Επιχειρηματικότητα και Φύλο

Σκοπός του κεφαλαίου

Προσδοκώμενα αποτελέσματα

Έννοιες – κλειδιά

8.1 Βασικές έννοιες και εισαγωγικές παρατηρήσεις

8.2 Φαινόμενα έμφυλης ανισότητας στην επιχειρηματικότητα

8.3 Η γυναικεία επιχειρηματικότητα σε τομείς και κλάδους οικονομικής δραστηριότητας

8.4 Αναζητώντας τα αίτια έμφυλων ανισοτήτων στην επιχειρηματικότητα

8.5 Μέτρα ενθάρρυνσης και στήριξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας

8.6 Προτάσεις

Σύνοψη

Βιβλιογραφία

Συγγραφέας κεφαλαίου

Πέρσα Φώκιαλη, Αν. Καθηγήτρια, Τμήμα Επιστημών της Προσχολικής Αγωγής και του Εκπαιδευτικού Σχεδιασμού

Σκοπός του κεφαλαίου

Το παρόν κεφάλαιο μελετά την επιχειρηματικότητα σε σχέση με το φύλο σε έξι βασικές ενότητες με αντικείμενα:

- την παρουσίαση της έμφυλης διάστασης της επιχειρηματικότητας
- την ανάλυση των χαρακτηριστικών της γυναικείας επιχειρηματικότητας
- την αποτύπωση της διάρθρωσης της γυναικείας επιχειρηματιοκότητας σε τομείς και κλάδους οικονομικής δραστηριότητας
- την αναζήτηση των αιτίων που την προκαλούν
- την αποτύπωση των μέτρων ενθάρρυνσης και στήριξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας και
- τον προβληματισμό και τη διατύπωση προτάσεων προς την κατεύθυνση της άμβλυνσης των έμφυλων ανισοτήτων στον τομέα των επιχειρήσεων.

Στόχος του μαθήματος είναι να βοηθήσει τους/τις φοιτητές/ριες ώστε να μπορούν να διερευνούν:

- Τα βασικά γνωρίσματα της γυναικείας επιχειρηματικότητας και των φαινομένων που συνδέονται με τις ανισότητες μεταξύ των φύλων στα θέματα επιχειρηματικότητας.
- Τα αίτια που ερμηνεύουν τα φαινόμενα έμφυλων ανισοτήτων σε θέματα επιχειρηματικότητας και τις συνέπειες των ανισοτήτων στο οικονομικό, κοινωνικό και πολιτισμικό περιβάλλον.
- Τη στρατηγική , τους μηχανισμούς και τα εργαλεία μέσω των οποίων Ευρωπαϊκή Ένωση και η Ελληνική Πολιτεία προσπαθεί να αμβλύνει τις ανισότητες.

Προσδοκώμενα αποτελέσματα

Με τη μελέτη του παρόντος κεφαλαίου αναμένεται ότι οι φοιτητές/ριες:

- Θα έχουν κατανοήσει τα ζητήματα γυναικείας επιχειρηματικότητας και θα έχουν αποκτήσει μια σφαιρική γνώση για τα χαρακτηριστικά της στο παγκόσμιο και το ελληνικό περιβάλλον.
- Θα είναι σε θέση να επιχειρηματολογούν και να διερευνούν θέματα που αφορούν την ύπαρξη ανισοτήτων μεταξύ των φύλων και ειδικά σε ό,τι αφορά τις ανισότητες στο επιχειρηματικό πεδίο.
- Θα μπορούν να αναγνωρίζουν τις διαφορετικές μορφές και εκφάνσεις των έμφυλων ανισοτήτων στον επιχειρηματικό τομέα και θα είναι σε θέση να ερμηνεύουν τα αίτια που τις προκαλούν.

