

Τ.Ε.Ι. ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Πτυχιακή εργασία με θέμα:

**“Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων
τεχνολογιών”**

Επιμέλεια

Γεωργοπούλου Κωνσταντίνα

Παπαγιαννάκης Νικόλαος

Επιβλέπων καθηγητής

Παπαδόπουλος Δημήτριος

ΠΑΤΡΑ, 2014

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Ευχαριστούμε πολύ τον επιβλέποντα καθηγητή μας για την πολύτιμη βοήθειά του και την καθοδήγησή του κατά τη διάρκεια εκπόνησης της πτυχιακής μας εργασίας καθώς και τις οικογένειές μας για τη στήριξή τους όλο αυτό το χρονικό διάστημα.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	6
----------------------	----------

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

1.1 Ιστορική εξέλιξη της γυναικείας απασχόλησης στην Ελλάδα.....	9
1.2 Γυναίκα και εργασία στη σύγχρονη κοινωνία.....	10
1.3 Οι βασικότεροι παράγοντες της γυναικείας απασχόλησης.....	12
1.4 Εκπαίδευση και επαγγελματική κατάρτιση των γυναικών.....	14

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

2.1 Η έννοια και τα είδη επιχειρηματικότητας.....	16
2.2 Γυναικεία επιχειρηματικότητα.....	18
2.3 Τα χαρακτηριστικά της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα.....	20
2.4 Προβλήματα που συνδέονται με τη γυναικεία επιχειρηματικότητα.....	22

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων τεχνολογιών

3.1 Φορείς υποστήριξης για την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας.....	24
3.2 Προγράμματα και πολιτικές για την ισότητα των φύλων στην απασχόληση και την επιχειρηματικότητα.....	28
3.3 Οι πολιτικές δράσης της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τη γυναικεία απασχόληση.....	31
3.4 Προτάσεις για περαιτέρω ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας.....	37

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΕΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

4.1 Ο ρόλος του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ.....	39
4.2 Προώθηση των γυναικείων επιχειρήσεων μέσω των τεχνολογιών πληροφορίας και επικοινωνιών.....	43
4.3 Επιπτώσεις τεχνολογικών εξελίξεων στην απασχόληση γυναικών.....	44
4.4 Επιχειρηματική δυνατότητα της γυναίκας στην Κοινωνία της Πληροφορίας.....	45

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ ΓΙΑ ΤΗ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗ ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ

5.1 Στοιχεία της έρευνας αγοράς.....	48
5.2 Μέθοδος δείγματος και τεχνικές ανάλυσης δεδομένων.....	50

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΜΕΡΟΥΣ

6. 1 Ανάλυση δημογραφικών στοιχείων.....	51
6. 1 Ανάλυση κύριου μέρους της έρευνας.....	53

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	70
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	71
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	74

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στη σύγχρονη εποχή η μεγαλύτερη ένταση του ανταγωνισμού αποτελεί βασικότερο χαρακτηριστικό στοιχείο του επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Οι περισσότερες ελληνικές επιχειρήσεις έρχονται αντιμέτωπες με διάφορες προκλήσεις, αφού πρέπει να βελτιώσουν την επιχειρηματικότητα, αλλά και την ανταγωνιστικότητά τους. Σε όλους τους κλάδους παρατηρείται έντονα το φαινόμενο ανταγωνιστών, με προϊόντα ίδιας ποιότητας και ανταγωνιστικές τιμές. Αυτό είναι και η κύρια απειλή για τον Έλληνα επιχειρηματία.

Η έννοια της επιχειρηματικότητας εμπεριέχει τον καλύτερο δυνατό τρόπο οργάνωσης καθώς και το συνδυασμό παραγωγικών συντελεστών προκειμένου να παραχθούν αγαθά και υπηρεσίες. Επιπλέον, εμπεριέχει το στοιχείο της εισαγωγής και εφαρμογής καινοτομιών, αλλά και το στοιχείο του κινδύνου. Εκφράζει την ικανότητα που έχει κανείς να διαβλέπει το κέρδος, να αναγνωρίζει και να προχωράει στην αξιοποίηση των ευκαιριών εσόδων που έχουν δημιουργηθεί στην αγορά, η οποία εμφανίζει ατέλειες κατά τη λειτουργία της.

Ο ρόλος της γυναίκας μέχρι τα τέλη του 19ου αιώνα ήταν αυτός της συζύγου και της μητέρας με πολύ σπάνιες εξαιρέσεις κατά καιρούς. Στις αρχές του αιώνα η βιομηχανική επανάσταση ώθησε τη γυναίκα στον επαγγελματικό ανταγωνισμό προκειμένου να συμβάλει με την εργασία της στην αντιμετώπιση των οικονομικών χρεών της οικογένειάς της. Στην αρχή υπήρχαν κακές συνθήκες εργασίας και οι αμοιβές της ήταν πολύ χαμηλές. Όμως, οι σιγά σιγά εντονότεροι ρυθμοί εκβιομηχάνισης, πολιτιστικών μεταβολών, αναβάθμισης του μορφωτικού επιπέδου συνέβαλαν στην εμφάνιση της γυναίκας επιχειρηματία πρώτα στη Βόρειο Αμερική και στην Ευρώπη.

Στις μέρες μας η γυναίκα στην Ελλάδα έχει παρουσιάσει πρόοδο και ο ρόλος της έχει αναβαθμιστεί καθώς κατακτά όλο και πιο σημαντική θέση στην κοινωνική δομή. Η νοοτροπία απέναντι στο γυναικείο φύλο έχει αλλάξει εντελώς και το νομοθετικό πλαίσιο εξελίσσεται συνεχώς υπέρ της ισότητας και της ανταγωνιστικότητας των γυναικών σε κάθε τομέα. Η γυναίκα έχει εισχωρήσει αργά στους επιχειρηματικούς κύκλους, αλλά με αρκετή επιτυχία και αναγνώριση. Επιπλέον, οι γυναίκες έχουν την ικανότητα να πλησιάζουν περισσότερο τη γυναίκα καταναλωτή, η οποία και διαχειρίζεται το μεγαλύτερο κομμάτι του οικογενειακού

Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων τεχνολογιών

προϋπολογισμού, αφού είναι περισσότερο αποτελεσματική σε ότι αφορά το εμπόριο ενδυμάτων, επίπλων κ.λ.π.

Από τον 20ό αιώνα οι γυναίκες έκαναν αισθητή την παρουσία τους στην κοινωνία και ιδιαίτερα στο δεύτερο μισό αυτού πραγματοποίησαν εντυπωσιακή είσοδο στο χώρο της εκπαίδευσης και της εξειδικευμένης εργασίας. Τον 21ο αιώνα οι γυναίκες όχι μόνο παγώνουν την παρουσία τους, αλλά ασκούν και σημαντική εξουσία πια κατακτώντας όλους τους τομείς της κοινωνίας. Ένας τέτοιος τομέας υπήρξε ο χώρος των επιχειρήσεων, όπου μέχρι τότε δεν είχε γίνει αισθητή η μαζική γυναικεία παρουσία ούτε είχε αναγνωριστεί η επιτυχία των γυναικών - επιχειρηματιών.

Τις τελευταίες δεκαετίες οι γυναίκες έχουν αρχίσει να κατακτούν και στην Ελλάδα τα ανώτερα κλιμάκια των επιχειρήσεων ως υψηλόβαθμα διευθυντικά στελέχη. Επομένως, εύκολα μπορούμε να διαπιστώσουμε ότι υπάρχουν αλλαγές στο εσωτερικό των επιχειρήσεων καθώς και στο ευρύτερο κοινωνικό περιβάλλον και οι γυναίκες πιθανότατα να αντιμετωπίζονται ισότιμα με τους άντρες σε σχέση με παλαιότερα. Μάλιστα, όσες γυναίκες είναι διατεθειμένες να εκτεθούν στον ανταγωνισμό της αγοράς με τους άνδρες συναδέλφους τους νιώθουν μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση και χρησιμοποιούν προς όφελός τους και αυτά που θεωρούν "παραδοσιακά γυναικεία" προσόντα, όπως παραδείγματος χάρη τη διαίσθηση ή τη φαντασία προκειμένου να κατακτήσουν τους στόχους τους.

Τα τελευταία χρόνια ολοένα και περισσότερες γυναίκες αποφασίζουν να ιδρύσουν μικρές επιχειρήσεις και σε ήδη υπάρχουσες οικογενειακές εταιρίες, οι περισσότερες γυναίκες αναλαμβάνουν τη διοίκηση. Αυτό είναι ένα φαινόμενο, το οποίο δε συναντάται μόνο στην Ελλάδα, αλλά σε ολόκληρη την Ευρώπη και την Αμερική. Κάποιες αναφορές αντιμετωπίζουν τις επιχειρηματίες γυναίκες στην Ελλάδα ως κάτι ξεχωριστό και τονίζουν τις δυσκολίες που υπάρχουν όταν συνδυάζεται η καριέρα με την οικογένεια. Οι γυναίκες δεν αντιμετωπίζονται ισότιμα με τους άνδρες και φαίνεται πως οι εμπειρίες τους σε σχέση με το άλλο φύλο είναι τελείως διαφορετικές.

Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων τεχνολογιών

Η αναζήτηση χρηματοδότησης για την επιχείρηση ή των πελατών για τα προϊόντα τους, είναι δραστηριότητες που μπορούν να γίνουν τόσο από τους άνδρες όσο και από τις γυναίκες. Πολλές φορές υπάρχουν και προκαταλήψεις στον ανδροκρατούμενο κόσμο των επιχειρήσεων, τις οποίες οι γυναίκες καλούνται να συναγωνιστούν. Οι προκαταλήψεις αυτές παύουν να υπάρχουν όταν οι εργαζόμενες αποδείξουν ότι είναι "καλύτερες" από τους άνδρες συναδέλφους τους. Τα χαρακτηριστικά που οι Ελληνίδες επιχειρηματίες υποστηρίζουν ότι είναι απαραίτητα για την επιτυχία είναι η τόλμη, το θάρρος, η εργατικότητα, η αποφασιστικότητα, η υπομονή, η διαίσθηση και η ευαισθησία.

Σπανιότερα αναφέρονται το όραμα, η φιλοδοξία, η καταξίωση, η κοινωνικότητα ή η ανάπτυξη της επιχείρησης ως θεσμού με υποχρεώσεις απέναντι στο σύνολο των εργαζομένων και απέναντι στην κοινωνία. Στις πιο γνωστές περιπτώσεις σήμερα στην Ελλάδα, η γυναικεία επιχειρηματικότητα έχει ταυτιστεί με τον κλάδο των πωλήσεων, δηλαδή τη δραστηριότητα που θεωρείται ότι χρειάζεται δεξιότητες επικοινωνίας που διαθέτουν από τη φύση τους οι γυναίκες για άμεση επαφή με το καταναλωτικό κοινό. Υπάρχει μάλιστα η διαπίστωση ότι υπάρχουν προκαθορισμένα "γυναικεία" και "ανδρικά" επαγγέλματα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

1.1. Ιστορική εξέλιξη της γυναικείας απασχόλησης στην Ελλάδα

Ο ρόλος της γυναίκας στην παραγωγική διαδικασία άρχισε να αποκτά μεγαλύτερο ενδιαφέρον στη δεκαετία του '50. Η ταχύτερη οικονομική ανάπτυξη στην Ευρώπη και στις ΗΠΑ δημιούργησε έλλειμμα στο εργατικό δυναμικό και καλύφθηκε από τη μετανάστευση του πληθυσμού, αλλά και από τις γυναίκες. Ορισμένοι υποστήριξαν ότι η ένταξη των γυναικών στην παραγωγική διαδικασία και το γεγονός ότι οι γυναίκες απασχολούνται σε βαριές δουλειές, όπως για παράδειγμα στις οικοδομές και στα ανθρακορυχεία αποτελεί απόδειξη της ισότητας των δύο φύλων. (Μουσούρου, 1993)

Στις νέες συνθήκες της παγκοσμιοποίησης και των νέων τεχνολογιών έχει αλλάξει η μορφή και η οργάνωση της εργασίας. Στην Ευρώπη το εργατικό δυναμικό έχει ενισχυθεί από τους μετανάστες, όμως, η ανεργία αυξάνεται με γρήγορους ρυθμούς, πλήττοντας και το γυναικείο εργατικό δυναμικό. Στη σύγχρονη οικονομική πραγματικότητα ο ρόλος των γυναικών έχει προχωρήσει σημαντικά τις τελευταίες δεκαετίες, έχουν ξεπεραστεί πολλά στερεότυπα, η αποτίμηση της μη αμειβόμενης εργασίας της γυναίκας στο σπίτι έχει προχωρήσει κι έχει γίνει διεξοδική ανάλυση της εισόδου των γυναικών στην αγορά εργασίας με τη ριζική μεταβολή των καταναλωτικών προτύπων και με τα προβλήματα ανεργίας που προέκυψαν για το γυναικείο πληθυσμό στη διάρκεια των χρόνων της ύφεσης. (Μαράτου – Αλιπράντη, 1999)

Μελετώντας την ιστορία διαπιστώνουμε την έντονη ισότητα αντρών και γυναικών που υπήρχε από παλιά. Ο άντρας κατείχε πάντοτε κυρίαρχη θέση σε πολλούς τομείς της κοινωνικής ζωής. Οι γυναίκες από νεαρή ηλικία ασχολούνταν με οποιαδήποτε εργασία της οικογένειας είτε σε αγρόκτημα είτε σε επιχείρηση. Όμως, πάντοτε είχε προτεραιότητα η ανατροφή των παιδιών και αν τα έσοδα δεν ήταν αρκετά, τότε εργάζονταν αλλού ως υπηρέτριες. Παρόλ' αυτά

υπάρχουν και γυναίκες, οι οποίες αναδείχτηκαν στη διοίκηση και στα γράμματα. Η εκβιομηχάνιση της παραγωγής και η τεχνολογική εξέλιξη γενικότερα επηρέασαν σε σημαντικό βαθμό την κοινωνική δομή της οικογένειας. Δημιουργήθηκε η αντίληψη ότι η εργασία γίνεται έξω από το σπίτι κι όχι μέσα σε αυτό. Κάποιες γυναίκες μάλιστα αποκόμιζαν υψηλούς μισθούς στις κλωστοϋφαντουργίες που ήταν ασυνήθιστοι για τα δεδομένα εκείνης της εποχής. (Αποστολόπουλος, 1998)

Από το 19^ο και μετά τη βιομηχανική επανάσταση υπάρχουν πολλές μεταβολές στην οικονομία και στην κοινωνία. Η οικογένεια δεν αποτελεί πια μονάδα παραγωγής και κατανάλωσης, αλλά μόνο μονάδα κατανάλωσης. Μόνο ο πρωτογενής τομέας παραγωγής αποτελεί εξαίρεση. Με την αστικοποίηση, την εγκατάλειψη της υπαίθρου, την εσωτερική ή εξωτερική μετανάστευση οι γυναίκες έγιναν από παραγωγοί απλοί καταναλωτές. Η γυναίκα εξαρτάται από το σύζυγό της και δεν έχει οικονομική αυτοτέλεια. Απασχολείται μόνο με τα οικιακά και με τη φροντίδα των παιδιών της, εργασία που δεν αμείβεται, άρα εξαρτάται από τον άντρα της. Η εργασία αυτή δεν πωλείται προς τα μέλη της οικογένειας, δεν είναι παραγωγική και δεν υπολογίζεται στο εθνικό προϊόν. (Μουσούρου, 1993)

Η κατάσταση αυτή επικράτησε μέχρι και τη δεκαετία του '60, έπειτα λόγω οικονομικής ανάπτυξης υπάρχουν δυνατότητες συμμετοχής των γυναικών στην αγορά εργασίας και στην κοινωνική τους εξέλιξη. Οι γυναίκες πρέπει να συνεισφέρουν πλέον στο νοικοκυριό, διότι κάνουν την εμφάνισή τους νέα καταναλωτικά πρότυπα που στοχεύουν στην αύξηση των δαπανών και στη μεγιστοποίηση της ευημερίας του νοικοκυριού. Η προσφορά των γυναικών στον τομέα της εργασίας αυξάνεται καθώς αναβαθμίζεται η θέση της και μπορεί να ανταποκριθεί κάλλιστα στο διπλό ρόλο της. (Μαράτου – Αλιπράντη, 1999)

1.2 Γυναίκα και εργασία στη σύγχρονη κοινωνία

Με τον όρο "απασχόληση" αναφερόμαστε στο σύνολο της γυναικείας εργασίας είτε αυτή αμείβεται είτε όχι, μέσα και έξω από το σπίτι. Ο ορισμός περιλαμβάνει και την έννοια της εργασίας που έχει το χαρακτήρα μερικής απασχόλησης. Εμφανίζεται μάλιστα πολύ συχνά ως

Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων τεχνολογιών

θέμα στην εγχώρια και διεθνή βιβλιογραφία πολλών κλάδων, Οικονομίας, Ψυχολογίας, Ιστορίας, Δικαίου, Κοινωνιολογίας κ.λ.π. (Παπαγιανοπούλου – Παπαρούνη, 2005)

Αν και τα τελευταία χρόνια παρατηρείται αύξηση της γυναικείας απασχόλησης, παρατηρείται ακόμα η διάκριση αντρικών και γυναικείων επαγγελμάτων, η μειωμένη παρουσία των γυναικών σε διευθυντικές θέσεις εργασίας και η επαγγελματική στασιμότητά τους. Επίσης, η διάρκεια εκπαίδευσης από την εκπαίδευση στην απασχόληση εμφανίζει διακυμάνσεις ανάλογα με το φύλο και το εκπαιδευτικό επίπεδο. Η γυναικεία απασχόληση τις περισσότερες φορές σχετίζεται με την οικογένεια και το ρόλο των γυναικών σε αυτή. Συχνά αναδεικνύεται η σχέση της γυναικείας εργασίας με τις κοινωνικές μεταβολές, την τεχνολογική εξέλιξη και την ανάπτυξη των γυναικείων επαγγελματικών κλάδων. (Σιδηροπούλου - Δημακάκου, 1998)

Γενικά, η γυναικεία απασχόληση συνδέεται στενά με τη θέση τους στην οικογένεια. Συνήθως, οι γυναίκες που εργάζονται διατηρούν την εργασία μέχρι να αποκτήσουν το πρώτο τους παιδί, δίχως να απασχολούνται αργότερα. Κατά συνέπεια, οι γυναίκες αναλαμβάνουν μεγάλο βάρος διότι προσπαθούν να ανταπεξέλθουν αποδοτικά στις ανάγκες του νοικοκυριού και στις απαιτήσεις της εργασίας τους. Πολλές φορές πέφτουν θύματα εκμετάλλευσης στην αγορά εργασίας και αναγκάζονται να κάνουν δουλειές μερικής απασχόλησης, τις οποίες μπορούν πιο εύκολα να συνδυάσουν με τις οικογενειακές τους υποχρεώσεις. Η μερική απασχόληση είναι μια μορφή εργασίας με μειωμένο ωράριο και μειωμένες αποδοχές. Δεν απαιτείται ιδιαίτερη εξειδίκευση γι' αυτές τις θέσεις και επρόκειτο κυρίως για επαγγέλματα τηλεφωνήτριας, κομμώτριας, καθαρίστριας κ.λ.π. που θεωρούνται καθαρά γυναικεία. (Νάζου, 2005)

Η Ελλάδα, ως μέλος της Ε.Ε. έπρεπε να συμμορφωθεί με τις οδηγίες που υποστήριζαν την ίση μεταχείριση μεταξύ ανδρών και γυναικών. Αυτές αναφέρονταν στην αμοιβή ίσης εργασίας, στις συνθήκες απασχόλησης, στην επαγγελματική κατάρτιση και εξέλιξη και στη δυνατότητα ίσης πρόσβασης στην απασχόληση. Τα τελευταία χρόνια οι έρευνες της ΕΣΥΕ αποδεικνύουν ότι η απασχόληση των γυναικών αυξάνεται με πάρα πολύ γρήγορους ρυθμούς και η ανισότητα όσον αφορά τη συμμετοχή γυναικών σε καταξιωμένα επαγγέλματα μειώνεται. Στο δημόσιο τομέα δεν τίθεται τόσο έντονα το θέμα της διάκρισης των αμοιβών, όπως συμβαίνει στον ιδιωτικό τομέα. (ΕΣΥΕ)

Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων τεχνολογιών

Σύμφωνα με την Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδας (ΕΣΥΕ) και με τις χώρες που είναι μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ως απασχολούμενοι θεωρούνται τα άτομα άνω των 14 ετών που εργάζονται ή απουσιάζουν από την εργασία τους για λόγους υγείας, απεργίας, επισκευής μηχανημάτων, ταξιδιού αναψυχής κ.λ.π., ενώ άνεργοι είναι τα άτομα άνω των 15 ετών, τα οποία: (Καραμεσίνη, 2006)

- Δεν απασχολούνται
- Επιθυμούν να ξεκινήσουν δική τους δουλειά ή ζητούν μισθωτή εργασία
- Είναι διαθέσιμοι και μπορούν να αναλάβουν τυχόν εργασία που βρουν
- Είναι γραμμένοι σε γραφεία Απασχόλησης του ΟΑΕΔ, απευθύνθηκαν σε εργοδότες ή γνωστούς τους για εργασία ή παρακολούθησαν αγγελίες σε εφημερίδες.

Αποκλείει από τους ανέργους:

- Όσους δεν ψάχνουν ενεργά για δουλειά
- Τους ευκαιριακά απασχολούμενους για ελάχιστες ώρες την εβδομάδα που επιθυμούν καλύτερη δουλειά.
- Αυτούς που επιθυμούν να εργαστούν εάν οι ευκαιρίες απασχόλησης βελτιώνονταν.

1.3 Οι βασικότεροι παράγοντες της γυναικείας απασχόλησης

Τα τελευταία χρόνια η συμμετοχή των γυναικών στο εργατικό δυναμικό αυξήθηκε σημαντικά σε όλες τις χώρες. Αυτό ήταν αποτέλεσμα των μέτρων και των πολιτικών που πάρθηκαν για να ενισχύσουν την πρόσβαση των γυναικών στη μόρφωση, την απασχόληση και την επαγγελματική κατάρτιση προκειμένου να εξασφαλίσουν ίσα δικαιώματα και αμοιβές. Άρα, τα ποσοστά της γυναικείας δραστηριότητας βρίσκονται σε διαρκή άνοδο, ενώ τα ποσοστά αντρικής δραστηριότητας μειώνονται ή παραμένουν σταθερά. Με την εξέλιξη του τριτογενούς τομέα παραγωγής έχει όλο και μεγαλύτερη υπόσταση η πλειοψηφία των γυναικών στον εργασιακό χώρο λόγω της ανόδου του μορφωτικού επιπέδου, της ισότητας των δύο φύλων, της τεχνολογικής προόδου και της βελτίωσης των κοινωνικών υπηρεσιών. Όμως, παρόλο που

Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων τεχνολογιών

παρατηρείται σταθερή αύξηση της γυναικείας απασχόλησης είναι αρκετά χαμηλότερη από εκείνη των αντρών. (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2007)

Τα σημαντικότερα κριτήρια που συντέλεσαν στην είσοδο της γυναίκας στην αγορά εργασίας είναι τα εξής: (Μουσούρου, 1993)

∅ Οι γυναίκες της σύγχρονης εποχής μπορούν και προγραμματίζουν καλύτερα και συνδέουν τις οικογενειακές με τις επαγγελματικές απαιτήσεις τους.

∅ Οι διακρίσεις σε βάρος των γυναικών εξασθενούν με το πέρασμα του χρόνου και το γυναικείο φύλο αποκτά σιγά σιγά ίσα δικαιώματα με το αντρικό στο χώρο εργασίας.

∅ Οι γυναίκες παρουσιάζουν υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο στη σύγχρονη εποχή και μεγαλύτερη επαγγελματική εξειδίκευση, επομένως και μεγαλύτερες πιθανότητες να εισέλθουν στην αγορά εργασίας με καλή αμοιβή και καλές προοπτικές.

∅ Η μείωση του μέσου αριθμού παιδιών και η απόκτησή τους τα πρώτα χρόνια του έγγαμου βίου, δηλώνει ότι οι γυναίκες μπορούν να απελευθερωθούν γρηγορότερα και να αφιερώσουν αρκετό χρόνο στην εργασία τους τα επόμενα χρόνια της ζωής τους.

