χαρακτηριστικά των γυναικών επιχειρηματιών και συγκεκριμένα των ελληνίδων και τα κίνητρα που ωθούν τις γυναίκες στην επιχειρηματικότητα.

Στη συνέχεια, στο τέταρτο κεφάλαιο μελετούνται οι κρατικοί φορείς που ενισχύουν την γυναικεία και την νεανική επιχειρηματικότητα, οι φορείς και οι υπηρεσίες υποστήριξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας καθώς και τα σύγχρονα προγράμματα επιχειρηματικότητας.

Στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η έρευνα η οποία διεξήχθη. Το ερωτηματολόγιο της έρευνας μοιράστηκε σε γυναίκες που προωθούν την επιχειρηματικότητα στην ελληνική αγορά, ηλικίας μεταξύ 35 – 40 ετών, κατά το χρονικό διάστημα Ιούλιος 2013 – Αύγουστος 2013. Τέλος, παρατίθενται συμπεράσματα.

Πίνακας περιεχομένων

ABSTRACT.....	3
ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	4
ΠΕΡΙΛΗΨΗ :	4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ I: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	7
I.i. Ορισμοί.....	7
I.ii. Ο επιχειρηματίας γεννιέται ή γίνεται	7
I.iii. Το περιβάλλον της επιχειρηματικότητας στην οικονομική κρίση της Ελλάδας	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ II: ΝΕΑΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	10
II.i. Χαρακτηριστικά των νέων επιχειρηματιών.....	10
II.ii Παράγοντες επιτυχία της νεανικής επιχειρηματικότητας.....	11
II.iii. Κίνητρα των νέων για την επιχειρηματικότητα.....	11
II.iv. Ανασταλτικοί παράγοντες στην ανάπτυξη της νεανικής επιχειρηματικότητας	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ III: ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	16
III.i. Έννοια γυναικείας επιχειρηματικότητας	16
III.ii. Χαρακτηριστικά των γυναικείων επιχειρήσεων.....	16
III.iii. Η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.....	17
III.iv. Τα κίνητρα της επιχειρηματικότητας των γυναικών	19
III.v. Οι λόγοι ώθησης της γυναίκας στην εργασία.....	20
III.vi. Σημαντικότεροι παράγοντες της γυναικείας επιχειρηματικότητας	21
III.vii. Εμπόδια και δυσκολίες ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας από γυναίκες	22
III.viii. .. Ανασταλτικοί παράγοντες ανάπτυξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας	24
III.ix. Γυναικεία επιχειρηματικότητα και τα προβλήματα που αντιμετωπίζει	26
ΚΕΦΑΛΑΙΟ IV: ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΝΕΩΝ ΚΑΙ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	27
IV.i. Φορείς ενίσχυσης της νεανικής επιχειρηματικότητας.....	27
IV.ii Φορείς και υπηρεσίες υποστήριξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ V: ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ.....	36
V.i Επιλογή του δείγματος	36
V.ii Δομή και περιεχόμενο του ερωτηματολογίου	36
V.iii Μεθοδολογική προσέγγιση και ανάλυση των δεδομένων.....	36
V.iv Αποτελέσματα	37
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	49
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	49

ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

1.1. Ορισμοί

Επιχειρηματικότητα είναι η αναγνώριση μιας ευκαιρίας για δημιουργία αξίας και η διαδικασία των δράσεων που ακολουθείται για τη συγκεκριμένη ευκαιρία ανεξάρτητα με το εάν σχηματίζεται ένα εγχείρημα ή όχι.

Ο προηγούμενος ευρύς ορισμός περιλαμβάνει πολλούς τύπους επιχειρηματικότητας και δεν περιορίζει την έννοια στη δημιουργία νέας επιχείρησης¹.

Η νεανική επιχειρηματικότητα ακολουθεί τον παραπάνω ορισμό με την προσαρμογή στις αντίστοιχες ηλικιακές ομάδες που είναι 18-24 και 25-34. Αντίστοιχα, η γυναικεία επιχειρηματικότητα ακολουθεί τον παραπάνω ορισμό με μόνο περιορισμό το φύλλο (γυναικείο φύλλο) του ατόμου.

Ένας δεύτερος ορισμός της επιχειρηματικότητας, την τοποθετεί ως μια δυναμική διαδικασία κατά την οποία τα άτομα σταθερά εντοπίζουν οικονομικές ευκαιρίες και τις εκμεταλλεύονται μέσα από την ανάπτυξη, παραγωγή και πώληση αγαθών και υπηρεσιών. Η διαδικασία αυτή απαιτεί την ύπαρξη ποιοτικών ιδιοτήτων στα άτομα, όπως εμπιστοσύνη στον εαυτό τους, δυνατότητα και διάθεση ανάληψης κινδύνου και ένα αίσθημα προσωπικής δέσμευσης².

Επίσης, επιχειρηματικότητα είναι η διαδικασία κατά την οποία άνθρωποι, κεφάλαια, αγορές, παραγωγικές εγκαταστάσεις και γνώση συνενώνονται για να δημιουργήσουν μια επιχείρηση η οποία δεν υπήρχε προηγουμένως³.

Κατά τον Gartner επιχειρηματικότητα είναι η δημιουργία μιας νέας δραστηριότητας⁴. Ενώ, για την Επιτροπή Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων επιχειρηματικότητα είναι η σκέψη και η διαδικασία να δημιουργήσεις και να αναπτύξεις οικονομική δραστηριότητα που θα βασίζεται στο συνδυασμό της ανάληψης κινδύνου, δημιουργικότητας και/ή καινοτομίας με τη διαχείριση μέσα σε ένα νέο ή υπάρχοντα οικονομικό οργανισμό⁵.

1.2. Ο επιχειρηματίας γεννιέται ή γίνεται

Αν και υπάρχουν χαρακτηριστικά άτομα, τα οποία είναι γεννημένα για επιχειρηματίες, έρευνες αποδεικνύουν ότι κι εκείνος που δεν έχει έμφυτο το ταλέντο της επιχειρηματικότητας, μπορεί να μάθει να είναι δημιουργικός, αποκτώντας και καλλιεργώντας όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά που θα του επιτρέψουν να γίνει καλός και πετυχημένος επιχειρηματίας.

Η επιτυχία βέβαια, ποτέ δεν είναι εξασφαλισμένη, μπορεί ωστόσο να κριθεί από διάφορους παράγοντες, ο σημαντικότερος εκ των οποίων είναι τα κίνητρα του καθενός,

¹ «Νεανική καινοτομία και επιχειρηματικότητα σε περίοδο οικονομικής κρίσης», Γιώργος Δήμας, Αθήνα»

² The European Observatory for SMEs, 2000

³ Landau 1982

⁴ Gartner, 1985

⁵ Επιτροπή Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων

η προσωπική του φιλοδοξία και κατά δεύτερο λόγο η προσωπική του επιλογή, οι σκοποί, οι στόχοι που θέτει και ο τρόπος επίτευξής τους.

Αρκετοί επιστήμονες ισχυρίζονται ότι η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας από κάποιο άτομο οφείλεται σε γενετικούς παράγοντες, αναγνωρίζοντας ότι η επιχειρηματική συμπεριφορά είναι στατική, δηλαδή δεν μεταβάλλεται ούτε στον χρόνο ούτε από τις εμπειρίες.

Ορισμένοι υποστηρίζουν ότι το επιχειρηματικό πνεύμα στηρίζεται στην αλληλεπίδραση μεταξύ προσωπικών χαρακτηριστικών, προσδοκιών, αξιών, πιστεύω, υποβάθρου και περιβάλλοντος.

Όμως οι περισσότεροι επιστήμονες ισχυρίζονται πως οι επιχειρηματίες δεν γεννήθηκαν επιχειρηματίες, αλλά «έμαθαν για να γίνουν». Σύγχρονα προγράμματα σπουδών κολεγίων και πανεπιστημίων παρέχουν αυτή τη δυνατότητα, δηλαδή η επιχειρηματικότητα σήμερα διδάσκεται επιτυχώς. Αρκετές έρευνες δείχνουν ότι ορισμένοι νέοι οδηγούνται στην αυτοαπασχόληση, για να είναι ανεξάρτητοι και ευέλικτοι ενώ άλλοι λόγω έλλειψης ευκαιριών για εύρεση εργασίας ή λόγω εμποδίων στην αγορά εργασίας και άλλοι για λόγους οικογενειακούς. Δεν υπάρχει ιδεώδες προφίλ για τον επιτυχημένο επαγγελματία. Η ολική αφοσίωση του επιχειρηματία σε αυτό που κάνει, το διαρκές πάθος για τη δουλειά του, η εργατικότητα, η τάξη και το νοικοκυριό φαίνεται να είναι τα πρωτεύοντα χαρακτηριστικά που διακρίνουν έναν επιτυχημένο επιχειρηματία με συνοδοιπόρο τις ιδέες και την τύχη και μετά όλα τα άλλα⁶.

Οι θεωρίες για την επιχειρηματικότητα προσφέρουν διαφορετικές προοπτικές για την επιχειρηματική συμπεριφορά και επιχειρηματικότητα. Παραδείγματος χάριν, οι οικονομικές προοπτικές, όπως αυτή του Schumpeter αναγνωρίζουν ως επιχειρηματίες εκείνους που δημιουργούν νέους συνδυασμούς, νέες αγορές, νέα προϊόντα ή συστήματα διανομής⁷, ενώ ο Kirzen προσδιορίζει τους επιχειρηματίες ως εκείνους που χρησιμοποιούν τις πληροφορίες με τέτοιο τρόπο ώστε να ανακαλύπτουν ευκαιρίες που οι άλλοι δεν μπορούν⁸. Η εργασία του David Mc Clelland εστιάζει στα ψυχολογικά γνωρίσματα που προσδιορίστηκαν σε ένα δείγμα νέων ανδρών, όπως για παράδειγμα διακύβευση, επίτευγμα, γεωμετρικός τόπος ελέγχου, και από την εργασία του και του διαδόχου του, αναπτύχθηκαν τα όργανα που μετρούν αυτά τα χαρακτηριστικά⁹.

Από κοινωνιολογική προοπτική, ο Aldrich καθορίζει τον δημιουργούμενο επιχειρηματία ως κάποιον που αρχίζει νέες δραστηριότητες που προορίζονται να καταλήξουν σε μια βιώσιμη ίδρυση επιχείρησης¹⁰. Πιο πρόσφατα, Shane καθορίζει τον επιχειρηματία ως ένα άτομο που ανακαλύπτει, αξιολογεί και εκμεταλλεύεται τις ευκαιρίες να προτείνει στην αγορά νέα προϊόντα και υπηρεσίες, τρόπους οργάνωσης, αγορές, διαδικασίες και πρώτες ύλες μέσω της οργάνωσης προσπαθειών που προηγουμένως δεν υπήρξαν¹¹. Σε όλα αυτά τα παραδείγματα, και σε πολλά άλλα, επικρατεί μια υπονοούμενη υπόθεση ότι ο μεμονωμένος επιχειρηματίας είναι μια έννοια “γενική”, η οποία δε διαφέρει παρά μόνο αν τη συγκρίνει κανείς με κάποιον μη επιχειρηματία. Με αυτήν την υπόθεση, δεν υπάρχει ανάγκη να μελετηθούν οι γυναίκες χωριστά, επειδή άνδρες και γυναίκες επιχειρηματίες θα είχαν παρόμοια χαρακτηριστικά. Αλλά, αυτό που η υπόθεση αυτή δεν αναγνωρίζει είναι η

⁶ Πηγή «Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Καβάλας Επιχειρηματικότητα», Σεπτέμβριος 2006

⁷ Schumpeter (1934)

⁸ Kirzen (1985)

⁹ David Mc Clelland (1961)

¹⁰ Aldrich (1999)

¹¹ Shane (2003)

πιθανότητα ότι επειδή οι θεωρίες αναπτύχθηκαν σε δείγματα ανδρών, από άνδρες, και εξετάστηκαν αρχικά σε δείγματα ανδρών, να μην αντιπροσωπεύουν πλήρως τα γνωρίσματα των γυναικών επιχειρηματιών και τη συμπεριφορά τους¹². Όπως η Joanne Martin βεβαιώνει, οι οργανωσιακές θεωρίες είναι σπάνια ουδέτερο γένος¹³. Συνεπώς, η σύγχρονη θεωρία μπορεί να μην εξηγεί πλήρως ή να μην αποδίδει την πλήρη ουσία της επιχειρηματικής συμπεριφοράς έως ότου εξετάσουμε άλλα δείγματα.

1.3. Το περιβάλλον της επιχειρηματικότητας στην οικονομική κρίση της Ελλάδας

Όταν σε μία χώρα, παρουσιάζεται έντονα τάση για αύξηση των τιμών ακόμα και όταν υπάρχει πλήρη απασχόληση, και αρχίζουν και εμφανίζονται στενότητες δηλαδή ελλείψεις σε ορισμένες κατηγορίες εξειδικευμένη εργασίας και αργότερα σε εργατικό δυναμικό, τότε αρχίζει να εμφανίζεται οικονομική κρίση. Σε μια τέτοια περίπτωση, η παραγωγή αυξάνεται με δυσκολότερους ρυθμούς, το κόστος είναι μεγαλύτερο και οι τιμές αυξάνονται γενικά. Στο στάδιο αυτό, η οικονομία είναι πιο ευαίσθητη και περισσότερο ευάλωτη στους διάφορους παράγοντες που μπορούν να ανακάμψουν την ανοδική πορεία της οικονομίας. Οι παραπάνω περιπτώσεις, εμφανίστηκαν στην Ελλάδα την περίοδο 2009-2013. Στο διάστημα αυτό η παραγωγή άρχισε να παρουσιάζει δυσκολίες, καθώς όλο και λιγότερα προϊόντα και υπηρεσίες παράγονταν.

Το εργατικό δυναμικό της κάθε επιχείρησης σιγά - σιγά μειώνεται, καθώς όλο και λιγότερα άτομα βρίσκουν εργασία σε θέσεις ανάλογες ή μη των γνώσεων τους. Οι περισσότερες επιχειρήσεις σε τοπικό και κοινωνικό επίπεδο αρχίζουν να κλείνουν και δεν δημιουργούνται νέες, καθώς δεν μπορούν να αντέξουν το υψηλό κόστος συντήρησης και ίδρυσης τους αντίστοιχα. Οι αιτίες που προκαλούν την εμφάνιση των αποτελεσμάτων ποικίλουν.

Πολλοί οικονομολόγοι υποστηρίζουν ότι οι παράγοντες που επηρεάζουν αρνητικά την προθυμία των νέων να δημιουργήσουν – αναπτύξουν μια νέα, δική τους επιχειρηματική δραστηριότητα είναι (Hurley, 1991):

1. Οικονομική επιδείνωση
2. Υψηλή γραφειοκρατία
3. Πολύπλοκο φορολογικό – λογιστικό σύστημα
4. Μείωση επιχειρηματικών ευκαιριών
5. Αύξηση απαισιοδοξίας¹⁴

¹² Hurley, 1991

¹³ Joanne Martin 2000

¹⁴ «Νεανική καινοτομία και επιχειρηματικότητα σε περίοδο οικονομικής κρίσης», Γιώργος Δήμας, Αθήνα»

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο: ΝΕΑΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

2.1. Χαρακτηριστικά των νέων επιχειρηματιών

Αναφορικά με τα χαρακτηριστικά του επιχειρηματία, προφανώς δεν μπορούμε να προσδιορίσουμε με απόλυτη σαφήνεια τα στοιχεία εκείνα που διακρίνουν ή πρέπει να διακρίνουν έναν επιχειρηματία. Ωστόσο, μπορούμε να αναφέρουμε ορισμένες παραμέτρους που βρίσκονται πολύ κοντά στο προφίλ ενός νέου επιχειρηματία.

Ως τέτοιες λοιπόν μπορούμε να αναφέρουμε τις παρακάτω:

1. Μεγάλη προδιάθεση για επιτυχία.

Άτομα που διακατέχονται από υψηλό βαθμό ανάγκης για επιτυχία αρέσκονται να επιδιώκουν κάποιο πρότυπο απόδοσης και προτιμούν να είναι προσωπικά υπεύθυνοι για τις εργασίες που είναι να εκτελέσουν. Φαίνεται δε αυτή η παρόρμηση για επιτυχία να είναι έντονη στα άτομα που διακατέχονται από τη φιλοδοξία να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση και να την οδηγήσουν στο δρόμο της ανάπτυξης.

2. Επιθυμία ανάληψης κινδύνων.

Οι κίνδυνοι που αναλαμβάνει ένας νέος επιχειρηματίας κατά το ξεκίνημα και τη λειτουργία της επιχείρησής του είναι πολυποίκιλοι. Ένας κίνδυνος βεβαίως είναι ο οικονομικός, το πιθανό χάσιμο χρημάτων που επενδύθηκαν στην επιχείρηση.

Επιπλέον, το στρες που βιώνουν οι επιχειρηματίες και ο χρόνος που απαιτείται για το ξεκίνημα και τη λειτουργία της επιχείρησης συχνά δημιουργούν κινδύνους και γενικότερα προβλήματα στην προσωπική και στην οικογενειακή τους ζωή. Μπορεί όμως να βιώνεται έντονα και η αίσθηση του ψυχολογικού κινδύνου εξαιτίας της πιθανότητας αποτυχίας του εγχειρήματος.

3. Αυτοπεποίθηση.

Τα άτομα που έχουν αυτοπεποίθηση πιστεύουν ότι μπορούν να αντιμετωπίσουν τις διάφορες προκλήσεις. Έχουν μια ιδιαίτερη ικανότητα αντιμετώπισης και επίλυσης των διάφορων προβλημάτων που αντιμετωπίζουν. Αρκετές μελέτες έχουν δείξει ότι οι περισσότεροι πετυχημένοι επιχειρηματίες βλέπουν τα προβλήματα, κατά το ξεκίνημα ενός εγχειρήματος, βασίζονται όμως στον εαυτό τους να τα ξεπεράσουν.

4. Ανάγκη για ανεύρεση «καταφυγίου».

Πολλοί άνθρωποι ανοίγουν επιχειρήσεις για να ωφεληθούν από τις σχετικές ανταμοιβές, αλλά άλλοι γίνονται επιχειρηματίες, διότι θέλουν να «δραπετεύσουν» από κάτι συνηθισμένο, καθημερινό και να αναλάβουν μια δραστηριότητα με συνεχείς εναλλαγές και διαφοροποιήσεις¹⁵.

¹⁵ Hurley, 1991

2.2. Παράγοντες επιτυχία της νεανικής επιχειρηματικότητας

Η ίδρυση και η επιτυχία μιας επιχείρησης δεν εξαρτάται μόνο από οικονομικούς και νομικούς παράγοντες. Ο ανθρωπινός παράγοντας είναι εξίσου σημαντικός. Παρακάτω αναλύονται μερικοί από τους πιο σημαντικούς παράγοντες επιτυχίας της νεανικής επιχειρηματικότητας:

1. Τυπικά προσόντα

Το αντικείμενο της επιχείρησης να συμφωνεί με το αντικείμενο των σπουδών, της κατάρτισης ή της εργασιακής τους εμπειρίας

2. Κίνητρα

Πρέπει να υπάρχει πραγματική και ουσιαστική θέληση να ιδρύσουν τη δική τους επιχείρηση και να κοπιήσουν γι' αυτήν. Το στάδιο και η ικανότητα αυτοεπίγνωσης είναι απαραίτητα. Πρέπει να έχουν όραμα και σχέδιο, τα οποία πρέπει να είναι πραγματικά δικά τους, να τα αγαπούν, να τα πιστέψουν και να επιμείνουν σε αυτά, έστω και αν προκύψουν δυσκολίες.