- Θα μπορούν να αξιοποιούν πληροφορίες για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα προκειμένου να περιγράψουν να απεικονίζουν και να παρουσιάζουν τις εξελίξεις στο θέμα αυτό.
- Θα έχουν ευαισθητοποιηθεί και θα μπορούν να κάνουν προτάσεις για την άμβλυνση των έμφυλων ανισοτήτων σε θέματα επιχειρηματικότητας

Έννοιες-κλειδιά

- Επιχειρηματικότητα
- Γυναικεία επιχειρηματικότητα
- Διακρίσεις γυναικείας επιχειρηματικότητας
- Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας
- Επιχειρηματικότητα ανάγκηςς
- Καθιερωμένη επιχειρηματικότητα
- Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων
- Καθιερωμένη επιχειρηματίας

8.1 • *Βασικές έννοιες και εισαγωγικές παρατηρήσεις*

• Βασικές έννοιες

1. Επιχειρηματικότητα

Διεθνώς αναγνωρισμένος ορισμός της επιχειρηματικότητας δεν υπάρχει, παρά την ευρύτατη χρησιμοποίηση του όρου στις πολιτικές των διεθνών οργανισμών και των κρατών, στις επιστημονικές εργασίες αλλά και στην καθημερινή γλώσσα (UNECE, 2004). Στα γνωρίσματα που κατά καιρούς αποδίδονται στην έννοια κυριαρχούν:

- Η παραγωγή προϊόντων ή υπηρεσιών για άλλες παραγωγικές μονάδες ή για καταναλωτές
- Η ανάληψη επιχειρηματικού κινδύνου
- Ο συνδυασμός συντελεστών παραγωγής και η ορθολογική διαχείρισή τους με στόχο την οικονομική πρόοδο της επιχείρησης.
- Η αναγνώριση των ευκαιριών και η εκμετάλλευσή τους για την επίτευξη προστιθέμενης αξίας ή οικονομικού οφέλους
- Η αξιοποίηση της δημιουργικότητας ή της καινοτομίας με στόχους την είσοδο σε μία υπάρχουσα αγορά, τη βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσης μέσα σε αυτήν, την αλλαγή της αγοράς ή τη δημιουργία μιας νέας αγοράς (Stevenson, Roberts & Grousbeck, 1989).
- Η διαδικασία κατά την οποία άνθρωποι, κεφάλαια, αγορές, παραγωγικές εγκαταστάσεις και γνώση συνενώνονται για να δημιουργήσουν μια επιχείρηση η οποία δεν υπήρχε προηγουμένως (Landau, 1982:83)
- Η δυναμική διαδικασία κατά την οποία τα άτομα εντοπίζουν οικονομικές ευκαιρίες και τις εκμεταλλεύονται μέσα από την ανάπτυξη, παραγωγή και πώληση αγαθών και υπηρεσιών και η οποία απαιτεί την ύπαρξη ποιοτικών ιδιοτήτων στα άτομα, όπως εμπιστοσύνη στον εαυτό τους, δυνατότητα και διάθεση ανάληψης κινδύνου και ένα αίσθημα προσωπικής δέσμευσης (European Observatory for SMEs, 2000).
- Η προσπάθεια μετατροπής μιας επιχειρηματικής ιδέας σε αποτέλεσμα με σκοπό από αυτή τη διαδικασία να προκύψει οικονομικό κέρδος. Περιλαμβάνει ως βήματα την καινοτομία, την ηγεσία, τη διαχείριση, την ανάπτυξη της πρωτοβουλίας και την ανάληψη επιχειρηματικού ρίσκου.

2. Γυναικεία επιχειρηματικότητα

Αναφερόμαστε στη γυναικεία επιχειρηματικότητα (και θεωρούμε ότι μια επιχείρηση ανήκει σε γυναίκα) όταν (α) υπάρχει γυναικεία συμμετοχή σε ποσοστό 51% στο κεφάλαιο μιας επιχείρησης και (β) οι ενέργειες

στρατηγικής σκοπιμότητας που αφορούν στην ανάπτυξη της επιχείρησης λαμβάνονται από την ιδιοκτήτρια/ες (ΟΟΣΑ).

Στο σημείο αυτό πρέπει να επισημανθεί ότι τα στοιχεία που υπάρχουν για τις επιχειρήσεις στις επίσημες στατιστικές συνήθως είτε δεν αναφέρουν τα ποσοστά συμμετοχής ανά φύλο ή δεν τα καταγράφουν με ακρίβεια, γεγονός που οδηγεί σε στρεβλωμένη εικόνα για τις γυναικείες επιχειρήσεις (Σκορδίλη, 2005). Ενδεικτικά αναφέρεται ότι στην Ελλάδα, σε μεγάλο αριθμό οικογενειακών επιχειρήσεων οι γυναίκες, για διάφορους λόγους (φορολογικούς, αδειοδότησης, κ.α), εγγράφονται από τους συζύγους τους ως ιδιοκτήτες/τριες, ενώ στην πραγματικότητα αποτελούν εργατική δύναμη, χωρίς συμμετοχή ούτε στο κεφάλαιο ούτε στη λήψη αποφάσεων που αφορούν στην ανάπτυξη της επιχείρησης.