∅ Οι ολοένα αυξανόμενες καταναλωτικές ανάγκες της σύγχρονης οικογένειας, οι οποίες δε μπορούν να καλυφθούν μόνο με το εισόδημα ενός μέλους.

∅ Η παρουσία σε κλάδους, όπου οι άνδρες αποχωρούν.

∅ Οι αλλαγές στην τεχνολογία, οι οποίες μειώνουν σημαντικά το χρόνο της οικιακής απασχόλησης των γυναικών, διότι οι εργασίες απλοποιούνται.

∅ Η συμμετοχή του ανδρικού φύλου στις οικιακές εργασίες.

∅ Οι κοινωνικές παροχές του κράτους πρόνοιας αυξάνονται και αυτό αποτελεί προϋπόθεση της ικανοποίησης του δικαιώματος που έχουν για εργασία.

1.4 Εκπαίδευση και επαγγελματική κατάρτιση των γυναικών

Σύμφωνα με τον Οργανισμό Ηνωμένων Εθνών, η εκπαίδευση είναι το κυρίαρχο ανθρώπινο δικαίωμα και σημαντικό εργαλείο προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι της ισότητας, της ανάπτυξης και της ειρήνης. Η ισότιμη πρόσβαση και συμμετοχή στην εκπαίδευση είναι αναγκαία έτσι ώστε η γυναίκα να συμμετέχει ενεργά στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη.

Κάθε πρόσωπο έχει δικαίωμα στην εκπαίδευση και στη συνεχή επαγγελματική κατάρτιση. Μάλιστα πρόκειται για θεμελιώδες δικαίωμα, όχι μόνο για τη διανοητική ανάπτυξη του κάθε ατόμου ξεχωριστά, αλλά και για ολόκληρη την ανάπτυξη του κοινωνικού συνόλου. Το επίπεδο εκπαίδευσης του πληθυσμού μιας χώρας παίζει καθοριστικό ρόλο στην κοινωνική, οικονομική, πολιτική και πολιτιστική ανάπτυξή της. (Eurostat, 2004)

Παλαιότερα, οι Ελληνίδες δεν είχαν εύκολα πρόσβαση στο εκπαιδευτικό σύστημα και κυρίως στις ανώτερες βαθμίδες. Όμως, η βελτίωση της θέσης του γυναικείου φύλου και η ολοένα και μεγαλύτερη κοινωνικοοικονομική εξέλιξη της χώρας λόγω της εισόδου και της συμμετοχής της γυναίκας στην αγορά εργασίας συνέβαλαν στην υποχρεωτική εκπαίδευση των γυναικών και στη μείωση της ανισότητας μεταξύ των δύο φύλων.

Παρά το γεγονός ότι τα τελευταία χρόνια μειώθηκε η διαφορά ανδρών και γυναικών όσο αναφορά τη συμμετοχή τους σε διάφορους κλάδους, εξακολουθούν να υπάρχουν κάποιες διακρίσεις σε ορισμένους από αυτούς που εκπαιδεύονται γυναίκες. Το γυναικείο φύλο φαίνεται να υπερέχει λοιπόν στις Ανθρωπιστικές Επιστήμες και στις Τέχνες κι όχι στις Φυσικές Επιστήμες και στον τομέα της Πληροφορικής. (Μαράτου-Αλιπράντη κ.ά., 2002)

Μάλιστα, παρόλο που έχει βελτιωθεί αισθητά η συμμετοχή των γυναικών στην εκπαίδευση, σε πολλές χώρες του κόσμου, το ποσοστό των αναλφάβητων γυναικών παραμένει ακόμα σε υψηλά επίπεδα. Οι παράγοντες, οι οποίοι επηρεάζουν την πρόσβαση των γυναικών στο εκπαιδευτικό σύστημα συσχετίζονται με διάφορες δυσκολίες που προκύπτουν και προκαταλήψεις.

Αναμφίβολα, η εκπαίδευση αποτελεί ένα από τα πιο πολύτιμα μέσα προκειμένου να επιτευχθεί η ισότητα μεταξύ των δύο φύλων. Τις τελευταίες δεκαετίες έχει σημειωθεί πράγματι

Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων τεχνολογιών

πρόοδος στην εκπαίδευση και στην κατάρτιση του γυναικείου φύλου σε όλα τα επίπεδα. Πάρθηκαν μέτρα σε όλες τις περιφέρειες προκειμένου να ξεκινήσουν συστήματα εκπαίδευσης και κατάρτισης, υιοθετήθηκαν διάφορα προγράμματα που επικράτησαν στην Ευρώπη και σχετίζονται με την εξειδίκευση και τη χρήση νέων τεχνολογιών και απευθύνονται σε γυναίκες.

Παλαιότερα, οι γυναίκες που ζούσαν στην ύπαιθρο δεν έδιναν έμφαση στην εκπαίδευσή τους. Η κατάσταση βελτιώθηκε αισθητά τα τελευταία είκοσι χρόνια, κατόπιν της αναγνώρισης της ισότητας των φύλων στο ελληνικό Σύνταγμα. Παρόλο που υπάρχει στις μέρες μας η δυνατότητα για επαγγελματική κατάρτιση, οι γυναίκες συγκεντρώνονται στα παραδοσιακά γυναικεία επαγγέλματα. Η εκπαίδευση του γυναικείου αγροτικού πληθυσμού παρέχεται από το Υπουργείο Παιδείας, από το Υπουργείο Γεωργίας, από την Πανελλήνια Συνομοσπονδία Ενώσεων, τον Οργανισμό Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού και άλλους φορείς.

Ο Οργανισμός Αγροτικής Εκμετάλλευσης Εκπαίδευσης Κατάρτισης και Απασχόλησης ιδρύθηκε το 1997, αποτελεί νομικό πρόσωπο ιδιωτικού δικαίου υπό την επίβλεψη του Υπουργείου Γεωργίας. Η δράση και οι ενέργειές του έχουν ως επίκεντρο τις δεξιότητες που απαιτείται να αποκτηθούν για να συμβάλλουν στην καλύτερη θέση των γυναικών και στην αύξηση του οικογενειακού εισοδήματος.

Η γεωργική εκπαίδευση περιλαμβάνει: (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2005)

- Ø τις Πρακτικές Γεωργικές Σχολές
- Ø τις Τεχνικές Επαγγελματικές Σχολές
- Ø τα κέντρα Αγροτικής Εκπαίδευσης

Είναι γεγονός λοιπόν, ότι η εκπαίδευση αποτελεί μια πολύ σημαντική στρατηγική για να βελτιωθεί η θέση που κατέχει η γυναίκα. Επίσης, τα διάφορα εκπαιδευτικά προγράμματα αυξάνουν την αποτελεσματικότητα και σε άλλους κλάδους εκτός από το γεωργικό. (Αποστολόπουλος, 1999)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

2.1 Η έννοια και οι μορφές επιχειρηματικότητας

Υπάρχουν πολλοί ορισμοί, οι οποίοι μπορούν να περιγράψουν πλήρως την έννοια της επιχειρηματικότητας. Δύο από τους ορισμούς που είναι γενικά αποδεκτοί και χρησιμοποιούνται για να περιγράψουν την επιχειρηματικότητα είναι οι παρακάτω: (Σαλαβού, 2006)

Ως επιχειρηματικότητα μπορεί να οριστεί το κινήγι μιας ευκαιρίας και η διαδικασία κατά την οποία μετασχηματίζεται μια ιδέα σε κάτι χειροπιαστό και επιχειρηματίας καλείται το άτομο εκείνο που μεταφράζει την ανάγκη για επιτυχία σε οικονομική ανάπτυξη.

Επιχειρηματίας είναι αυτός που έχει την ικανότητα να συλλάβει μια δημιουργική ιδέα, να την προσαρμόσει σε ευκαιρία στην αγορά και να συγκεντρώσει όλους τους πόρους που είναι απαραίτητοι ώστε να υλοποιηθεί, έχοντας ως σκοπό να αποκομίσει κέρδος μελλοντικά.

Σύμφωνα με τη μεθοδολογία του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου για την Επιχειρηματικότητα (Global Entrepreneurship Monitor/GEM), η επιχειρηματικότητα σαν οικονομική δραστηριότητα ορίζεται ως: ``Η κάθε προσπάθεια που πραγματοποιείται προκειμένου να δημιουργηθεί μια νέα επιχείρηση ή μια νέα δραστηριότητα, όπως είναι το ελεύθερο επάγγελμα, η δημιουργία ενός νέου επιχειρηματικού οργανισμού ή ακόμα και η επέκταση της ήδη υπάρχουσας επιχείρησης από έναν ιδιώτη, από ομάδες ιδιωτών ή από επιχειρήσεις που ήδη λειτουργούν``.

Η επιχειρηματικότητα έχει άμεση σχέση με την τεχνογνωσία και την καινοτομία, αφού η σχέση της τεχνογνωσίας, της καινοτομίας και της αποτελεσματικότητας είναι χαρακτηριστική για την επιχειρηματική δραστηριότητα σε οποιοδήποτε στάδιο ανάπτυξης. Οι πιο πολλές έρευνες έχουν αναδείξει ως ένα από τα βασικότερα κίνητρα για την επιχειρηματική δραστηριότητα την τάση του ατόμου για ανεξαρτησία και την ανάγκη της προσωπικής δημιουργίας. Η εξοικείωση του ατόμου με την επιχειρηματική δραστηριότητα, η αυτοπεποίθηση και η στάση του απέναντι

Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων τεχνολογιών

στο ενδεχόμενο αποτυχίας είναι παράγοντες, οι οποίοι παίζουν πάρα πολύ σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη και στην πορεία της επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Οι ορισμοί ποικίλλουν, όμως, όλοι παρουσιάζουν ένα κοινό στοιχείο, την επιχειρηματική ιδέα. Παρά το γεγονός ότι αρκετοί έχουν επιχειρηματικές ιδέες, δεν προσπαθούν να αρπάξουν όλες τις ευκαιρίες, ακόμα και στην περίπτωση που είναι προφανείς. Κατά συνέπεια, σημαντικό ρόλο στην έννοια της επιχειρηματικότητας παίζει το πόσο διαφορετικό είναι κάθε άτομο. Μια ιδέα μπορεί να αποτελεί ευκαιρία για κάποιον, όμως, δεν είναι απαραίτητα ευκαιρία και για κάποιον άλλον. (Σαλαβού, 2006)

Μια επιχειρηματική ιδέα είναι επιτυχημένη όταν:

- Ø αναπτύσσει και συμβάλλει στην εξέλιξη των δυνατοτήτων της επιχείρησης
- Ø παράγει αξία και δημιουργεί κέρδος
- Ø μπορεί να διατηρήσει το κέρδος όσο το δυνατόν περισσότερο χρονικό διάστημα
- Ø επεκτείνει το κέρδος, αφού η ιδέα αυτή είναι δυνατό να οδηγήσει και σε άλλες.

Η επιχειρηματικότητα μπορεί να εμφανιστεί με τις παρακάτω μορφές:

Την επιχειρηματικότητα ευκαιρίας

Σύμφωνα με αυτήν ο επιχειρηματίας αρχίζει μια δραστηριότητα προκειμένου να εκμεταλλευτεί μια επιχειρηματική ευκαιρία. Οι επιχειρήσεις που έχουν αυτή τη μορφή επιχειρηματικότητας μπορούν να φέρουν καινοτόμες ιδέες και να δημιουργήσουν ένα ανταγωνιστικό προϊόν στην αγορά. (Σαμαρτζή, 2008)

Την επιχειρηματικότητα ανάγκης

Σε αυτήν την μορφή, ο επιχειρηματίας, παίρνει την απόφαση να ασχοληθεί με κάποια δραστηριότητα για να καλύψει την ανάγκη που παρουσιάζει να απασχοληθεί με κάτι. Η μορφή αυτή δε συντελεί στην ανάπτυξη της οικονομίας, για το λόγο ότι δεν είναι ανταγωνιστική, καλύπτει τις ανάγκες που υπάρχουν για επιβίωση και δεν υπάρχει καμία προοπτική για κανένα άνοιγμα σε διεθνές επίπεδο. (Σαμαρτζή, 2008)

Την επιχειρηματικότητα υψηλών δυνατοτήτων

Αυτή έχει σχέση με επιχειρηματικές δραστηριότητες που δεν εκτείνονται μόνο σε εθνικό επίπεδο, αλλά το προϊόν τους διατίθεται στη διεθνή αγορά. Οποιαδήποτε χώρα επιθυμεί και επιδιώκει να αυξήσει αυτή τη μορφή επιχειρηματικότητας, επειδή βοηθάει στην εθνική της εξέλιξη και οδηγεί στην καλύτερευση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος ολόκληρης της χώρας. (Σαμαρτζή, 2008)

Ένας επιχειρηματίας έχει πολύ σημαντικούς ρόλους. Πρώτα απ' όλα, ενεργεί στα επίπεδα της επιχείρησης, της αγοράς και της οικονομίας. Λίγοι επιχειρηματίες δρουν με καινοτόμα προϊόντα δίνοντας στην οικονομία την απαραίτητη ώθηση για οικονομική πρόοδο. Οι περισσότεροι δρουν μιμητικά δίνοντας σταθερότητα στην οικονομία. Επιπλέον, ο επιχειρηματίας τις περισσότερες φορές λαμβάνει αποφάσεις υπό συνθήκες ατελούς πληροφόρησης. Θα πρέπει να έχει ηγετικές ικανότητες προκειμένου να καθορίζει στόχους και να κινητοποιεί, να ενδυναμώνει και να καθοδηγεί τους εργαζόμενους της επιχείρησής του. Τέλος, θα πρέπει να αναζητά ευκαιρίες που του αποδίδουν κέρδος και οι οποίες συνεχώς δημιουργούνται στα πλαίσια μιας αναπτυσσόμενης οικονομίας. (Μπήτρος, 2006)

Φυσικά για να μπορεί η επιχειρηματικότητα να καταλήγει σε θετικά αποτελέσματα για ολόκληρο το κοινωνικό σύνολο, θα πρέπει το κοινωνικό και το πολιτικό περιβάλλον να είναι φιλικό και να υπάρχουν τα κατάλληλα κίνητρα. Σε αντίθετη περίπτωση, η επιχειρηματικότητα θα είναι μη παραγωγική ή ακόμα μπορεί να είναι και καταστροφική.

2.2 Γυναικεία επιχειρηματικότητα

Οι σύγχρονες ελληνικές επιχειρήσεις αποτελούν τον κύριο άξονα της οικονομίας, παρόλ' αυτά μέχρι πρόσφατα η επιχειρηματικότητα δεν είχε μελετηθεί διακρίνοντας τα δύο φύλα. Πιο συγκεκριμένα, δεν είχε δοθεί έμφαση καθόλου στο κατά πόσο το φύλο λειτουργεί ως ανασταλτικός παράγοντας ή κατά πόσο ενισχύει την αντιμετώπιση των προκλήσεων της αγοράς ή ακόμα αν έχει κάποια επίδραση στις μεθόδους παραγωγής, οι οποίες επιλέγονται και στις στρατηγικές που χρησιμοποιούνται. (Σκορδίλη, 2005)

Με βάση τη βιβλιογραφία δεν υπάρχει σαφής ορισμός για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα. Με τον όρο "γυναίκα επιχειρηματίας" μπορεί κανείς να αναφερθεί σε μια

Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων τεχνολογιών

γυναίκα, η οποία ξεκινάει μια επιχείρηση μόνη της, σε μια γυναίκα που διευθύνει μια οικονομική επιχείρηση και σε αυτήν που είναι μέτοχος και διοικεί μια δημόσια επιχείρηση. Σύμφωνα με τη Sheikh γυναίκα επιχειρηματίας είναι αυτή, η οποία δημιουργήσε μια επιχείρηση όπου έχει και την πλειοψηφία των μετοχών, συμμετέχει ενεργά στη λήψη αποφάσεων και αναλαμβάνει το ρίσκο. Κάποιοι άλλοι υποστηρίζουν ότι η γυναίκα επιχειρηματίας θεωρείται αυτή που είναι αυτοαπασχολούμενη, ιδιοκτήτρια ή συνιδιοκτήτρια μικρών επιχειρήσεων, ενώ για άλλους είναι αυτή που διοικεί την επιχείρηση.

Σύμφωνα με τον Οργανισμό για την Οικονομική Συνεργασία και Ανάπτυξη (ΟΑΣΑ) οι προϋποθέσεις ώστε να θεωρηθεί μια επιχείρηση "γυναικεία" είναι οι παρακάτω:

α) να συμμετέχει το γυναικείο φύλο σε ποσοστό τουλάχιστον 51% στο κεφάλαιο της επιχείρησης.

β) οι ενέργειες στρατηγικής σκοπιμότητας που αναφέρονται στην ανάπτυξη της επιχείρησης να λαμβάνονται από την ιδιοκτήτρια.

Αυτές οι προϋποθέσεις είναι απαραίτητες για την ακριβή καταγραφή των γυναικείων επιχειρήσεων. Είναι αλήθεια ότι υπάρχει πληθώρα περιπτώσεων όπου σε πολλές επιχειρήσεις, οι συνέταιροι είναι διαφορετικού φύλου και η γυναίκα καταγράφεται ως ιδιοκτήτρια για φορολογικούς λόγους, ενώ ο άνδρας είναι αυτός που πραγματικά λαμβάνει τις αποφάσεις που έχουν στρατηγική σημασία κι επιπλέον είναι αυτός που ασκεί επιχειρηματική δραστηριότητα. Τέτοιες περιπτώσεις είναι πάρα πολύ συνηθισμένες σε οικογενειακές επιχειρήσεις. (Σκορδύλη, 2005)

Η γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι ένα φαινόμενο που συνεχώς εξελίσσεται τα τελευταία χρόνια. Η ποικιλία των επιχειρήσεων που αναπτύσσεται συμβάλλει στη σταθερότητα των τοπικών οικονομιών και προβάλλει ένα νέο ρόλο για τις γυναίκες σε ένα οικονομικό περιβάλλον που μεταβάλλεται σήμερα με ταχύτατους ρυθμούς. Σε τοπικό επίπεδο και ιδιαίτερα στον αγροτικό τομέα, η επιχειρηματικότητα είναι το μέσο εκείνο για την πρόσβαση των γυναικών στην αγορά εργασίας, αλλά και το μέσο ενσωμάτωσής τους στη διαδικασία ανάπτυξης του χώρου αυτού. (Σαρρή, Τριχοπούλου, 2012)

Πολλά εργαλεία πολιτικής είναι ειδικά σχεδιασμένα κι έχουν εφαρμοστεί από διάφορους οργανισμούς προκειμένου να στηριχθεί η γυναικεία επιχειρηματικότητα. Η Ευρωπαϊκή Ένωση περιλαμβάνει τη διεύρυνση της επιχειρηματικότητας στους άξονες της Ευρωπαϊκής Στρατηγικής για την Απασχόληση και η χώρα μας στην προσπάθειά της να εναρμονίσει τις πολιτικές της με τις κατευθύνσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης έχει εντάξει τη γυναικεία επιχειρηματικότητα ως ένα από τους κυριότερους άξονες της αναπτυξιακής πολιτικής της. (Στρατηγάκη, 2005).

Βάσει του προέδρου του Συνδέσμου Επιχειρηματιών Γυναικών Ελλάδας, η γυναικεία επιχειρηματικότητα στον ελλαδικό χώρο βρίσκεται ακόμα πιο πίσω σχετικά με τις πιο αναπτυγμένες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Όμως, ο ρόλος της γυναίκας και η απαραίτητη συμμετοχή της στις διαδικασίες ανάπτυξης είναι καθοριστικής σημασίας και για την Ελλάδα τα τελευταία χρόνια και μάλιστα η στήριξή της έχει λάβει οργανωμένη μορφή.

2.3 Τα χαρακτηριστικά της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα

Ο ρόλος των γυναικών γίνεται όλο και πιο έντονος στην ανάπτυξη του κλάδου των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, οι οποίες είναι από τα σημαντικότερα κομμάτια της οικονομίας σε παγκόσμιο επίπεδο. Συνεπώς, το γυναικείο φύλο συμμετέχει σε μεγάλο βαθμό στην ανάπτυξη δικών του επιχειρήσεων και προσφέρονται νέες θέσεις εργασίας στην κοινωνία. Οι γυναίκες στην Ελλάδα στρέφονται σήμερα περισσότερο στις επιχειρήσεις του τριτογενούς τομέα, εκ των οποίων μάλιστα κυριαρχούν το λιανικό εμπόριο και η παροχή υπηρεσιών. (Παζαρζή, 1994)

Η τάση των γυναικών να δραστηριοποιούνται στον τριτογενή τομέα παραγωγής παρατηρείται σε διεθνές επίπεδο. Σύμφωνα με τους Loscocco και Robinson οι επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών και λιανικού εμπορίου είναι γυναικείου τύπου, ενώ ανδρικού τύπου είναι οι οικοδομικές και κατασκευαστικές. Οι γυναίκες έχει αποδειχθεί ότι αποδίδουν καλύτερα συγκριτικά με τους άνδρες σε θέσεις ηγετικές που απαιτούν ικανότητα στην επικοινωνία και στη συνεργασία. Από την άλλη μεριά υποστηρίζεται ότι οι άντρες μεγιστοποιούν την απόδοσή τους σε ηγετικές θέσεις που απαιτούν καθοδήγηση και έλεγχο.

Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων τεχνολογιών

Στις χώρες με χαμηλό Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ) η ηλικία των γυναικών κατά μέσο όρο είναι χαμηλή σε σχέση με τις χώρες που παρουσιάζουν υψηλότερο ΑΕΠ. Μια πιθανή εξήγηση για αυτό μπορεί να είναι ότι στις χώρες με χαμηλό ΑΕΠ υπάρχει μεγαλύτερη ανάγκη για επιχειρηματικότητα, αφού οι γυναίκες συνήθως δεν έχουν τη δυνατότητα να ξεκινήσουν επιχειρηματικές δραστηριότητες.

Έχει παρατηρηθεί ακόμα ότι άντρες και γυναίκες επιχειρηματίες είναι έγγαμοι και ότι όσο μικρότερης ηλικίας παιδιά υπάρχουν στην οικογένεια τόσο πιο λίγες είναι και οι πιθανότητες να αναλάβει μια γυναίκα επιχειρηματική δράση. Αναφορικά με το εκπαιδευτικό επίπεδο των γυναικών που είναι επιχειρηματίες, τα 2/3 αυτών στις χώρες με υψηλό ΑΕΠ έχουν απολυτήριο δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης και αυτό το ποσοστό είναι διπλάσιο από αυτό των χωρών με μικρότερο ΑΕΠ. Οι γυναίκες επιχειρηματίες διαθέτουν ανώτερη εκπαίδευση σε σχέση με τους άντρες που έχουν χαμηλότερο μορφωτικό επίπεδο.

Επιπλέον, είναι γεγονός ότι οι γυναίκες που αναλαμβάνουν επιχειρηματική δράση συνεταιρίζονται με άλλο πρόσωπο πιο εύκολα και σε μεγαλύτερο βαθμό σε σχέση με τους άντρες επιχειρηματίες. Οι γυναίκες είναι πιο πρόθυμες να συμμετάσχουν σε επιχειρηματικές ομάδες που είναι μεγαλύτερες από αυτές που συμμετέχουν οι άνδρες που αναλαμβάνουν επιχειρηματική δράση. Το γυναικείο φύλο, όμως, υστερεί σε σχέση με τους άντρες επιχειρηματίες στην καινοτομία των επιχειρηματικών διαδικασιών που χρησιμοποιούν στην επιχείρησή τους και ως προς τα τεχνολογικά μέσα.