3. Δεξιότητες και προσωπικά χαρακτηριστικά

Βασική δεξιότητα ενός νέου επιχειρηματία είναι η αυτοβελτίωση και οι δεξιότητες μάθησης, γιατί έτσι μόνο θα βελτιώσει τις αδυναμίες του και θα συνεχίσει να μαθαίνει ότι νέο προκύπτει στον τομέα του ώστε να προοδεύσει στην επιχείρηση του. Ο ίδιος είναι πλέον υπεύθυνος της ιδέας του και της υλοποίησης της και επωμίζεται το βάρος των ευθυνών. Η υπομονή και η επιμονή είναι χρήσιμα χαρακτηριστικά ώστε να δει την ιδέα του να αναπτύσσεται και να μην τα παρατά στις δυσκολίες που πιθανόν να προκύψουν. Τέλος, πρέπει να έχει καινοτομία, η δημιουργικότητα συνεργασίας και παρακίνησης ώστε να υπάρχουν καλές συνεργασίες καθώς επίσης και επικοινωνιακό και ευχάριστο περιβάλλον εργασίας. Οι προσδοκίες όμως των νέων και οι αντιλήψεις συχνά απέχουν από την πραγματικότητα. Υπάρχουν προκαταλήψεις που αποτρέπουν τους νέους από το επιχειρείν αλλά και κίνδυνοι λόγω λανθασμένων επιλογών ή εγκλωβισμού σε οριακές δραστηριότητες χωρίς προοπτικές βελτίωσης. Η παιδεία δημιουργεί θετική στάση απέναντι στην επιχειρηματικότητα.

Η εκπαιδευτική διαδικασία συμβάλλει στην ενίσχυση της αντίληψης του «επιχειρείν» ως επιλογή καριέρας, στην απόκτηση γνώσης μέσω επιχειρηματικών αναζητήσεων, στην ανάπτυξη σχετικών ικανοτήτων και δεξιοτήτων. Κατευθύνει τους νέους προς τομείς της «νέας» επιχειρηματικότητας, όχι της παραδοσιακής (πχ περίπτερα κλπ). Θα μπορούσε μάλιστα κανείς να ισχυριστεί ότι η παιδεία συμβάλλει στην επιχειρηματικότητα και από άλλη σημαντική σκοπιά. Μειώνει το ποσοστό των αποτυχιών επιχειρηματικών δράσεων, άρα και την σπατάλη πόρων στην οικονομία. Προκύπτει έμμεσα από τα ποσοστά επιβίωσης των επιχειρήσεων τα πρώτα χρόνια από τη δημιουργία τους¹⁶.

2.3. Κίνητρα των νέων για την επιχειρηματικότητα

Υπάρχουν διάφοροι λόγοι για τους οποίους νέοι άνθρωποι ωθούνται στην ανάληψη επιχειρηματικής δράσης και οι οποίοι σχετίζονται με τις συνθήκες ζωής, τις προσωπικές στάσεις, προτιμήσεις και στόχους αλλά και τα ειδικά ενδιαφέροντα και τις δυνατότητες.

¹⁶ Hurley, 1993

Στις συνθήκες ζωής υπάρχουν δύο βασικές κατηγορίες κινήτρων:

- A. Η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας που έχει ως κίνητρο την εκμετάλλευση μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας η οποία γίνεται αντιληπτή και αξιολογείται στο οικονομικό περιβάλλον του ατόμου και δεν είναι η μόνη επιλογή για τη δημιουργία εισοδήματος. Η κατηγορία αυτή σχετίζεται με την πεποίθηση κατοχής των απαραίτητων δεξιοτήτων, τη δικτύωση με πρόσφατους επιχειρηματίες και υψηλή υποστηρικτική δραστηριότητα.
- B. Η επιχειρηματικότητα ανάγκης, λόγω έλλειψης άλλων επιλογών εργασίας ή/και δυσαρέσκειας με την υπάρχουσα απασχόληση. Η επιχειρηματικότητα ανάγκης οδηγείται από την οικονομική ανάγκη, όταν δεν υπάρχει άλλη εναλλακτική για τη δημιουργία εισοδήματος ή έλλειψη άλλων επιλογών εργασίας (π.χ. πιθανή απόλυση ή δυσαρέσκεια).

Βασική παράμετρος της ανάλυσης της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων που εκδηλώνεται σε μια χώρα αποτελούν τα κίνητρα που ωθούν στη ανάληψη επιχειρηματικής δράσης.

Συγκεκριμένα, οι νέοι ωθούνται στην επιχειρηματική δραστηριότητα από κάποια κίνητρα. Τα κυριότερα είναι τα εξής:

1. Το κέρδος

Η οικονομική ανταμοιβή είναι από τα σπουδαιότερα κίνητρα, ίσως το σπουδαιότερο. Οι νέοι 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.

2. Η 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».

3. Η προσωπική και επαγγελματική καταξίωση.

Η ανάπτυξη μιας επιχείρησης στηρίζεται, εκτός των άλλων, και στην πρόθεση του επιχειρηματία να αναδείξει τις προσωπικές του ικανότητες και δεξιότητες. 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 επιχειρούν να δημιουργήσουν μια νέα επιχείρηση για να βιώσουν το αίσθημα της προσωπικής καταξίωσης και αυτό-ολοκλήρωσης, που απορρέει από τη δημιουργία μιας ολοκληρωμένης και παραγωγικής οντότητας, όπως είναι μια σωστή επιχείρηση.

4. Μια εναλλακτική επιλογή απέναντι σε μια μη ικανοποιητική εργασία

Επιχειρηματίες που ήταν στο παρελθόν εργαζόμενοι και στελέχη σε άλλες επιχειρήσεις, αντιλήφθηκαν ότι οι πιθανότητες εξέλιξής τους ήταν περιορισμένες και

διαπίστωσαν ότι η δουλειά τους δεν τους ικανοποιούσε πλέον. Αποφάσισαν να ξεκινήσουν νέα-δική τους επιχείρησή ως δεύτερη δουλειά και όταν διαπίστωσαν ότι πηγαίνει πολύ καλά, και αυτό προφανώς ήταν πολύ υποκινητικό γι' αυτούς, εγκατέλειψαν τη μισθωτή εργασία τους και ασχολήθηκαν αποκλειστικά με τη δική τους επιχείρηση.

5. Η υπάρχουσα οικογενειακή επιχείρηση

Αποτελεί ένα εξίσου ικανό κίνητρο για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας σε νέους. Είναι συνηθισμένο φαινόμενο, νέοι 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 παράγοντες¹⁷.

2.4. Ανασταλτικοί παράγοντες στην ανάπτυξη της νεανικής επιχειρηματικότητας

Η αποδοχή της επιχειρηματικότητας από τους Έλληνες νέους είναι ακόμη στα θεμέλια και ο λόγος είναι ότι οι νέοι δεν διαθέτουν τις ευνοϊκότερες συνθήκες ώστε να μπορέσουν να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά γιατί εκτός από την ανεργία που αποτελεί ένα γενικότερο πρόβλημα έχουν να αντιμετωπίσουν και άλλα προβλήματα που αποτρέπουν τους νέους να ασχοληθούν με τον κλάδο των επιχειρήσεων.

Τα πιο σημαντικά από αυτά τα προβλήματα αναφέρονται παρακάτω:

1. Σπανίζουν οι επιχειρηματικές ευκαιρίες.

Η πλειοψηφία των Ελλήνων κινητοποιούνται για την εκμετάλλευση μιας ευκαιρίας όμως δεν αντιλαμβάνονται σημαντικές επιχειρηματικές ευκαιρίες γύρω τους, αυτός είναι και ο λόγος που σταματούν μόνο στη σκέψη δημιουργίας μιας επιχείρησης και δύσκολα αναζητούν μια ευκαιρία για να μπορέσουν να υλοποιήσουν την επιχείρηση που ονειρεύονται. Συνεχώς αυξάνονται διαχρονικά εκείνοι που σκέφτονται να ξεκινήσουν ένα νέο εγχείρημα, ενώ μειώνονται εκείνοι που πραγματικά ξεκίνησαν.

2. Ο προσανατολισμός των νέων εγχειρημάτων προς την τελική κατανάλωση.

Οι νέες επιχειρήσεις που δημιουργούνται στην Ελλάδα σήμερα, έχουν ως στόχο τους να παρέχουν προϊόντα ή υπηρεσίες στον τελικό καταναλωτή. Πιο συγκεκριμένα οι επιχειρήσεις πλέον δεν επεξεργάζονται προϊόντα, ούτε τα μεταποιούν ώστε να παραδοθούν σε μία άλλη πιο μεγάλη επιχείρηση μόνο παράγουν προϊόντα και τα προωθούν απευθείας στον τελικό καταναλωτή. Άρα το πρόβλημα είναι το άνοιγμα των επιχειρηματικών οριζόντων των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων στην παροχή υπηρεσιών προς τις μεγαλύτερες

3. Ο μεγάλος φόβος αποτυχίας.

Επιχειρηματική δράση σημαίνει πάνω απ' όλα πρωτοβουλία, πειραματισμό και ανάληψη κινδύνων. Η Ελλάδα κατέχει την «πρωτιά» στο φόβο της αποτυχίας. Δεν είναι σωστό κανά άτομα να διακατέχονται από το φόβο της αποτυχίας διότι μειώνεται η εμφάνιση τολμηρών και καινοτόμων εγχειρημάτων.

¹⁷ Hurley, 1993

Είναι ακριβώς γι' αυτόν το λόγο που η εθνική πρωτιά στο φόβο της αποτυχίας αποκαλύπτει ένα μεγάλο κίνδυνο για την ελληνική οικονομία: τα νέα εγχειρήματα που αναδύονται να είναι λιγότερο ικανά να ανανεώνουν και να αναβαθμίζουν το παραγωγικό δυναμικό σε σύγκριση με άλλες χώρες.

4. Η αδυναμία του εκπαιδευτικού συστήματος.

Η σχέση του εκπαιδευτικού συστήματος προς την επιχείρηση συνιστά ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα στην περίπτωση της Ελλάδας γιατί το επίπεδο εκπαίδευσης της δεν έχει την δυνατότητα να επηρεάσει κάποιο άτομο στο να ακολουθήσει επιχειρηματική δραστηριότητα ή ποιου τύπου θα είναι αυτή. Μολονότι το πρόβλημα διαχέεται σε όλες τις βαθμίδες του εκπαιδευτικού συστήματος, εκδηλώνεται ιδιαίτερα στο επίπεδο της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, η οποία δεν προσφέρει στους φοιτητές ούτε τις γνώσεις αλλά ούτε και τους εξοικειώνει με την προοπτική να ακολουθήσουν μια επιχειρηματική σταδιοδρομία. Τα τελευταία χρόνια έχει βελτιωθεί λίγο η κατάσταση με την εισαγωγή κάποιων μαθημάτων που αφορούν την επιχειρηματικότητα, ή μέσω της πρακτικής άσκησης σε επιχειρήσεις ακόμη και μέσω των Γραφείων Διασύνδεσης και Διαμεσολάβησης που έχουν δημιουργηθεί σε κάποια τεχνολογικά και ανώτατα εκπαιδευτικά ιδρύματα όμως το πρόβλημα παραμένει.

5. Η διχασμένη στάση της ελληνικής κοινωνίας απέναντι στην επιχειρηματικότητα.

Η δημιουργική πλευρά της επιχείρησης είναι εξαιρετικά υποβαθμισμένη στην οπτική της ελληνικής κοινωνίας, ενώ αντιθέτως θεωρείται ως μια αποδεκτή επαγγελματική επιλογή. Επίσης οι περισσότεροι Έλληνες επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά όμως από την άλλη δεν αντιλαμβάνονται, ούτε εκμεταλλεύονται διάφορες επιχειρηματικές ευκαιρίες που υπάρχουν γύρω τους, όπως προαναφέραμε. Αυτή η διχασμένη άποψη που έχουν οι Έλληνες για την επιχειρηματικότητα πηγάζει κυρίως από την νοοτροπία της ελληνικής κοινωνίας αλλά και από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, τα οποία προβάλλουν ελάχιστα επιτυχημένες επιχειρηματικές προσπάθειες.

6. Η γραφειοκρατία.

Η δυσκαμψία του ελληνικού συστήματος αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα και πιο χρονοβόρα εμπόδια των νέων που έχουν να αντιμετωπίσουν ιδιαίτερα στο ξεκίνημα της επιχείρησής τους.

7. Έλλειψη ενημέρωσης.

Οι νέοι συνήθως δεν είναι αρκετά ενημερωμένοι για τα προγράμματα ενίσχυσης της νεανικής επιχειρηματικότητας.

8. Ο κεντρικός ρόλος της οικογένειας στη χρηματοδότηση νέων εγχειρημάτων.

Το μεγαλύτερο μέρος των κεφαλαίων που απαιτούνται για την έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας προέρχεται από την αποταμίευση του ίδιου του επιχειρηματία. Το υπόλοιπο προέρχεται κυρίως από την οικογένειά του, ενώ ένα μικρότερο μέρος από τραπεζικό δανεισμό και κρατικές ενισχύσεις. Ωστόσο, ο ρόλος της οικογένειας είναι ακόμη ισχυρότερος στην Ελλάδα στην περίπτωση της λεγόμενης «άτυπης επένδυσης», δηλαδή της χρηματοδότησης χωρίς ο χορηγός να αποκτά την ιδιοκτησία οποιουδήποτε μεριδίου του νέου εγχειρήματος.

Η ίδρυση και η ανάπτυξη μιας επιχείρησης και μιας ήδη υφιστάμενης επιχείρησης δεν είναι εύκολη υπόθεση. Ο νέος – επίδοξος επιχειρηματίας έρχεται αντιμέτωπος με

πολλές δυσκολίες. Εκτός από τα αναφερόμενα προβλήματα που αναλύονται παραπάνω, καλείται αντιμετωπίσει και κάποια εμπόδια που αφορούν την έναρξη της νέας επιχείρησης του.

Οι Έλληνες θεωρούν την επιχειρηματική σταδιοδρομία ως κοινωνικά αποδεκτή επαγγελματική επιλογή, ταυτόχρονα όμως θεωρούν ότι η ελληνική κοινωνία απεχθάνεται μεγάλες διαφορές στα επίπεδα εισοδήματος, ενώ τα μέσα μαζικής ενημέρωσης ελάχιστα προβάλλουν επιτυχημένες επιχειρηματικές ιστορίες. Επιθυμούν και σχεδιάζουν να ακολουθήσουν επιχειρηματική δραστηριότητα, αλλά δεν βλέπουν γύρω τους σημαντικές επιχειρηματικές ευκαιρίες.

Έχουν μεγάλη εμπιστοσύνη στις ικανότητές τους, αλλά ταυτόχρονα εμφανίζονται ως παγκόσμιοι πρωταθλητές στο φόβο της αποτυχίας. Αυτά τα αμφίσημα χαρακτηριστικά πιθανώς να περιορίζουν την υγιή εκδήλωση επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα και να αμβλύνουν τα ποιοτικά χαρακτηριστικά και τη δυναμική της¹⁸.

¹⁸ Γιοβάνης Νικόλαος, 2011

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο: ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

3.1. Έννοια γυναικείας επιχειρηματικότητας

Η γυναικεία επιχειρηματικότητα τα τελευταία χρόνια είναι ένα ανερχόμενο φαινόμενο που παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον όχι μόνο από οικονομική αλλά και από κοινωνική άποψη. Γι' αυτό κατά καιρούς γίνονται πολλές μελέτες με στόχο την ανάλυση της ταυτότητας της γυναίκας επιχειρηματία, τα προβλήματα που αντιμετωπίζει, τις προοπτικές εξέλιξής της και γενικότερα την πορεία της μέσα στις επιχειρήσεις¹⁹.

Κάνοντας μια αναδρομή στο παρελθόν διαπιστώνουμε ότι οι γυναίκες έχουν κάνει πολλές προσπάθειες για να ενταχθούν στην αγορά εργασίας, σκοπός τους ήταν να ενσωματωθούν ενεργά στον οικονομικό και κοινωνικό τομέα και να αντιμετωπίζονται ισότιμα με τους άντρες.

Το γεγονός ότι τα ποσοστά δημιουργίας νέων επιχειρήσεων από γυναίκες αυξάνονται διαρκώς αποδεικνύει πως εν μέρει έχουν πετύχει τον σκοπό τους εφόσον οι γυναίκες σήμερα έχουν ενισχύσει τον ρόλο τους στο κοινωνικό σύνολο, διαθέτουν κύρος και μόρφωση, δεν διστάζουν να ρισκάρουν επαγγελματικά, συνδυάζουν πιο αποτελεσματικά την οικογένεια με την καριέρα ενώ ταυτόχρονα τονώνουν σε σημαντικό βαθμό την παραγωγική δυνατότητα της οικονομίας, διότι αποτελούν ένα σημαντικό και αναπτυσσόμενο τμήμα του επιχειρηματικού πληθυσμού²⁰..

Εφόσον εξετάζουμε την γυναικεία επιχειρηματικότητα, είναι αναγκαίο να αναφέρουμε ότι για να θεωρηθεί μια επιχείρηση γυναικεία πρέπει να ικανοποιούνται ταυτόχρονα και οι δύο προϋποθέσεις που ακολουθούν:

1. Γυναικεία συμμετοχή (μία ή περισσότερες) με ποσοστό πάνω από 51% στο μετοχικό κεφάλαιο της επιχείρησης.

2. Όλες οι αποφάσεις στρατηγικής σκοπιμότητας που αφορούν την επιχείρηση να λαμβάνονται από την ιδιοκτήτρια ή τις συνιδιοκτήτριες²¹.

Η γυναικεία ιδιοκτησία στον χώρο των επιχειρήσεων μπορεί να είναι ενεργός ή μη ενεργός ιδιοκτησία. Μη ενεργός ιδιοκτησία έχουν οι γυναίκες που γίνονται ιδιοκτήτριες της επιχείρησης στη θέση των συζύγων τους, εξαιτίας φορολογικών λόγων και νομικών περιορισμών που καθιστούν αδύνατο ή ασύμφορο για τον σύζυγο το να είναι επισήμως ο ιδιοκτήτης, δηλαδή η γυναίκα έχει την ιδιοκτησία μόνο κατά όνομα γιατί τη διοίκηση την ασκεί ο σύζυγος ο οποίος κατέχει παράλληλα και άλλη θέση στον ιδιωτικό ή δημόσιο τομέα. Επίσης υπάρχει και η περίπτωση της μικτής ιδιοκτησίας όπου οι συνεταίροι ανήκουν σε διαφορετικό φύλο. Εδώ θα πρέπει να διευκρινιστεί η συμβολή της γυναίκας εταίρου στη λήψη αποφάσεων, προκειμένου να καταγραφεί η επιχείρηση ως γυναικεία²².