3. Διακρίσεις γυναικείας επιχειρηματικότητας

Οι βασικές διακρίσεις της επιχειρηματικότητας αναφέρονται στα κίνητρα έναρξης της επιχειρηματικής δραστηριότητας και στη χρονική φάση στην οποία βρίσκεται αυτή.

Στο πρώτο επίπεδο διάκρισης η επιχειρηματική δραστηριότητα διακρίνεται σε:

(α) επιχειρηματικότητα ευκαιρίας και

(β) επιχειρηματικότητα ανάγκης.

Ανάγοντας τα παραπάνω στη γυναικεία επιχειρηματικότητα, μπορούμε να πούμε ότι οι γυναίκες που οδηγούνται σε επιχειρηματική δραστηριότητα ευκαιρίας βασίζονται στην αναγνώριση ευνοϊκών συνθηκών στο περιβάλλον και στην αγορά στην οποία κινούνται. Οι παράγοντες που πιθανόν ωθούν τις γυναίκες να ακολουθήσουν μια επιχειρηματική δραστηριότητα ευκαιρίας (η οποία και έχει μεγαλύτερες δυνατότητες να αποδειχθεί επιτυχής) είναι η τάση για ανεξαρτησία, η εκπλήρωση προσωπικών στόχων και προσδοκιών καθώς και η επιθυμία απόκτησης πλούτου, κοινωνικού κύρους και εξουσίας.

Η γυναικεία επιχειρηματικότητα ανάγκης αναφέρεται σε γυναίκες που στρέφονται στην επιχειρηματική δραστηριότητα εξαιτίας της έλλειψης δυνατοτήτων απασχόλησης. Παράγοντες που είναι πιθανό να οδηγήσουν σε αυτό το είδος επιχειρηματικής δραστηριότητας τις γυναίκες είναι το ανεπαρκές οικογενειακό εισόδημα, οι μη ικανοποιητικές αποδοχές, οι δυσκολίες για την εξισορρόπηση της επαγγελματικής και οικογενειακής ζωής σε άλλες επαγγελματικές διεξόδους κ.ά.

Στο δεύτερο επίπεδο διάκρισης, η επιχειρηματική δραστηριότητα μπορεί να είναι:

(α) καθιερωμένη επιχειρηματικότητα

(β) επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων και

Ως καθιερωμένη επιχειρηματίας ορίζεται η γυναίκα που είναι ιδιοκτήτρια ολόκληρου ή μόνον ενός μέρους ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος το οποίο έχει πληρώσει μισθούς ή κέρδη για διάστημα μεγαλύτερο των 42 μηνών. Το συγκεκριμένο χρονικό όριο έχει τεθεί από το ερευνητικό πρόγραμμα του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου για την Απασχόληση (GEM). Το όριο το 42 μηνών έχει τεθεί με βάση την εμπειρική παρατήρηση, επειδή διαπιστώθηκε ότι τα εγχειρήματα που υπερβαίνουν το όριο αυτό έχουν συνήθως περισσότερες πιθανότητες να επιζήσουν και να αναπτυχθούν.

Στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων περιλαμβάνονται οι επίδοξες επιχειρηματίες που βρίσκονται στο στάδιο προκαταρτικών ενεργειών για την έναρξη εγχειρήματος (συγκέντρωση κεφαλαίου, αναζήτηση χώρων εγκατάστασης, εξοπλισμο και χρηματοδότησης) ή έχουν ήδη προχωρήσει σε έναρξη λειτουργίας της επιχείρησης μέσα στο τελευταίο τρίμηνο. Στην κατηγορία αυτή εντάσσονται και οι γυναίκες επιχειρηματίες ηλικίας 18 έως 64 ετών που είναι ιδιοκτήτριες ή διευθύντριες νέων επιχειρήσεων, δηλαδή επιχειρήσεων που λειτουργούν για λιγότερο από 42 μήνες (Έκθεση για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2005-2006)[1].