Η ανάγκη για επιτυχία, οι οικονομική ανταμοιβή και η ανεξαρτησία ήταν ένα από τα πιο βασικά χαρακτηριστικά για την ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Ακόμα, η κοινωνικοποίηση των γυναικών, η διαθεσιμότητα των κεφαλαίων και η εμπειρία έπαιξαν πάρα πολύ σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας από τη γυναίκα. Ο τομέας στον οποίο θα αναπτύξει μια γυναίκα επιχειρηματική δράση εξαρτάται από παράγοντες, όπως είναι για παράδειγμα οι επιθυμίες της και το περιβάλλον της περιοχής όπου θέλει να δράσει και να ασκήσει την επιχειρηματική της δραστηριότητα. Σε αυτά φυσικά επιδρούν η ανεργία, το κατά κεφαλήν εισόδημα καθώς και η λειτουργία των δημοσίων υπηρεσιών της περιοχής. (Verheul, et al, 2006)

Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων τεχνολογιών

Οι αλλαγές στην προσωπική ζωή, αλλά και στην επιθυμία για νέες επαγγελματικές προκλήσεις, μπορεί να παίζουν και αυτές καθοριστικό ρόλο στην ανάληψη πρωτοβουλιών για επιχειρηματική δράση από τις γυναίκες. Ο στενός οικογενειακός κύκλος επηρεάζει και αυτός σε έναν βαθμό τις αποφάσεις που λαμβάνει το γυναικείο φύλο πάνω σε θέματα εργασίας. Πολλές φορές οι αποφάσεις των γυναικών επηρεάζονται από τις απόψεις των συζύγων τους.

Επί πρόσθετα, η ευελιξία που έχει μια γυναίκα αυτοαπασχολούμενη, που έχει δική της επιχείρηση έχει μεγάλη σημασία, διότι έχει αποδειχθεί ότι μια γυναίκα φροντίζει σπίτι και παιδιά ακόμα και αν απασχολείται πλήρως. Το γυναικείο φύλο δε λειτουργεί με βάση το κέρδος μόνο όταν επρόκειτο να δημιουργήσει μια επιχείρηση, αλλά νιώθει την ανάγκη να βοηθήσει πραγματικά την οικογένεια. Οι επιχειρήσεις είναι ένας τρόπος για να απελευθερωθούν, με την έννοια ότι δε ζητούν χρήματα από τους άντρες τους για τις βασικές ανάγκες των οικογενειών τους. Άρα, τα κέρδη της επιχείρησης είναι πράγματι προς όφελος όλης της επιχείρησης. (Kibas, 2005)

2.4 Προβλήματα που συνδέονται με τη γυναικεία επιχειρηματικότητα

Οι δράσεις για την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας υλοποιούνται με πολύ γρήγορους ρυθμούς, παρόλ' αυτά οι γυναίκες έρχονται αντιμέτωπες με αρκετές δυσκολίες, αφού πρέπει ουσιαστικά να καταπολεμήσουν μία σειρά εμποδίων όπως είναι για παράδειγμα η κοινωνική αντίληψη για την επιχειρηματικότητα, οι οικονομικοί κι επιπλέον οι ψυχολογικοί παράγοντες.

Σημαντικό ζήτημα της γυναικείας επιχειρηματικότητας είναι τα πρότυπα και η θέση της γυναίκας στην κοινωνία, αλλά και στην επιχειρηματική αγορά εργασίας. Η δραστηριοποίηση μιας γυναίκας στον επιχειρηματικό τομέα δεν είναι αποδεκτή ως επαγγελματική επιλογή αρκετές φορές και συχνά αποθαρρύνεται από τον περίγυρό της.

Ακόμα, παρατηρείται ανισότητα ευκαιριών όσον αφορά το ανδρικό φύλο και επηρεάζεται η επιχειρηματική συμπεριφορά των γυναικών. Οι γυναίκες έχουν μειωμένη αυτοπεποίθηση, διότι έχουν μικρότερη πρόσβαση στις νέες τεχνολογίες, σε νέες αγορές και σε πληροφορίες

Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων τεχνολογιών

που τους είναι απαραίτητες, ενώ δεν απουσιάζουν και οι δυσκολίες στη χρηματοδότηση και στις σχέσεις με τους προμηθευτές. (Clark, James, 1992)

Ανασταλτικός παράγοντας της γυναικείας επιχειρηματικότητας είναι η αδυναμία των γυναικών να παρακολουθήσουν τις εξελίξεις, οι οποίες κάνουν ανταγωνιστική μια επιχείρηση. Οι γυναίκες έχουν τη μεγαλύτερη ευθύνη για την ανατροφή των παιδιών. Κατά συνέπεια, δεν έχουν τον απαραίτητο χρόνο να αναπτύξουν μια νέα επιχείρηση και να καλυτερεύσουν τις επιχειρηματικές τους δεξιότητες. Επίσης, δεν αφιερώνουν το χρόνο που χρειάζεται για να αναζητήσουν και να βρουν τελικά επιχειρηματικές ευκαιρίες, πελάτες ή προμηθευτές και κατάλληλους τρόπους χρηματοδότησης. Μεγάλο είναι το ποσοστό των γυναικών που ασκούν επιχειρηματική δράση και αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην χρηματοδότηση της επιχείρησής τους. Οι τραπεζικοί οργανισμοί είναι ιδιαίτερα επιφυλακτικοί σχετικά με τη δανειοδότηση των γυναικείων επιχειρήσεων και οι γυναίκες φαίνεται να είναι ανήσυχες για οποιονδήποτε κίνδυνο ενέχει η δανειοδότηση. Επίσης, εξαιτίας οικογενειακών υποχρεώσεων, συνηθίζουν να επιλέγουν εκείνες τις δραστηριότητες, οι οποίες τους αποφέρουν μικρό οικονομικό όφελος με αποτέλεσμα να μη θέτουν καλές οικονομικές βάσεις στην επιχείρησή τους. (Kibas, 2005)

Οι δυσκολίες επιμόρφωσης και τεχνικής στήριξης αφορούν τη μη εξοικείωση των γυναικών στις νέες μεθόδους παραγωγής, αλλά και διοίκησης. Η ελλιπής πρόσβαση στην πληροφόρηση είναι ένα πρόβλημα που συνδέεται με την ελλιπή δικτύωση των γυναικών σε ομάδες που μπορούν να έχουν πιο γρήγορη ενημέρωση για διάφορα προγράμματα, επιδοτήσεις και νέες τεχνικές οργάνωσης της επιχειρηματικής μονάδας. (Kibas, 2005)

Ο περιορισμένος αριθμός εμπειριών των γυναικών ωθεί σε έλλειψη διευθυντικών ικανοτήτων και οι γυναικείες επιχειρήσεις οδηγούνται σε χαμηλά εισοδήματα και μεγάλα ποσοστά αποτυχίας. Το γεγονός ότι δεν υπάρχει πρόσβαση για το γυναικείο φύλο σε ευκαιρίες κατάρτισης οδηγεί πάρα πολλές φορές σε αποτυχία. (Clark, James, 1992)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

3.1 Φορείς και υπηρεσίες υποστήριξης για την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας

Μερικοί από τους πιο σημαντικούς φορείς, αλλά και τις πιο βασικές υπηρεσίες υποστήριξης για την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας αναφέρονται στη συνέχεια.

Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Γυναικών Ελλάδος

Ο Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Γυναικών Ελλάδος (ΣΕΓΕ) αποτελεί ένα μη κυβερνητικό και μη κερδοσκοπικό οργανισμό για το γυναικείο φύλο που ασκεί επιχειρηματική δραστηριότητα στον ελλαδικό χώρο. Είναι μέλος της Επιτροπής Εμπορίου & Ανάπτυξης του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου (ΠΟΕ), του Συνδέσμου Βιομηχανιών Βορείου Ελλάδος (ΣΒΒΕ), του Συνδέσμου Γυναικών Επιχειρηματιών της Μεσογείου (FAEME) και ταυτόχρονα αρκετά μέλη του συμμετέχουν στις διοικήσεις Επιμελητηρίων. Έχει αναπτύξει συνεργασία με υπουργεία, κοινωνικούς φορείς, επαγγελματικές και μη κυβερνητικές οργανώσεις όχι μόνο σε τοπικό, αλλά και σε ευρωπαϊκό επίπεδο για να προωθηθούν τα συμφέροντα των γυναικών που ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα. (<http://www.sege.gr>)

Ο ΣΕΓΕ προσφέρει στις γυναίκες επιχειρηματίες της Ελλάδας το απαραίτητο περιβάλλον προκειμένου να αναπτύξουν τις δικές τους επιχειρήσεις, δίνει έμφαση στη νεανική επιχειρηματικότητα, οδηγεί στη βελτίωση της αναγνωρισιμότητας των επιτευγμάτων στις επιχειρήσεις τους και γενικότερα προωθεί όσο το δυνατό περισσότερο την ανάπτυξη των επιχειρήσεων του γυναικείου φύλου μέσω της έρευνας και της πληροφόρησης. Ο Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Γυναικών Ελλάδος ανυψώνει τη δεοντολογία και την ηθική σχετικά με την άσκηση της επαγγελματικής δραστηριότητας των γυναικών, ενώ παράλληλα αναλαμβάνει πρωτοβουλίες, οι οποίες αποδεικνύουν την ανάληψη της κοινωνικής του ευθύνης. (<http://www.sege.gr>)

Γενικότερα, η δημιουργία του ΣΕΓΕ έγινε με στόχο να δικτυωθούν όλες οι γυναίκες επιχειρηματίες. Προκειμένου να αντιμετωπίζονται οι δυσκολίες και τα εμπόδια, να συνάπτονται πιο εύκολα εμπορικές συνεργασίες και να υπάρχει δικτύωση με ανάλογους φορείς των κρατών-μελών της Ε.Ε., έτσι ώστε να υπάρχει μια σφαιρική προσέγγιση στα προβλήματα που εμφανίζονται, για να είναι περισσότερο οργανωμένες οι γυναίκες επιχειρηματίες και να αντεπεξέρχονται στον ανταγωνισμό, αλλά και στις ανάγκες του επαγγελματικού και κοινωνικού εκσυγχρονισμού. (<http://www.sege.gr>)

Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Γυναικών της Μεσογείου (ΑΦΑΕΜΜΕ)

Ο σκοπός του Συνδέσμου Επιχειρηματιών Γυναικών της Μεσογείου είναι η συσχέτιση των Ενώσεων και των Συνδέσμων των γυναικών επιχειρηματιών και στελεχών στις μεσογειακές χώρες και η εκπροσώπηση στην προσπάθειά τους για προώθηση και συντονισμό των δραστηριοτήτων τους με κοινό στόχο σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Κομμάτι της κινητικότητας του ΑΦΑΕΜΜΕ είναι και η εκστρατεία Woman Mobility Information Campaign που περιλαμβάνει δύο βασικές, αλλά απαραίτητες και συμπληρωματικές δραστηριότητες:

- WOMEN MOBILITY MED PLATFORM, η οποία αποτελεί μια δραστηριότητα παραγωγής, αλλά και διανομής πληροφοριακού υλικού για τις βασικές πτυχές της εργασιακής κινητικότητας σε μεσογειακές χώρες.
- WOMENMOBILITY.ORG, μία δραστηριότητα που αναφέρεται στην on-line ενημέρωση όλων των επιχειρηματιών γυναικών σε σχέση με τις τρέχουσες εξελίξεις, τις ευκαιρίες και τις δυνατότητες που προσφέρουν οι μεσογειακές αγορές.

Portal ενημέρωσης για τη γυναίκα επιχειρηματία

Το businesswoman.gr αποτελεί το πρώτο ελληνικό ηλεκτρονικό περιοδικό για την επιχειρηματικότητα του γυναικείου φύλου με σκοπό να ενημερώνονται και να πληροφορούνται άμεσα και αξιόπιστα όλοι οι ενδιαφερόμενοι επαγγελματίες, τα στελέχη και οι γυναίκες επιχειρηματίες. Η δημιουργία του οφείλεται σε μια ομάδα γυναικών επιχειρηματιών κι έχει ως σκοπό να εξοικειωθεί η σύγχρονη γυναίκα επιχειρηματίας με την τεχνολογία που συνεχώς εξελίσσεται. Στοιχεύει να φέρει πιο κοντά τις επιχειρηματίες με ειδικούς στο χώρο των

Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων τεχνολογιών

επιχειρηματικών μονάδων και ταυτόχρονα, να ενημερωθεί το γυναικείο φύλο με υπευθυνότητα και με κάθε λεπτομέρεια για προγράμματα και υπηρεσίες που θα δώσουν τη δυνατότητα εξοικονόμησης χρόνου και χρήματος. (<http://www.businesswoman.gr>)

Το [businesswoman.gr](http://www.businesswoman.gr) αποτελεί λοιπόν ένα εργαλείο επικοινωνίας με γυναίκες επιχειρηματίες στην Ελλάδα και σε ολόκληρο τον κόσμο, μέσω του οποίου πραγματοποιείται η συζήτηση θεμάτων κοινού ενδιαφέροντος και γίνεται η ανταλλαγή απόψεων. Καλύπτονται οι ανάγκες πληροφόρησης της σύγχρονης γυναίκας επιχειρηματία από όλες τις πλευρές χωρίς να υπάρχει εξάρτηση από συλλόγους, ομάδες ειδικών συμφερόντων ή από άλλους φορείς. Επισκεπτόμενος κανείς αυτό το portal, θα μπορέσει να βρει έρευνες, απόψεις και συμβουλές ειδικών, να ενημερωθεί σχετικά με προγράμματα, σεμινάρια και εκθέσεις που αναφέρονται στην επιχειρηματική καθημερινότητα καθώς και να έχει τα τελευταία νέα της τεχνολογίας. (<http://www.businesswoman.gr>)

Portal ενημέρωσης για τη γυναίκα επιχειρηματία από την Ευρωπαϊκή Ένωση

Η πύλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την επιχειρηματικότητα του γυναικείου φύλου έχει ως στόχο να παρέχονται οι κατάλληλες διαδικτυακές συνδέσεις με οργανώσεις, προγράμματα, αλλά και αντιπροσωπευτικές εκδηλώσεις γυναικών επιχειρηματιών που σχετίζονται με την προώθηση, αλλά και την υποστήριξη του γυναικείου επιχειρηματικού πνεύματος. (<http://ec.europa.eu>)

European Network to Promote Women's Entrepreneurship (WES)

Μέλος του Ευρωπαϊκού Δικτύου Ενίσχυσης της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας (WES) αποτελεί η Γενική Γραμματεία Ισότητας, η οποία μπορεί να αναλάβει την υλοποίηση δύο έργων στα πλαίσια του Γ΄ Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης: (<http://www.isotita.gr>)

- Το Έργο: "Ολοκληρωμένες Παρεμβάσεις υπέρ των γυναικών"
- το Έργο "Θετικές Δράσεις υπέρ των γυναικών στις Μικρομεσαίες και Μεγάλες Επιχειρήσεις".

Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας και προώθησης γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα

Το Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας (Κ.Ε.Θ.Ι.) αποτελεί Νομικό Πρόσωπο Ιδιωτικού Δικαίου, η ίδρυση του οποίου χρονολογείται το έτος 1994 και η λειτουργία του πραγματοποιείται κεντρικά στην Αθήνα και περιφερειακά στην Πάτρα. Η εποπτεία του γίνεται από το Υπουργείο Εσωτερικών, ενώ η χρηματοδότησή του από τη Γενική Γραμματεία Ισότητας των Φύλων (Γ.Γ.Ι.Φ.) του Υπουργείου Εσωτερικών. Ενεργοποιείται δυναμικά στην προώθηση του γυναικείου φύλου σε όλους τους τομείς κοινωνικής, πολιτικής και οικονομικής ζωής και ο βασικός στόχος είναι η καθοριστική συμβολή στην εξάλειψη διακρίσεων κατά των γυναικών. Διεξάγονται έρευνες, πραγματοποιούνται μελέτες, εθνικά και ευρωπαϊκά προγράμματα δράσης σε θέματα ισότητας των φύλων. (<http://www.kethi.gr>)

Promoting Women's Enterprise Support Services (PROWESS)

Το PROWESS αποτελεί ένα δίκτυο από άτομα και οργανώσεις που υποστηρίζουν τη γυναικεία επιχειρηματικότητα και στόχος τους είναι να παρέχεται καλύτερη πληροφόρηση και ενίσχυση νέων επιχειρηματικών δράσεων. (<http://www.prowess.org.uk>)

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

Το Εθνικό Επιμελητηριακό Δίκτυο Ελληνίδων Γυναικών Επιχειρηματιών (Ε.Ε.Δ.Ε.Γ.Ε.) είναι ένα κίνημα γυναικών επαγγελματιών που έχει ξεκινήσει τη δράση του στις Βρυξέλλες και απλώνεται σήμερα σε ολόκληρη την Ευρώπη έχοντας ως στόχο να αναπτυχθεί όλο και περισσότερο η γυναικεία επιχειρηματικότητα και να υλοποιηθούν οι αποφάσεις της Λισσαβόνας. Το Δίκτυο αυτό είναι στη διάθεση των επιχειρηματιών γυναικείου φύλου που είναι μέλη των Ελληνικών Επιμελητηρίων, καθώς και εκείνων, οι οποίοι επιθυμούν να ενταχθούν στην παραγωγή και είναι κατά της γυναικείας ανεργίας. (<http://www.grcwn.gr>)

Στόχους του Δικτύου αποτελούν:

- Η ευαισθητοποίηση των επιχειρηματιών-μελών των Επιμελητηρίων σε σχέση με τα πλεονεκτήματα πλήρους ενσωμάτωσης των γυναικών στην οικονομία.

- Η συμμετοχή των γυναικών στις επιχειρηματικές μονάδες και στα κέντρα λήψης αποφάσεων.
- Ο εντοπισμός φραγμών και εμποδίων που αποτρέπουν το γυναικείο φύλο από την πλήρη ένταξη του στο εργατικό δυναμικό.

3.2 Προγράμματα και πολιτικές για την ισότητα των φύλων στην απασχόληση και την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα

Τα προγράμματα “Ενίσχυσης Γυναικείας Επιχειρηματικότητας” έχουν ως βασικό σκοπό τους την ανάπτυξη, την υποστήριξη και την προώθηση της επιχειρηματικότητας των γυναικών που επιδιώκουν τη δραστηριοποίησή τους επιχειρηματικά με την αξιοποίηση των γνώσεων, των καταρτίσεων και των ταλέντων τους. Τα προγράμματα και οι κοινοτικές πρωτοβουλίες που εντάσσονται στα πλαίσια αυτού του ενδιαφέροντος είναι:

Πρόγραμμα “Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας”

Το Πρόγραμμα υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος “Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα” (ΕΠΑΝ ΙΙ) και αποσκοπεί στη διευκόλυνση της ίδρυσης νέων επιχειρήσεων από γυναίκες. Το πρόγραμμα αυτό έχει ως στόχο να αναπτυχθεί, να υποστηριχθεί και να προωθηθεί η επιχειρηματικότητα των γυναικών μέσω χρηματοδοτικών ενισχύσεων προκειμένου να δημιουργηθούν νέες και βιώσιμες μικρομεσαίες επιχειρήσεις στους τομείς μεταποίησης και υπηρεσιών δίνοντας ιδιαίτερη προσοχή στην περιφερειακή ανάπτυξη και στην τοπική οικονομία. Το Πρόγραμμα είναι σχεδιασμένο τέτοιο τρόπο έτσι ώστε να ενθαρρύνει ιδιαίτερα επιχειρηματικές προτάσεις που έχουν τα εξής χαρακτηριστικά: (<http://www.eommex.gr>)

- Δημιουργία απασχόλησης
- Καινοτομία που μπορεί να σχετίζεται με την τεχνολογία, όμως, μπορεί και να μη σχετίζεται.
- Υψηλή ποιότητα επιχειρηματικής ομάδας

Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων τεχνολογιών

- Είσοδος σε νέες αναπτυσσόμενες ανταγωνιστικές αγορές που παρουσιάζουν θετικές προοπτικές
- Ανάπτυξη προϊόντων, υπηρεσιών, διαδικασιών με υψηλή προστιθέμενη αξία

Εντάσσεται στο Μέτρο 2.8.2 του Επιχειρηματικού Προγράμματος "Ανταγωνιστικότητα" του Υπουργείου Ανάπτυξης. Μάλιστα, σύμφωνα με το άρθρο 5 δικαίωμα συμμετοχής στο Πρόγραμμα έχουν οι γυναίκες, οι οποίες γεννήθηκαν από το 1950 μέχρι και το 1987, είναι άνεργες, μισθωτές ή ελεύθεροι επαγγελματίες και δεν ασκούν καμία επιχειρηματική δραστηριότητα. Ως άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας θεωρείται η έναρξη επιτηδεύματος ή η διατήρηση βιβλίων και στοιχείων του Κώδικα Βιβλίων και Στοιχείων ή ακόμα και η συμμετοχή σε παραγωγική και οικονομική μονάδα ως εταίρος. Όμως, δε θεωρείται άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας για τις ανάγκες του συγκεκριμένου προγράμματος η άσκηση οποιουδήποτε ελεύθερου επαγγέλματος, όπως καθορίζεται στο άρθρο 48 παρ. 1 του Ν.2238/94 Κώδικα Φορολογίας Εισοδήματος, λόγω χάρη οικονομολόγου, λογιστή ή φοροτέχνη, δικηγόρου, ιατρού, αρχιτέκτονα, μηχανικού, συμβολαιογράφου, κοινωνιολόγου κ.λ.π. Τέλος, δε θεωρείται επιχειρηματική δραστηριότητα με βάση το πρόγραμμα, η άσκηση αγροτικής δραστηριότητας που αποδίδει εισοδήματα αποκλειστικά με βάση το αντικειμενικό σύστημα. (<http://www.antagonistikotita.gr>)

Πιο συγκεκριμένα, στο πρόγραμμα έχουν ενταχθεί επιχειρηματικές δραστηριότητες του τομέα της μεταποίησης, του εμπορίου, των υπηρεσιών και του τουρισμού. Μάλιστα, η πρόταση είναι δυνατό να περιλαμβάνει και τις μη επιλέξιμες δραστηριότητες, όμως, σε τέτοιες περιπτώσεις η επιχορήγηση θα έχει σχέση μόνο με τις δαπάνες που αφορούν στις επιλέξιμες δραστηριότητες. Επιπλέον, στο πρόγραμμα εντάσσονται επιχειρήσεις με νομική μορφή που οφείλουν να είναι ατομική επιχείρηση ή εταιρία που η σύστασή της θα πραγματοποιηθεί κατόπιν της ημερομηνίας προκήρυξης του προγράμματος. Εάν συσταθεί η εταιρία, απαραίτητη συνθήκη είναι η συμμετοχή στο κεφάλαιο Γυναίκες σύμφωνα με τις διατάξεις του παρόντος Κανονισμού, σε ποσοστό τουλάχιστον 75% και να έχουν κατ' αποκλειστικότητα τη διαχείριση της εταιρίας. Επίσης, δεν επιτρέπεται η συμμετοχή νομικών προσώπων ως μετόχων/εταίρων εκτός από τις εταιρίες παροχής επιχειρηματικών κεφαλαίων και σε ποσοστό μέχρι 25% του μετοχικού κεφαλαίου. Κάθε επιλέξιμο φυσικό πρόσωπο έχει το δικαίωμα συμμετοχής σε μία

πρόταση ανά κύκλο του προγράμματος. Απαραίτητη προϋπόθεση για το πρόγραμμα είναι να μην απαγορευτεί από τη νομοθεσία η εγκατάσταση και λειτουργία της υπό σύσταση επιχείρησης στο χώρο που προτείνεται. (<http://www.antagonistikotita.gr>)

Πρόγραμμα Έπιχορήγηση για την παροχή Ολοκληρωμένων Παρεμβάσεων υπέρ των γυναικών

Το έργο Έπιχορήγηση για την παροχή Ολοκληρωμένων Παρεμβάσεων υπέρ των γυναικών, εντάσσεται στο Μέτρο 5.3 του Επιχειρησιακού Προγράμματος ΈΑπασχόληση & Επαγγελματική Κατάρτιση του Υπουργείου Απασχόλησης και Κοινωνικής Προστασίας στο πλαίσιο του Γ΄ ΚΠΣ και υλοποιείται από τη Γενική Γραμματεία Ισότητας. Στόχος του προγράμματος είναι να αποκτήσουν περισσότερη δύναμη οι γυναίκες στον εργασιακό τομέα, να προετοιμαστούν για την ένταξή τους στην αγορά εργασίας και να αναλάβουν επιχειρηματικές πρωτοβουλίες. (<http://www.isotita.gr>)

Οι παρεμβάσεις αποτελούν αλληλοσυμπληρούμενες υπηρεσίες για εξειδικευμένη πληροφόρηση, κοινωνική υποστήριξη, συμβουλευτική υποστήριξη, δράσεις κατάρτισης και προώθησης στην απασχόληση μέσω των προγραμμάτων του ΟΑΕΔ ή ακόμα και άλλων φορέων (ΕΟΜΜΕΧ). Για την υλοποίηση των Ολοκληρωμένων Παρεμβάσεων υπέρ των γυναικών εγκρίθηκαν 17 περιφερειακά σχέδια δράσης. Οι δράσεις και ενέργειες σε επίπεδο τοπικών κοινωνιών υλοποιήθηκαν μέσω των αναπτυξιακών συμπράξεων μεταξύ των φορέων που δραστηριοποιούνται σε θέματα συμβουλευτικής για την απασχόληση, τη γυναικεία επιχειρηματικότητα, κ.λ.π. Ωφελούμενοι από το πρόγραμμα είναι η τοπική κοινωνία, οι τοπικοί φορείς, οι υπηρεσίες που ευαισθητοποιούνται και ενεργοποιούνται σε ζητήματα αντιμετώπισης του προβλήματος της αυξημένης ανεργίας των γυναικών, κ.λ.π. (<http://www.isotita.gr>)

Η στρατηγική λοιπόν της παρέμβασης έχει βραχυπρόθεσμο και μακροπρόθεσμο χαρακτήρα, επιθυμώντας την αντιμετώπιση αναγκών του ανθρώπινου δυναμικού και των πληθυσμών που πλήττονται από την κρίση, καθώς και την κοινωνική και παραγωγική ενσωμάτωση τους σε μία προσπάθεια να αναστραφούν οι δυσμενείς τάσεις. Η παρέμβαση έχει ως επίκεντρο την άμεση αντιμετώπιση των επιπτώσεων της κρίσης και λαμβάνονται

βραχυπρόθεσμα μέτρα για να μετριαστούν οι συνέπειες της κρίσης σε τοπικό επίπεδο. Η προσπάθεια περιλαμβάνει: (<http://www.espa.gr>)

- προώθηση δυνατοτήτων πολυαπασχόλησης.
- καταπολέμηση του φαινομένου της ανεργίας.
- διασφάλιση ίσων ευκαιριών μεταξύ των φύλων και των κοινωνικών ομάδων.
- δημιουργία προϋποθέσεων για την αναστροφή δυσμενών τάσεων.
- αξιοποίηση των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων του ανθρώπινου δυναμικού που πλήττεται.