3.2. Χαρακτηριστικά των γυναικείων επιχειρήσεων

Οι γυναικείες επιχειρήσεις, σύμφωνα με έρευνες που έγιναν, τείνουν να είναι μικρότερες σε σύγκριση με των αντρών²³. Ένας λόγος είναι ότι οι άντρες δημιουργούν αυστηρή ιεραρχία με αποτέλεσμα να επιτυγχάνουν καλύτερο έλεγχο της επιχείρησης. Επίσης,

¹⁹ IOBE, 2011

²⁰ Hogarth κ.ά., 1994

²¹ EOMMEX, 2011

²² Στρατηγάκη, 2005

²³ Formica, 2005κ.ά

ένας άλλος λόγος είναι ότι οι άντρες διστάζουν να συνεργαστούν επιχειρηματικά με γυναίκες, με συνέπεια να μειώνονται οι πιθανότητες να επεκταθεί μια γυναικεία επιχείρηση από συνεργασία ή από συγχώνευση. Ένα άλλο χαρακτηριστικό των γυναικείων επιχειρήσεων είναι ότι είναι ατομικές και με κριτήριο τον αριθμό των απασχολούμενων, σύμφωνα με τα κριτήρια της Ε.Ε., εντάσσονται στις πολύ μικρές επιχειρήσεις, με ανώτερο αριθμό ως δέκα απασχολούμενους²⁴. Τέλος, ένα άλλο χαρακτηριστικό είναι ότι οι περισσότερες γυναίκες επιχειρηματίες στρέφονται σε δραστηριότητες του τριτογενούς τομέα και συγκεκριμένα στις δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών και λιανικού εμπορίου.

Παρατηρούμε ότι τόσο σε εθνικό επίπεδο όσο και σε διεθνές οι γυναίκες επιχειρηματίες επιδεικνύουν μια εντονότερη τάση σε σχέση με τους άντρες, να δραστηριοποιούνται στον τομέα της παροχής υπηρεσιών, παρά στον κατασκευαστικό τομέα και στην βιομηχανία. Χαρακτηριστικά και ικανότητες που συνδέονται με την επιτυχία των γυναικείων επιχειρήσεων θεωρούνται τα εξής²⁵: η ικανότητα επικοινωνίας, η επιμονή για την επίτευξη στόχων, η ανταγωνιστικότητα, η ευελιξία, οι δεξιότητες-ικανότητες management, η ικανότητα ανάληψης κινδύνων και η αφοσίωση σε μια επιχειρηματική ιδέα.

3.3. Η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα

Ο ρόλος των γυναικών επιχειρηματιών στην ανάπτυξη του κλάδου των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, οι οποίες αποτελούν ένα σημαντικό τροχό ανάπτυξης της εθνικής οικονομίας αλλά και μία από τις κυριότερες πηγές προσφοράς νέων θέσεων εργασίας, αρχίζει να αναδεικνύεται καθώς όλο και περισσότερες γυναίκες αναπτύσσουν δικές τους επιχειρήσεις. Στην Αμερική, κατά τα έτη 1987 – 1994 ο αριθμός των γυναικών επιχειρηματιών αυξήθηκε κατά 78% και οι γυναικείες επιχειρήσεις αποτελούν το 36% όλων των επιχειρήσεων²⁶.

Στον Καναδά, οι γυναίκες κατέχουν ή διοικούν το 30,3% του συνόλου των επιχειρήσεων, στην Αυστραλία το 1/3 των επιχειρήσεων ενώ στην Ιαπωνία το 23,3%. Στην Ευρώπη, την προηγούμενη δεκαετία, τα ποσοστά γυναικείας επιχειρηματικότητας κυμαίνονταν γύρω στο 20-30% αλλά οι τάσεις ήταν αυξητικές²⁷.

Στην Ελλάδα τα αντίστοιχα ποσοστά είναι 15% του συνόλου των επιχειρήσεων²⁸. Οι γυναίκες στην Ελλάδα αρχίζουν να επιλέγουν συστηματικότερα την επιχειρηματική καριέρα ως εναλλακτική απασχόληση από την δεκαετία του '70, ενώ οι περισσότερες γυναίκες επιχειρηματίες εμφανίζονται στη δεκαετία του '80²⁹.

Οι περισσότερες από τις γυναίκες επιχειρηματίες στρέφονται σε επιχειρήσεις του τριτογενούς τομέα με κυρίαρχη την παροχή υπηρεσιών και το λιανικό εμπόριο. Οι γυναίκες που δραστηριοποιούνται στον τομέα της μεταποίησης επιλέγουν κυρίως επιχειρήσεις που έχουν παραδοσιακή σχέση με την εργασία των γυναικών στο σπίτι (π.χ. ενδυμάτων, παραδοσιακών γλυκών, βιοτεχνία επίπλων, κ.λπ.)³⁰.

Η απασχόληση των γυναικών της χώρας κατά τομέα οικονομικής δραστηριότητας, πρωτογενή, δευτερογενή και τριτογενή, κατά το διάστημα 2009 – 2010 παρουσιάζει τις παρακάτω μεταβολές:

1. Στον πρωτογενή τομέα (γεωργία, κτηνοτροφία, δάση, αλιεία κ.λπ.) η απασχόληση των γυναικών εμφανίζει βαθμιαία μείωση και από 26,4% το 1992

²⁴ Burton και Dunn, 1996

²⁵ Scott, 2008 & Μπουρλετίδης, 2006

²⁶ National Foundation for Women Business Owners, USA 1995

²⁷ EROSTAT, 2010

²⁸ Έρευνα – μελέτη για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα, 2000

²⁹ Νίνα – Παζαρτζή, 2000 και 2004

³⁰ Έρευνα – μελέτη για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα 2000

πέφτει στο 23,1% το 1997 στο σύνολο των απασχολούμενων γυναικών. Δηλαδή κατά το διάστημα 1992 – 1997 έχουμε μείωση των γυναικών στον πρωτογενή τομέα κατά 3,3 ποσοστιαίες μονάδες ή 12,5%.

2. Η ίδια τάση παρατηρείται και στο δευτερογενή τομέα (βιομηχανία, βιοτεχνία, ηλεκτρισμό κ.λ.π) όπου η απασχόληση των γυναικών από το έτος 1992 μέχρι το 1997 μειώνεται από 17,2% σε 13,3%, δηλαδή 22,4%.
3. Στον τριτογενή τομέα (εμπόριο, τράπεζες, μεταφορές, επικοινωνίες, διοίκηση και λοιπές υπηρεσίες) η απασχόληση των γυναικών εμφανίζει σταθερή ανοδική πορεία και από 56,3% το 1992 έφτασε σε 63,5% το 1997. δηλαδή κατά το διάστημα 1992 – 1997 έχουμε αύξηση της απασχόλησης των γυναικών στον τριτογενή τομέα κατά 7,3 ποσοστιαίες μονάδες ή 11,3%.

Η τάση των γυναικών επιχειρηματιών να επιλέγουν τη δραστηριοποίηση στον τριτογενή τομέα (λιανικό εμπόριο και υπηρεσίες κυρίως), παρατηρείται διεθνώς. Η επικέντρωση των γυναικών σε τέτοιου τύπου επιχειρήσεις δεν αποτελεί έκπληξη καθώς αποτελούν παραδοσιακούς τομείς απασχόλησης αυτών³¹. Οι Loscocco & Robinson χαρακτηρίζουν τις επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου και υπηρεσιών «γυναικείου τύπου» και τις κατασκευαστικές, οικοδομικές, υψηλής τεχνολογίας επιχειρήσεις αντρικού τύπου³².

Μία πιθανή εξήγηση για αυτό είναι ότι οι γυναίκες φαίνεται να αποδίδουν καλύτερα από τους άντρες σε ηγετικές θέσεις που θεωρούνται «θηλυκές» από τη φύση τους, δηλαδή, απαιτούν ικανότητες διαπροσωπικής επικοινωνίας και συνεργασίας, όπως η παροχή υπηρεσιών, σε αντίθεση με τους άντρες που αποδίδουν καλύτερα σε ηγετικές θέσεις που απαιτούν καθοδήγηση και έλεγχο³³. Αποτελέσματα που συνάδουν με τη θεωρία αυτή παρουσιάζονται στη μελέτη των Σαλαμούρη και Χάλκου που πραγματοποιήθηκε το 2011. Η μελέτη αποκαλύπτει ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες που ασχολούνται με το λιανικό εμπόριο και ιδιαίτερα στους τομείς της ένδυσης και των υποδημάτων είναι περισσότερες επιτυχημένες από τις λιγοστές γυναίκες επιχειρηματίες που ασχολούνται στη βιομηχανία (5%), ενώ ένα μεγάλο ποσοστό των επιτυχημένων επιχειρηματιών (49%) αποδίδει την επιτυχία στην οργάνωση και την επικοινωνία.

Μια άλλη προσέγγιση της επιχειρηματικότητας των γυναικών δίνει περισσότερο έμφαση σε ψυχολογικούς, κοινωνικούς και πολιτιστικούς παράγοντες³⁴. Ανάμεσα σε αυτές είναι και η φιλελεύθερη θεωρία (liberal feminist theory) που αποδίδει τις παρατηρούμενες διαφορές ανάμεσα στους άντρες και τις γυναίκες, αναφορικά με την επιλογή τομέα απασχόλησης, στις διαφορές της κοινωνικοποίησης των γυναικών³⁵.

Για παράδειγμα οι κλασικές αποκρίσεις στην ερώτηση τι θα γίνεις όταν μεγαλώσεις στα κοριτσάκια, είναι δασκάλα ή νοσοκόμα και συνήθως προτείνονται από τους ερωτώντες. Έμφαση στα «παραδοσιακά» στερεότυπα της γυναικείας απασχόλησης προκύπτει και από έρευνα που διεξήχθη το 2000 σε 100 επιχειρήσεις στις περιφέρειες Αττικής, Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, Κρήτης, Θεσσαλίας και Ηπείρου σε ιδιοκτήτες, διευθυντές και στελέχη επιχειρήσεων, (BIC Αττικής). Οι στάσεις της συντριπτικής πλειοψηφίας συμμετεχόντων, αντρών και γυναικών, για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι θετικές (76,5%), αλλά οι τομείς που θεωρούνται προσφορότεροι για την ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι, κατά σειρά ιεράρχησης: ο τουρισμός (87,8%), τα παραδοσιακά προϊόντα (86,6%), η εκπαίδευση (80,6%), οι συμβουλευτικές υπηρεσίες (66,7%) και οι αναπτυξιακές εταιρείες (57,7%).

³¹ Birley et al. 1997

³² Loscocco & Robinson (2007)

³³ Eagly et al., 2005

³⁴ Mulreany, 2011

³⁵ Fischer et al., 2003

3.4. Τα κίνητρα της επιχειρηματικότητας των γυναικών

Οι παράγοντες που επηρεάζουν το ποσοστό της γυναικείας απασχόλησης είναι οικονομικοί, θεσμικοί και κοινωνικοί. Το υψηλό επίπεδο της μακροχρόνιας ανεργίας μιας χώρας επηρεάζει σε κάποιο βαθμό τη συμμετοχή των γυναικών (κυρίως νέων) στο εργατικό δυναμικό, αφού λειτουργεί αποθαρρυντικά στη διαδικασία ευρέσεως εργασίας. Έτσι η συμμετοχή των γυναικών επηρεάζεται από τον βαθμό ανάπτυξης του τομέα των υπηρεσιών ή άλλων κλάδων (π.χ. κλωστοϋφαντουργία, τα έτοιμα ενδύματα-υποδήματα, κ.α.) που δημιουργούν περισσότερες ευκαιρίες για γυναίκες μέσω και της μερικής απασχόλησης. Οι συνθήκες που επικρατούν σε αυτούς τους κλάδους της οικονομίας επηρεάζουν τόσο το ποσοστό συμμετοχής των γυναικών στο εργατικό δυναμικό όσο και το ποσοστό απασχόλησης και ανεργίας.

Το θεσμικό πλαίσιο των αγορών εργασίας παίζει επίσης σημαντικό ρόλο στο βαθμό της γυναικείας απασχόλησης. Τέτοιου είδους παράγοντες περιλαμβάνουν το υψηλό κόστος αυξομείωσης της απασχόλησης αναλόγως των συνθηκών που επικρατούν στην αγορά, μεγάλες δυσκολίες στην εφαρμογή της μερικής απασχόλησης, αδυναμία διευθέτησης του χρόνου εργασίας, υψηλά επιδόματα ανεργίας, υψηλές συντάξεις για πρόωγη συνταξιοδότηση των γυναικών, αποσύνδεση των αμοιβών από την παραγωγικότητα των εργαζομένων, μεγάλη επιρροή των εργατικών συνδικάτων. Οι ρυθμίσεις για την προστασία των εργαζομένων που πολλές φορές καθίστανται πολύπλοκες και γραφειοκρατικές, λειτουργούν αποθαρρυντικά για τη διαδικασία ευέλικτης πρόσληψης και απόλυσης προσωπικού από την πλευρά των εργοδοτών και, συνεπώς επηρεάζουν αρνητικά τις προοπτικές απασχόλησης των γυναικών.

Επίσης, χαμηλότερα ποσοστά αναπλήρωσης εισοδήματος μέσω του επιδόματος ανεργίας ή μικρότερη χρονική διάρκεια καταβολής του επιδόματος, δημιουργούν ισχυρότερα κίνητρα για εύρεση εργασίας. Επίσης η φορολογία είναι ένας προσδιοριστικός παράγοντας της γυναικείας απασχόλησης. Επιπλέον, τα προγράμματα επιμόρφωσης και ένταξης των ανέργων φαίνεται ότι έχουν μικρή, αλλά θετική επίπτωση στην γυναικεία απασχόληση. Τέλος, σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν οι προσωπικές προτιμήσεις, οι συνήθειες και ιδιαιτερότητες της εκάστοτε κοινωνίας, ιδιαίτερα όσον αφορά την εργασία συγκεκριμένων ηλικιακών κατηγοριών εργαζόμενων γυναικών. Για παράδειγμα, η απόκτηση πτυχίου ή μεταπτυχιακού τίτλου ως εναλλακτική λύση στην αναζήτηση εργασίας έχει μεγάλη βαρύτητα στις μικρές ηλικίες, ενώ η μητρότητα στις μεγαλύτερες.

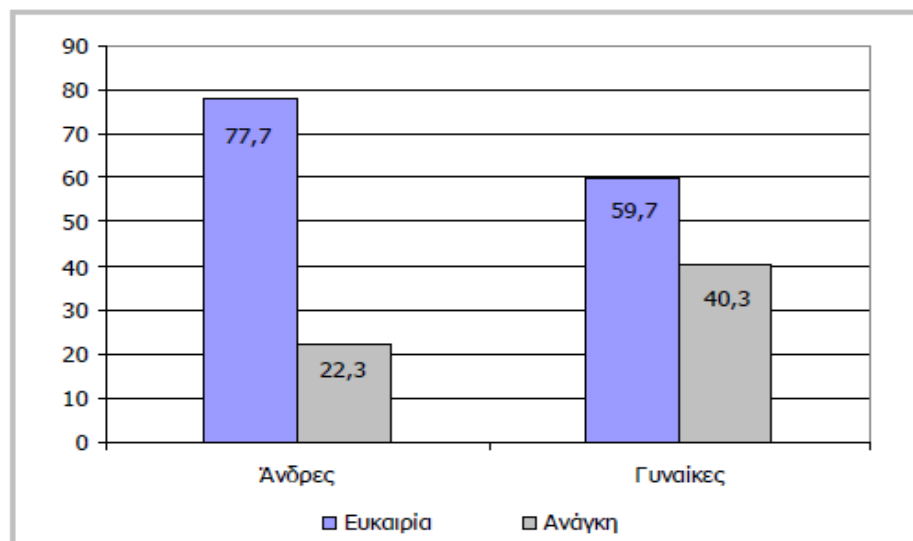
Η διάκριση ανάμεσα σε επιχειρηματικότητα ανάγκης και ευκαιρίας αποτελεί μια από τις σημαντικότερες συνιστώσες. Είναι φανερό ότι το κίνητρο της ανάγκης είναι ισχυρότερο στις αναπτυσσόμενες χώρες, όπου οι δυνατότητες εύρεσης απασχόλησης με μισθωτή σχέση είναι γενικά δυσκολότερες. Φαίνεται λοιπόν ότι η οικονομική ανάγκη αποδεικνύεται ισχυρός παράγοντας που μπορεί να υπερβεί τα κοινωνικά στερεότυπα σχετικά με τους ρόλους των δύο φύλων.

Στο διάγραμμα που ακολουθεί, για κάθε χώρα παρουσιάζεται μία στήλη για τους άνδρες επιχειρηματίες και μία για τις γυναίκες, όπου κάθε στήλη αντιπροσωπεύει το σύνολο της επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων για κάθε φύλο. Επιπρόσθετα, το κάτω μέρος κάθε στήλης παριστά το ποσοστό της επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων που είχε ως κίνητρο την εκμετάλλευση μιας ευκαιρίας, ενώ το επάνω μέρος αντανakλά το ποσοστό της επιχειρηματικής ανάγκης³⁶.

³⁶ Έρευνα GEM κατά το 2006

Για την Ελλάδα, η διαφορά ανάμεσα σε άνδρες και γυναίκες εμφανίζεται ιδιαίτερα έντονη. Ενώ μόνο ένας στους πέντε άνδρες δήλωσε ότι ασκεί επιχειρηματική δραστηριότητα για λόγους ανάγκης, στην περίπτωση των γυναικών το αντίστοιχο ποσοστό ήταν δύο στις πέντε. Και για τα δύο φύλα η Ελλάδα κατατάσσεται στις χαμηλότερες θέσεις της ευρωπαϊκής κατάταξης. Οι διαπιστώσεις αυτές σχετικά με τα κίνητρα της επιχειρηματικότητας ανδρών και γυναικών διακρίνονται από εξαιρετική σταθερότητα στην Ελλάδα, όπως φαίνεται από το Διάγραμμα 1. που ακολουθεί, στο οποίο συγκεντρώνονται τα ελληνικά δεδομένα για όλη την τετραετία 2003-2006

Μέσος όρος τετραετίας 2003-2006



IOBE, Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα (2006- 2007). Στοιχεία από την έκθεση του GEM.

Για όλη λοιπόν την προηγούμενη τετραετία, ένα 40% περίπου των Ελληνίδων επιχειρηματιών που βρίσκονταν στα πρώτα στάδια της δραστηριότητάς τους δήλωναν ότι το κίνητρό τους ήταν η ανάγκη, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τους άνδρες ήταν μόνο 20%. Τα δεδομένα άρα του 2006 δεν είναι τυχαία, αλλά αντανακλούν μια σταθερή σχέση στα κίνητρα της επιχειρηματικότητας των δύο φύλων στην Ελλάδα.