Εισαγωγικές παρατηρήσεις

Είναι εύλογο να αναρωτιέται κανείς γιατί υπάρχει έξαρση ενδιαφέροντος τα τελευταία χρόνια στο παγκόσμιο, ευρωπαϊκό και εθνικό οικονομικό περιβάλλον σχετικά με τη γυναικεία επιχειρηματικότητα. Σε όλο τον κόσμο, επιστημονικοί και ερευνητικοί φορείς εστιάζουν στη θεωρητική ερμηνεία και

[1] Παρόλο που η Ελλάδα, σύμφωνα με τις στατιστικές του Παγκοσμίου Παρατηρητηρίου για την επιχειρηματικότητα, βρίσκεται περίπου στο ίδιο επίπεδο με τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες όσον αφορά το Δείκτη Συνολικής Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (περίπου 7% του πληθυσμού μεταξύ 18 και 64 ετών), δύο χαρακτηριστικά τη διαφοροποιούν από τις υπόλοιπες χώρες (ΙΟΒΕ, 2004):

- εμφανίζει ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό Επιχειρηματικότητας Ανάγκης και
- είναι προσανατολισμένη σχεδόν αποκλειστικά σε προϊόντα και υπηρεσίες που απευθύνονται σε καταναλωτές και όχι σε άλλες επιχειρήσεις.

την εμπειρική έρευνα ζητημάτων που σχετίζονται με τη γυναικεία επιχειρηματικότητα, Ταυτόχρονα φορείς λήψης αποφάσεων και διαμόρφωσης στρατηγικών και πολιτικής σχεδιάζουν και υλοποιούν εξειδικευμένες δράσεις και μέτρα για στήριξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας των γυναικών.

Οι αιτίες για το πολυεπίπεδο και συνεχώς εντεινόμενο ενδιαφέρον σχετικά με την έμφυλη διάσταση της επιχειρηματικότητας μπορούν να αναζητηθούν:

- Στη δυναμική της επιχειρηματικότητας, που αποτελεί κινητήρια δύναμη για παραγωγή προϊόντων και δημιουργίας θέσεων απασχόλησης, για ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας, για προώθηση της οικονομικής μεγέθυνσης, της καινοτομίας και της παραγωγικότητας, για αποδοτική χρησιμοποίηση των παραγωγικών συντελεστών και γενικότερα για κοινωνική και οικονομική ανάπτυξης [2].
- Στη σημασία της συνεισφοράς των γυναικών στην παραγωγή ως εργαζομένων γενικά [3] αλλά και ως ιδιοκτητριών μικρής κλίμακας επιχειρήσεων ειδικότερα, των τελευταίων θεωρούμενων ως βασικών πηγών επιχειρηματικού δυναμισμού και καινοτομίας (Observatory of European SMEs, 2003, Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2005, McGregor & Tweed, 2002) [4].
- Στη διαπίστωση ότι η υποεκπροσώπηση των γυναικών στο χώρο των επιχειρήσεων συνεπάγεται απώλεια κερδών και άλλων ωφελειών για τις ίδιες, τις εθνικές οικονομίες, άρα και για την παγκόσμια οικονομία [5].

---

[2] Με δείκτη επιχειρηματικότητας 6,8%, η Ελλάδα ανήκει σε μια ομάδα Ευρωπαϊκών χωρών που περιλαμβάνει τις χώρες Γερμανία, Δανία, ΗΒ, Ισπανία Ελβετία, Φινλανδία, Νορβηγία Καναδά και Ιρλανδία. Με βάση τον ενεργό πληθυσμό το ποσοστό αυτό μεταφράζεται σε έναν αριθμό 460.000 ατόμων ηλικίας 18-64 ετών που κατά το 2003 δήλωναν ότι βρίσκονταν στη διαδικασία ίδρυσης μιας νέας δραστηριότητας (‘επίδοξοι’ ή ήδη μέτοχοι).

[3] Στην Ελλάδα 38,8% της συνολικής απασχόλησης στη χώρα αφορά γυναίκες. Οι γυναίκες αποτελούν το 40,9% του συνόλου των υπαλλήλων, το 30,5% των αυτοαπασχολουμένων, και το 19,5% των εργοδοτών, ενώ αποτελούν ακόμη τη συντριπτική πλειονότητα των ατόμων που απασχολούνται αποκλειστικά με τη στήριξη της οικογένειάς τους (Lampousaki, 2008) .