3.3 Οι πολιτικές δράσης της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τη γυναικεία απασχόληση

Προς την αξιοποίηση του γυναικείου εργατικού δυναμικού στο χώρο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων έχει στραφεί και το ενδιαφέρον της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η έναρξη προγραμμάτων στα πλαίσια της Ένωσης χρονολογείται περίπου στο 1990 για την ενίσχυση των γυναικών επιχειρηματιών και από το έτος 1993 ξεκίνησαν πιλοτικά διάφορα εκπαιδευτικά προγράμματα για γυναίκες επιχειρηματίες στις χώρες Αγγλία και Δανία. Ο καθοριστικός ρόλος του γυναικείου φύλου στις επιχειρήσεις έγινε γνωστός από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Όσο υψηλότερο είναι το μορφωτικό επίπεδο της συζύγου τόσο πιο μεγάλο είναι και το όφελος που αποκομίζει η επιχείρηση. Στην Ελλάδα οι γυναίκες συμμετέχουν σε μεγάλο ποσοστό σε οικογενειακές επιχειρήσεις σύμφωνα με στοιχεία της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας. Το 1/5 περίπου των γυναικών απασχολείται στο εμπόριο, τα εστιατόρια και τα ξενοδοχεία. (ΕΛΣΤΑΤ)

Γνωστό πρόγραμμα επιδοτούμενο από την Ευρωπαϊκή Ένωση είναι το NOW, το οποίο έχει ως στόχο την εξασφάλιση της ισότητας των ευκαιριών για τις γυναίκες στον τομέα της απασχόλησης, κυρίως μέσα από την ανάπτυξη καινοτόμων μέσων για να καταρτιστούν και να ενταχθούν στον εργασιακό χώρο. Οι βασικότεροι στόχοι των 750 έργων που επελέχθηκαν για το πρώτο στάδιο είναι η δημιουργία παραγωγικών και οικονομικών μονάδων, αλλά και η αυτοτελής απασχόληση των γυναικών. Άλλα θέματα μεγάλης σημασίας που χαρακτηρίζουν τα έργα αυτά είναι: (<http://www.ypergka.gr>)

Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων τεχνολογιών

- Η ισότητα των ευκαιριών στον εργασιακό τομέα και η πρόσβαση σε υψηλές και διευθυντικές θέσεις.
- Η διαφοροποίηση των επαγγελματικών επιλογών με την ευαισθητοποίηση των υπεύθυνων επαγγελματικού προσανατολισμού ή στα πλαίσια μέτρων για την ενημέρωση των γυναικών.
- Η εκπαίδευση και κατάρτιση των γυναικών στις νέες τεχνολογίες και κυρίως στους τομείς του τουρισμού, της υγείας, των υπηρεσιών παροχής φροντίδας και του περιβάλλοντος.

Το πρόγραμμα έχει ως στόχο να συνεισφέρει σημαντικά στην πτώση της ανεργίας των γυναικών και στην καλύτερευση της κατάστασης όσων εργάζονται, προωθώντας την ισότητα ευκαιριών στον τομέα της απασχόλησης. Θα συντελέσει στην υποστήριξη και ανάπτυξη των καινοτόμων στρατηγικών που αποσκοπούν στην ανταπόκριση, στις αλλαγές της οργάνωσης της εργασίας καθώς και στην εξέλιξη των επαγγελματικών απαιτήσεων. Η πρωτοβουλία αυτή πήρε μεγάλες διαστάσεις και επιτρέπει να συγκριθούν οι διάφορες εμπειρίες και να μεταφερθεί η τεχνογνωσία που θα ευνοήσει σίγουρα τη συνεργασία. Επιπλέον, ενισχύονται καινοτόμες ενέργειες υπέρ των γυναικών στους τομείς όπου τέτοιες ενέργειες είναι στις μέρες μας λιγότερο αναπτυγμένες. Για την εξασφάλιση του καλύτερου δυνατού αποτελέσματος θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στην ανάπτυξη της κατάρτισης των εκπαιδευτών, αλλά και στη διάρθρωση των προγραμμάτων κατάρτισης και στα μέσα. (<http://www.ypergka.gr>)

Η πρώτη πρωτοβουλία Now έθιξε την αναγκαιότητα να καθιερωθούν ενέργειες και σταθερές συμπράξεις σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο. Σε αυτές θα έπρεπε να συμμετάσχουν επιχειρήσεις, δημόσιοι και ιδιωτικοί οργανισμοί που επιφορτίζονται με την κατάρτιση και την απασχόληση, την οργάνωση και την ισότητα ευκαιριών, περιφερειακές αρχές, μη κυβερνητικές οργανώσεις και γυναικείες οργανώσεις προκειμένου να γίνει η καθιέρωση των καλύτερων πρακτικών και η ένταξη στα συστήματα κατάρτισης και απασχόλησης. Στο πλαίσιο αυτής της πτυχής, τα μέτρα που θα είναι επιλέξιμα για βοήθεια είναι: (<http://europa.eu>)

1) Η ανάπτυξη κατάλληλων συστημάτων κατάρτισης, παροχής συμβουλών και απασχόλησης μέσω της διακρατικής συνεργασίας και πιο συγκεκριμένα:

Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων τεχνολογιών

- Η ανάπτυξη συνεργασίας και δικτύων που έχουν ως συνέπεια τη συμμετοχή οργανισμών κατάρτισης και απασχόλησης αποσκοπώντας στην προώθηση της ισότητας των ευκαιριών για το γυναικείο φύλο στην αγορά εργασίας. Επίσης, θα έπρεπε να υπάρχει μέριμνα ώστε να βελτιωθεί η πρόσβαση των γυναικών στους τομείς που εξελίσσονται γρήγορα καθώς και στους νέους τομείς εργασίας, αλλά και να προωθηθεί η παρουσία τους σε αυτούς, καθώς και να είναι εύκολη η πρόσβασή τους σε θέσεις στελεχών.
- Η ενίσχυση δεσμών ανάμεσα σε οργανισμούς κατάρτισης και επιχειρήσεων προκειμένου να βελτιωθεί η επαγγελματική ένταξη των γυναικών.
- Η υποστήριξη προκειμένου να δημιουργηθούν και να αναπτυχθούν σε τοπικό επίπεδο οι συμβουλευτικοί φορείς για να διευκολυνθεί η σύσταση μικρομεσαίων επιχειρήσεων και συνεταιρισμών.
- Η υποστήριξη για να προκύψουν και να αναπτυχθούν οι κατάλληλες δομές για την παροχή υπηρεσιών στα άτομα, στα μέρη που είναι λιγότερο αναπτυγμένα.
- Η υποστήριξη εκπαιδευτικών ιδρυμάτων για να αναπτυχθεί καινοτόμο εκπαιδευτικό υλικό με σκοπό τη βελτίωση της ισότητας ευκαιριών για τις γυναίκες στην αγορά εργασίας.
- Η υποστήριξη για να δημιουργηθούν αρχικά και στη συνέχεια να αναπτυχθούν συστήματα προσανατολισμού και παροχής συμβουλών για τις γυναίκες.

2) Η κατάρτιση διακρατικής διάστασης και κατά κύριο λόγο:

- Η αρχική κατάρτιση κυρίως στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και στους τομείς που πρέπει να υποστούν βιομηχανικές αλλαγές προκειμένου να προσαρμοστεί το γυναικείο εργατικό δυναμικό στις εξελίξεις της αγοράς εργασίας και στη βελτίωση των προοπτικών σταδιοδρομίας.

Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων τεχνολογιών

- Η αρχική κι έπειτα η συνεχής κατάρτιση για το προσωπικό του τομέα παροχής υπηρεσιών σε άτομα στοχεύοντας στη βελτίωση της ποιότητας αυτών των υπηρεσιών.

- Η ανάπτυξη καινοτόμων μεθόδων αξιολόγησης που επιθυμούν να ενσωματώσουν σε μια επαγγελματική σταδιοδρομία όλες τις εμπειρίες και τις δραστηριότητες των γυναικών για να προωθήσουν την αναγνώριση γνώσεων που αποκτήθηκαν στο παρελθόν.

3) Η δημιουργία απασχόλησης και η υποστήριξη μέσω της διακρατικής συνεργασίας και της δημιουργίας εκ μέρους των γυναικών μικρών επιχειρήσεων και συνεταιρισμών και ιδιαίτερα:

- Η βοήθεια για να δημιουργηθούν ανεξάρτητες δραστηριότητες σε μικρές επιχειρήσεις και συνεταιρισμούς.

- Η βοήθεια προκειμένου να καθιερωθούν χρηματοδοτικά μέσα υποστήριξης της δημιουργίας επιχειρήσεων από τις γυναίκες.

- Η ανάπτυξη δικτύωσης και συνεργασίας για τις τοπικές πρωτοβουλίες απασχόλησης σκοπεύοντας να κινητοποιηθούν οι ικανότητες των γυναικών για τη χρησιμοποίηση πόρων, ιδιαίτερα, αξιοποιώντας τους τομείς του τουρισμού, του πολιτισμού, του περιβάλλοντος, της παροχής υπηρεσιών σε άτομα και προκειμένου να δημιουργηθούν θέσεις απασχόλησης στις αγροτικές περιφέρειες.

4) Ενέργειες διάδοσης των πληροφοριών και ευαισθητοποίησης, ιδιαίτερα μέσω της διακρατικής συνεργασίας και πιο συγκεκριμένα:

- Η παρακολούθηση και η αξιολόγηση ενεργειών και διαδικασιών σχετικά με την επαγγελματική κατάρτιση για απασχόληση, αναλόγως του φύλου των συγκεκριμένων ατόμων.

- Τα μέτρα που αφορούν κατά κύριο λόγο τους κοινωνικούς εταίρους, το προσωπικό των υπηρεσιών εκπαίδευσης, κατάρτισης και απασχόλησης, τις τοπικές αρχές και το ευρύτερο κοινό

Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων τεχνολογιών

με σκοπό την ευαισθητοποίηση για ανάγκη δράσης υπέρ της ισότητας ευκαιριών ανάμεσα σε άνδρες και γυναίκες στην αγορά απασχόλησης.

- Η δημιουργία ή βελτίωση βάσεων δεδομένων, η διεξαγωγή ερευνών σχετικά με τους στόχους αυτής της πτυχής, αλλά και η διάδοση των αποτελεσμάτων που προκύπτουν από τις καλύτερες εμπειρίες.

Η προώθηση ισότητας ευκαιριών για άνδρες και γυναίκες στην αγορά εργασίας σε τομείς όπου οι γυναίκες έχουν χαμηλή ευαισθητοποίηση, αποτελεί ένα από τα κυριότερα πεδία εφαρμογής για τον Άξονα NOW. Ο άξονας αυτός συμπληρώνει την ανάπτυξη δομών και διαδικασιών συνεχούς κατάρτισης καθώς και την ανάπτυξη των εργαζόμενων στις μικρές, μεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις. Δίνεται πολύ μεγάλη έμφαση σε τοπικές ενέργειες για την υποστήριξη των ανέργων ή όσων γυναικών απειλούνται από την ανεργία και προβλέπονται ολοκληρωμένες πιλοτικές δράσεις για επαγγελματικό προσανατολισμό και πληροφόρηση. Τις ομάδες-στόχους του άξονα αποτελούν οι γυναίκες επιχειρηματίες, οι άνεργες γυναίκες με χαμηλά προσόντα, όσες γυναίκες εργάζονται κι έχουν χαμηλή εξειδίκευση ή ακόμα και αυτές που στοχεύουν σε θέσεις διοικητικής ευθύνης. Η στρατηγική του προγράμματος NOW συνίσταται στην ανάπτυξη ολοκληρωμένων παρεμβάσεων προς όφελος των ομάδων στόχων που περιέχουν κατάρτιση και απασχόληση, κοινωνική στήριξη και διαμόρφωση κοινωνικών αντιλήψεων που υποστηρίζουν την ισότιμη θέση της γυναίκας στην αγορά εργασίας, την ευαισθητοποίηση και τον επαγγελματικό προσανατολισμό. (<http://www.ypergka.gr>)

Πρόγραμμα EQUAL

Το πρόγραμμα EQUAL έχει προοριστεί για την προώθηση και την ενσωμάτωση της ισότητας των ευκαιριών ανάμεσα σε άνδρες και γυναίκες στην εφαρμογή και παρακολούθηση των πολιτικών και των δράσεων της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι στόχοι του προγράμματος είναι η καλύτερη ενσωμάτωση της διάστασης της ισότητας ευκαιριών των ανδρών και των γυναικών σε όλες τις πολιτικές και δράσεις, η κινητοποίηση συντελεστών οικονομικής και κοινωνικής ζωής

Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων τεχνολογιών

έτσι ώστε, η προώθηση της ισότητας των ευκαιριών ανάμεσα σε άνδρες και γυναίκες στους τομείς της εκπαίδευσης, της επαγγελματικής κατάρτισης και της αγοράς εργασίας. Επίσης, το πρόγραμμα συντελεί στο συνδυασμό οικογενειακής και επαγγελματικής ζωής για άνδρες και γυναίκες, στην ίση συμμετοχή ανδρών και γυναικών στη λήψη αποφάσεων και στην ενίσχυση των δικαιωμάτων στην ισότητα. (<http://www.equal-greece.gr>)

Όσον αφορά στις κοινοτικές δράσεις του προγράμματος, η χρηματοδοτική υποστήριξη πραγματοποιείται σε σχέδια, τα οποία επιτρέπουν την αναγνώριση και την ανάπτυξη ορθών πρακτικών, αλλά και τη μεταφορά των σχετικών πληροφοριών και εμπειριών, προκειμένου να γίνει δυνατή η ανταλλαγή πληροφοριών και εμπειριών σε σχέση με τις σωστές ενέργειες. Επί πρόσθετα, πραγματοποιείται η παρατήρηση και η παρακολούθηση πολιτικών και η εκπόνηση μελετών σχετικά με τον εν λόγω τομέα και διαδίδονται πάρα πολύ γρήγορα τα αποτελέσματα των πρωτοβουλιών που αναλαμβάνονται καθώς και οποιαδήποτε άλλη σχετική πληροφορία. (<http://europa.eu>)

Οι τομείς δράσης, λοιπόν, είναι οι εξής:

α) Η ενσωμάτωση της ισότητας των ευκαιριών ανάμεσα στο ανδρικό και στο γυναικείο φύλο σε όλες τις δράσεις και πολιτικές, η προαγωγή και ανάπτυξη μεθόδων, στρατηγικών, προτύπων και μελετών στοχεύοντας στην ενσωμάτωση της διάστασης της ισότητας των ευκαιριών σε όλες τις στρατηγικές και δράσεις.

β) Η απασχόληση και επαγγελματική ζωή. Εδώ εντάσσονται η εκπαίδευση, η κατάρτιση, αλλά και η προαγωγή της ισότητας των ευκαιριών μεταξύ των ανδρών και γυναικών στον τομέα της απασχόλησης. Επίσης, κατατάσσονται η προώθηση της οικονομικής ανεξαρτησίας, η ίση αμοιβή για ισάξια εργασία, η οργάνωση της επαγγελματικής ζωής, διάφορες πτυχές που σχετίζονται με το εργασιακό περιβάλλον κι επιπλέον ο συμβιβασμός των επαγγελματικών και γονικών ευθυνών.

γ) Η λήψη αποφάσεων για την εκπόνηση και την παρακολούθηση των μεθόδων, στρατηγικών και δράσεων για να προωθηθεί η ισότιμη συμμετοχή γυναικών και ανδρών στη λήψη των αποφάσεων, περικλείοντας και τις θέσεις των υψηλότερων βαθμίδων.

δ) Η πληροφόρηση, η έρευνα και άλλες δράσεις, έτσι ώστε να αυξηθούν οι γνώσεις και να υπάρξει ευνοϊκότερη στάση απέναντι στην ισότητα των ευκαιριών μεταξύ ανδρών και γυναικών.

3.4 Προτάσεις για περαιτέρω ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας

Η έννοια της γυναικείας επιχειρηματικότητας είναι σύνθετη και περίπλοκη και οι μελλοντικοί επιχειρηματίες πρέπει να έχουν πολλές ικανότητες και να καταβάλλουν σημαντικές προσπάθειες. Στον ελλαδικό χώρο παρουσιάζονται πολλές προκλήσεις, ενώ ταυτόχρονα παρατηρείται και μία αρνητική κριτική όσον αφορά στην ανταγωνιστικότητα των ελληνικών επιχειρήσεων από ευρωπαϊκούς φορείς. Η παγκοσμιοποίηση των αγορών δημιουργεί σημαντικές απειλές για τη γυναίκα ως επιχειρηματία, η οποία θα πρέπει να έχει ισχυρές ικανότητες και έντονη θέληση προκειμένου να επιτύχει. Κάθε γυναίκα επιχειρηματίας είναι σε θέση να επιλέξει κάποιες δραστηριότητες για να αναπτυχθούν και να λειτουργήσουν γυναικείες επιχειρήσεις και για την παροχή οικονομικής ενίσχυσης στοχεύοντας στην ενδυνάμωση και διατήρηση της απασχόλησης σ' αυτές τις παραγωγικές και οικονομικές μονάδες.

Η οικονομική ενίσχυση μπορεί να καλύψει τη διαφήμιση και την προβολή μικρής κλίμακας των γυναικείων επιχειρήσεων, την προμήθεια εξοπλισμού και λογισμικού, τη συμμετοχή σε εκθέσεις, συνέδρια και ημερίδες. Στην Ελλάδα, η πλειοψηφία των επιχειρηματικών μονάδων είναι μικρού και μεσαίου μεγέθους, κάτι το οποίο δυσκολεύει όλο και πιο πολύ την ικανότητα επιτυχίας σε μια ενοποιημένη αγορά. Απαιτούνται πάρα πολλές προσπάθειες ώστε οι Έλληνες επιχειρηματίες να συνειδητοποιήσουν την αναγκαιότητα οργάνωσης της εταιρίας που διαθέτουν.

Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων τεχνολογιών

Το γυναικείο φύλο θα πρέπει να εκπαιδευτεί και να καταρτιστεί περισσότερο έτσι ώστε να μπορεί να έχει ισότιμη θέση με τον άνδρα, να μπορεί να πάρει ακόμα και τη θέση οικονομικού διευθυντή. Θα πρέπει να υπάρχουν οι σχετικές και απαραίτητες γνώσεις με αποτέλεσμα όχι μόνο τα βραχυπρόθεσμα, αλλά τα μακροπρόθεσμα κέρδη. Σημαντικές προσπάθειες θα πρέπει να καταβληθούν για την παραγωγή ποιοτικών προϊόντων, γι' αυτό οι Ελληνίδες επιχειρηματίες θα πρέπει να έχουν αντιληφθεί τη σημασία αυτής της ποιότητας και ότι αποτελεί την αναγκαία προϋπόθεση για επιβίωση. Εξετάζοντας τις ιδιαιτερότητες του κάθε κλάδου στον οποίο θέλει να δραστηριοποιηθεί μια γυναίκα, θα πρέπει να επιλέξει τον τύπο της επιχείρησης που θα αποκτήσει.

Ιδιαίτερη προσοχή θα πρέπει να δοθεί από κει και πέρα στην οργάνωση της επιχείρησης με μεγάλο ενδιαφέρον στους ανθρώπινους πόρους που θα στελεχώσουν την επιχείρηση, την ποιότητα των προϊόντων που θα διαθέσει, αλλά και τις στρατηγικές μάρκετινγκ καθώς είναι αυτές που καθορίζουν τι, σε ποιον, πώς και πότε θα παραδοθεί. Οι προσπάθειες που απαιτούνται είναι πολλές, χρειάζεται γνώση της τεχνολογίας και της εξέλιξής της προκειμένου οι γυναίκες επιχειρηματίες να μπορέσουν να επιτύχουν στο σύγχρονο ανταγωνιστικό περιβάλλον.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΕΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

4.1 Ο ρόλος του ηλεκτρονικού μάρκετινγκ

Το e-Marketing αποτελεί το marketing στο χώρο του Internet. Με τη γρήγορη διάδοση του διαδικτύου (όχι μόνο του World Wide Web, αλλά και του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και οποιουδήποτε άλλου μέσου ηλεκτρονικής μεταφοράς δεδομένων), καθίσταται πλέον δυνατή η γρηγορότερη και πιο άμεση πρόσβαση των επιχειρήσεων με τους πελάτες τους. Οι εταιρίες δεν είναι πια υποχρεωμένες να βασίζονται σε έγγραφα και άλλες γραφειοκρατικές διαδικασίες που καθυστερούν και προκύπτουν ενδεχόμενα λάθη. Υπάρχει η δυνατότητα επικοινωνίας με το ευρύτερο κοινό οπουδήποτε κι αν βρίσκονται και οποιαδήποτε στιγμή. Η σημασία των νέων τεχνολογιών και ηλεκτρονικών μέσων και ειδικότερα της χρήσης του διαδικτύου για το marketing συντελεί στην αύξηση κερδών μιας επιχείρησης. Η αύξηση του κέρδους, μάλιστα, μπορεί να επιτευχθεί μέσω ενός προγράμματος marketing που θα έχει ως επίκεντρο τους εξής στόχους: (Δημητριάδης, Μπαλτάς, 2005)

α) Αύξηση των συναλλαγών και των πωλήσεων

Με την προσαρμογή των προϊόντων στα ζητούμενα των πελατών, τη διεύρυνση της αγοράς των πελατών, την αμφίδρομη επικοινωνία κ.λ.π.

β) Μείωση του κόστους των συναλλαγών

Με την εξάλειψη μεσαζόντων, νέα κανάλια ηλεκτρονικής διανομής για ορισμένα προϊόντα, εικονικά καταστήματα κ.λ.π.

γ) Την αναβάθμιση της επικοινωνίας με την αγορά στόχο

Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων τεχνολογιών

Αυτό θα αυξήσει το κέρδος των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο εξωτερικό και θα συντελέσει στη μείωση του κόστους των επιχειρησιακών συναλλαγών, την πώληση των ιδίων πληροφοριών κ.λ.π.