Αξίζει δε να σημειωθεί ότι αυτή η διαφορά είναι υψηλότερη στην Ελλάδα από οποιαδήποτε άλλη ευρωπαϊκή χώρα³⁷.

3.5. Οι λόγοι ώθησης της γυναίκας στην εργασία

Πολλοί είναι και οι λόγοι που παροτρύνουν την γυναίκα να ενταχθεί στην αγορά εργασίας και να χειραφετηθεί. Κάποιοι λόγοι αφορούν την προσωπική της ικανοποίηση ενώ αντιθέτως άλλοι εν μέρη την αναγκάζουν να δραστηριοποιηθεί επιχειρηματικά και γενικότερα να εργασθεί. Οι κυριότεροι από αυτούς τους λόγους αναφέρονται παρακάτω:

1. Οι αυξημένες ανάγκες που έχει μια οικογένεια³⁸.

³⁷ IOBE, Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα (2006- 2007).

Δεν είναι δυνατόν να καλυφθούν οι ανάγκες της οικογένειας μόνο με το εισόδημα του συζύγου, για τον λόγο αυτό η γυναίκα πρέπει να εργαστεί ώστε να συνεισφέρει και η ίδια στα έξοδα του νοικοκυριού.

2. **Η αστάθεια του συγγρόνου γάμου.**

Κυρίως στην εποχή μας πάντα υπάρχει το ενδεχόμενο ενός διαζυγίου, ο φόβος λοιπόν για το μέλλον την αναγκάζει να γίνει οικονομικά ανεξάρτητη.

3. **Η επιθυμία της να ξεφύγει από την ρουτίνα της καθημερινότητας.**

Η απασχόληση είναι ίσως η μόνη διέξοδος της γυναίκας από τα δεσμά του ανιαρού ρόλου της νοικοκυράς που της έχει επιβάλλει η κοινωνία.

4. **Η ανάγκη της για συντροφιά³⁹.**

Η γυναίκα νιώθει απομονωμένη μέσα στον χώρο του σπιτιού και αναζητά μέσω της εργασίας να διευρύνει την κοινωνική της ζωή.

5. **Η ανάγκη της για κοινωνική και προσωπική ικανοποίηση⁴⁰.**

Μέσω της απασχόλησης και πιο συγκεκριμένα μέσω της δημιουργίας μιας επιτυχημένης επιχείρησης, η γυναίκα προσπαθεί να δείξει τις ικανότητες και γενικότερα την αξία της στο κοινωνικό της περιβάλλον αλλά και στον ίδιο της τον εαυτό.

6. **Ο ξαφνικός θάνατος του συζύγου.**

Είναι από τις περιπτώσεις που η γυναίκα εξαναγκάζεται να δραστηριοποιηθεί επιχειρηματικά διότι πρέπει να διατηρήσει την οικογενειακή επιχείρηση που απέκτησε από κληρονομιά.

7. **Η ανάγκη της να νιώσει χρήσιμη μετά από την ολοκλήρωση της ανατροφής των παιδιών⁴¹.**

Όταν τα παιδιά μεγαλώνουν ή απομακρύνονται από τον χώρο του σπιτιού, η γυναίκα νιώθει πως δεν είναι πλέον αρκετά χρήσιμη γι' αυτό και με την απασχόληση προσπαθεί να καλύψει το κενό που της έχουν αφήσει.

3.6. Σημαντικότεροι παράγοντες της γυναικείας επιχειρηματικότητας

Οι σημαντικότεροι παράγοντες που συντέλεσαν στην είσοδο της γυναίκας στην αγορά εργασίας, από πλευράς κινήτρων, δυνατοτήτων και ευκαιριών ήταν οι εξής:

1. Οι αλλαγές στον κύκλο ζωής των γυναικών με καλύτερο προγραμματισμό των επαγγελματικών και οικογενειακών απαιτήσεων.

2. Το υψηλό μορφωτικό επίπεδο και η επαγγελματική ειδίκευση και η κατάρτιση τους όσο περισσότερο μορφωμένη γυναίκα τόσο περισσότερες πιθανότητες για την είσοδο της και παραμονή της στην αγορά εργασίας σε μια ενδιαφέρουσα δουλειά με καλή αμοιβή και προοπτικές.

3. Οι τεχνολογικές αλλαγές οι οποίες ελαχιστοποιούν το χρόνο οικιακής απασχόλησης λόγω της αυτοματοποίησης, απλοποίησης ή και εξάλειψης του χρόνου των εργασιών καθώς και η αυξημένη συμβολή των σύγχρονων αντρών στις οικιακές εργασίες.

4. Η προοδευτική εξασθένηση των διακρίσεων σε βάρος γυναικών, της κοινωνικής κατακραυγής και η μετατροπή της από απαξία σε αξία – διακήρυξη ισότητας

³⁸ CEC, 2004

³⁹ Μουσουρού, 2005

⁴⁰ Grey, 1994

⁴¹ Στρατηγάκη, 2005

5. Οι αυξανόμενες κοινωνικές παροχές του κράτους πρόνοιας (νηπιαγωγεία, παιδικοί σταθμοί) όπου θεωρείται δικαίωμα των γυναικών και ως προϋπόθεση υλοποίησης του δικαιώματός τους για εργασία
6. Η άνοδος του βιοτικού επιπέδου, βελτίωση των υπηρεσιών, των όρων υγιεινής και η μείωση των παιδιών, συνέβαλαν στη βελτίωση της υγείας και της φυσικής κατάστασης των γυναικών
7. Με τη μείωση του μέσου όρου αριθμού παιδιών και την απόκτηση τους τα πρώτα χρόνια του γάμου, η γυναίκα απελευθερώνεται πολύ γρήγορα από ότι η μητέρα της και προγενέστερα η γιαγιά της
8. Οι αυξημένες καταναλωτικές ανάγκες της σύγχρονης οικογένειας τις οποίες σπανιότατα ικανοποιεί το εισόδημα ενός μόνο μέλους συνήθως του συζύγου
9. Η στήριξη κλαδών τους οποίους οι άντρες ή αποφεύγουν να ασχοληθούν ή αποχωρούν από αυτούς
10. Και τέλος η επιθυμία της γυναίκας να είναι οικονομικά ανεξάρτητη, να ξεφύγει από την οικιακή ρουτίνα και την ανία, να βελτιώσει την κοινωνική της θέση και να προσφέρει στην βελτίωση του βιοτικού επιπέδου της οικογένειάς της⁴².

Η μαζική είσοδος των γυναικών στη μισθωτή αγορά εργασίας σήμαινε ουσιαστικά την αφετηρία για τη χειραφέτηση της γυναίκας και οδηγεί σε διαθρωτικές αλλαγές στο χώρο της κοινωνίας και οικονομίας.

3.7. Εμπόδια και δυσκολίες ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας από γυναίκες

Η μελέτη του κοινωνικού ρόλου των δύο φύλων γενικότερα, αλλά και των περιορισμών που παρατηρούνται σε διάφορους τομείς της ανθρώπινης δραστηριότητας ειδικότερα, έχουν οδηγήσει στην επισήμανση εμποδίων-ανασταλτικών παραγόντων για την ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Οι ορατοί ή –πιο συχνά– αόρατοι φραγμοί πηγάζουν από στερεοτυπικές αντιλήψεις για την ικανότητα ανάπτυξης επιχειρηματικής δραστηριότητας από γυναίκες.

Ειδικότερα, ο διαχωρισμός των επαγγελματιών σε “ανδρικά” και “γυναικεία”, καθώς και η αντίληψη περί ασυμβίβαστου της επιχειρηματικότητας με τις οικογενειακές υποχρεώσεις, αλλά και τη “θηλυκή εικόνα” της γυναίκας εξακολουθούν να αποτελούν χαρακτηριστικά φαινόμενα, που αναδεικνύουν το συντηρητισμό της ελληνικής κοινωνίας σε πολλά πεδία της καθημερινής ζωής. Συνεπώς, ο “εγκλωβισμός” των γυναικών σε στερεοτυπικούς ρόλους που αναπαράγονται από γενιά σε γενιά αποτελεί το πλαίσιο αποθάρρυνσής τους για την ανάπτυξη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών. Σύμφωνα με τα παραπάνω, η γυναικεία επιχειρηματική δραστηριότητα επηρεάζεται άμεσα από παράγοντες (εξωγενείς ή ενδογενείς), οι οποίοι διαμορφώνουν συνεχώς καινούριες συνθήκες. Επομένως, είναι πιθανό τα πρακτικά εμπόδια να μεταβάλλονται διαρκώς κατά την εξέλιξή της, από τη γέννηση της επιχειρηματικής ιδέας και το στήσιμο της επιχείρησης έως τη διοίκηση και ανάπτυξή της.

Κύριος ανασταλτικός παράγοντας για την ανάπτυξη επιχειρηματικότητας από τις γυναίκες αποτελούν οι οικογενειακές υποχρεώσεις που περιορίζουν τις δυνατότητες για συνεχή έρευνα, δικτύωση, κατάρτιση και γενικά για δραστηριότητες που μπορούν να βοηθήσουν στην ανάπτυξη και βελτίωση της επιχείρησης. Επιπλέον, η έλλειψη προτύπων

⁴² Μουσούρου 1993

ρόλων στον επιχειρηματικό χώρο θεωρείται κύριος ανασταλτικός παράγοντας για την ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας από τις γυναίκες. Το φαινόμενο της αυτοαπασχόλησης και της επιχειρηματικότητας ανατροφοδοτείται σε κάποιο σημείο από την επιχειρηματική νοοτροπία και αποτελεσματικότητα που προκύπτει από τα παραδοσιακά επιχειρηματικά πρότυπα. Για παράδειγμα, το γεγονός ότι τα παιδιά που έχουν γονείς αυτοαπασχολούμενους εμφανίζουν μεγαλύτερη κινητικότητα για ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας, παρουσιάζει με σαφήνεια τη σημασία των προτύπων για τη διαμόρφωση θετικής ή αρνητικής στάσης απέναντι στην επιχειρηματικότητα ως πιθανή μορφή απασχόλησης. Εξίσου σημαντικό εμπόδιο για την ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας από τις γυναίκες μοιάζει να είναι ο βαθμός αυτοπεποίθησής τους, καθώς επηρεάζει σημαντικά τις επαγγελματικές τους επιλογές. Η επιχειρηματικότητα είναι στενά συνδεδεμένη με την αυτοπεποίθηση, καθώς η απόφαση της δημιουργίας και διοίκησης μιας επιχείρησης συχνά χαρακτηρίζεται από αβεβαιότητα σχετικά με το βαθμό μελλοντικής επιτυχίας ή αποτυχίας. Ένα, επιπλέον, ζωτικής σημασίας εμπόδιο για την έναρξη και την ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας αποτελεί η έλλειψη κεφαλαίου τόσο οικονομικού όσο και γνωστικού.

Ειδικότερα, σε ότι αφορά το οικονομικό κεφάλαιο, οι γυναίκες δυσκολεύονται να το συγκεντρώσουν, αφενός επειδή οι οικογενειακές υποχρεώσεις υποχρεώνουν τη γυναίκα να εργαστεί σε κλάδους που παρέχουν χαμηλότερο εισόδημα και αφετέρου επειδή αποφεύγουν τις μεγάλες δανειακές υποχρεώσεις. Όμως ακόμη και όταν οι γυναίκες καταφέρνουν να συγκεντρώσουν κεφάλαιο, συνήθως το ύψος του τις οδηγεί σε δραστηριότητες με χαμηλές αναπτυξιακές δυνατότητες.

Συνοπτικά, τα πιο σημαντικά εμπόδια για τις γυναίκες και τις πηγές χρηματοδότησης εντοπίζονται στα εξής:

- 1) Δυσκολία άντλησης κεφαλαίων για την έναρξη επιχείρησης.
- 2) Οι εγγυήσεις που απαιτούνται για την ανάληψη δανείων είναι μεγαλύτερες από τις οικονομικές δυνατότητες των γυναικών.
- 3) Η χρηματοδότηση υφιστάμενων επιχειρήσεων είναι περιορισμένη, καθώς είναι μικρός ο βαθμός χρησιμοποίησης από τη γυναίκα άτυπων χρηματοδοτικών δικτύων.
- 4) Οι σχέσεις των αυτοαπασχολούμενων με τους χρηματοδοτικούς οργανισμούς διέπονται από στερεοτυπικές αντιλήψεις με βάση το φύλο.

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

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

Ένα άλλο εμπόδιο για την προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας είναι η έλλειψη χρόνου και οι απαιτήσεις σε χρόνο που ζητούνται από μία γυναίκα για να είναι επιχειρηματίας. Οι γυναίκες είναι υπεύθυνες για το πολλά είδη δραστηριοτήτων, όπως είναι το μέγαλωμα των παιδιών και οι οικιακές εργασίες, τα οποία δυσχεραίνουν τις πιθανότητες των γυναικών να αναπτύξουν μια ήδη υπάρχουσα επιχείρηση. Η έλλειψη χρόνου αποτελεί ένα φραγμό για τις περισσότερες γυναίκες, στις περισσότερες οικονομίες, ανεξάρτητα από το επίπεδο της ανάπτυξης.

Επίσης ένα ακόμα εμπόδιο που αποτελεί τροχοπέδη για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι η δυσκολία πρόσβασης των γυναικών στα σχετικά δίκτυα και η αδυναμία βελτίωσης της κοινωνικής θέσης. Η χαμηλότερη κοινωνική θέση που κατέχουν οι γυναίκες συγκρινόμενες με τους άνδρες, επηρεάζει το είδος των δικτύων

που μπορεί να έχουν πρόσβαση οι γυναίκες και να είναι μέρος αυτών. Τα δίκτυα με τα οποία παραδοσιακά δεσμεύονται οι γυναίκες είναι καλά προσαρμοσμένα σε σκοπούς που συνδέονται με καθήκοντα σχετικά με την οικογένεια και μπορούν να αποτελέσουν εμπόδιο στη σφαίρα του ανταγωνισμού. Επειδή επομένως είναι διαφορετικά τα δίκτυα που χρησιμοποιούν οι γυναίκες, έχουν μειωμένη πρόσβαση στις πηγές, την υποστήριξη και τις πληροφορίες που απαιτούνται για να ξεκινήσουν επιτυχώς και να διοικήσουν μια νέα επιχείρηση, κάτι το οποίο δεν ισχύει στην περίπτωση των ανδρών.

Ταυτόχρονα, εμπόδιο αποτελεί και η έλλειψη της εμπειρίας. Όλα τα στάδια στη επιχειρηματικότητα εξαρτώνται από σχετική εμπειρία, από την αναγνώριση των ευκαιριών ως την εκτέλεση της διοίκησης μιας επιχείρησης. Η θεωρία του κεφαλαίου επιβεβαιώνει ότι τα άτομα με περισσότερη ή υψηλότερη ποιότητα ανθρώπινου κεφαλαίου πετυχαίνουν καλύτερες επιδόσεις στο να εκτελούν σχετικά καθήκοντα. Το ανθρώπινο κεφάλαιο σε αυτή την περίπτωση αναφέρεται στη γνώση και στις ικανότητες οι οποίες βοηθούν τα άτομα στο να ανακαλύπτουν με επιτυχία και στο να εκμεταλλεύονται τις ευκαιρίες (Davidsson & Honig, Forthcoming : Snell and Dean 1992).

Γενικά, πολλοί είναι τα εμπόδια που μπορούν να λειτουργήσουν ανασταλτικά στο να αναλάβουν οι γυναίκες επιχειρηματική δράση. Μερικοί ακόμα είναι η έλλειψη κινήτρων στις γυναίκες επιχειρηματίες, η υπάρχουσα δομή της αγοράς, το σύστημα φόρων, τα επιδόματα ανεργίας και η κοινωνική ασφάλιση των ανέργων⁴³.

3.8. Ανασταλτικοί παράγοντες ανάπτυξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας

Ο ρόλος των γυναικείων επιχειρηματιών στην ανάπτυξη της εθνικής οικονομίας αρχίζει να αναδεικνύεται καθώς όλο και περισσότερες γυναίκες αναπτύσσουν δικές τους επιχειρήσεις. Μερικοί από τους σημαντικότερους παράγοντες που συντελούν στη περιορισμένης κλίμακας γυναικείας επιχειρηματικότητα είναι:

1. Οι γυναίκες αναφέρουν μεγαλύτερο άγχος σε σύγκριση με τους άνδρες επιχειρηματίες εξαιτίας των υποχρεώσεων όχι μόνο στη εργασία αλλά και στην προσωπική-οικογενειακή ζωή. Η διεύθυνση μιας επιχείρησης συνοδεύεται από πολλές ώρες εργασίας σε πίεση για τα επιθυμητά αποτελέσματα. Οι συνθήκες αυτές δημιουργούν προβλήματα στις γυναίκες αφού οι απαιτήσεις των δυο κόσμων δημιουργούν πιέσεις και κάποιες φορές στέκονται εμπόδιο στην περαιτέρω εξέλιξη τους. Αν και ο γάμος και η οικογένεια αποτελούν υποστηρικτικούς μηχανισμούς στην καριέρα των ανδρών, οι γυναίκες αναφέρουν ότι υποφέρουν στην προσπάθεια να συνδυάσουν την εργασιακή με την προσωπική ζωή.

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

⁴³ ΠΗΓΗ Σαλαμούρης 2. και Χάλκος Γ. (2001), Προσδιοριστικοί παράγοντες επιτυχίας- αποτυχίας των γυναικείων μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων.

αναγκαστούν να συμβιβαστούν με κάτι στο οποίο δεν πιστεύουν και δεν τις αντιπροσωπεύει.

3. Ο φόβος της επιτυχίας.

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

4. Η απουσία ινδαλμάτων. Το γεγονός ότι οι γυναίκες σχετικά πρόσφατα άρχισαν να επιλέγουν την επιχειρηματική καριέρα σημαίνει ότι εκείνες οι γυναίκες που κατάφεραν να εξελιχθούν στο χώρο των επιχειρήσεων δεν είχαν πρότυπα ή μοντέλα συμπεριφοράς. Η απουσία ινδαλμάτων οδήγησαν τις γυναίκες στη μίμηση των ανδρικών προτύπων, με αποτέλεσμα να υπάρχουν γυναίκες επιχειρηματίες που να φημίζονται για την «σκληρότητα» τόσο των αποφάσεων τους όσο και των προτύπων συμπεριφοράς. Η μίμηση αυτή των ανδρικών προτύπων δημιούργησε προβλήματα στην εξέλιξη της καριέρας των γυναικών, αφού δημιούργησε αυτές μεγάλη πίεση να υιοθετήσουν και καθημερινά να εμφανίσουν μια συμπεριφορά που δεν ήταν αποτέλεσμα δικού τους χαρακτήρα, δικών τους αξιών και συμπεριφορά.