[4] Στην Ευρωπαϊκή Ένωση, η σημαντικότητα των ΜΜΕ προκύπτει από το ποσοστό τους επί των συνολικών επιχειρήσεων στην Ευρώπη που ανέρχεται στο 95%και οι οποίες απασχολούν σχεδόν 95 εκατομμύρια άτομα, τα οποία με τη σειρά τους αποτελούν το 55% των θέσεων εργασίας στον ιδιωτικό τομέα Βλ. Observatory of European SMEs, SMEs in Europe 2003, Vol. 7, 2003 Οι McGregor & Tweed (2002) υποστηρίζουν ότι στο σύγχρονο οικονομικό περιβάλλον, οι μικρού μεγέθους επιχειρήσεις και όχι οι μεγάλες είναι αυτές που έχουν τη μεγαλύτερη συνεισφορά στην ανάπτυξη της απασχόλησης

[5] Ενδεικτικά αναφέρεται ότι στις Ηνωμένες Πολιτείες ο αριθμός των γυναικών επιχειρηματιών αυξήθηκε κατά 78% κατά τα έτη 1987-1994 και οι γυναίκες οι γυναίκες είναι ιδιοκτήτριες του 36% των ιδιωτικών εταιριών και κατέχουν τουλάχιστον το 50% των μετοχών του 46% (10.1 εκατομμύρια) τέτοιων επιχειρήσεων (National Foundation of Women Business Owners, USA 1995).

- Στην ανάγκη εξάλειψης των κοινωνικών στερεοτύπων που εμποδίζουν την επαγγελματική αλλά και προσωπική εξέλιξη των γυναικών. Τα στερεότυπα αυτά παραμένουν παρόντα, παρά το σχεδιασμό και την εφαρμογή εργαλείων πολιτικής για τη στήριξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και της αυταπασχόλησης (Saunders, 2001, DeMartino, 2005, Watson, 2003).
- Στη συνειδητοποίηση ότι, παρά τις ομοιότητές τους με τους άντρες επιχειρηματίες, οι γυναίκες προσεγγίζουν διαφορετικά τα διοικητικά και οργανωτικά θέματα (DeMartino & Barbato, 2002, Bird & Brush, 2002).
- Στη συγκρότηση, από τα τέλη της δεκαετίας του 1990 και μετά, ενός πλαισίου σώματος θεωρίας η οποία συμβάλλει στην πληρέστερη κατανόηση των θεμάτων που σχετίζονται με τη διάσταση του φύλου στα εργασιακά περιβάλλοντα (Walby, 2001, Hakim, 2004 & 2007)[6].
- Στην ανάγκη μελέτης και διερεύνησης των ζητημάτων γυναικείας επιχειρηματικότητας. Αξίζει να τονιστεί ότι μέχρι πρόσφατα υπήρχε υποεκτίμηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας από τις κοινωνικές επιστήμες, γεγονός που αποτυπώνεται στο μικρό αριθμό των σχετικών εμπειρικών εργασιών (Brush, 1992, Brush & Edelman, 2000, Terjesen 2004)[7].

Το 2008 ο ετήσιος τζίρος αυτών των εταιριών ανήλθε στα 1.2 τρισεκατομμύρια δολάρια ενώ η απασχόληση σε 19.1 εκατομμύρια υπαλλήλους, σύμφωνα με τα στοιχεία του "Κέντρου για την επιχειρησιακή έρευνα των γυναικών των Η.Π.Α, 2008).
Στον Καναδά οι γυναίκες κατέχουν ή διοικούν το 30.3% του συνόλου των επιχειρήσεων, στηνν Αυστραλία το 1/3 και στην Ιαπωνία το 23.3%, στην Ευρώπη το 20-30%, με αυξητικές τάσεις (EUROSTAT) ενώ στην Ελλάδα το 15% του συνόλου των επιχειρήσεων (Παζαρζή & Γιαννακούρου, 2000).
Τέλος από στοιχεία του Ο.Ο.Σ.Α. προκύπτει ότι τη δεκαετία του 1970 οι γυναίκες επιχειρηματίες στις χώρες- μέλη του αποτελούσαν το ¼ των επιχειρηματιών, το μερίδιο αυτό όμως αυξήθηκε ως το τέλος της δεκαετίας του 1990 στο 1/3 περίπου.

[6] Επειδή οι θεωρίες αυτές αναπτύχθηκαν σε δείγματα ανδρών, από άνδρες, και εξετάστηκαν αρχικά σε δείγματα ανδρών είναι πολύ πιθανό να μην αντιπροσωπεύουν πλήρως τα γνωρίσματα των γυναικών επιχειρηματιών και τη συμπεριφορά τους (Hurley, 1991).