Άλλωστε με τη βοήθεια του μάρκετινγκ οι επιχειρηματικές μονάδες μπορούν να δοκιμάσουν να εισάγουν νέα προϊόντα και υπηρεσίες και θεωρούν ότι το τόλμημα τους θα είναι πάντοτε επιτυχές. Όμως, κάτι τέτοιο δεν ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα, με συνέπεια πολλές επιχειρήσεις να απογοητεύονται από το ξεκίνημά τους. Με το σωστό σχεδιασμό της στρατηγικής ηλεκτρονικού marketing μια επιχείρηση μπορεί να έχει επιτυχημένη παρουσία στο διαδίκτυο και θα έχει καταφέρει να: (Πασχόπουλος, Σκαλτσάς, 2006)

- Καθορίσει τους στόχους της

Όλες οι επιχειρήσεις οφείλουν να έχουν καθορίσει από την αρχή τα πλαίσια της ηλεκτρονικής τους παρουσίας μέσα από το διαδίκτυο ώστε να δουν τι αναμένουν να κερδίσουν. Οι επιμέρους στόχοι που μπορεί να θέσει μια επιχείρηση κι έχουν σημασία είναι:

- Η επέκταση σε νέες αγορές
- Η εύρεση νέων ευκαιριών
- Η αύξηση της προβολής στην αγορά
- Η ανάπτυξη συναλλαγών
- Η βελτίωση της εικόνας της επιχείρησης
- Η βελτίωση της εξυπηρέτησης των πελατών της
- Η προσαρμογή στις προσδοκίες των πελατών
- Η μείωση του κόστους marketing
- Η υιοθέτηση των νέων τεχνολογιών για τη διατήρηση του καινοτόμου χαρακτήρα της

- Προσδιορίσει την τεχνολογική και τηλεπικοινωνιακή υποδομή της επιχείρησης

- **Συλλέξει πληροφορίες για την αγορά-στόχο σε σχέση με το κοινό του διαδικτύου.**

- **Καθορίζει τον προϋπολογισμό και την εκτίμηση του περιβάλλοντος marketing για να καλυφθεί η στρατηγική.**

Δηλαδή, εξετάζονται οι χρηματοοικονομικές δυνατότητες της παραγωγικής και οικονομικής μονάδας, όλα τα θέματα που σχετίζονται με την ασφάλεια, αλλά και τη νομοθετική κάλυψη, η ανάπτυξη της στρατηγικής από την ίδια την επιχείρηση ή ανάθεση σε τρίτους, η εκπαίδευση και υποστήριξη.

- **Μελετήσει τους παράγοντες που αναφέρονται στο προϊόν ή την υπηρεσία, την τιμή, την προβολή και τις ιδιαιτερότητες διανομής αυτού.**

Το e-Marketing κάνει χρήση διάφορων εργαλείων έτσι ώστε να προσεγγίσει το καταναλωτικό κοινό. Μερικά από αυτά τα εργαλεία είναι τα εξής: (Σιώμκος, Τσιάμης, 2004)

Web sites

Τα web sites είναι εμπλουτισμένα με πληροφορίες για τα προϊόντα της εταιρίας, αλλά και πληροφορίες για την ίδια την εταιρία συμπεριλαμβανομένου και της ιστορίας της. Ακόμα, μπορεί να περιέχουν στοιχεία όπως είναι οι συνδιασκέψεις, τα chatrooms, οι λίστες ταχυδρομείου (e-mail newsletters), αλλά και ευκαιρίες αγοράς προϊόντων, όπως είναι η υποστήριξη πελατών. Είναι οι περιοχές που υποστηρίζουν την εταιρία και της δίνουν τη δυνατότητα να δημιουργήσει στενούς δεσμούς με τους πελάτες της, οι οποίοι μπορεί για πάντα να αγοράζουν τα προϊόντα της.

E-mail

Αποτελεί το κύριο μέσο επικοινωνίας μεταξύ των καταναλωτών και των εταιριών. Οι online υπηρεσίες παρέχουν αυτόματα απαντήσεις από τους υπεύθυνους της εταιρίας στα σταλμένα e-mail των καταναλωτών. Επίσης οι πελάτες μπορούν να παραγγέλνουν τα αγαθά που επιθυμούν συνεχώς, 24 ώρες το 24ωρο.

Automated e-mail

Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων τεχνολογιών

Δουλεύει σαν ένα αυτόματο σύστημα φαξ που στέλνει έτοιμα μηνύματα περιγράφοντας το προϊόν ή την υπηρεσία της εταιρίας προς απάντηση των e-mail των πελατών.

Συνδιασκέψεις

Προσφέρουν την ευκαιρία στην εταιρία να χτίσει σχέσεις με τους πελάτες της δίνοντάς τους πληροφορίες.

Internet's Usenet newsgroups

Είναι επιτροπές συζητήσεων που περιλαμβάνουν περισσότερα από χίλια θέματα. Οι υπεύθυνοι της επιχείρησης μπορούν να βρουν συγκεκριμένα group πελατών που ενδιαφέρονται για σίγουρα προϊόντα και παίρνουν μέρος στη συζήτηση παρέχοντας πληροφορίες.

Νέα σε διεθνές επίπεδο

Προσφέρονται στους πελάτες με πληροφορίες από παγκόσμια δίκτυα και από πολλές εφημερίδες σε διεθνές επίπεδο.

Όταν η γυναικεία επιχειρηματικότητα συνδυάζεται με το e-Marketing, αυξάνονται οι πωλήσεις και μειώνεται το κόστος. Επίσης, είναι πολύ πιο εύκολο να εισαχθεί ένα νέο προϊόν στην αγορά. Το e-Marketing συμβάλλει στην προβολή και την προώθηση ενός νέου προϊόντος, προκαλεί το ενδιαφέρον του καταναλωτικού κοινού και το ελκύει να το δοκιμάσει. Ακόμα, το καταναλωτικό κοινό επισκέπτεται διάφορες ιστοσελίδες, έτσι ώστε να "γνωρίσει" καλύτερα το αγαθό ή την υπηρεσία κι ενδεχομένως να το αγοράσει εάν αυτό καλύπτει τις ανάγκες του. Ο πελάτης αναπτύσσει αγοραστική πρόθεση και η επιτυχία πραγματοποιείται με την παρουσίαση αναγκαίων πληροφοριών και των πλεονεκτημάτων για τα προϊόντα. Οι τεχνικές στην προβολή της επανάληψης και της πειθούς δίνουν τη θέση τους στις τεχνικές της προσέλκυσης και της ωφέλειας του Internet. Μέσω του κυβερνοχώρου οι πελάτες έχουν ήδη ενημερωθεί για το προϊόν που πρόκειται να αγοράσουν. Γνωρίζουν ήδη την τιμή του, τις ιδιότητες του και πώς θα πρέπει αυτό να χρησιμοποιηθεί. Το e-Marketing παρέχει συνεχώς υπηρεσίες εξυπηρέτησης και μετά την πώληση του προϊόντος επιλύοντας έτσι τα προβλήματα που ενδεχομένως να υπάρχουν. Επί πρόσθετα, βοηθάει να διαφοροποιηθεί ένα αγαθό ή μια υπηρεσία όταν αυτά δεν καλύπτουν πλήρως τις ανάγκες του καταναλωτικού κοινού έτσι ώστε να γίνει πιο ελκυστικό σε αυτούς. (Σιώμκος, Τσιάμης, 2004)

4.2. Προώθηση των γυναικείων επιχειρήσεων μέσω των τεχνολογιών πληροφορίας και επικοινωνιών

Οι Τεχνολογίες Πληροφορίας και Επικοινωνιών (ΤΠΕ) σχετίζονται με τις εφαρμογές πολλών επιστημονικών τομέων και παρουσίασαν πολύ μεγάλη ανάπτυξη όσον αφορά στη γενικότερη τεχνολογική πρόοδο τα τελευταία χρόνια. Οι Τεχνολογίες Πληροφορίας και Επικοινωνιών (Information and Communications Technology- ICT) αποτελούν ένα πολύπλευρο επιστημονικό πεδίο, το οποίο μπορεί να θεωρηθεί ως η σύνθεση της Πληροφορικής και των Τηλεπικοινωνιών. Ασχολείται με τη διαχείριση και την επεξεργασία πληροφοριών, αλλά και την προώθηση της επικοινωνίας με τη χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών, λογισμικού και τηλεπικοινωνιακών συσκευών προκειμένου να ανακτηθούν, να αποθηκευτούν, να προστατευτούν, να επεξεργαστούν και να μεταδοθούν πληροφορίες. (Σπορδύλη, 2007)

Οι Τεχνολογίες Πληροφορίας και Επικοινωνιών είναι μια νέα έννοια που διαδόθηκε ιδιαίτερα μετά το 2000. Μερικά από τα κυριότερα χαρακτηριστικά των νεότερων ΤΠΕ είναι η δυνατότητα που υπάρχει για ασύρματη επικοινωνία συσκευών και κατ' επέκταση η δυνατότητα κινητής χρήσης υπολογιστικών συσκευών. Αυτά είναι στοιχεία που σηματοδοτούν μια νέα εποχή στις ΤΠΕ, αφού η χρησιμοποίηση των υπολογιστικών συσκευών αποτελεί μια καινοτομία και δε δεσμεύεται από την τοποθεσία και από μέσα. (Σπορδύλη, 2007)

Τα επιτεύγματα της τεχνολογίας έχουν πολλές αρνητικές επιπτώσεις στον τρόπο με τον οποίο σκεφτόμαστε, οργανώνουμε το χρόνο μας, τις υπηρεσίες ακόμα και τις επιχειρήσεις. Είναι γεγονός ότι η τεχνολογία βελτιώνεται και ότι ανακαλύπτονται όλο και περισσότερες εφαρμογές. Οι πιο συνηθισμένες ΤΠΕ που συναντούμε σήμερα είναι το διαδίκτυο, με το οποίο αντλούνται, μεταφέρονται και δημοσιεύονται πληροφορίες μέσω υπολογιστών, υπολογιστών παλάμης και κινητών τηλεφώνων, τα παγκόσμια συστήματα εντοπισμού θέσης (GPS) για την πλοήγηση οχημάτων, τα συστήματα 3G για να μεταφέρονται φωνητικά και γραπτά στοιχεία, τα οποία χρησιμοποιούνται στην κινητή τηλεφωνία, καθώς και η τεχνολογία που επιτρέπει την κατασκευή ασύρματων δικτύων Wi-Fi και άλλων συναφών τεχνολογιών, λόγω χάρη το Bluetooth, που είναι δυνατό να επιτρέψουν την ασύρματη σύνδεση διαφόρων συσκευών μεταξύ τους και με το Διαδίκτυο. Οι Τεχνολογίες Πληροφορίας και Επικοινωνιών και ιδιαίτερα το διαδίκτυο

αποτελούν ένα από τα πιο εύχρηστα εργαλεία που επιτρέπει στις επιχειρήσεις να προωθήσουν τα προϊόντά τους, αλλά και να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητά τους στην αγορά. (Αγγελίδου, 2006)

4.3 Επιπτώσεις τεχνολογικών εξελίξεων στην απασχόληση γυναικών

Πολλές και μεγάλες αλλαγές έχουν πραγματοποιηθεί στον τρόπο λειτουργίας και οργάνωσης των επιχειρήσεων εξαιτίας του διαδικτύου. Οι περισσότεροι τομείς έχουν επηρεαστεί από τη χρήση των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών, αφού η λειτουργία των επιχειρηματικών μονάδων στηρίζεται στην παροχή και την προώθηση μεγάλου όγκου πληροφοριών. Σχετικά με τις επιπτώσεις των τεχνολογικών εξελίξεων στην απασχόληση των γυναικών μπορούμε να επισημάνουμε κάποια στοιχεία.

Η εξασθένηση των ιεραρχικών σχέσεων ανάμεσα σε εργαζόμενους στην παραγωγική διαδικασία, αλλά και η ενίσχυση διαχειριστικών λειτουργιών συντελούν στην αύξηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Η μερική απασχόληση αφορά κατά κύριο λόγο το γυναικείο φύλο. Οι γυναίκες μπορούν να απασχοληθούν είτε σε ανώτερες και εξειδικευμένες θέσεις είτε σε κατώτερες χαμηλής ειδίκευσης. Στις ανεπτυγμένες χώρες έχει πλέον καθιερωθεί η γυναικεία απασχόληση και έχει ενισχυθεί η ένταξη των γυναικών στην αγορά εργασίας. Μεγαλύτερη άνοδο έχει σημειώσει η γυναικεία απασχόληση στον τομέα των υπηρεσιών που σχετίζεται πιο άμεσα με την Κοινωνία της Πληροφορίας.

Οι πολλοί και σύνθετοι ρόλοι που έχει η σύγχρονη γυναίκα στον εργασιακό χώρο διευκολύνονται με την ανάπτυξη και την εξέλιξη της τεχνολογίας. Αρκετές γυναίκες έχουν τη δυνατότητα να εργαστούν από τον τόπο διαμονής τους μέσω του διαδικτύου. Επομένως, πολλές συνδυάζουν την εργασία με την ανατροφή των παιδιών τους και σε περίπτωση εγκυμοσύνης δε χρειάζεται να διακόψουν την εργασία τους. Δεν είναι αποκομμένες από την αγορά εργασίας και δεν έχουν έπειτα το πρόβλημα επανένταξης σε αυτήν. Αναμφίβολα, σε όλα αυτά συντέλεσε η διάδοση του κυβερνοχώρου και οι εφαρμογές του στον επιχειρησιακό τομέα. Η επαγγελματική

επικοινωνία καθώς και οι επαγγελματικές συναντήσεις είναι δυνατό να πραγματοποιηθούν πολύ εύκολα μέσω του διαδικτύου με το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και μέσω των τηλεδιασκέψεων.

Στα πλεονεκτήματα της διάδοσης του διαδικτύου στην επιχειρηματική δραστηριότητα θα πρέπει να συμπεριλάβουμε το ηλεκτρονικό εμπόριο μέσω του οποίου επιτρέπεται η αγορά και η πώληση αγαθών και το ηλεκτρονικό μάρκετινγκ, το οποίο προσφέρει νέες και αποτελεσματικές τεχνικές προώθησης των προϊόντων και των υπηρεσιών κάθε επιχειρηματικής μονάδας. Όλα τα παραπάνω παρέχουν πολλές δυνατότητες για την αύξηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας και δε συγκρούονται με το ρόλο της σύγχρονης γυναίκας που έχει το ρόλο εργαζόμενης και μητέρας. (Πασχόπουλος, Σκαλτσάς, 2006)

Ο όρος Κοινωνία της Πληροφορίας έχει σχέση με την κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη που η απόκτηση, αποθήκευση, επεξεργασία και μεταβίβαση των πληροφοριών ωθεί στην ικανοποίηση των αναγκών των ανθρώπων και των επιχειρηματικών μονάδων παίζοντας κυρίαρχο ρόλο στην παραγωγή πλούτου, στην οικονομία και στην ποιότητα ζωής των πολιτών. Η Κοινωνία της Πληροφορίας έχει δημιουργήσει πλέον νέα δεδομένα και καινούριες ευκαιρίες για τον τρόπο ζωής. Αυτές οι τεχνολογίες είναι το απαραίτητο εργαλείο για την παροχή βελτιωμένων υπηρεσιών στους πολίτες. Ο πιο βασικός δείκτης ανάπτυξης της ΚτΠ είναι οι συνολικές δαπάνες σε Τεχνολογίες Πληροφορίας και Επικοινωνίας. Παρόλ' αυτά η οικονομία της χώρας μας χαρακτηρίζεται από αρκετούς ανασταλτικούς παράγοντες, όπως είναι παραδείγματος χάρη, η χαμηλή διάχυση νέων πληροφοριών, το υψηλό εργασιακό κόστος και το μικρό μερίδιο τεχνολογίας που αντιστοιχεί σε κάθε εργαζόμενο. (<http://el.wikipedia.org>)

4.4. Επιχειρηματική δυνατότητα της γυναίκας στην Κοινωνία της Πληροφορίας

Η δράση Μικρές Επιχειρήσεις & Τεχνολογική Ώθηση Μ.Ε.ΤΕΧ.Ω. στην Κοινωνία της Πληροφορίας προσφέρει στις μικρές επιχειρήσεις χρηματοδότηση για την προμήθεια τεχνολογικού εξοπλισμού και για την εφαρμογή πληροφορικής. Σκοπός είναι η ενίσχυση επενδύσεων των επιχειρήσεων που απασχολούν από δύο μέχρι και δέκα άτομα προσωπικό. Το

Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων τεχνολογιών

έργο αφορά στον ίδιο βαθμό και τις 13 περιφέρειες της χώρας και διακρίνεται από καινοτόμα στοιχεία. Στα πλαίσια δράσης του προγράμματος χρηματοδοτήθηκαν οι επενδύσεις για την προμήθεια του κύριου, αλλά και συμπληρωματικού εξοπλισμού πληροφορικής, για την προμήθεια υπηρεσιών πληροφορικής και πρόσβασης στο διαδίκτυο καθώς και την προμήθεια και εγκατάσταση εφαρμογών πληροφορικής για υποστήριξη ενδοεπιχειρησιακών και διεπιχειρησιακών δραστηριοτήτων των επιχειρηματικών μονάδων. (<http://sykepi.teikav.edu.gr>)

Όσον αφορά στην κατάρτιση βασικών δεξιοτήτων ΤΠΕ 15.000 γυναικών, αντικείμενο του έργου θεωρείται η υλοποίηση 750 προγραμμάτων επαγγελματικής κατάρτισης 15.000 άνεργων γυναικών σε βασικές δεξιότητες χρήσης υπολογιστών διάρκειας 100 ωρών. Οι στόχοι υλοποίησης αυτών των προγραμμάτων ήταν η απόκτηση των γνώσεων σε βασικές δεξιότητες ΤΠΕ, η πιστοποίηση των γνώσεων που αποκτήθηκαν, η βελτίωση επαγγελματικών προσόντων, η ένταξη τους στην αγορά εργασίας ή ακόμα και η επανένταξή τους σε αυτή σε ένα εργασιακό περιβάλλον που συνεχώς μεταβάλλεται. Κατά την επιλογή ατόμων έπρεπε να ληφθούν υπόψη η άντληση υποψηφίων από τις καταστάσεις άνεργων γυναικών που είναι εγγεγραμμένες στον ΟΑΕΔ, τα προσόντα των καταρτιζόμενων, ενώ ευνοήθηκαν γυναίκες που δεν έχουν παρακολουθήσει ξανά προγράμματα κατάρτισης της Κοινωνίας της Πληροφορίας. Επιπλέον, κάθε καταρτιζόμενη μπορεί να παρακολουθήσει δύο προγράμματα, μόνο εάν το ένα αναφέρεται σε βασικές γνώσεις και το άλλο σε εξειδικευμένες. (<http://sykepi.teikav.edu.gr>)

Νομοί	Αριθμός καταρτιζόμενων
Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας-Θράκης	900
Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας	2.660
Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας	540
Περιφέρεια Ηπείρου	680
Περιφέρεια Θεσσαλίας	1.240
Περιφέρεια Ιονίων Νήσων	320
Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας	1.200
Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας	1.110
Περιφέρεια Αττικής	3.800
Περιφέρεια Πελοποννήσου	870

Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων τεχνολογιών

Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου	400
Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου	420
Περιφέρεια Κρήτης	860
Σύνολο χώρας	15.000

Πηγή: Οργανισμός Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού

Η τηλε-κατάρτιση βασικών δεξιοτήτων ΤΠΕ 7.000 άνεργων γυναικών αφορά προγράμματα συνεχιζόμενης επαγγελματικής τηλε-κατάρτισης και πιστοποίησης σε βασικές δεξιότητες χρήσης τεχνολογιών της πληροφορίας και επικοινωνίας από πιστοποιημένα Κέντρα Επαγγελματικής Κατάρτισης (ΚΕΚ). Οι υποχρεωτικές εκπαιδευτικές ενότητες είναι επεξεργασία κειμένων, λογιστικά φύλλα, εφαρμογές στο διαδίκτυο. Σε όλα τα προγράμματα υπάρχουν διδακτικές ενότητες που σχετίζονται με την προετοιμασία της γυναίκας που καταρτίζεται για την αγορά εργασίας. Ο αριθμός προγραμμάτων που υλοποιήθηκαν ανά περιφέρεια παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα. (<http://www.eye-ekt.gr>)

Περιφέρεια	Αριθμός Προγραμμάτων
Ανατολική Μακεδονία-Θράκη	50
Κεντρική Μακεδονία	135
Δυτική Μακεδονία	40
Ήπειρος	40
Θεσσαλία	72
Δυτική Ελλάδα	68
Ιόνια Νησιά	20
Στερεά Ελλάδα	62
Αττική	195
Πελοπόννησος	50
Βόρειο Αιγαίο	24
Νότιο Αιγαίο	23
Κρήτη	38

Πηγή: Οργανισμός Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ

5.1 Στοιχεία της έρευνας αγοράς

Η έρευνα αγοράς αφορά στην οργανωμένη προσπάθεια που γίνεται προκειμένου να πραγματοποιηθεί συλλογή πληροφοριών που σχετίζονται με την αγορά και τους καταναλωτές. Η έρευνα αγοράς έχει ως αντικείμενο τις καταναλωτικές συνήθειες σε συγκεκριμένες ομάδες πληθυσμού και ως στόχο τη συλλογή, αλλά και την επεξεργασία πληροφοριακού υλικού και στοιχείων που έχουν σχέση με τις ανάγκες συγκεκριμένης αγοράς-στόχου, το μέγεθος που αυτή έχει καθώς και με τις ανταγωνιστικές επιχειρήσεις που υπάρχουν.

Αναμφίβολα, η έρευνα αγοράς αποτελεί ένα από τα πιο σημαντικά κομμάτια της στρατηγικής μιας επιχείρησης, επειδή χάρη σε αυτήν, τα διοικητικά στελέχη είναι δυνατό να αναζητήσουν λύση σε πιο σημαντικά στρατηγικά προβλήματα. Τα στάδια, τα οποία περιλαμβάνει η έρευνα αγοράς είναι τα εξής: (Σταθακόπουλος, 2005)

- ✚ Η αναγνώριση και η διατύπωση του προβλήματος
- ✚ Η ανάπτυξη μιας αποτελεσματικής προσέγγισης
- ✚ Η επιλογή και ο σχεδιασμός της κατάλληλης ερευνητικής μεθόδου
- ✚ Η συλλογή των δεδομένων
- ✚ Η ανάλυση των δεδομένων
- ✚ Η σύνθεση της αναφοράς και η παρουσίαση των αποτελεσμάτων

Για να γίνει επιλογή μεθόδου στην έρευνα αγοράς, όσον αφορά στη συλλογή δεδομένων πραγματοποιείται χρήση **πρωτογενών** και **δευτερογενών** στοιχείων. (Κυριαζόπουλος, Σιαμαντά, 2009)

Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων τεχνολογιών

Συλλογή **πρωτογενών** στοιχείων γίνεται στην περίπτωση που δεν υπάρχουν δεδομένα ή σε περίπτωση που δεν είναι δυνατό να χρησιμοποιηθούν στη μορφή που βρίσκονται. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να απαιτείται η συγκέντρωση πληροφοριών με άμεσο τρόπο από το καταναλωτικό κοινό, τους πελάτες των προϊόντων ή των υπηρεσιών, αλλά και τα στελέχη μιας επιχειρηματικής μονάδας για να δοθεί λύση στο συγκεκριμένο πρόβλημα.

Δευτερογενή είναι τα στοιχεία, τα οποία υπάρχουν ήδη και έχει πραγματοποιηθεί η συλλογή τους κάποια στιγμή προκειμένου να υπάρξει λύση σε κάποιο άλλο ζήτημα.

Επιπλέον, η έρευνα αγοράς διακρίνεται σε δύο κατηγορίες, την **ποιοτική** και την **ποσοτική** έρευνα.