5. Η οργανωσιακή κουλτούρα⁴⁴. Σε συνδυασμό με την απουσία ινδαλμάτων, η οργανωτική κουλτούρα, που ορίζεται σύμφωνα με το Hofstede ως «ο κοινός τρόπος σκέψης που διαφοροποιεί τα μέλη ενός οργανισμού από τον άλλο», μπορεί να αποτελέσει εμπόδιο για την εξέλιξη και την αποδοτικότητα των γυναικών σε θέσεις διοικητικής ευθύνης. Μια οργανωσιακή κουλτούρα που κυριαρχείται από ανδρικές στάσεις και πιστεύω περιθωριοποιεί τις γυναίκες, αφού αν δεν υιοθετήσουν αυτές τις αξίες δεν μπορούν να επιβιώσουν.

6. Η ύπαρξη προκαταλήψεων και στερεοτύπων. Η πεποίθηση ότι οι γυναίκες δεν έχουν εκείνες τις φιλοδοξίες και τα κίνητρα που χρειάζονται για να επιτύχουν, προκαλεί συνήθως μια έμμεση διάκριση εναντίον των γυναικών που θέλουν να ακολουθήσουν επιχειρησιακή καριέρα. Θεωρείται ότι οι γυναίκες θα προχωρήσουν και θα εξελιχθούν μόνο εάν αισθάνονται ότι έχουν όλες τις ικανότητες και την εμπειρία να ανταπεξέλθουν σε αυτό που επέλεξαν. Αντίθετα, οι άνδρες είναι έτοιμοι να χρησιμοποιήσουν όλα τα μέσα για να επιτύχουν τον σκοπό τους. Αυτή η προκατάληψη λειτουργεί εναντίον των γυναικών που θεωρούνται ότι δεν ενδιαφέρονται αρκετά για το εγχείρημα τους⁴⁵.

⁴⁴ Hofstede (1991)

⁴⁵ Χάλκος Γ., 2001

3.9. Γυναικεία επιχειρηματικότητα και τα προβλήματα που αντιμετωπίζει

Σε ότι αφορά τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η γυναικεία επιχειρηματικότητα, εμφανίζεται ότι η συνεισφορά των γυναικών επιχειρηματιών στην οικονομική δραστηριότητα και στην απασχόληση ακολουθεί διαχρονικά αυξητική τάση. Ωστόσο, οι γυναίκες εξακολουθούν να υστερούν σημαντικά σε σχέση με τους άνδρες σε ότι αφορά την ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών, τη συμμετοχή τους σε ανώτερες διοικητικές θέσεις, αλλά και τη μισθολογική αντιμετώπιση.

Η διεθνής εμπειρία δείχνει ότι τα βασικότερα προβλήματα αυτής της υστέρησης εντοπίζονται:

1. Στην έλλειψη αυτοπεποίθησης των γυναικών να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση. Αυτό αντανακλάται άμεσα στο γεγονός ότι οι περισσότερες γυναίκες που αποφασίζουν να ιδρύσουν μια επιχείρηση είναι μεταξύ 36 και 45 ετών.
2. Στις δυσκολίες επιμόρφωσης και τεχνικής στήριξης. Το στοιχείο αυτό αφορά την μη επαρκή εξοικείωση των γυναικών στις νέες μεθόδους διοίκησης και παραγωγής, Επίσης, τα στοιχεία αυτά δείχνουν ότι διαχρονικά το επίπεδο μόρφωσης και κατάρτισης των γυναικών επιχειρηματιών αυξάνεται.
3. Στην ελλιπή πρόσβαση στην πληροφόρηση, η οποία συνδέεται με την ελλιπή δικτύωση των γυναικών σε ομάδες-συνδέσμους, μέσω των οποίων θα έχουν καλύτερη, αμεσότερη και ταχύτερη ενημέρωση σε ότι αφορά προγράμματα, επιδοτήσεις και νέες μεθόδους διοίκησης και οργάνωσης της επιχείρησης, που στοχεύουν στην ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας⁴⁶.



⁴⁶ Νίνα- Παζαρζή Ε., 1998

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο:

ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΝΕΩΝ ΚΑΙ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

4.1. Φορείς ενίσχυσης της νεανικής επιχειρηματικότητας

Η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας συμβάλλει σημαντικά στην οικονομική ανάπτυξη και στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Η ενίσχυση του επιχειρηματικού πνεύματος θεωρείται σαν ένας από τους τέσσερις πυλώνες ανάπτυξης της ευρωπαϊκής πολιτικής για τη βελτίωση της απασχόλησης.

Για να ενθαρρυνθεί ο επιχειρηματικός δυναμισμός πρέπει:

1. Να παρακινηθούν τα φυσικά πρόσωπα να γίνουν επιχειρηματίες, αφού έχουν συνειδητοποιήσει την έννοια της επιχειρηματικότητας
2. Να υπάρχει κατάλληλο πλαίσιο στήριξης, προκειμένου τα επιχειρηματικά σχέδια να εξελίσσονται σε υγιείς επιχειρήσεις.

Σήμερα, οι νέοι που ενδιαφέρονται να ανοίξουν την δική τους επιχείρηση βοηθούνται από τους φορείς και τα προγράμματα που τους παρέχουν υπηρεσίες και χρηματοδοτήσεις σε νέους επιχειρηματίες.

Οι φορείς είναι:

1. Θυρίδες Νεανικής Επιχειρηματικότητας του Υπουργείου Παιδείας
2. Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας
3. Ανταγωνιστικότητα και επιχειρηματικότητα ΕΠΑΝ ΙΙ
4. Ταμείο επιχειρηματικότητας ΤΕΠΙΧ
5. Σωματείο επιχειρηματικότητας νέων
6. Εθνικό ταμείο επιχειρηματικότητας και ανάπτυξης ΕΤΕΑΝ

Ενδεικτικά, παρακάτω παρουσιάζονται και αναλύεται ο σκοπός ορισμένων από τους προαναφερθέντες φορείς:

1. **Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς – Θυρίδες Νεανικής Επιχειρηματικότητας**⁴⁷. Με τον όρο Θυρίδες Νεανικής Επιχειρηματικότητας ορίζονται οι δομές στήριξης των νέων εν δυνάμει επιχειρηματιών. Πρόκειται για δομές πληροφόρησης και παροχής βοήθειας, βασικής και ολοκληρωμένης μορφής, προς όλους τους ενδιαφερόμενους νέους που θέλουν να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά ή να επεκτείνουν την επιχείρησή τους.

Οι Θυρίδες δημιουργήθηκαν για να στηρίζουν τη νεανική επιχειρηματικότητα και να αποτελέσουν φορέα άντλησης πληροφόρησης, ενημέρωσης και δικτύωσης των νέων επιχειρηματιών. Οι Θυρίδες απευθύνονται σε όλες τις οικονομικές δραστηριότητες και στο σύνολο των νέων ανθρώπων, που έχουν διαφορετική ιδιοσυγκρασία, διαφορετικά κίνητρα και

⁴⁷ www.Thirides.gr

σχέδια για το μέλλον. Έτσι το πλαίσιο της παρεχόμενης πληροφόρησης / ενημέρωσης έχει μια δυναμική μορφή και εξελίσσεται ανάλογα με τις ιδιαίτερες ανάγκες των ενδιαφερομένων. Σήμερα λειτουργούν 14 Θυρίδες Νεανικής Επιχειρηματικότητας, ανά περιφέρεια.

Οι βασικοί στόχοι δημιουργίας των Θυρίδων είναι:

- Η ενίσχυση των νέων και κυρίως των ανέργων για την ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας.
- Η δημιουργία ενός περιβάλλοντος υποδοχής και ενίσχυσης των επιχειρηματικών ιδεών ατόμων που προέρχονται από ειδικές πληθυσμιακές ή κοινωνικές ομάδες που θα τους επιτρέψει την γρηγορότερη και αποδοτικότερη προσαρμογή τους στον κοινωνικό ιστό της χώρας μας μέσα από την εμπλοκή τους στο «επιχειρείν».
- Η υποστήριξη της λειτουργία ευέλικτων δομών συνεχούς ενημέρωσης και παροχής ολοκληρωμένης τεχνικής βοήθειας.
- Η δικτύωση σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο των Θυρίδων.
- Η καταγραφή των αναγκών των νέων, ο ρόλος τους στην οικονομική ανάπτυξη των περιφερειών και η δυνατότητα προσαρμογής τους στις συνεχείς μεταβολές του οικονομικού και τεχνολογικού περιβάλλοντος,
- Η ανάπτυξη νέων εργαλείων κατάρτισης.
- Η ευαισθητοποίηση και ενεργοποίηση του κοινού και των αρμόδιων φορέων προς την κατεύθυνση της στήριξης των μικρών επιχειρήσεων.
- Νέα «εργαλεία» υποστήριξης των πολύ μικρών επιχειρήσεων επινοούνται προκειμένου να τις βοηθήσουν στην ανάπτυξη

Οι υπηρεσίες που παρέχονται από τη Θυρίδα προς τους μελλοντικούς επιχειρηματίες είναι οι εξής:

- I. Πληροφορίες
- II. Συμβουλευτική – Τεχνική Βοήθεια
- III. Δικτύωση
- IV. Εμπύχωση για την αντιμετώπιση προβλημάτων
- V. Υποστήριξη
- VI. Ενημερωτικό υλικό

Οι θυρίδες Νεανικής Επιχειρηματικότητας απευθύνονται σε φοιτητές, σπουδαστές, απόφοιτους της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, των δημόσιων Ι.Ε.Κ. και των λοιπών σχολών αρχικής επαγγελματικής εκπαίδευσης των Τ.Ε.Ε., που επιθυμούν να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση, αλλά και σε ήδη υφιστάμενες (νέες) επιχειρήσεις, οι οποίοι χρήζουν υποστήριξης. Τέλος, απευθύνονται σε εν δυνάμει επιχειρηματίες καθώς και σε επιχειρήσεις νέων που βρίσκονται στο αρχικό τους στάδιο.

2. Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας

Ο ρόλος του Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας συνίσταται στην συλλογή, έρευνα και ανάλυση μικροοικονομικών μεγεθών και στοιχείων που σχετίζονται με την προώθηση της επιχειρηματικότητας και στην παροχή επεξεργασμένων και τυποποιημένων πληροφοριών σε κάθε ενδιαφερόμενο.

Το Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας στοχεύει στη δικτύωση των Θυρίδων Νεανικής Επιχειρηματικότητας με τους φορείς άσκησης πολιτικής στον τομέα της

απασχόλησης και της επιχειρηματικότητας. Για την συγκέντρωση και διάχυση όλων των διαθέσιμων πληροφοριών, το Παρατηρητήριο στοχεύει στην ανάπτυξη αμφίδρομων σχέσεων επικοινωνίας με φορείς οι οποίοι έχουν άμεση σχέση με την επιχειρηματικότητα, όπως:

- Επαγγελματικές ενώσεις
- Επιμελητήρια
- Επαγγελματικούς φορείς και
- Εκπαιδευτικά Ιδρύματα.

Αποτέλεσμα είναι η δημιουργία ενός εκτεταμένου δικτύου άντλησης πληροφοριών και η έγκυρη διάχυση των πληροφοριών σχετικών με θέματα επιχειρηματικότητας, προς κάθε ενδιαφερόμενο. Μεταξύ των αρμοδιοτήτων του «Παρατηρητηρίου Νεανικής Επιχειρηματικότητας» προς πραγματοποίηση του έργου συγκαταλέγονται⁴⁸:

α. Δημιουργία μηχανισμού συγκέντρωσης μακροοικονομικών και μικροοικονομικών μεγεθών και στοιχείων, καθώς και λοιπών στοιχείων που αφορούν στο επιχειρηματικό περιβάλλον.

β. Συνεργασία με τις Θυρίδες Νεανικής Επιχειρηματικότητας για την συγκέντρωση των στοιχείων και την διασπορά της πληροφορίας.

γ. Επεξεργασία των στοιχείων αυτών ώστε να παράγεται δομημένη πληροφορία.

δ. Σύνταξη μελετών σχετικών με την επιχειρηματικότητα και προβολή των αποτελεσμάτων τους.

ε. Παροχή της πληροφορίας αυτής σε κάθε ενδιαφερόμενο κυρίως μέσω του διαδικτύου, αλλά και με κάθε προσφερόμενο μέσο.

στ. Συνεργασία με φορείς που δραστηριοποιούνται στον τομέα της απασχόλησης και της επιχειρηματικότητας, για την ανταλλαγή πληροφοριών και τεχνογνωσίας, καθώς και τον συντονισμό των δράσεων τους.

ζ. Δημιουργία ετήσιων συμπερασματικών εκθέσεων και επισήμανση των τομέων στους οποίους πρέπει να γίνουν παρεμβάσεις για την βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος.

η. Ανάλυση πρωτοβουλιών για την ενημέρωση της κοινής γνώμης και ειδικά των νέων.

θ. Σχεδιασμός και εφαρμογή προγραμμάτων στο πλαίσιο του εκπαιδευτικού συστήματος με στόχο την καλλιέργεια επιχειρηματικής συνείδησης στα παιδιά και την ενθάρρυνση της επιχειρηματικής δράσης.

⁴⁸ www.Paratiritirio.gr

3. Εθνικό ταμείο επιχειρηματικότητας και ανάπτυξης⁴⁹

Σκοπός της σύστασης του Ταμείου Επιχειρηματικότητας είναι να συνδράμει στην ενίσχυση μικρομεσαίων επιχειρήσεων, όλων των κλάδων και όλων των τύπων των Εταιρειών, είτε αυτές είναι υπό σύσταση, ή νέες, ή ακόμα και υφιστάμενες, σε κάθε περίπτωση, όμως, οικονομικά βιώσιμες.

Στόχοι του ταμείου είναι η συνεπένδυση και συγχρηματοδότηση σε νέα εργαλεία χρηματοοικονομικής τεχνικής, που θα στοχεύουν με εξειδικευμένα και κατάλληλα προϊόντα/προγράμματα, στη διευκόλυνση της πρόσβασης των ελληνικών επιχειρήσεων στη χρηματοδότηση, ώστε να ενισχύσουν τη δημιουργία ή/και την ανάπτυξη βιώσιμων επιχειρήσεων σε καινοτόμους, δυναμικούς και ελπιδοφόρους τομείς και δραστηριότητες της οικονομίας.

Ειδικότερα, το Ταμείο Επιχειρηματικότητας έχει ως αρμοδιότητες να συνεισφέρει στην ίδρυση και ανάπτυξη των επιχειρήσεων, στοχεύοντας κυρίως στις Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις, να λειτουργήσει ως καταλύτης στη ροή κεφαλαίων προς αυτές, να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να ανταγωνιστούν επάξια τόσο τις Μεγάλες Επιχειρήσεις της χώρας όσο και τις αντίστοιχες ευρωπαϊκές, να συμβάλλει ώστε να γίνεται καλύτερη και σωστότερη χρήση των πόρων του ΕΣΠΑ από την πλευρά των επιχειρήσεων, και τέλος, να βοηθήσει στην επίτευξη ικανοποιητικής μόχλευσης των πόρων του Δημόσιου και Ιδιωτικού τομέα και την παροχή χρηματοοικονομικών προϊόντων με τους ευνοϊκότερους όρους της αγοράς.

Τα οφέλη που απορρέουν από τη σύσταση του ταμείου συνίστανται στην εν γένει ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, την υλοποίηση επενδύσεων και την κάλυψη αναγκών ρευστότητας, την ίδρυση και ανάπτυξη των επιχειρήσεων και ιδίως των ΜΜΕ, την εξωστρέφεια αυτών, καθώς και τη δημιουργία νέων ανταγωνιστικών προϊόντων και υπηρεσιών και τα οποία θα υλοποιηθούν με τη βοήθεια κατάλληλων εργαλείων χρηματοοικονομικής τεχνικής, όπως δάνεια, ή άλλες μορφές πιστοδοτήσεων και συμμετοχών (π.χ. εγγυήσεις).

4. Ταμείο επιχειρηματικότητας /ΤΕΠΙΧ⁵⁰

Σκοπός του ταμείου είναι η παροχή στοχευμένων χρηματοδοτικών προϊόντων για την δημιουργία νέων, βιώσιμων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και ενίσχυση των υφιστάμενων μικρομεσαίων επιχειρήσεων της χώρας με την ανάπτυξη κατάλληλων χρηματοδοτικών εργαλείων και προϊόντων.

5. Σωματείο επιχειρηματικότητας νέων⁵¹

Σκοπός του σωματείου είναι η εφαρμογή εκπαιδευτικών προγραμμάτων, που προάγουν την επιχειρηματική σκέψη των νέων σε συνεργασία με τις ελληνικές επιχειρήσεις και το ελληνικό δημόσιο και ιδιωτικό εκπαιδευτικό σύστημα όλων των βαθμίδων, σε ολόκληρη την επικράτεια.

Τα εκπαιδευτικά προγράμματα βοηθούν τους νέους να αποκτήσουν βασικές γνώσεις που αφορούν τον κόσμο των επιχειρήσεων, να κατανοήσουν την έννοια της επιχειρηματικότητας, τη σημασία της Οικονομίας και των οικονομιών που καθοδηγούνται από τις αγορές, το ρόλο των επιχειρήσεων στην παγκόσμια οικονομία, την αξία της ανταγωνιστικότητας και της καινοτομίας.

⁴⁹ www.etean.gr

⁵⁰ www.tepix.gr

⁵¹ www.sep.gr

Δίνουν επίσης τη δυνατότητα στους νέους να δουν το διαφορετικό ρόλο που πρέπει να έχουν οι επιχειρήσεις στα περιβαλλοντικά και κοινωνικά θέματα και το σεβασμό που πρέπει να δείχνουν για την ηθική λειτουργία τους, αλλά και την ευθύνη που πρέπει να δείχνει το κράτος στη λειτουργία των επιχειρήσεων στη διεθνή αγορά.

Το Σωματείο επιχειρηματικότητας νέων (ΣΕΝ) ιδρύθηκε με στόχο:

- Να στηρίξει την ελληνική εκπαιδευτική κοινότητα στην ανάπτυξη μιας εσωτερικής κουλτούρας που προωθεί την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία
- Να συνεργαστεί με τους αρμόδιους φορείς στην προετοιμασία των μαθητών για τη σύγχρονη αγορά εργασίας βοηθώντας τους να αναπτύξουν δεξιότητες και κριτική σκέψη
- Να εξοπλίσει τους νέους με εργαλεία που θα τους δώσουν τη δυνατότητα να δημιουργήσουν βιώσιμες επιχειρήσεις
- Να βοηθήσει με κατάλληλο εκπαιδευτικό υλικό και πρόσβαση στο εκπαιδευτικό σύστημα επιχειρηματίες και στελέχη επιχειρήσεων, που θέλουν να ασχοληθούν με την επιχειρηματική εκπαίδευση αλλά χρειάζονται στήριγμα
- Να συμβάλλει ώστε η χώρα μας να δημιουργεί περισσότερες επιχειρήσεις με μεγαλύτερη πιθανότητα μακροχρόνιας επιτυχίας.