Πρώτον, η **ποιοτική** έρευνα αγοράς χρησιμοποιείται για τη συλλογή στοιχείων που δεν είναι εφικτό να παρατηρηθούν και να μετρηθούν άμεσα. Ειδικότερα, μέσω αυτής γίνεται διερεύνηση των αντιλήψεων, των κινήτρων, των συναισθημάτων και των αντιδράσεων των καταναλωτών απέναντι σε προϊόντα ή υπηρεσίες, αλλά εξετάζονται και οι βαθύτεροι λόγοι που τους ωθούν σε αυτές τις συμπεριφορές. Αποτελεί ένα εργαλείο με το οποίο απορρέουν στοιχεία, τα οποία χρησιμοποιούνται για την αξιολόγηση διάφορων ιδεών, δίχως τη μέτρηση και την πραγματοποίηση αριθμητικών και στατιστικών μετρήσεων και αναλύσεων. Κατά κύριο λόγο, αναφέρεται σε τεχνική, με την οποία είναι δυνατό να πραγματοποιηθεί η διεξαγωγή προσωπικών συνεντεύξεων ή συζητήσεων ανάμεσα σε διαφορετικά άτομα. Μάλιστα, η έρευνα με ερωτηματολόγιο αποτελεί την πιο διαδεδομένη μέθοδο για τη συλλογή δεδομένων γρηγορότερα, λιγότερο δαπανηρά και με μεγαλύτερη αξιοπιστία. (Μορέν, 2001)

Οι μέθοδοι της ποιοτικής έρευνας είναι οι εξής:

- Ομάδες εστίασης
- Σε βάθος συνεντεύξεις
- Προβολικές τεχνικές
- Τεχνικές παρατήρησης

Δεύτερον, η **ποσοτική** έρευνα χρησιμοποιείται στην περίπτωση που οι πληροφορίες, οι οποίες αναζητούνται είναι συγκεκριμένες και χαρακτηρίζονται από ακρίβεια. Τα ποσοτικά

δεδομένα είναι δυνατό να χρησιμοποιηθούν σε στατιστικές αναλύσεις ωθώντας σε έγκυρα αποτελέσματα, αλλά προκειμένου να συμβεί κάτι τέτοιο απαιτείται αντιπροσωπευτικό δείγμα. Κατά συνέπεια, η ποσοτική έρευνα έχει ως βάση τις αξιόπιστες, αριθμητικές και στατιστικές μετρήσεις του συνολικού πληθυσμού ατόμων, όπου εφαρμόζεται. (Μορέν, 2001)

Οι μέθοδοι της ποσοτικής έρευνας είναι οι παρακάτω:

- Προσωπικές συνεντεύξεις
- Η ταχυδρομική μέθοδος
- Η τηλεφωνική μέθοδος
- Η έρευνα μέσω διαδικτύου

5.2 Μέθοδος δείγματος και τεχνικές ανάλυσης δεδομένων

Η μέθοδος συλλογής πρωτογενών στοιχείων συνδέεται άμεσα με το σκοπό της εργασίας. Τα αποτελέσματα της έρευνας θα προκύψουν με βάση τις απαντήσεις που θα δώσουν οι ερωτώμενοι στο ερωτηματολόγιο που θα συμπληρώσουν. Η έρευνα που πραγματοποιείται με ερωτηματολόγιο αποτελεί την πιο διαδεδομένη μέθοδο για να συλλεχθούν ταχύτερα και λιγότερο δαπανηρά κάποια δεδομένα. (Κυριαζοπουλος-Σιαμαντά, 2009)

Η χορήγηση του ερωτηματολογίου γίνεται από τον ερευνητή που θέτει τις ερωτήσεις στους ερωτώμενους και καταχωρούνται οι απαντήσεις τους στο ερωτηματολόγιο. Συνολικά συμπληρώθηκαν 50 ερωτηματολόγια και ο πληθυσμός αυτός θεωρείται αντιπροσωπευτικός προκειμένου να διεξαχθούν ασφαλή συμπεράσματα με αξιοπιστία 95%. (Κυριαζοπουλος-Σιαμαντά, 2009)

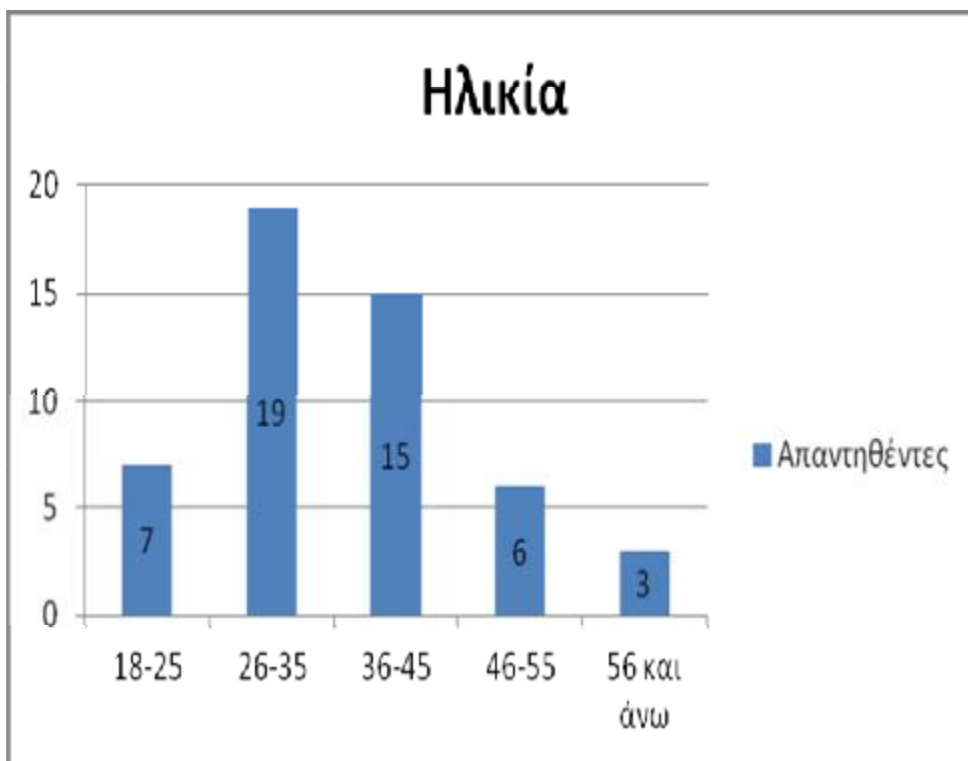
Το δείγμα μας αποτελούν άντρες και γυναίκες όλων των ηλικιών, ανεξαρτήτως εισοδήματος και μορφωτικού επιπέδου και ζητήθηκε η γνώμη τους για το θέμα της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα. Η ανάλυση των δεδομένων έγινε με τη βοήθεια του excel και η πλειονότητα των αποτελεσμάτων παρουσιάζεται παρακάτω σε διαγράμματα, όπως επίσης ακολουθεί και ο σχολιασμός των αποτελεσμάτων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥ ΜΕΡΟΥΣ

6.1 Ανάλυση δημογραφικών στοιχείων

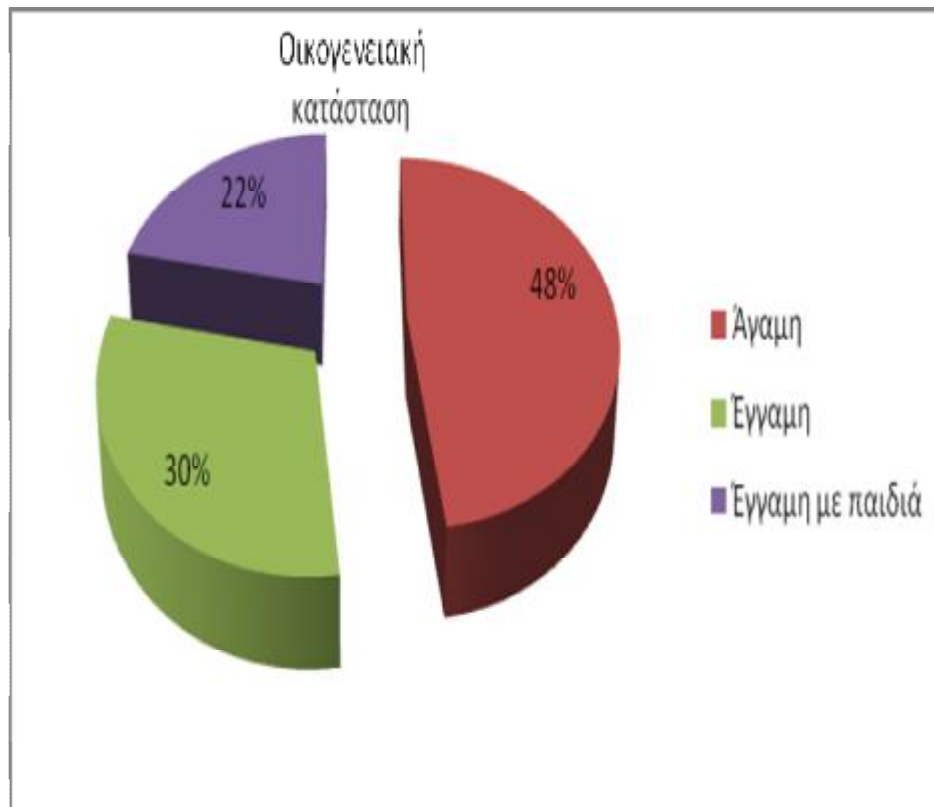
Η ανάλυση των δεδομένων που αναφέρονται στα δημογραφικά στοιχεία και περιλαμβάνει την ηλικία των γυναικών επιχειρηματιών που ερωτήθηκαν, την ηλικιακή κατάσταση και το μορφωτικό επίπεδό τους έχει ως εξής:



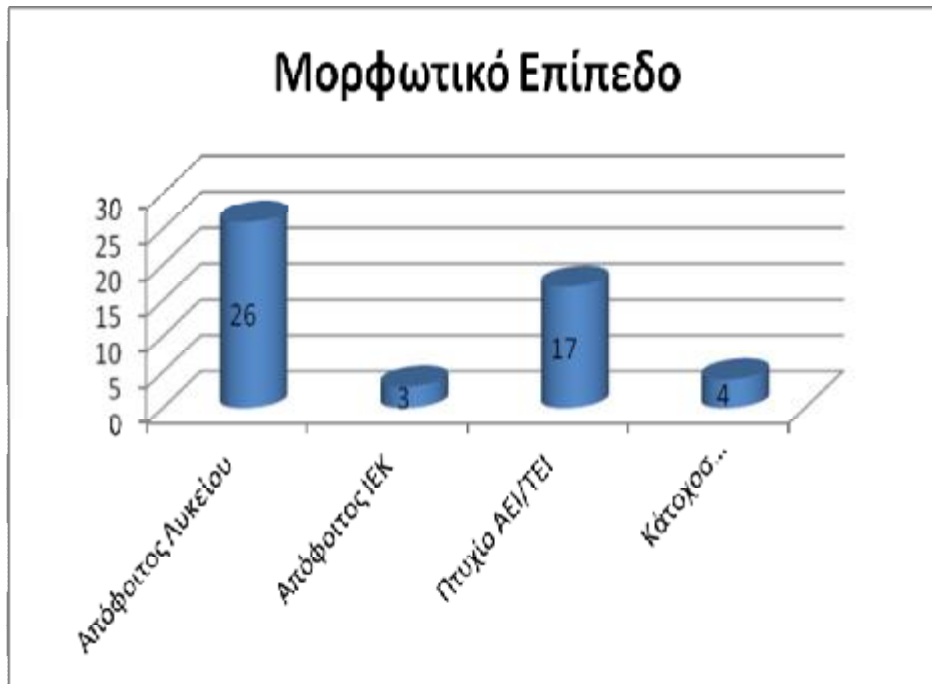
Στον παραπάνω πίνακα παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία των γυναικών επιχειρηματιών έχει ηλικία μεταξύ 26 έως 45 ετών. Πιο συγκεκριμένα, οι 19 στις 50 γυναίκες, δηλαδή ποσοστό 38% ανήκει στην ηλικιακή κατηγορία 26-35 ετών, ενώ οι 15 στις 50 γυναίκες, δηλαδή το 30%, στην κατηγορία 36-45 ετών. Μικρότερα ποσοστά, 14% και 12%, αντιστοιχούν στις ηλικίες 18-25 ετών και 46-55 ετών αντίστοιχα. Τέλος, μόνο οι 3 στις 50 γυναίκες, το 6% είναι άνω των 56 ετών.

Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων τεχνολογιών

Ακολουθεί το διάγραμμα με την οικογενειακή κατάσταση των γυναικών επιχειρηματιών που συμπλήρωσαν το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο και είναι άγαμες, έγγαμες χωρίς και έγγαμες με παιδιά.



Η πλειοψηφία των γυναικών επιχειρηματιών φαίνεται να είναι άγαμη (24 στις 50 γυναίκες), ποσοστό που αναλογεί στο 48% αυτών, γεγονός που σχετίζεται και με την προηγούμενη ερώτηση, τις νεότερες ηλικίες. Επιπλέον, ακολουθούν οι έγγαμες γυναίκες (15 στις 50) κι έπειτα οι έγγαμες με παιδιά (11 στις 50), που αναλογούν στο 30% και στο 22% αντίστοιχα.

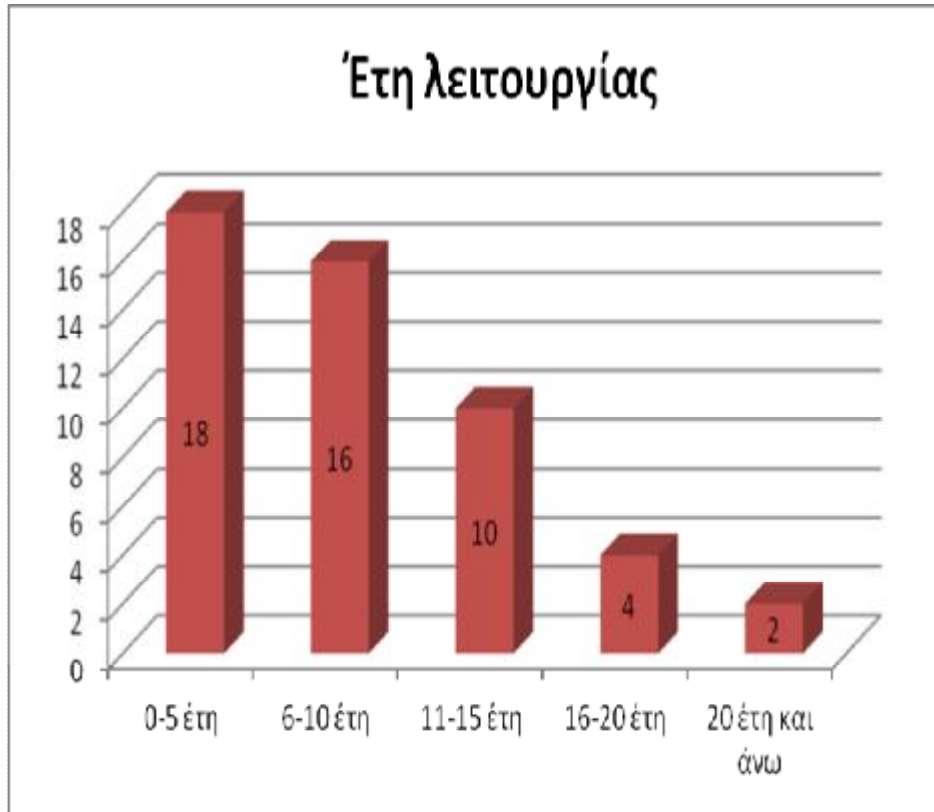


Οι περισσότερες γυναίκες επιχειρηματίες, οι οποίες δέχτηκαν να απαντήσουν στο ερωτηματολόγιο είναι απόφοιτες Λυκείου (26 στις 50), ποσοστό που αναλογεί στο 52% και ακολουθεί το ποσοστό αυτών που κατέχουν κάποιο πτυχίο ΑΕΙ ή ΑΤΕΙ (17 στις 50), δηλαδή το 34%. Λιγότερες απάντησαν ότι είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού ή διδακτορικού διπλώματος (4 στις 10) και ακόμα πιο λίγες ότι είναι απόφοιτες κάποιου ΙΕΚ (3 στις 10).

Τα αποτελέσματα υποδηλώνουν ότι οι περισσότερες γυναίκες μόλις αποφοιτήσουν από το Λύκειο προτιμούν να προχωρήσουν στην ίδρυση μιας δικής τους καινούριας επιχειρηματικής μονάδας από το να προχωρήσουν στην αναζήτηση εργασίας στην αγορά για το λόγο ότι ευελπιστούν στην πιο γρήγορη απορρόφησή τους στην αγορά εργασίας, αλλά και αποσκοπώντας σε μεγαλύτερα κέρδη.

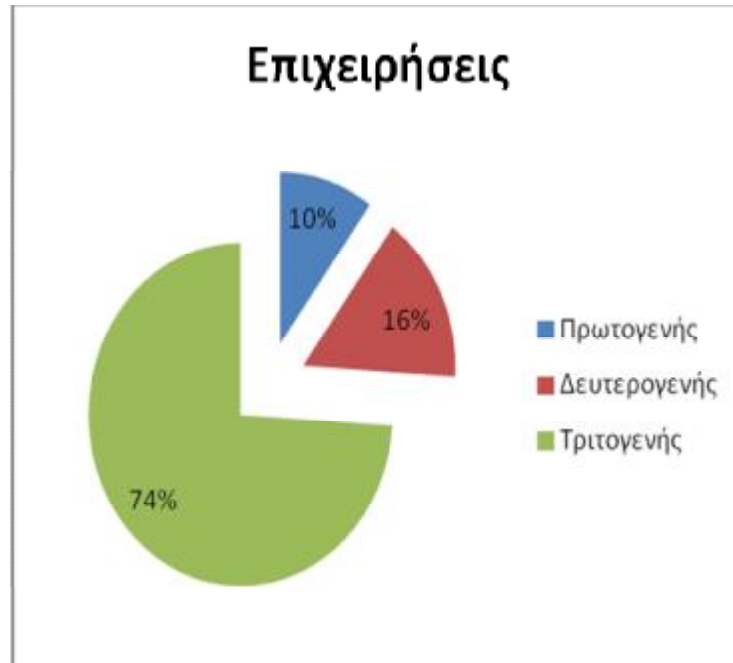
Οι κάτοχοι κάποιου μεταπτυχιακού ή διδακτορικού τίτλου είναι πιο έμπειροι και εξειδικευμένοι, ο καθένας στον τομέα του και γι' αυτό το λόγο νιώθουν μεγαλύτερη σιγουριά ότι θα απορροφηθούν και μάλιστα με αρκετά υψηλούς μισθούς.

6.2 Ανάλυση δεδομένων κύριου μέρους της έρευνας



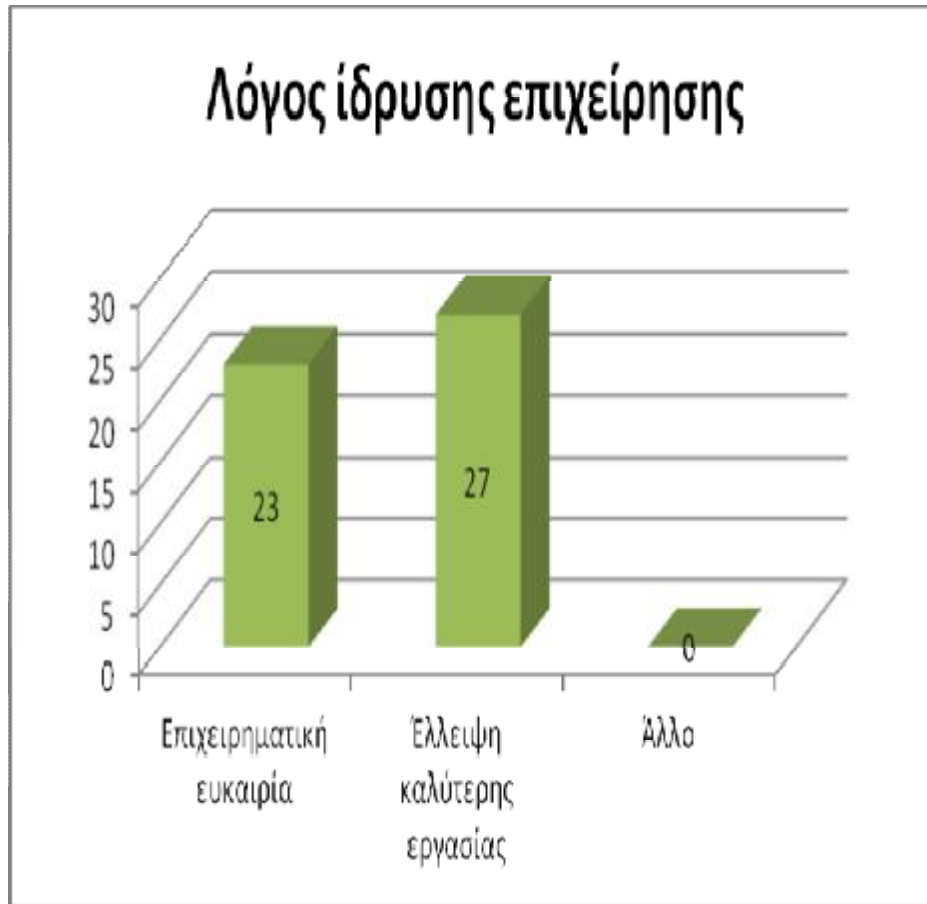
Οι πληροφορίες που έχουμε για τα έτη λειτουργίας των επιχειρήσεων των γυναικών επιχειρηματιών που ερωτήθηκαν έχουν ως εξής:

Η πλειονότητα των επιχειρήσεων (18 στις 50) λειτουργεί έως 5 έτη, ακολουθούν αυτές που λειτουργούν από 6 έως 10 χρόνια και κατόπιν αυτές που λειτουργούν από 11 μέχρι και 15 χρόνια. Πολύ λιγότερες είναι οι επιχειρηματικές μονάδες που έχουν από 16 έως και 20 χρόνια λειτουργίας και αυτές άνω των 20ετών.



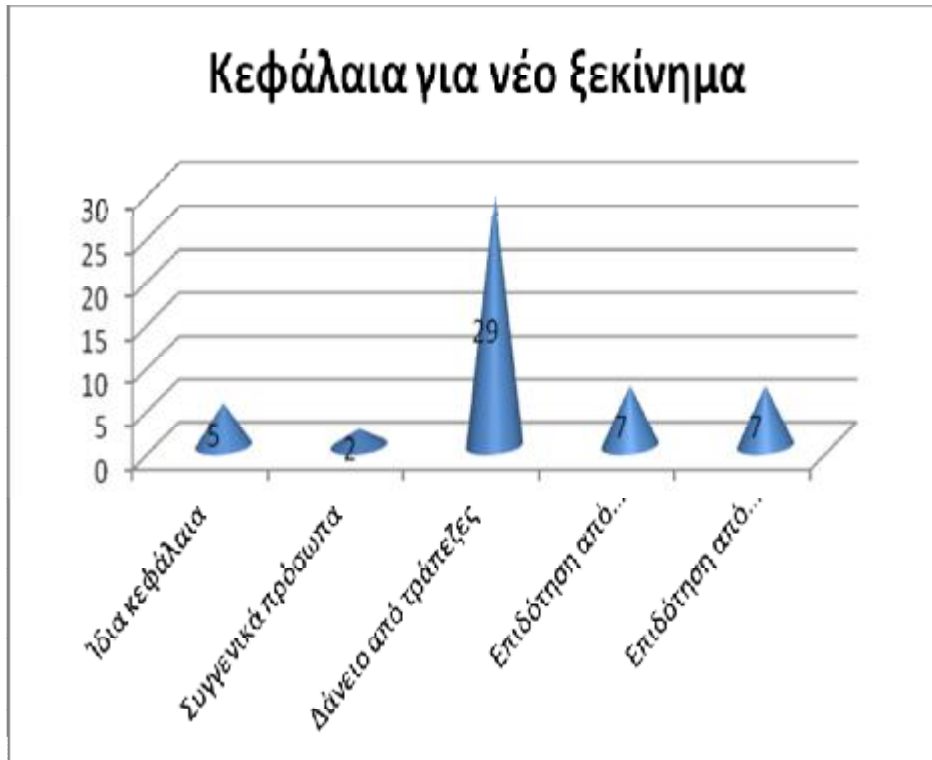
Κατόπιν, ακολουθεί ερώτηση σχετική με τον τομέα στον οποίο δραστηριοποιούνται οι γυναίκες που αποτελούν το δείγμα μας. Οι περισσότερες (37 στις 50) δραστηριοποιούνται στον τριτογενή τομέα, ποσοστό το οποίο αντιστοιχεί στο 74%, ενώ λιγότερες είναι αυτές που απασχολούνται στον πρωτογενή και στο δευτερογενή τομέα. Οι πιο πολλές γυναίκες επιχειρηματίες απασχολούνται, όπως προέκυψε από την έρευνα, σε χώρους εστίασης.