Δράσεις του Υπουργείου Εργασίας, Κοινωνικής Ασφάλισης & Πρόνοιας⁵²

Α. Επιταγή εισόδου στην αγορά εργασίας για άνεργους νέους έως 29 ετών

Στόχος του προγράμματος είναι η επίτευξη μιας δομημένης πορείας εισόδου των νεοεισερχόμενων άνεργων νέων στην αγορά εργασίας, η οποία θα καταλήγει στην τοποθέτησή τους σε θέσεις απασχόλησης σε επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα της οικονομίας. Ειδικότερα το πρόγραμμα διασφαλίζει τις αναγκαίες προϋποθέσεις ένταξης των νέων στην αγορά εργασίας μέσω της απόκτησης και βελτίωσης των γνώσεών τους με παράλληλη θεωρητική κατάρτιση και πρακτική άσκηση σε πραγματικές συνθήκες εργασιακού περιβάλλοντος και προσαρμογή των γνώσεων στις πραγματικές ανάγκες της παραγωγικής διαδικασίας.

Περιλαμβάνει:

- ολοκληρωμένη δέσμη παρεμβάσεων μέσω χορήγησης voucher για:
- Κατάρτιση έως 100 ώρες (οριζόντιες και εξειδικευμένες δεξιότητες) σε συνδυασμό με καθοδήγηση / εκπαιδευτικό
- Πρακτική άσκηση / Εργασιακή εμπειρία πέντε (5) μηνών.
- Επιχορήγηση των επιχειρήσεων που θα μετατρέψουν την πρακτική άσκηση σε σύμβαση εργασίας, με κάλυψη των εργοδοτικών εισφορών για ένα έτος.

Ωφελούμενοι θα είναι:

⁵² www.esfhellas.gr & www.epanad.gov.gr

- Άνεργοι πτυχιούχοι ΑΕΙ / ΤΕΙ έως είκοσι εννέα (29) ετών και
- Άνεργοι απόφοιτοι υποχρεωτικής, δευτεροβάθμιας & μεταδευτεροβάθμιας εκπαίδευσης έως 29 ετών, οι οποίοι έχουν ολοκληρώσει τις σπουδές τους κατά προτεραιότητα το αργότερο 36 μήνες πριν την υποβολή αίτησής τους στο πρόγραμμα.

Το πρόγραμμα παρέχει:

- στο νέο:
 - I. Επίδομα κατάρτισης 5€ ανά ώρα κατάρτισης
 - II. Αμοιβή 460€ για κάθε μήνα εκπαιδευτικής πρακτικής άσκησης (για αποφοίτους ΑΕΙ/ΤΕΙ).
 - III. Αμοιβή 400€ για κάθε μήνα εκπαιδευτικής πρακτικής άσκησης (για αποφοίτους υποχρεωτικής, δευτεροβάθμιας και μεταδευτεροβάθμιας εκπαίδευσης)
 - IV. Ιατροφαρμακευτική κάλυψη.
 - V. Επιπλέον ασφαλιστική κάλυψη έναντι κινδύνου,
 - VI. ατυχήματος κλπ. για όλη τη διάρκεια της εκπαιδευτικής πρακτικής άσκησης.

στην επιχείρηση:

Κάλυψη εργοδοτικών εισφορών για ένα έτος, για τις επιχειρήσεις που θα μετατρέψουν την πρακτική άσκηση σε σύμβαση εργασίας. Στο πρόγραμμα μπορούν να συμμετέχουν επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα που δραστηριοποιούνται κατά προτεραιότητα στους κάτωθι τομείς:

1. Αγροδιατροφικός Τομέας
2. Τουρισμός – Πολιτισμός
3. Νέες τεχνολογίες
4. Ενέργεια (παραγωγή ενέργειας, εξοικονόμηση ενέργειας)
5. Ναυτιλία
6. Υπηρεσίες υγείας – κοινωνικής φροντίδας
7. Επιπλέον, για να υπαχθεί μια επιχείρηση στο πρόγραμμα, δεν θα πρέπει να έχει προβεί, κατά τη διάρκεια του τριμήνου πριν την αίτηση υπαγωγής στο πρόγραμμα, σε μείωση προσωπικού, ενώ αναλαμβάνει τη δέσμευση να μην απολύσει προσωπικό καθ' όλη τη διάρκεια της εκπαιδευτικής πρακτικής άσκησης και της επιχορήγησης.

4.2 Φορείς και υπηρεσίες υποστήριξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας

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

Φορείς ενασχόλησης με τη γυναικεία επιχειρηματικότητα και ενίσχυση των γυναικών επιχειρηματιών:

1. Εθνικό Επιμελητηριακό Δίκτυο Ελληνίδων Γυναικών Επιχειρηματιών (Ε.Ε.Δ.Ε.Γ.Ε.)⁵³

2. Σύνδεσμος Γυναικών Επιχειρηματιών Ελλάδος (Σ.Ε.Γ.Ε.)⁵⁴

3. Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Πειραιά (Ε.Β.Ε.Π.)⁵⁵

4. Γυναικείος Διαβαλκανικός Επιχειρηματικός Φορέας

Ο Γυναικείος Διαβαλκανικός Επιχειρηματικός Φορέας δημιουργήθηκε από τη συνεργασία του Συνδέσμου Γυναικών Επιχειρηματιών Ελλάδος (Σ.Ε.Γ.Ε.), του Δήμου Θεσσαλονίκης και του Βιομηχανικό Επιμελητήριο Θεσσαλονίκης (ΒΕΘ).

5. Ελληνική Εταιρεία Διοικήσεως Επιχειρήσεων (ΕΕΔΕ) – Τομέας Γυναικών Μάνατζερ και Επιχειρηματιών (ΤΟΓΜΕ)⁵⁶.

6. Σύνδεσμος Βιομηχανιών Βορείου Ελλάδος (Σ.Β.Β.Ε.)⁵⁷.

7. Ομοσπονδία Ελληνικών Συνδέσμων Νέων Επιχειρηματιών (Ο.Ε.Σ.Υ.Ν.Ε.)

8. Κέντρο Στήριξης της Απασχόλησης και της Επιχειρηματικότητας των Γυναικών – ΕΡΓΑΝΗ⁵⁸.

9. Μη Κερδοσκοπική Οργάνωση για την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας.

Ενδεικτικά αναλύονται ορισμένοι από τους αναφερθέντες φορείς:

1. Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Γυναικών Ελλάδος⁵⁹

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

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

⁵³ <http://eedege.eu>

⁵⁴ www.sege.gr

⁵⁵ www.pcci.gr

⁵⁶ www.eede.gr

⁵⁷ www.sbbe.gr

⁵⁸ www.ergani.gr

⁵⁹ www.sege.gr

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

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

- Συνδέονται με γυναίκες επιχειρηματίες που έχουν παρόμοιο τρόπο σκέψης και διάθεση να μοιραστούν ιδέες, πληροφορίες και ευκαιρίες.
- Παρακολουθούν εκδηλώσεις, συνέδρια και φόρα για ζωτικά θέματα που αφορούν στην επιχειρηματικότητα
- Διευρύνουν την επιχειρηματική τους δικτύωση και γνωστική βάση
- Αποκτούν πρόσβαση σε επιχειρηματικά δίκτυα της Ελλάδας και του εξωτερικού για την ανάπτυξη συνεργασιών σε εθνικό και διεθνές επίπεδο.
- Συμμετέχουν και επωφελούνται από τη θέση του ΣΕΓΕ ως φορέα εκπροσώπησης για τη βελτίωση των κοινωνικών, πολιτικών και επιχειρηματικών θεμάτων που αφορούν στις γυναίκες επιχειρηματίες.
- Εκπαιδεύονται αυτές και το προσωπικό τους σε εξειδικευμένα προγράμματα και σεμινάρια
- Ενημερώνονται για επιχειρηματικά, αναπτυξιακά εθνικά και κοινοτικά προγράμματα και οικονομικά θέματα άμεσου ενδιαφέροντος.
- Συμμετέχουν σε μια κοινότητα που αναγνωρίζει τη σημασία της προσωπικής ανάπτυξης και αλλαγής.
- Ανταλλάσσουν εμπειρίες, αποκτούν πρόσβαση στη γνώση και αναζητούν νέους συνεργάτες.
- Διατηρούν και διευρύνουν δίκτυα επικοινωνίας

Πλήρη μέλη μπορούν να γίνουν όλες οι γυναίκες που κατέχουν ή διοικούν μια επιχείρηση ανεξαρτήτως μεγέθους. Τα μέλη του ΣΕΓΕ ενθαρρύνονται να λάβουν ενεργή δράση στην υποστήριξη των συναδέλφων τους και των στόχων του ΣΕΓΕ.

2. Portal ενημέρωσης για τη γυναίκα επιχειρηματία από την Ευρωπαϊκή Ένωση⁶⁰

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

3. Γενική Γραμματεία Ισότητας⁶¹

Η Γενική Γραμματεία Ισότητας είναι ο αρμόδιος κυβερνητικός φορέας αρμόδιος για το σχεδιασμό, την υλοποίηση και την παρακολούθηση της εφαρμογής των πολιτικών για την ισότητα μεταξύ γυναικών και ανδρών σε όλους τους τομείς. Η Ευρωπαϊκή Στρατηγική για την Απασχόληση με τους στόχους που έθεσε η το Συμβούλιο των Υπουργών της Λισσαβόνας το 2000, καθιστά την ισότητα ευκαιριών μεταξύ ανδρών και γυναικών οικονομικό ζήτημα από την παράμετρο της βελτίωσης της συμμετοχής των γυναικών στην απασχόληση και την

⁶⁰ www.Businesswoman.gr

⁶¹ www.geniki_grammateia_isotitas.gr

αγορά εργασίας, ως στοιχείο της ανταγωνιστικότητας της ευρωπαϊκής και κατ' επέκταση των εθνικών οικονομιών των κρατών μελών και ως μέσον εξασφάλισης του αναπτυξιακού της μέλλοντος και της διατήρησης των κοινωνικών της συστημάτων.

Ο στόχος που τέθηκε για την αύξηση της γυναικείας απασχόλησης σε 60% ως το 2010, ως μέσο ανάπτυξης της συνολικής απασχόλησης που χρειάζεται η Ε.Ε. επιπλέον εξασφαλίζει αντιπροσωπευτικότερη συμμετοχή του συνόλου της κοινωνίας σε όλους τους τομείς, επιτυγχάνοντας έτσι ευρύτερη κοινωνική συνοχή. Ειδικότερα, δε, η προώθηση της ίσης πρόσβασης και εξέλιξης των δύο φύλων στην αγορά εργασίας και της επιχειρηματικότητας εξασφαλίζει εν μέρει τη δικαιότερη κατανομή του πλούτου, αλλά και των ανθρωπίνων πόρων, συμβάλλοντας, παράλληλα, στην άμβλυση του κοινωνικού αποκλεισμού και της φτώχειας. Παράλληλα, η ανάπτυξη πολιτικών που διευκολύνουν την ένταξη στην αγορά εργασίας γυναικών που ανήκουν σε ειδικές πολιτισμικές ή μειονοτικές ομάδες, πέραν από το σεβασμό της διαφορετικότητας και της πολυπολιτισμικότητας, μειώνει τον κοινωνικό αποκλεισμό σε όφελος της κοινωνικής συνοχής. Η κοινωνική συνοχή είναι με τη σειρά της μοχλός οικονομικής ανάπτυξης. Έτσι, η ισότητα αποκτά και από αυτή την πλευρά οικονομικό, αλλά και πολιτικό ενδιαφέρον.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο:

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

5.1 Επιλογή του δείγματος

Σκοπός της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι η κατανόηση των κινήτρων που ωθούν τις γυναίκες στην επιχειρηματικότητα και των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν καθώς και η ενίσχυση της προσπάθειας τους μέσω προγραμμάτων. Η εργασία αποτελείται από το θεωρητικό και το ερευνητικό μέρος. Το θεωρητικό περιλαμβάνει στοιχεία που προέρχονται από βιβλιογραφική ανασκόπηση, ενώ για το ερευνητικό κομμάτι κρίθηκε απαραίτητα η σύνταξη ερωτηματολογίου. Το ερωτηματολόγιο μοιράστηκε σε γυναίκες που προωθούν την επιχειρηματικότητα στην ελληνική αγορά, ηλικίας μεταξύ 35 – 40 ετών, κατά το χρονικό διάστημα Ιούλιος 2013 – Αύγουστος 2013.

5.2 Λομή και περιεχόμενο του ερωτηματολογίου

Για τη σύνταξη του ερωτηματολογίου χρησιμοποιήθηκαν συνολικά 12 ερωτήσεις, οι οποίες αποτυπώνουν τις σημαντικότερες παραμέτρους της ανάπτυξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας σε γυναίκες που δραστηριοποιούνται στον ελλαδικό χώρο την εποχή που διανύουμε.

Συγκεκριμένα, οι ερωτήσεις αφορούσαν: το φύλο, την ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο, τον τομέα – αντικείμενο της δραστηριότητας της επιχείρησης, της ηλικίας της επιχείρησης, του αριθμού των εργαζομένων, τον τόπο που εδρεύει η επιχείρηση, ποιο ήταν το κίνητρο της ώθησης στην δημιουργία /απασχόληση της επιχείρησης, αν στο παρελθόν είχαν διδαχθεί, οι ερωτηθέντες κάποιο μάθημα-σεμινάριο για την επιχειρηματικότητα, αν κατά την έναρξη /λειτουργία της επιχείρησης αντιμετώπισαν προβλήματα / Τι είδους πρόβλημα και τις πηγές χρηματοδότησης. Οι αρχικές ερωτήσεις ήταν κλειστού τύπου ενώ οι υπόλοιπες ανοιχτού τύπου.

5.3 Μεθοδολογική προσέγγιση και ανάλυση των δεδομένων

Όταν αποφασίστηκε το θέμα της εργασίας και τέθηκαν οι στόχοι για την πραγματοποίηση της παρούσας έρευνας, και πριν γραφτεί η ανασκόπηση της σχετικής βιβλιογραφίας, έπρεπε να εξεταστεί πως θα συλλεχθούν τα σχετικά στοιχεία. Το αρχικό ερώτημα, όπως αναφέρει η Bell (1999), δεν ήταν «ποια μεθοδολογία θα ακολουθήσω» αλλά «τι πρέπει να ξέρω και γιατί». Τότε τέθηκε το ερώτημα «ποιος είναι ο καλύτερος τρόπος για συλλεχθεί αυτό το είδος των πληροφοριών» και επιπλέον, «όταν θα έχω αυτές τις πληροφορίες, τί θα κάνω με αυτές».

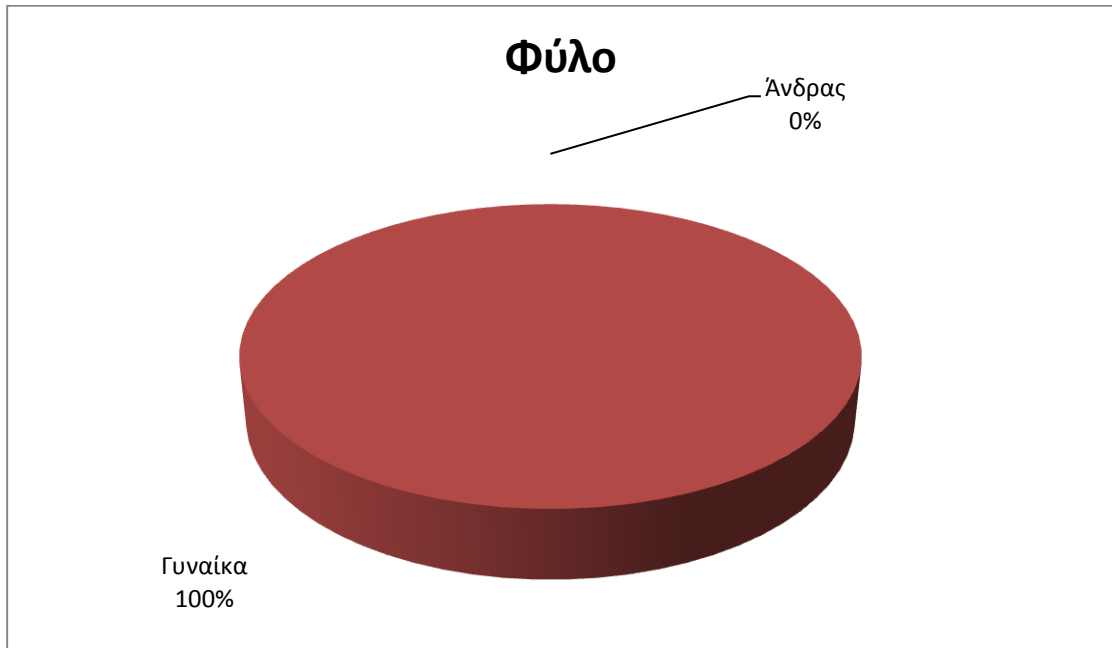
Η εμπειρική διερεύνηση των ερευνητικών ερωτημάτων έθεσε το ζήτημα επιλογής μεθόδου μέσα από το πεδίο των ποιοτικών και ποσοτικών προσεγγίσεων. Οι δυο αυτές προσεγγίσεις ανήκουν σε διαφορετικές παραδόσεις και αντανακλούν διαφορετικές προοπτικές για τη φύση της επιστημονικής έρευνας. Από τη μια, η ποιοτική έρευνα χρησιμοποιεί περιγραφές και κατηγορίες, ενώ η ποσοτική αριθμούς και στατιστική (Cohen and Manion, 2000).

Η διαχωριστική γραμμή ανάμεσα στις δυο αυτές ερευνητικές παραδόσεις τείνει να εξασθενήσει, καθώς ολοένα και συχνότερα προβάλλεται στη βιβλιογραφία η συμπληρωματικότητα τους και η συνδυαστική θεώρηση τους για την άντληση πιο ολοκληρωμένων συμπερασμάτων εκ μέρους του ερευνητή. Για να πραγματοποιηθεί η εν

λόγω έρευνα, συνδυάστηκε η χρήση συνεντεύξεων και ερωτηματολογίων με σκοπό την πιο συστηματική θεώρηση των πληροφοριών που αντλήθηκαν.