Μικρότερος αριθμός των γυναικών επιχειρηματιών του δείγματος αντιστοιχεί σε όσες ασχολούνται με τον αγροτικό τομέα παραγωγής, αλλά και με την ίδρυση δικής τους βιοτεχνίας ή βιομηχανικής επιχείρησης.



Οι λόγοι για τους οποίους ίδρυσαν την επιχείρησή τους οι γυναίκες επιχειρηματίες που αποτελούν το δείγμα μας είναι είτε επειδή αυτό αποτέλεσε μια επιχειρηματική ευκαιρία ή εξαιτίας του γεγονότος ότι δεν έβρισκαν κάποια καλύτερη εργασία για να απασχοληθούν. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι οι γυναίκες του δείγματος δεν έδωσαν κάποια άλλη απάντηση σε αυτή την ερώτηση.

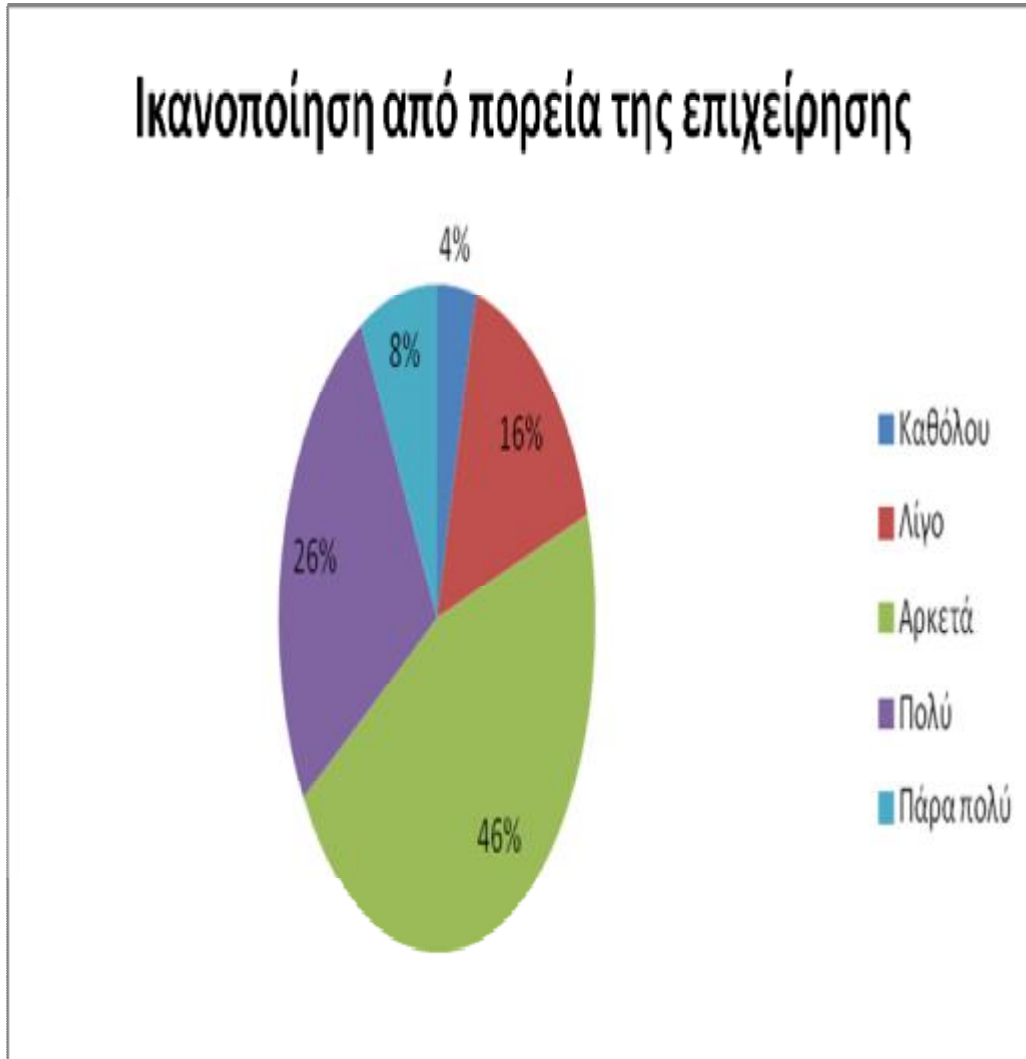
Το 54% του δείγματος απάντησε ότι ίδρυσε τη δική του επιχειρηματική οντότητα λόγω απουσίας κάποιας καλύτερης εργασίας και το υπόλοιπο 46% ότι ήταν για αυτές μια επιχειρηματική ευκαιρία.



Η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος, δηλαδή 29 στις 50 γυναίκες, ποσοστό που αναλογεί στο 58% των ερωτηθέντων απ' ότι φαίνεται εξασφάλισε το κεφάλαιο για την πραγματοποίηση του νέου ξεκινήματος από τραπεζικά δάνεια. Επτά στις πενήντα γυναίκες επιχειρηματίες απάντησαν ότι εξασφάλισαν τα απαραίτητα κεφάλαια από την επιδότηση από ελληνικά προγράμματα και ίσος αριθμός γυναικών (7 στις 50) από την επιδότηση από ευρωπαϊκά προγράμματα.

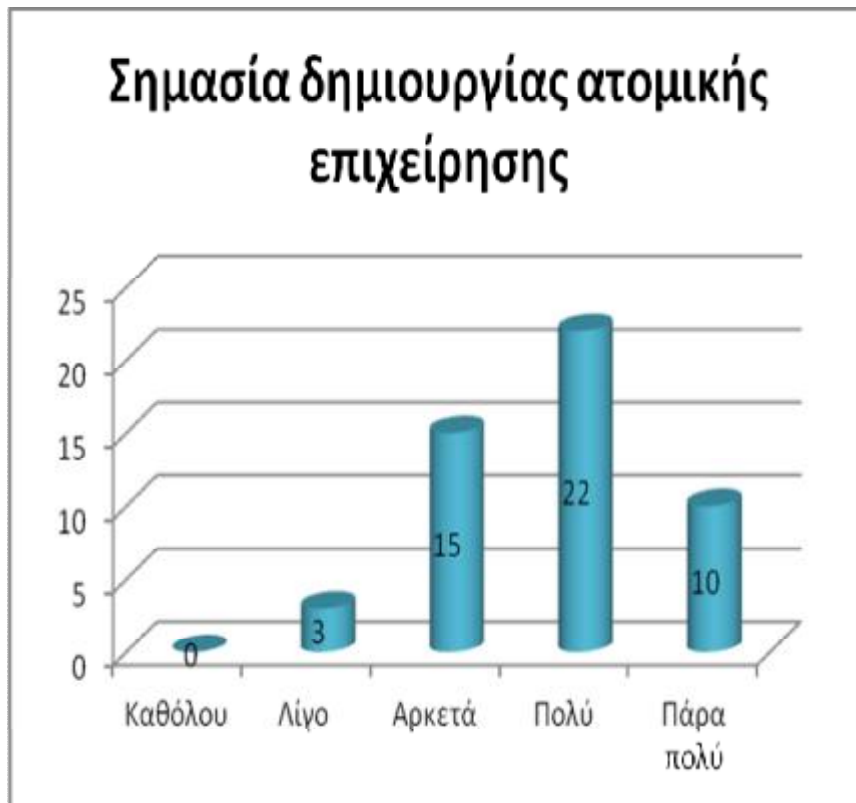
Επί πρόσθετα, το 10% των ερωτηθέντων επιχειρηματιών κατείχε τα κεφάλαια που χρειάστηκαν για την ίδρυση της δικής τους επιχειρηματικής οντότητας, ενώ μόνο το 4% χρειάστηκε να εξασφαλίσει το απαραίτητο χρηματικό ποσό από συγγενικά πρόσωπα.

Στο ερώτημα πόσο ικανοποιημένη είστε από την έως τώρα πορεία της επιχείρησής σας τα αποτελέσματα που δόθηκαν παρουσιάζονται στο παρακάτω διάγραμμα.



Οι μισές σχεδόν γυναίκες επιχειρηματίες (23 στις 50) έδωσαν την απάντηση ότι είναι αρκετά ικανοποιημένες από την πορεία της επιχείρησής τους, 13 από αυτές πολύ και 4 πάρα πολύ ικανοποιημένες.

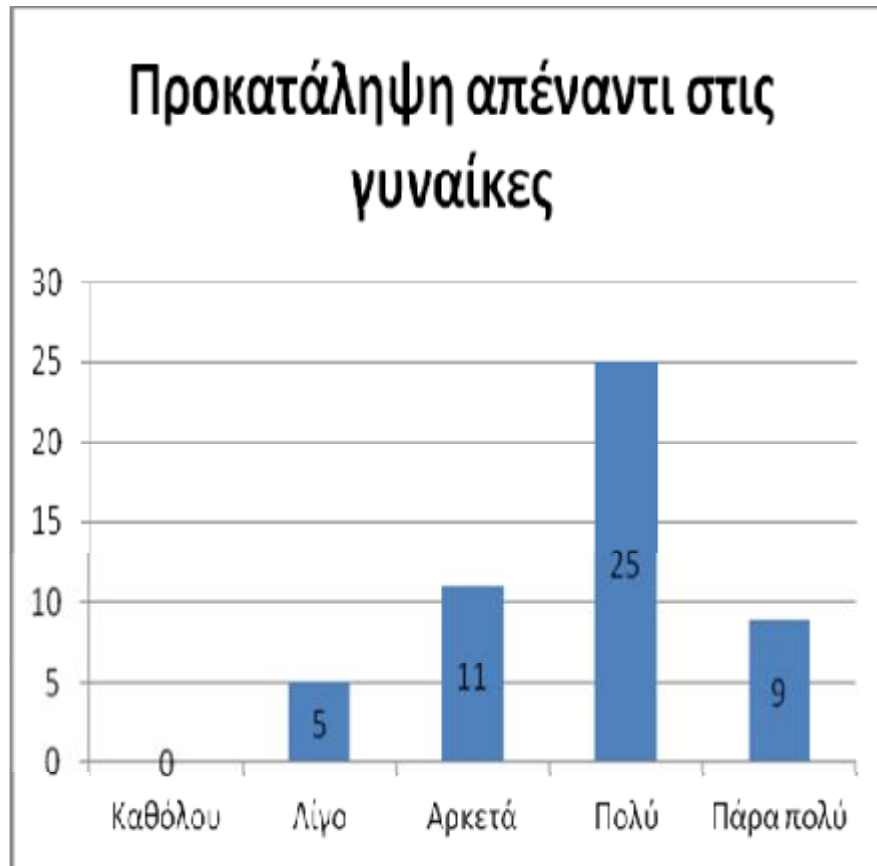
Δηλαδή το 80% του δείγματος που εξετάζουμε δίνει θετική απάντηση στην ερώτηση που αφορά την ικανοποίηση από την από την έως τώρα πορεία της επιχείρησής του και μόνο το 20% του δείγματος φαίνεται να είναι λίγο ή καθόλου ικανοποιημένο.



Στην ερώτηση “πόσο σημαντικό είναι για εσάς το γεγονός ότι δημιουργήσατε μία δική σας επιχείρηση” δόθηκαν πολλές θετικές απαντήσεις. Πιο συγκεκριμένα, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων απάντησε ότι είναι πολύ σημαντικό (22 στις 50 γυναίκες). Ακολουθούν ποσοστά 30% και 20% για όσες από αυτές θεωρούν ότι είναι αρκετά και πάρα πολύ σημαντικό γεγονός αντίστοιχα.

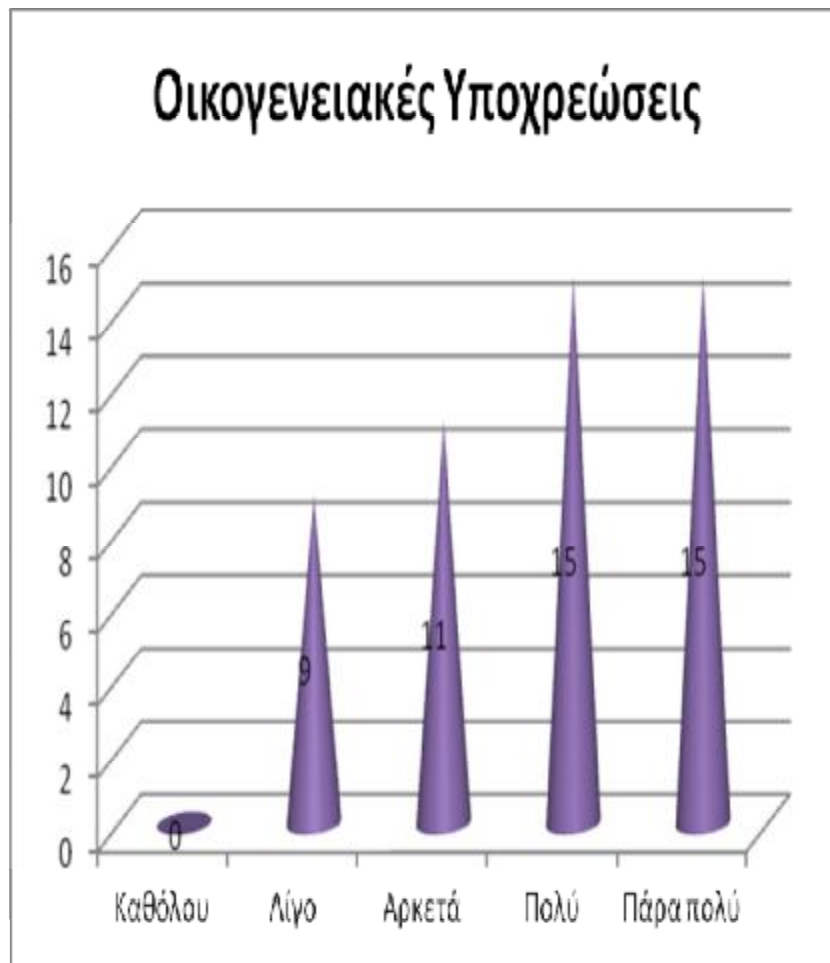
Μόνο 3 γυναίκες επιχειρηματίες παραδέχονται ότι είναι λίγο σημαντικό για αυτές το γεγονός ότι δημιούργησαν μια δική τους εταιρεία.

Σχετικά με το ερώτημα αν υπάρχουν διαφορές ανάμεσα σε άνδρες και γυναίκες επιχειρηματίες, 32 στις 50 γυναίκες απάντησαν ότι υπάρχει διαφορά, ενώ 18 στις 50 ότι δεν υπάρχει.

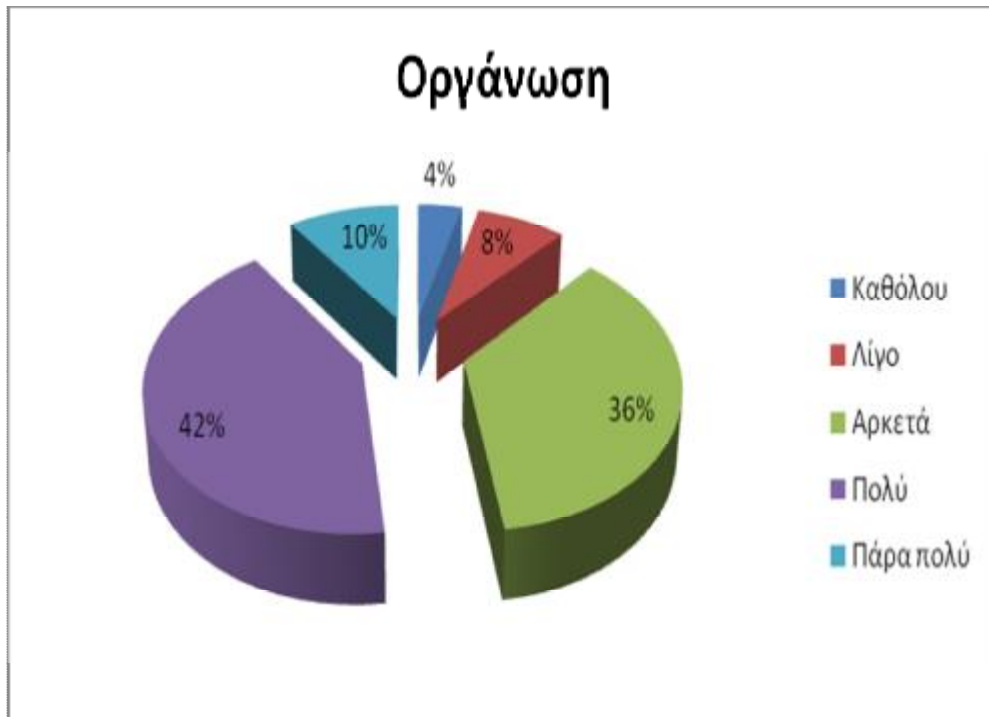


Υποθέτοντας ότι υπάρχουν σημαντικές διαφορές ανάμεσα σε άντρες και γυναίκες επιχειρηματίες, η προκατάληψη απέναντι στις γυναίκες θεωρείται πολύ σημαντική από το 50% του δείγματος (25 στις 50 γυναίκες). Πάρα πολύ σημαντική διαφορά θεωρείται από τις 9 στις 50 γυναίκες και αρκετά σημαντική από τις 11 στις 50 γυναίκες. Μόνο το 10% του δείγματος, δηλαδή 5 στις 50 κρίνουν ότι η προκατάληψη απέναντι στις γυναίκες είναι λίγο σημαντική.

Τα αποτελέσματα της έρευνας συμπίπτουν με όσα ισχύουν σήμερα στη σύγχρονη κοινωνία. Γενικότερα, επικρατεί μια προκατάληψη απέναντι στις γυναίκες επιχειρηματίες και θεωρείται ότι οι άντρες είναι πιο ικανοί να ιδρύσουν τη δική τους επιχείρηση και μπορούν να ανταπεξέλθουν πολύ πιο εύκολα στις υποχρεώσεις που αυτή έχει.



Πολύ και πάρα πολύ σημαντική διαφορά θεωρούνται οι οικογενειακές υποχρεώσεις για τις 30 στις 50 γυναίκες επιχειρηματίες, δηλαδή για το 60% του δείγματος. Οι 11 στις 50 γυναίκες πιστεύουν ότι είναι αρκετά σημαντική διαφορά, ενώ μόνο για το 18% του δείγματος (9 στις 50 γυναίκες) είναι λίγο σημαντικές οι υποχρεώσεις απέναντι στην οικογένεια ως διαφορά ανάμεσα στους άντρες και στις γυναίκες επιχειρηματίες.



Επιπλέον, αναφορικά με τις διαφορές ανάμεσα σε άντρες και γυναίκες επιχειρηματίες, οι 21 στις 50 γυναίκες του δείγματος υποστηρίζουν ότι η οργάνωση είναι πολύ σημαντική και οι 18 αρκετά σημαντική διαφορά, ενώ αρκετά μικρότερο ποσοστό αντιστοιχεί σε αυτές που τονίζουν ότι είναι πάρα πολύ σημαντική. Λίγο σημαντική θεωρούν την οργάνωση οι 4 στις 50 γυναίκες, ενώ 2 στις 50 πιστεύουν ότι δεν έχει καμία επίδραση στις διαφορές ανάμεσα στο αντρικό και στο γυναικείο φύλο όσον αφορά στην επιχειρηματικότητα.

Άλλη μία σημαντική διαφορά θεωρείται ο τρόπο σκέψης. Πιο συγκεκριμένα, είναι πάρα πολύ σημαντική για τις 14 ερωτηθέντες, πολύ σημαντική για τις 16 και αρκετά σημαντική για τις 13 στις 50 γυναίκες. Λίγο και καθόλου σημαντική είναι για 8% και για το 6% του δείγματος αντίστοιχα.

Ανακεφαλαιώνοντας, λοιπόν, οι διαφορές ανάμεσα σε άντρες και γυναίκες επιχειρηματίες οφείλονται στην προκατάληψη απέναντι στις γυναίκες, στις οικογενειακές υποχρεώσεις, στην οργάνωση και στον τρόπο σκέψης.

Κάποια χαρακτηριστικά έχουν πάρα πολύ μεγάλη σημασία προκειμένου να είναι ένας επιχειρηματίας επιτυχημένος.



Η ύπαρξη οράματος είναι αρκετά, πολύ και πάρα πολύ σημαντική για το 20%, το 52% και το 22% του εξεταζόμενου δείγματος. Καμία δεν έδωσε την απάντηση καθόλου σημαντικό χαρακτηριστικό, ενώ από την άλλη πλευρά το 6% απάντησαν ότι θεωρούν την ύπαρξη οράματος λίγο σημαντική.

Αναφορικά με την ευστροφία ως χαρακτηριστικό ενός επιτυχημένου επιχειρηματία, 15, 17 και 18 γυναίκες του δείγματος απάντησαν ότι είναι αρκετά, πολύ και πάρα πολύ σημαντικό χαρακτηριστικό, αντίστοιχα. Για καμία από αυτές δεν θεωρείται λίγο ή καθόλου σημαντικό χαρακτηριστικό.

Σε σχέση με τη δημιουργικότητα ως χαρακτηριστικό επιτυχίας ενός επιχειρηματία η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος, 21 γυναίκες από τις 50 το θεωρούν αρκετά σημαντικό, 8 γυναίκες το θεωρούν πολύ και 6 πάρα πολύ σημαντικό στοιχείο. Μικρή έμφαση δίνουν μόνο 4 στις 50 γυναίκες.



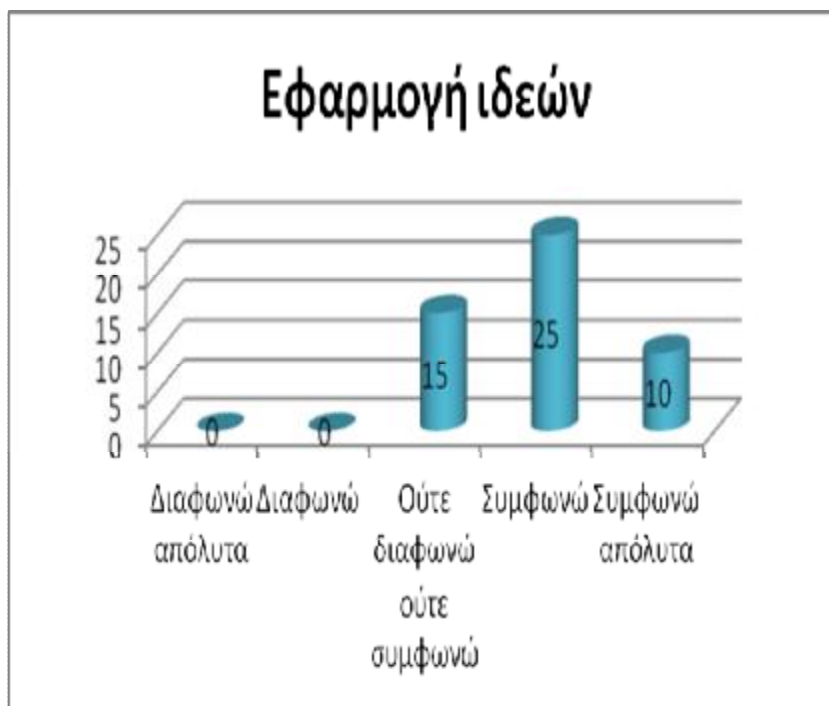
Θετική άποψη έχει όλο το δείγμα για την επιχειρηματική ιδέα ως βασικό χαρακτηριστικό για την επιτυχία ενός επιχειρηματία. Μάλιστα, οι περισσότερες, ποσοστό που αναλογεί στο 62% του δείγματος, υποστηρίζουν ότι είναι πολύ σημαντικό, οι 11 στις 50 γυναίκες τονίζουν ότι είναι πάρα πολύ και οι 8 στις 50 ότι είναι αρκετά σημαντικό.



Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων τεχνολογιών

Η προσωπική εργασία δεν είναι καθόλου σημαντικό στοιχείο για τις 5 στις 50 γυναίκες και είναι λίγο σημαντικό για τις 6 στις 50 γυναίκες. Για τις 8 είναι πάρα πολύ σημαντικό, για τις 12 πολύ σημαντικό και για τις 19 αρκετά σημαντικό στοιχείο.

Ως προς το βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας με ορισμένες προτάσεις σχετικά με τη γυναικεία επιχειρηματικότητα οι γυναίκες επιχειρηματίες που αποτελούν το δείγμα της παρούσας έρευνας έδωσαν τις απαντήσεις που παρουσιάζονται με τη βοήθεια των παρακάτω διαγραμμάτων.

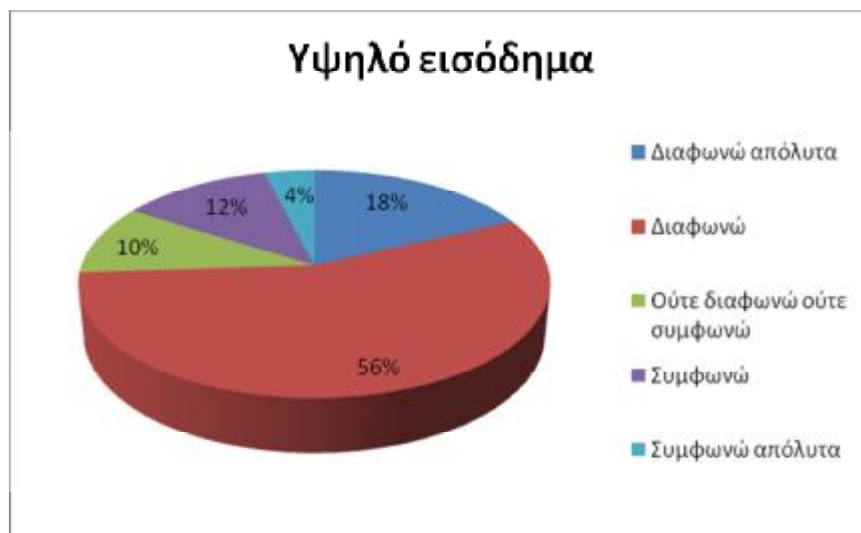


Με την πρόταση ότι μέσω της επιχείρησης μπορούν να εφαρμοστούν οι ιδέες τους συμφώνησαν οι 25 από τις 50 γυναίκες, δηλαδή το 50% του δείγματος. Συμφώνησε απόλυτα το 20% (10 στις 50) του δείγματος αναφορικά με την πρόταση, ενώ το υπόλοιπο 30% (15 στις 50) ούτε συμφώνησε, αλλά ούτε και διαφώνησε.

Σχετικά με την πρόταση ότι η δική τους επιχείρηση τους προσφέρει ένα πιο ευέλικτο ωράριο εργασίας, 22 στις 50 γυναίκες επιχειρηματίες διαφωνούν και οι 5 στις 50 γυναίκες διαφωνούν απόλυτα. Ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί το 20% αυτών, ενώ υπάρχουν και μερικές που συμφωνούν και κάποιες άλλες που συμφωνούν απόλυτα (9 και 4 στις 50, αντίστοιχα).



Σχετικά με το αν η επιχείρησή τους προσφέρει κοινωνική καταξίωση το μισό δείγμα ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί με την πρόταση, 15 γυναίκες επιχειρηματίες δηλώνουν συμφωνία και 15 διαφωνία σχετικά με αυτό.

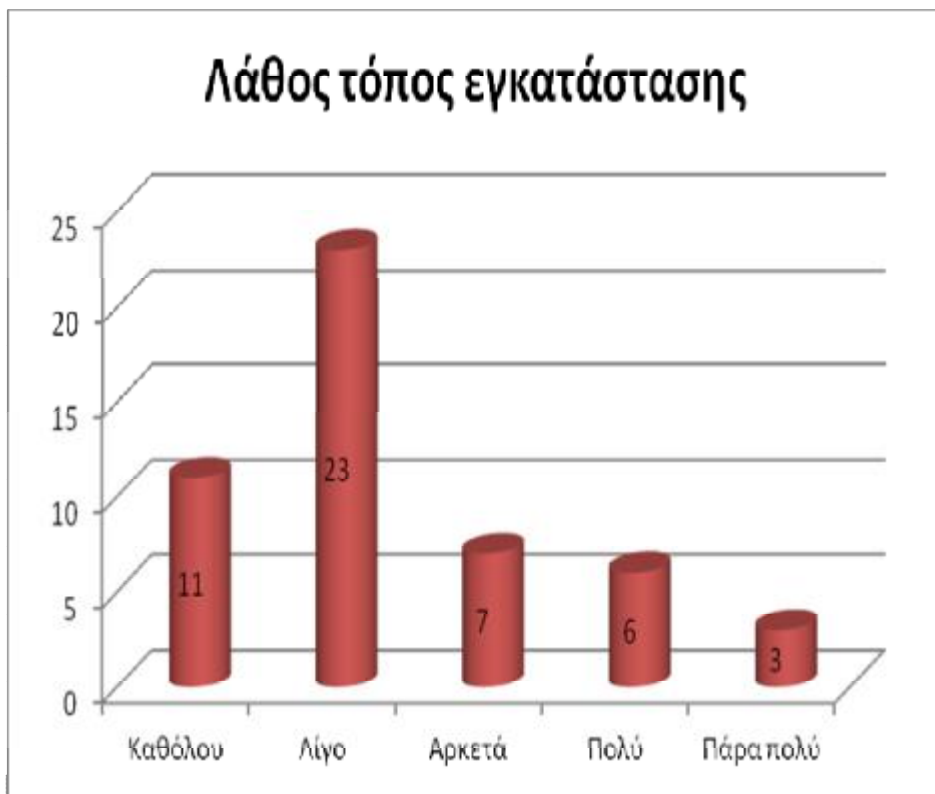


Σε σχέση με το αν η επιχειρηματική μονάδα προσφέρει υψηλό εισόδημα, πάνω από το μισό δείγμα (56%) θεωρεί ότι δε συμβαίνει κάτι τέτοιο, ενώ το 18% διαφωνεί απόλυτα με την

Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων τεχνολογιών

άποψη αυτή. Ποσοστό της τάξεως του 16% συμφωνεί ή συμφωνεί απόλυτα με αυτό, ενώ ποσοστό 10% ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί.

Κατά τη διάρκεια λειτουργίας της επιχείρησης της καθεμίας από τις γυναίκες επιχειρηματίες που ανήκουν στο δείγμα μας εντοπίζονται κάποια προβλήματα, όπως για παράδειγμα ο λάθος τρόπος εγκατάστασης, οι πολλές ώρες εργασίας και η μειωμένη πελατεία.



Ένα παράδειγμα είναι ο λανθασμένος τρόπος εγκατάστασης. Από τις 50 γυναίκες που ερωτήθηκαν οι 23 θεωρούν ότι δεν αποτελεί πρόβλημα αυτό, ενώ για τις 23 στις 50 είναι ένα μικρό πρόβλημα. Για το 32% του δείγματος είναι αρκετά, πολύ ή πάρα πολύ σημαντικό μειονέκτημα.

Κάποιο άλλο πρόβλημα που ίσως συναντήσει κανείς κατά τη διάρκεια λειτουργίας της επιχείρησης είναι οι πολλές ώρες εργασίας και για τις περισσότερες γυναίκες επιχειρηματίες του

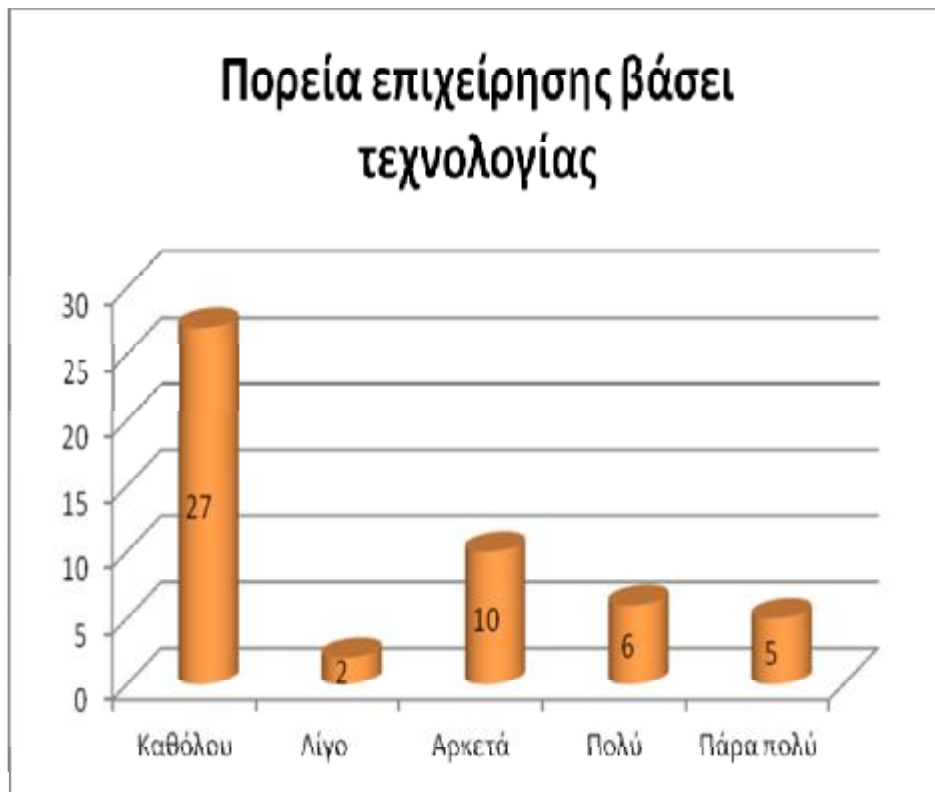
Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων τεχνολογιών

δείγματος είναι ένα αρκετά σημαντικό πρόβλημα. Πολύ και πάρα πολύ σημαντικό είναι για το 36% του δείγματος. Μικρή σημασία έχει για τις 7 και καμία σημασία για τις 5 ερωτηθέντες γυναίκες του δείγματος.

Επόμενο πρόβλημα που συναντά κενείς κατά τη διάρκεια της λειτουργίας της επιχειρηματικής του μονάδας είναι η μειωμένη πελατεία. Δεν υπάρχει κάποιο ποσοστό που να υποστηρίζει ότι δεν αποτελεί καθόλου πρόβλημα ή ακόμα κι αν αποτελεί είναι πολύ μικρό. Αντίθετα, υποστηρίζεται ότι είναι πάρα πολύ, πολύ και αρκετά σημαντικό μειονέκτημα για το 40%, το 34% και το 26% του δείγματος αντίστοιχα.



Σχετικά με τη χρησιμοποίηση των νέων τεχνολογιών στην επιχείρησή τους (ηλεκτρονικό εμπόριο, cloud computing, συστήματα MIS, κ.λ.π.) οι 23 γυναίκες, δηλαδή το 46% του δείγματος απάντησε καταφατικά και οι 27 στις 50 αρνητικά. Η παρουσία των νέων τεχνολογιών είναι πολύ χρήσιμη και πολύ σημαντική για την παρουσία τους στη μέχρι τώρα ανάπτυξη της επιχείρησής σας.



Η εμφάνιση των νέων τεχνολογιών έχει κάποια σημασία για μερικούς στη μέχρι τώρα ανάπτυξη και πορεία της επιχείρησης. Δέκα γυναίκες στις πενήντα υποστηρίζουν ότι οι νέες τεχνολογίες δεν παίζουν μεγάλο ρόλο, οι 2 θεωρούν ότι είναι λίγο σημαντικές, Αρκετά, πολύ και πάρα πολύ απάντησαν οι 10, 6 γυναίκες και 5 αντίστοιχα του δείγματος.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Οι περισσότερες ελληνικές επιχειρήσεις πρέπει να αντιμετωπίσουν διάφορες προκλήσεις, αφού πρέπει πρώτα να βελτιώσουν την επιχειρηματικότητα, αλλά και την ανταγωνιστικότητά τους. Σε όλους τους κλάδους παρατηρείται έντονα το φαινόμενο ανταγωνιστών, με προϊόντα ίδιας ποιότητας και ανταγωνιστικές τιμές. Αυτό είναι και η κύρια απειλή στις ελληνικές επιχειρήσεις.

Η έννοια της επιχειρηματικότητας εμπεριέχει τον καλύτερο δυνατό τρόπο οργάνωσης προκειμένου να παραχθούν αγαθά και υπηρεσίες. Στη σύγχρονη εποχή έχει αναπτυχθεί η επιχειρηματικότητα λόγω των διαφόρων ελληνικών και ευρωπαϊκών προγραμμάτων.

Οι γυναίκες του δείγματος φαίνεται ότι είναι μικρές σε ηλικία και απασχολούνται οι περισσότερες στον τριτογενή τομέα και κατά κύριο λόγο σε εστιατόρια, καφετέριες και σε καταστήματα ρουχισμού. Αναφορικά με το μορφωτικό επίπεδό τους, οι περισσότερες είναι απόφοιτες Λυκείου, πράγμα το οποίο υποδηλώνει ότι οι γυναίκες στην Ελλάδα προτιμούν να αποκτήσουν τη δική τους επιχείρηση από το να συνεχίσουν στη μάθηση και την εκπαίδευση.

Επιπλέον, κάποιες φαίνεται να είναι περισσότερο και άλλες λιγότερο ικανοποιημένες από την πορεία της επιχείρησής τους. Η πλειονότητα αυτών έχει πάρει δάνεια από τράπεζες για να προχωρήσει στην ίδρυση της εταιρίας. Κάποιες από αυτές τις γυναίκες δεν είχαν καλύτερη εναλλακτική, δεν έβρισκαν κάποια απασχόληση στη αγορά εργασίας και άλλες επειδή το βλέπουν σαν επιχειρηματική ευκαιρία.

Οι διαφορές ανάμεσα σε άντρες και σε γυναίκες επιχειρηματίες προκύπτουν από την προκατάληψη απέναντι στις γυναίκες, τις οικογενειακές υποχρεώσεις, την οργάνωση και τον τρόπο σκέψης. Επίσης, προκύπτει από την έρευνα ότι κάποια από τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά που πρέπει να έχει ένας επιχειρηματίας για να είναι ικανοποιημένος θα πρέπει να είναι η ύπαρξη οράματος, η ευστροφία, η δημιουργικότητα, η επιχειρηματική ιδέα και η προσωπική εργασία.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

- Αποσπύρη Ε., (2008), Πρόγραμμα γυναικείας επιχειρηματικότητας, Θεματική ενότητα: Εισαγωγή στην επιχειρηματικότητα.
- Γεωργιάδης Π., (2008), Εγχειρίδιο Επιχειρηματικότητας για υποψήφιους και νέους επιχειρηματίες, Γραφείο Ενθάρρυνσης και Υποστήριξης της Νεανικής Επιχειρηματικότητας.
- Γεωργαντά Ζ. (2003), Επιχειρηματικότητα και Καινοτομίες: Το Management της επιχειρηματικής καινοτομίας, εκδόσεις Ανικούλα, Θεσσαλονίκη.
- Δημητριάδης Σ., Τζωρτζάκη Α., 2010, Μάρκετινγκ, εκδόσεις Rosili, Αθήνα.
- Κουρκουμπέτης Κ., Μπούμπουκας Ε., (2001), Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Ελληνική Δημοκρατία, Υπουργείο Ανάπτυξης, Γενική Γραμματεία Βιομηχανίας, Γ' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης (2000-2006), Επιχειρησιακό Πρόγραμμα "Κοινωνία της Πληροφορίας, Καινοτομία στην ψηφιακή εποχή: νέες επιχειρήσεις".
- Κυριαζόπουλος Π., Σιαμαντά Ε., (2009), Έρευνα Αγοράς, Σύγχρονη Εκδοτική, Αθήνα.
- Λαμπριανίδης Λ., (2003), Η επιχειρηματικότητα στην ύπαιθρο, εκδόσεις Επίκεντρο.
- Μπουραντάς Δ., (1999), Αρχές Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Αθήνα.
- Παπαδάκης Β., (2002), Στρατηγική των επιχειρήσεων, Τόμος Α', εκδόσεις Μπένου, Αθήνα.
- Παπαδούλης Α., (2012), Για μια ανταγωνιστική επιχειρηματικότητα, Κοζάνη.
- Ραφαηλίδης Α., Τσελεκίδης Ι., (2005), Τεχνολογία, Καινοτομία, Κοινωνία της Γνώσης και Ελλάδα, στο συλλογικό τόμο: Σύγχρονες Προσεγγίσεις της Ελληνικής Οικονομίας (επιμ: Κόλλιας Χ., Ναζάκης Χ. και Χλέτσος Μ.), εκδόσεις Πατάκη, Αθήνα.
- Σιώμκος Γ., (2002), Συμπεριφορά καταναλωτή και στρατηγική μάρκετινγκ, εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα.
- Σταθακόπουλος Β., (2005), Μέθοδοι Έρευνας Αγοράς, εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα, σελ.32.
- Τερζίδης Κ., (2004), Μάνατζμεντ, στρατηγική προσέγγιση, εκδόσεις Σύγχρονη Εκδοτική, Αθήνα.

Ξένη

Christensen C.M., Raynor M.E., (2003), The innovator's Solution – Creating and sustaining successful growth, Harvard Business School Press.

Drucker P., (1985), Καινοτομία & Επιχειρηματικότητα, Βιβλιοθήκη Μάνατζμεντ, Θεσσαλονίκη.

Malaval, (2001), Strategy and Management of Industrial Brands: Business to Business Products and Services.

Meyer E.C., Allen, K.R., (2004), Επιχειρηματικότητα, μετάφραση Αποστολοπούλου Α., Α' Έκδοση, Εκδόσεις Έλλην, Αθήνα.

Palepu et al, (2007), Business Analysis and Valuation, IFRS edition, South Western Cengage Learning.

Porter E. M., Stern S., (2001), Innovation: Location Matters., MIT Sloan Management Review, Summer.

Todtling F., Trippel M., (2005) "One Size fits all? Towards a Differentiated Regional Innovation Policy Approach", Research Policy 34 (2005).

Tomala F., Seneccal O., 2004: «Innovation management: a synthesis of academic and industrial points of view», Elsevier, Intern. Journal Of Project Management, Vol..22.

Διαδικτυακές πηγές

<http://repository.edulll.gr/edulll/retrieve/3094/900.pdf>

<http://www.gsae.edu.gr/el/psifiaki-vivliothiki>

<http://62.1.43.74/5Ekdosis/UplPDFs//sylogikostomos/22-e%20LIOUKAS%20399-412.pdf>

<http://www.bankofgreece.gr/BoGDocuments/>

<http://www.kathimerini.gr/751366/article/oikonomia/epixeirhseis/meleth-toy-iove-gia-thn-epixeirhmatikothta-sthn-ellada>

<http://www.anko-eunet.gr/articles/el/News/readabout/i-epixeirimatikotita-stin-ellada-2011-2012-i-ekseliksi-ton-deikton-tis-epixeirimatikotitas-sti-diarkeia-tis-krisis, accessed>

Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων τεχνολογιών

http://www.ntua.gr/MIRC/5th_conference/ergasies/19%20%CE%A0%CE%91%CE%A0%CE%A0%CE%91%20%CE%95%CE%A5%CE%91%CE%93%CE%93%CE%95%CE%9B%CE%99%CE%91.pdf,

Παράρτημα

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Η παρούσα έρευνα αποσκοπεί στη μελέτη της ανάπτυξης της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα. Οι απαντήσεις σας θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά και μόνο για τους σκοπούς της έρευνας. Σας ευχαριστούμε εκ των προτέρων για τη συνεργασία σας.

Α΄ ΜΕΡΟΣ

1) Ποια είναι η ηλικία σας;

- α) 18-25
- β) 26-35
- γ) 36-45
- δ) 46-55
- ε) 56 και άνω

2) Σε ποιο τομέα δραστηριοποιείται η επιχείρησή σας;

- α) Πρωτογενή τομέα
- β) Δευτερογενή τομέα
- γ) Τριτογενή τομέα

3) Ποια είναι η οικογενειακή σας κατάσταση;

- α) Άγαμη

β) Έγγαμη

γ) Έγγαμη με παιδιά

4) Ποιο είναι το μορφωτικό επίπεδό σας;

α) Απολυτήριο Λυκείου

β) Απόφοιτος ΙΕΚ

γ) Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ

δ) Κάτοχος Μεταπτυχιακού/Διδακτορικού τίτλου

Β΄ ΜΕΡΟΣ

5) Για ποιο λόγο δημιουργήσατε την επιχείρησή σας;

α) Ήταν μια επιχειρηματική ευκαιρία

β) Λόγω έλλειψης καλύτερης επιλογής εργασίας

γ) Άλλη απάντηση.....

6) Πώς εξασφαλίσατε το κεφάλαιο για να πραγματοποιήσετε το νέο σας ξεκίνημα;

α) Ίδια κεφάλαια

β) Δωρεά από συγγενικά πρόσωπα.

γ) Δάνειο από Τράπεζες

δ) Επιδότηση από Ελληνικά προγράμματα

ε) Επιδότηση από Ευρωπαϊκά προγράμματα

7) Πόσο ικανοποιημένη είστε από την έως τώρα πορεία της επιχείρησής σας;

- α) Καθόλου
- β) Λίγο
- γ) Αρκετά
- δ) Πολύ
- ε) Πάρα πολύ

8) Πόσο σημαντικό είναι για εσάς το γεγονός ότι δημιουργήσατε μία δική σας επιχείρηση;

- α) Καθόλου
- β) Λίγο
- γ) Αρκετά
- δ) Πολύ
- ε) Πάρα πολύ

9) Πιστεύετε πως υπάρχουν διαφορές ανάμεσα σε άνδρες και γυναίκες επιχειρηματίες;

- α) Ναι
- β) Όχι

10) Αν υποθέσουμε ότι υπάρχουν διαφορές, πόσο σημαντικές θεωρείτε τις παρακάτω;

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
α) Προκατάληψη					

Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων τεχνολογιών

απέναντι στις γυναίκες					
β)Οικογενειακές υποχρεώσεις					
γ)Οργάνωση					
δ)Τρόπος σκέψης					

11) Πόσο σημαντικά είναι κατά τη γνώμη σας καθένα από τα παρακάτω χαρακτηριστικά για να είναι ένας επιχειρηματίας επιτυχημένος;

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
α)Υπαρξη οράματος					
β)Ευστροφία					
γ)Δημιουργικότητα					
δ)Επιχειρηματική ιδέα					
ε)Προσωπική εργασία					

12) Σε ποιο βαθμό συμφωνείτε ή διαφωνείτε με καθεμία από τις παρακάτω προτάσεις;

	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα

Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων τεχνολογιών

α)Μέσω της επιχείρησης μπορώ να εφαρμόσω τις ιδέες μου					
β)Η δική μου επιχείρηση μου προσφέρει ένα πιο ευέλικτο ωράριο εργασίας					
γ)Θεωρώ ότι η επιχείρηση μου προσφέρει κοινωνική καταξίωση					
δ)Θεωρώ ότι η επιχείρηση μου προσφέρει υψηλό εισόδημα					

13) Ενδεχομένως να έχετε συναντήσει τα παρακάτω προβλήματα κατά τη διάρκεια λειτουργίας της επιχείρησής σας. Πόσο σημαντικό θεωρείτε καθένα από αυτά;

Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων τεχνολογιών

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
α) Λάθος τύπος εγκατάστασης					
β) Πολλές ώρες εργασίας					
γ) Μειωμένη πελατεία					

14) Χρησιμοποιείτε νέες τεχνολογίες στην επιχείρησή σας;

α) Ναι

β) Όχι

15) Εάν ναι, πόσο σημαντική είναι η παρουσία τους στη μέχρι τώρα ανάπτυξη της επιχείρησή σας;

α) Καθόλου

β) Λίγο

γ) Αρκετά

δ) Πολύ

ε) Πάρα πολύ

Ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και ο ρόλος των νέων τεχνολογιών