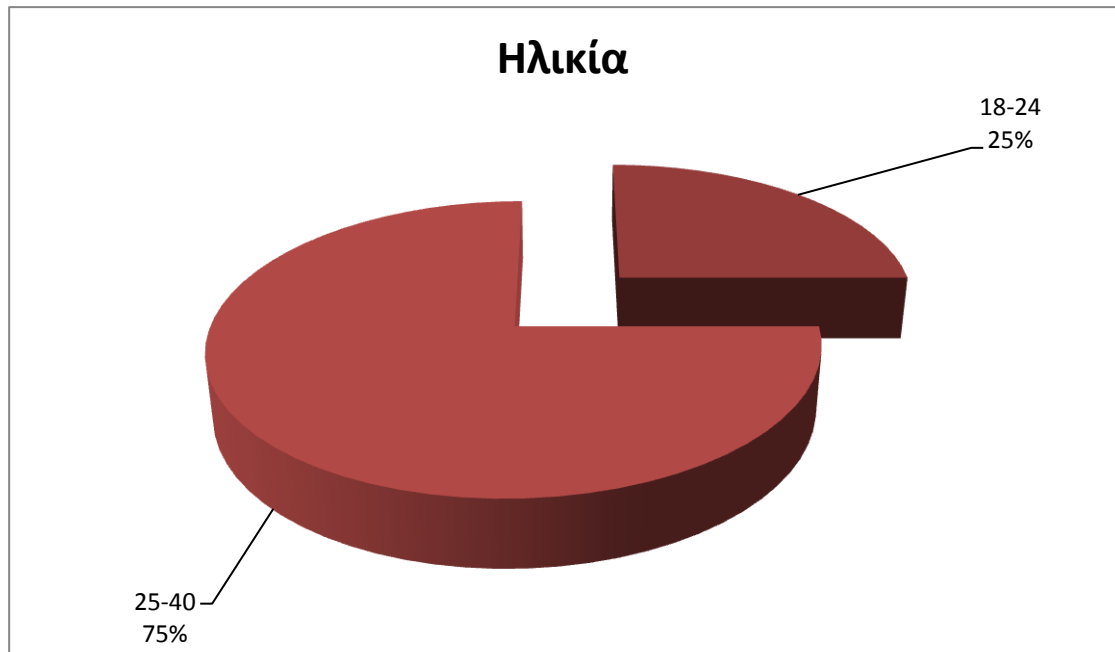
5.4 Αποτελέσματα

I. Ερώτηση 1^η: Το φύλο των ερωτηθέντων.



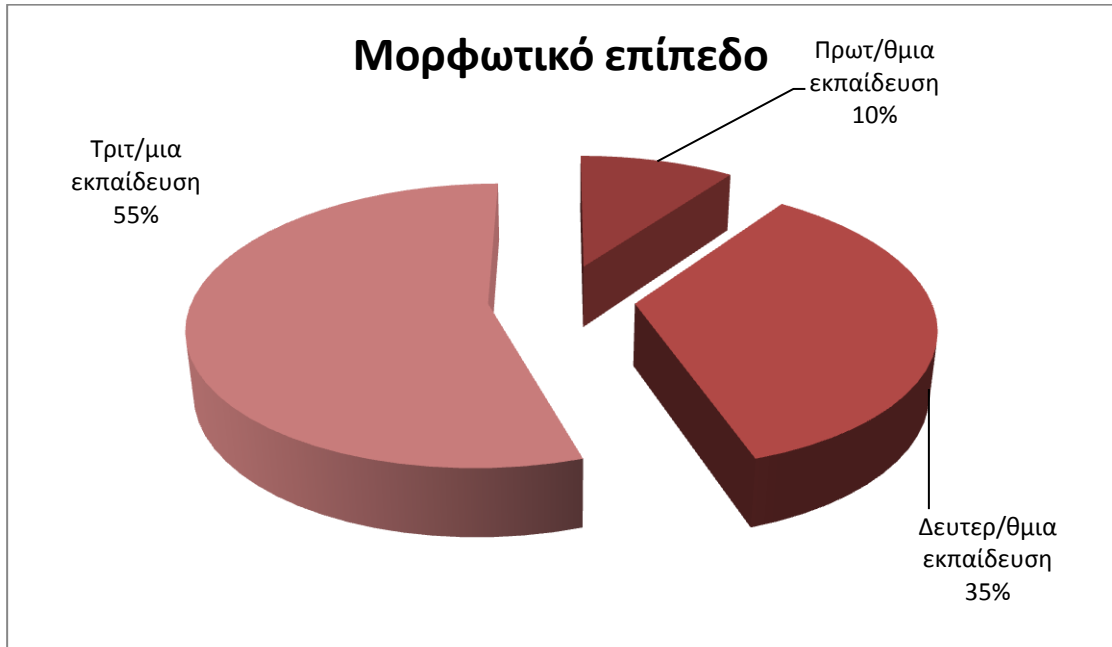
Το 100% του δείγματος των ερωτηθέντων ήταν γυναίκες.

II. Ερώτηση 2^η: Η ηλικία των ερωτηθέντων γυναικών.



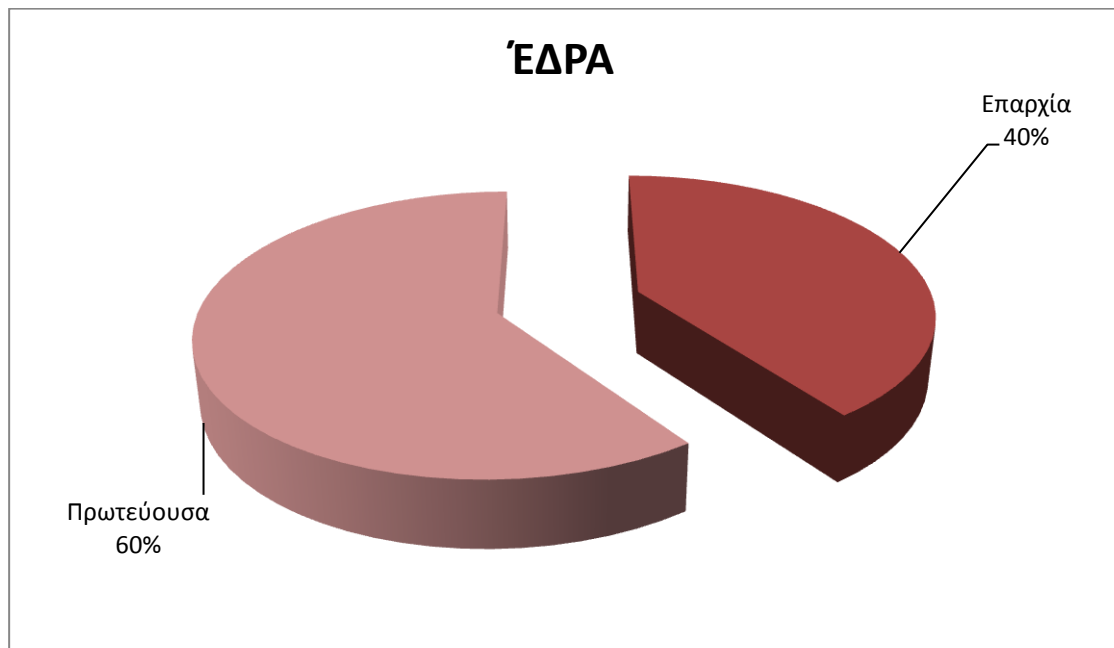
Το 75% των ερωτηθέντων γυναικών του δείγματος μας ήταν 25 - 40 ετών, ενώ το 25% ήταν 18-24 ετών. Γενικότερα, η ηλικία του δείγματος μας κυμαίνεται μεταξύ 25-40 ετών.

III. Ερώτηση 3^η: Το μορφωτικό επίπεδο των επιχειρηματιών.



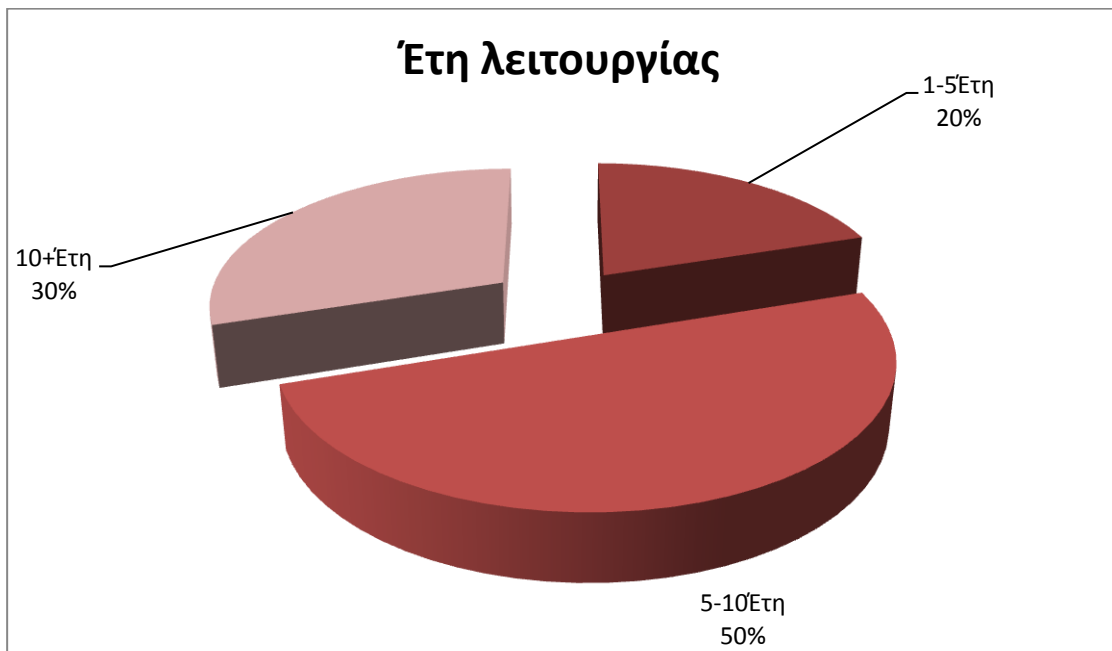
Το 10% του δείγματος των ερωτηθέντων είχαν επίπεδο πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης, το 35% δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, ενώ το 55% τριτοβάθμιας εκπαίδευσης.

IV. Ερώτηση 4^η: Ο τόπος που εδρεύει η επιχείρηση.



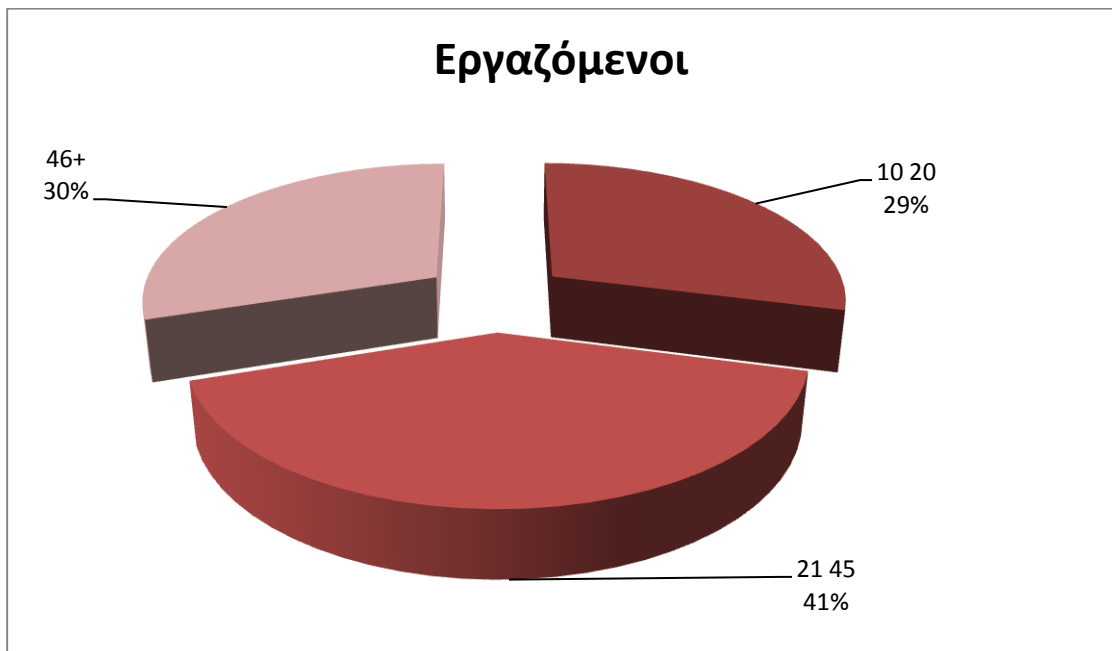
Το 40% του δείγματος των ερωτηθέντων έχουν επιχείρηση στην επαρχία, ενώ το 60% έχει επιχείρηση στην πρωτεύουσα.

V. Ερώτηση 5^η: Η ηλικία της επιχείρησης.



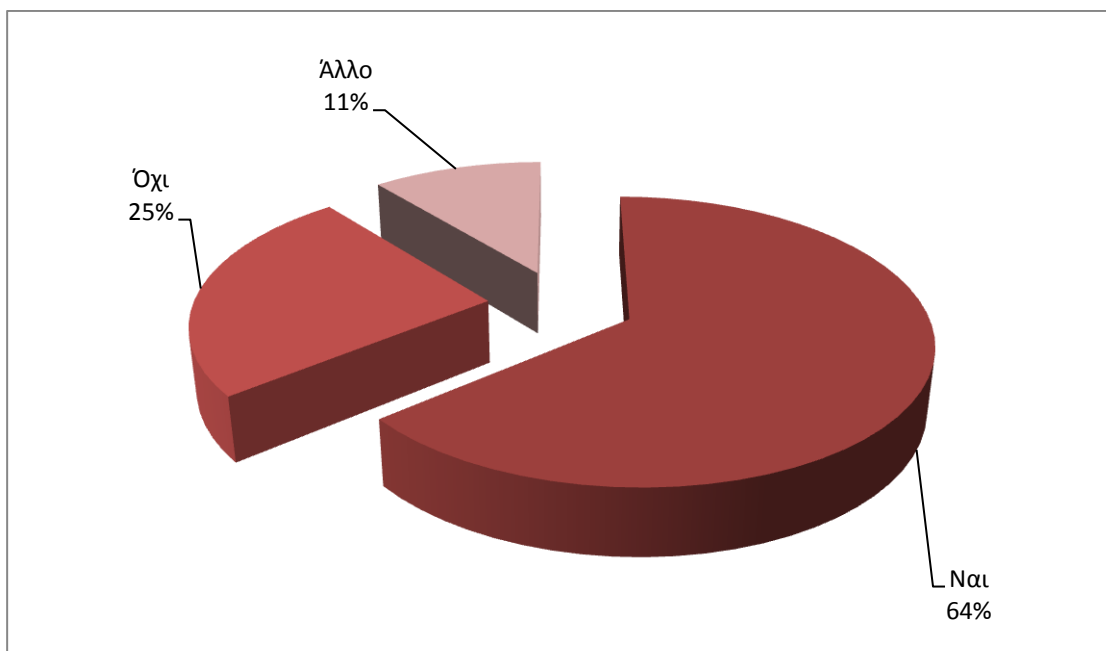
Το 20% των ερωτηθέντων απάντησε ότι έχει την επιχείρηση 1-5 χρόνια, το 30% απάντησαν πάνω από 10 χρόνια ενώ το 50% λειτουργεί την επιχείρηση 5-10 χρόνια.

VI. Ερώτηση 6^η: Ο αριθμός των εργαζομένων της επιχείρησης.



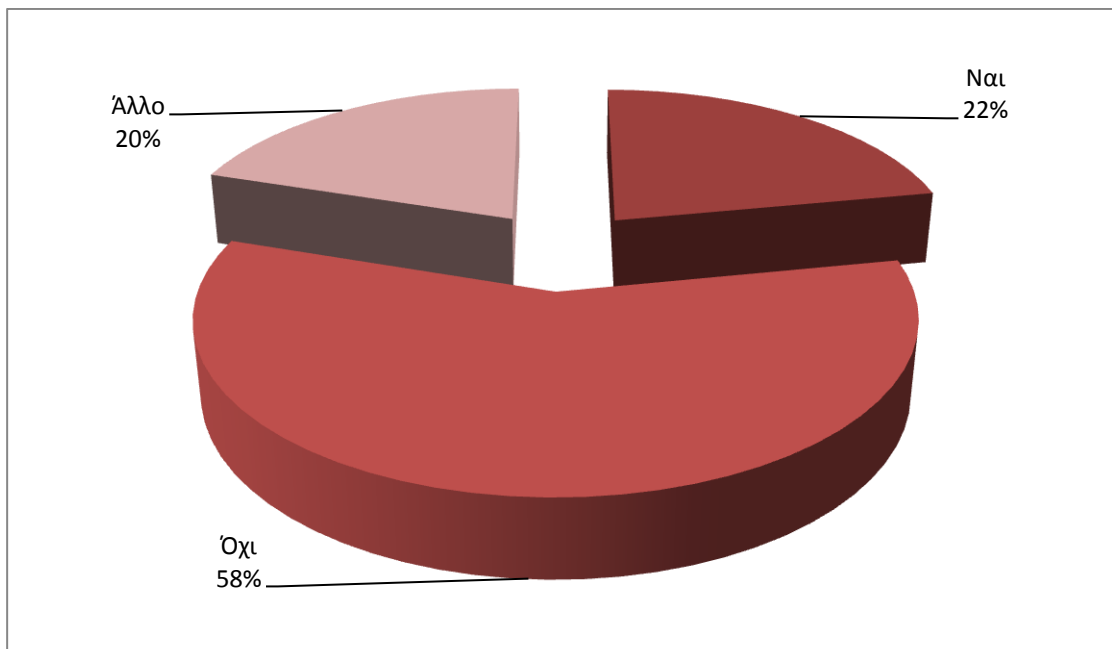
Το 29% των ερωτηθέντων απασχολεί 10 - 20 εργαζόμενους, το 30% απασχολεί πάνω από 46 εργαζόμενους ενώ το 41% απασχολεί 21 - 45 εργαζόμενους στην επιχείρηση του.

VII. Ερώτηση 7^η : Κατά την έναρξη/λειτουργία της επιχείρησης αντιμετωπίσατε προβλήματα;



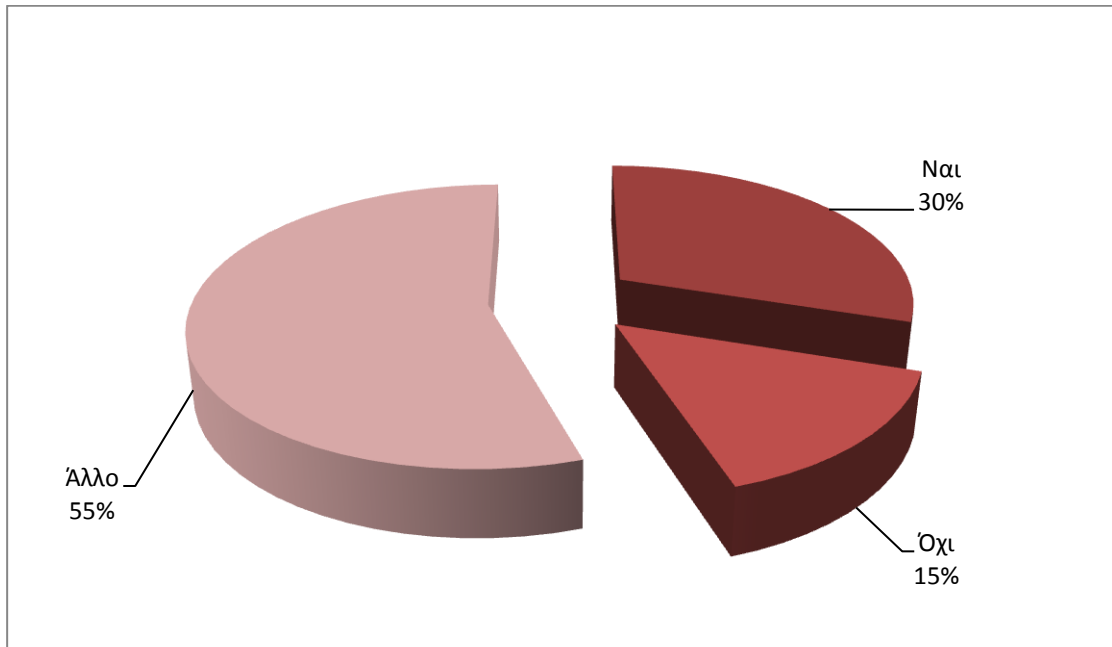
Το 64% των ερωτηθέντων απάντησε ναι στο ότι αντιμετώπισε προβλήματα στην έναρξη της επιχείρησης του, το 25% δεν αντιμετώπισε κάποιο πρόβλημα ενώ το 11% απάντησε κάτι άλλο.

VIII. Ερώτηση 8^η: Στο παρελθόν είχατε διδαχθεί κάποιο μάθημα-σεμινάριο για την επιχειρηματικότητα;



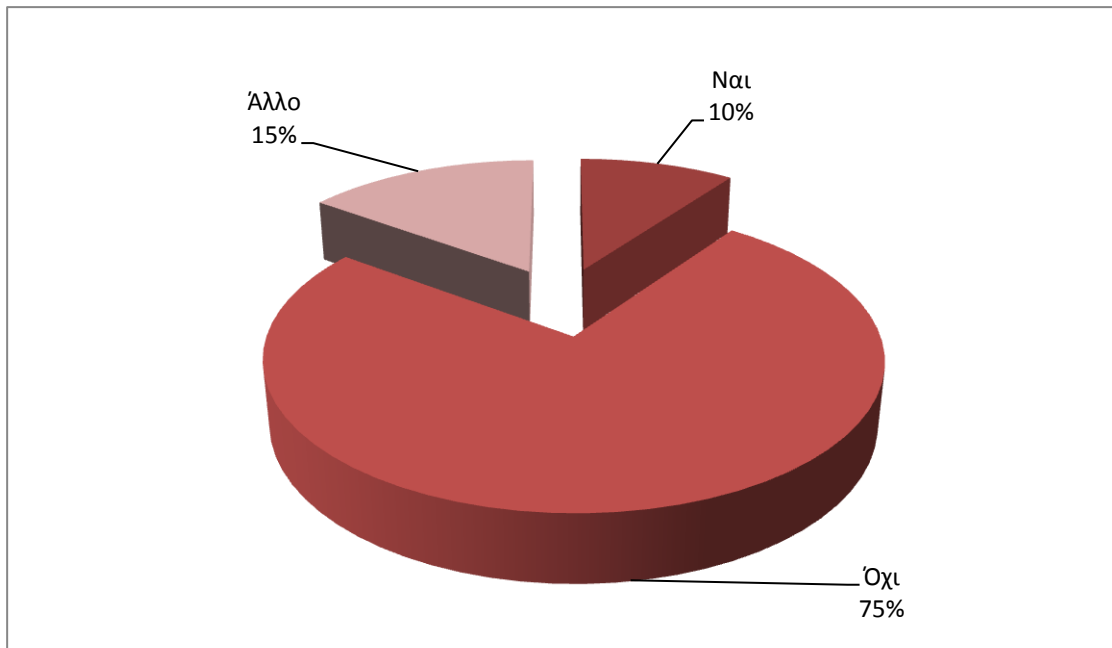
Το 22% των ερωτηθέντων απάντησε ότι είχε παρακολουθήσει κάποιο σεμινάριο , το 58% απάντησε όχι , ενώ το 20% απάντησε κάτι άλλο.

ΙΧ. Ερώτηση 9^η : Γνωρίζετε την ύπαρξη των διάφορων προγραμμάτων - φορέων τα οποία βοηθούν ή ενισχύουν την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα; (πχ ΕΣΠΑ)



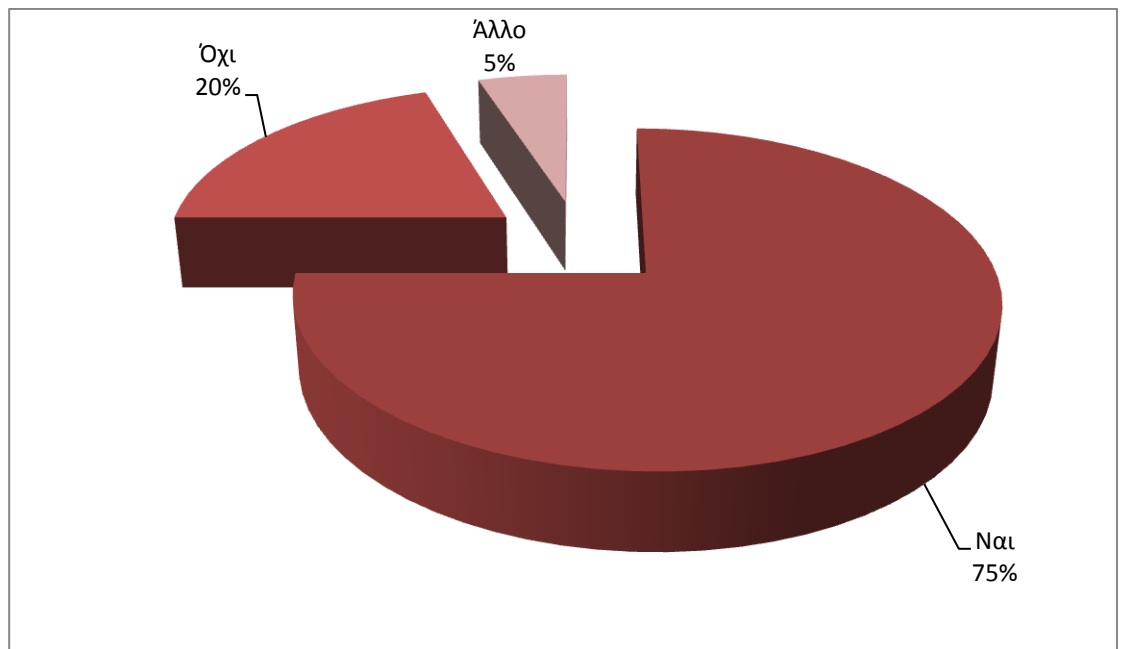
Το 15% των ερωτηθέντων απάντησε ότι δεν γνώριζε για κάποιο πρόγραμμα βοήθειας, το 30% απάντησε ότι γνώριζε , ενώ το 55% απάντησε κάτι άλλο.

Χ. Ερώτηση 10^η :Έχετε συμμετάσχει σε κάποιο πρόγραμμα;



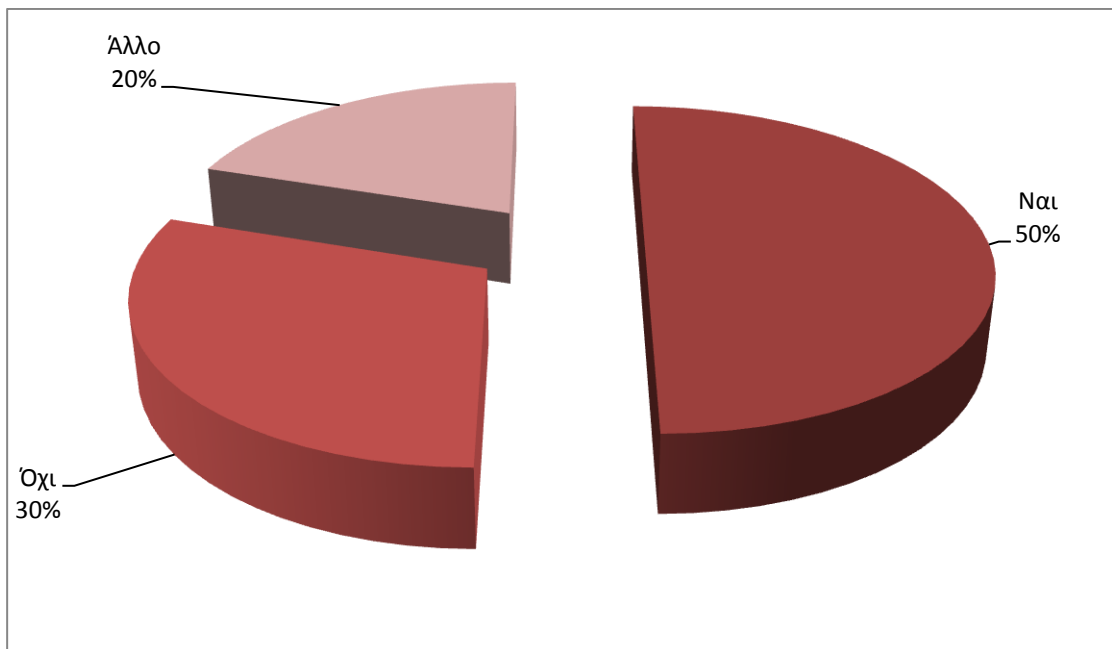
Το 10% των ερωτηθέντων απάντησε ναι στο ότι συμμετείχε σε κάποιο πρόγραμμα, το 75% απάντησε όχι, ενώ το 15% απάντησε κάτι άλλο.

XI. Ερώτηση 11^η : Θεωρείται πως ο τόπος εγκατάστασης της επιχείρησης παίζει καθοριστικό ρόλο στην μετέπειτα πορεία της;



Το 20% των ερωτηθέντων απάντησε ότι δεν έχει σημασία η έδρα της επιχείρησης , το 75% ότι και βέβαια έχει σημασία, ενώ το 5% απάντησε κάτι άλλο.

XII. Ερώτηση 12^η :Θεωρείται πως το φύλλο του επιχειρηματία παίζει καθοριστικό ρόλο στην μετέπειτα πορεία της επιχείρησης;



Το 30% των ερωτηθέντων απάντησε ότι δεν έχει σημασία το φύλλο, το 50% απάντησε ότι έχει, ενώ το 20% απάντησε κάτι άλλο.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ανακεφαλαιώνοντας σε αυτή την εργασία είδαμε ο ρόλος των γυναικών στην σύγχρονη επιχειρηματικότητα είναι σημαντικός και συμβάλλει στην εθνική οικονομία είτε με την προσωπική τους εργασία είτε μέσω της δημιουργίας πετυχημένων και βιώσιμων επιχειρήσεων – συνεταιρισμών. Συγκεκριμένα, η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα κινείται σε χαμηλά επίπεδα σε σχέση με την υπόλοιπη Ευρώπη.

Γεγονός είναι ότι υπάρχουν πολλές δυσκολίες για τις γυναίκες, όπως π.χ. στα θέματα ισότητας στον επαγγελματικό χώρο, στην προσπάθεια να ισορροπήσουν τις απαιτήσεις της οικιακής και εξω-οικιακής απασχόλησης ή/και τα ιδιαίτερα προσόντα που πρέπει να διαθέτει κάποιος για να μπορέσει να ξεκινήσει τη δική του επιχείρηση. Παρ' όλες τις δυσκολίες που μπορεί κανείς να εντοπίσει, οι γυναίκες που επιθυμούν να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση θα πρέπει να γνωρίζουν ότι υπάρχουν υποστηρικτικοί μηχανισμοί για να τους βοηθήσουν σε αυτή την προσπάθεια τους. Οι γυναίκες που καταφέρουν να πραγματοποιήσουν τους επαγγελματικούς στόχους τους, αποκτούν κοινωνική και οικογενειακή αναγνώριση και συμβάλλουν στην αναβάθμιση της ποιότητας της οικογενειακής τους ζωής.

Είναι, επομένως, σημαντικό για την επιτυχία των στόχων των γυναικών επιχειρηματιών καθώς και των νέων ηλικιακά επιχειρηματιών (ανεξαρτήτως φύλλου) τα εξής:

- Να ζητήσουν την υποστήριξη από το κοινωνικό τους περιβάλλον για τις επαγγελματικές τους ανησυχίες.
- Να διερευνήσουν τις υπάρχουσες δραστηριότητες στην αγορά που αφορούν τις επιλογές τους, π.χ. υπάρχει ανάπτυξη δραστηριοτήτων για το αντικείμενο του ενδιαφέροντος τους, κ.α.
- Να διερευνήσουν αν υπάρχουν επιχορηγήσεις για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων που τους ενδιαφέρουν, π.χ. υπάρχει επιχορήγηση για να ξεκινήσουν ένα αγροτουριστικό κατάλυμα, ποιες είναι οι προϋποθέσεις επιχορήγησης.
- Να διερευνήσουν, αν υπάρχει δυνατότητα παρακολούθησης ειδικών προγραμμάτων επαγγελματικής κατάρτισης σε πρακτικά θέματα που τους ενδιαφέρουν.

Γενικότερα, όταν προηγείται έρευνα πριν από κάθε επιχειρηματική δραστηριότητα, οι προϋποθέσεις για την επιτυχία των στόχων είναι σαφέστερες και πιο σίγουρες. Τέλος, όπως είναι ευρέως γνωστό, στην σημερινή εποχή οι συνθήκες που επικρατούν αποτελούν τροχοπέδη για την υλοποίηση όλων όσων έχουμε αναφέρει παραπάνω. Όμως, δεν παύουμε να ελπίζουμε στις Ελληνίδες, οι οποίες με τη φαντασία και τις ρεαλιστικές τους επιδιώξεις, τη δημιουργικότητα και τον δυναμισμό που διαθέτουν, μπορούν να γίνουν επιτυχημένες επιχειρηματίες και να κατακτήσουν μια από τις πρώτες θέσεις επιτυχίας στις διεθνείς συγκρίσεις, διαδραματίζοντας έτσι ένα σπουδαίο ρόλο στις οικονομικές και πολιτικές εξελίξεις της χώρας μας αλλά και παγκοσμίως.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΒΙΒΛΙΑ

- Αυλωνίτης, Γ. Ι και Παπασταθοπούλου, Π. (2006), «*Η Επιχειρηματική Ιδέα*», σελ. 61-75 στο συλλογικό τόμο ΘΕΜΑΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ (Σ. Λιούκας), Αθήνα: ΟΠΑ
- Βουδούρη, Ε. και Λιούκας, Σ. (2006), «*Επιχειρηματικό Σχέδιο*», σελ. 76- 99, στο συλλογικό τόμο ΘΕΜΑΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ (Σ. Λιούκας), Αθήνα: ΟΠΑ
- Γιδάρακου Ι. (1996), «*Πολυδραστηριότητα αγροτισσών. Νέοι ρόλοι τους στην ύπαιθρο. Νέες αναγκαιότητες.*», 4^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Αγροτικής Οικονομίας, Θεσσαλονίκη.
- Θεοδοροπούλου Ε. (1998), “*Ευρωπαϊκά Προγράμματα για την Προώθηση της Απασχόλησης*”, Εκδόσεις του Εθνικού Ινστιτούτου Εργασίας, Αθήνα.
- Καβουσάνος, Ε. Και Δράκος, Α. (2006), «*Ανεύρεση Πόρων – Χρηματοδότηση*» σελ. 143-180 στο συλλογικό τόμο ΘΕΜΑΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ (Σ. Λιούκας), Αθήνα: ΟΠΑ
- Λιούκας, Σ. (2006), «*Η Επιχειρηματικότητα ως Επιλογή Καριέρας: Προοπτικές και Αναστολές*», σελ. 51-60 στο συλλογικό τόμο ΘΕΜΑΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ, Αθήνα: ΟΠΑ
- Μπήτρος, Γ. (2006), «*Ο Ρόλος της Επιχειρηματικότητας και η Συμβολή της*», σελ. 24-49 στο συλλογικό τόμο ΘΕΜΑΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ, Αθήνα: ΟΠΑ
- Μουσούρου Λ. (1993), «*Γυναίκα και απασχόληση. Δέκα ζητήματα.*», Αθήνα: Gutenberg.
- Σαρή Κ. & Τριχοπούλου Α., (2012), «*Γυναικεία Επιχειρηματικότητα. Προσέγγιση της ελληνικής πραγματικότητας.*», Εκδόσεις: Rosilli.
- Σαλαβού, Ε. (2006), *Δρόμοι Εξέλιξης στο «επιχειρείν»*, Αθήνα: Καστανιώτης

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ - ΜΕΛΕΤΕΣ

- Νταντάμη Β. (2005), «*Γυναικείοι Αγροτουριστικοί & Αγροβιοτεχνικοί Συνεταιρισμοί και η προσφορά τους στην Τοπική Ανάπτυξη*», (διπλωματική εργασία), Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, Αθήνα.
- Παπαρζή Ν. & Γιαννακούρου Μ. (2003), «*Γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.*», Μελέτες προς τιμήν του Καθηγητή Α. Λάζαρη, Πανεπιστήμιο Πειραιώς.
- Υπουργείο Ανάπτυξης, (2007), «*Επιχειρησιακό πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα (2007 - 2013)*», Ιούλιος 2007

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Ερωτηματολόγιο - «συνέντευξη»

Το παρακάτω ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε στα πλαίσια της εκπόνησης πτυχιακής εργασίας με θέμα την «ανάπτυξη και την προώθηση της γυναικεία και νεανικής επιχειρηματικότητας». Σκοπός του είναι η κατανόηση των κινήτρων που ωθούν τις γυναίκες στην επιχειρηματικότητα και των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν καθώς και η ενίσχυση της προσπάθειάς τους μέσω προγραμμάτων.

- | | | | | |
|---------|--|------------------------|---------------------|--|
| 1. | Φύλλο | | | |
| | | Άνδρας | Γυναίκα | |
| 2. | Ηλικία | | | |
| 18 -24 | 25 – 40 | | | |
| 3. | Μορφωτικό επίπεδο | | | |
| | Πρωτ/θμια εκπαίδευση | Δευτερ/θμια εκπαίδευση | Τριτ/μια εκπαίδευση | |
| 4. | Τόπος εγκατάστασης επιχείρησης | | | |
| Επαρχία | Πρωτεύουσα | | | |
| 5. | Ηλικία επιχείρησης | | | |
| 1-5 | 5-10 | 10 + | | |
| 6. | Αριθμός Εργαζομένων | | | |
| | 10 – 20 | 21 – 45 | 46 + | |
| 7. | Κατά την έναρξη/λειτουργία της επιχείρησης αντιμετωπίσατε προβλήματα; | | | |
| ΝΑΙ | ΟΧΙ | ΑΛΛΟ | | |
| 8. | Στο παρελθόν είχατε διδαχθεί κάποιο μάθημα-σεμινάριο για την επιχειρηματικότητα; | | | |
| ΝΑΙ | ΟΧΙ | ΑΛΛΟ | | |
| 9. | Γνωρίζετε την ύπαρξη των διάφορων προγραμμάτων - φορέων τα οποία βοηθούν ή ενισχύουν την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα; (πχ ΕΣΠΑ) | | | |
| ΝΑΙ | ΟΧΙ | ΑΛΛΟ | | |
| 10. | Έχετε συμμετάσχει σε κάποιο πρόγραμμα; | | | |
| ΝΑΙ | ΟΧΙ | ΑΛΛΟ | | |

11. Θεωρείται πως ο τόπος εγκατάστασης της επιχείρησης παίζει καθοριστικό ρόλο στην μετέπειτα πορεία της;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

ΑΛΛΟ

12. Θεωρείται πως το φύλλο του επιχειρηματία παίζει καθοριστικό ρόλο στην μετέπειτα πορεία της επιχείρησης;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

ΑΛΛΟ