[7] Υπολογίζεται ότι οι μελέτες με θέμα τη γυναικεία επιχειρηματικότητα, σε οχτώ πολύ γνωστά επιστημονικά περιοδικά για την επιχειρηματικότητα καταλαμβάνουν κατά μ.ο το 6-7% των συνολικών δημοσιεύσεων σε αυτά από το 1994 και μετά.

8.2 • *Φαινόμενα έμφυλης ανισότητας στην επιχειρηματικότητα*

• Φαινόμενα έμφυλης ανισότητας στην αγορά εργασίας γενικά

Σε όλες τις χώρες και τις περιοχές του πλανήτη το εργασιακό περιβάλλον κυριαρχείται από στρεβλώσεις και ανισότητες σε βάρος των γυναικών. Παρά τις εμφανείς βελτιώσεις, και κυρίως παρά το ότι το ποσοστό συμμετοχής των γυναικών στην αγορά εργασίας έχει αυξηθεί σημαντικά τις τελευταίες δεκαετίες, η θέση των γυναικών εξακολουθεί να παραμένει μειονεκτική συγκριτικά με αυτή των ανδρών. Εμπόδια και προκαταλήψεις εξακολουθούν να συντηρούν σοβαρές συνθήκες έμφυλων διακρίσεων σε όλο το φάσμα της αγοράς εργασίας, από τα επίπεδα της ανεργίας και απασχόλησης μέχρι τις μισθολογικές διαφορές, τη συγκέντρωση σε συγκεκριμένους επαγγελματικούς κλάδους και τις προοπτικές επαγγελματικής ανέλιξης.

Η υπεροχή των ανδρών στην αγορά εργασίας συνιστά ένα σταθερό χαρακτηριστικό που επιβεβαιώνεται σε όλες τις έρευνες που έχουν μέχρι σήμερα πραγματοποιηθεί διεθνώς. Παρά την εφαρμογή διεθνών προγραμμάτων και εθνικών σχεδίων υπέρ της ισότητας, οι διαφορές μεταξύ ανδρών και γυναικών εξακολουθούν να είναι σημαντικές (Saunders, 2001, DeMartino & Barbato, 2001, Watson, 2003) .

Πιο συγκεκριμένα, σε όλο τον κόσμο, οι γυναίκες στην πλειοψηφία τους:

- Μαστίζονται συγκριτικά με τους άνδρες από πολύ υψηλότερη ανεργία.
- Αμείβονται λιγότερο από τους άνδρες (μισθολογικό χάσμα).
- Απασχολούνται κατά πλειοψηφία σε θέσεις χαμηλής ειδίκευσης και αποφεύγουν ανερχόμενα επαγγέλματα με ευρείες διεξόδους στην αγορά εργασίας.
- Έχουν περιορισμένη συμμετοχή στα κέντρα λήψης αποφάσεων.
- Καλύπτουν μεγάλο μέρος των θέσεων εργασίας στην περιοδική απασχόληση, στη μερική απασχόληση και στην παραοικονομία.
- Αντιμετωπίζουν το φαινόμενο της 'γυάλινης οροφής' (glass ceiling) καθώς η επαγγελματική τους σταδιοδρομία ανακόπτεται ή εξελίσσεται με πολύ βραδύτερους ρυθμούς από αυτή των ανδρών.
- Συγκεντρώνονται σε σχετικά λίγους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας διαμορφώνοντας μια οριζόντια κατάτμηση της αγοράς εργασίας σε ανδρική και γυναικεία (γυάλινος τοίχος)
- Διακόπτουν συχνότερα από τους άνδρες την επαγγελματική τους πορεία για να ασχοληθούν με τους λοιπούς ρόλους που αναλαμβάνουν λόγω φύλου (μητρότητα, φροντίδα ηλικιωμένων προσώπων, κλπ) .

Στην Ευρώπη τα ποσοστά απασχόλησης των γυναικών αυξάνονται από χρόνο σε χρόνο. Οι χώρες που παρουσιάζουν τα μεγαλύτερα ποσοστά συμμετοχής των γυναικών στην απασχόληση είναι, σε σειρά κατάταξης, η Δανία, η Σουηδία, η Ολλανδία και η Φιλανδία. Ωστόσο, παρά την αύξηση, τα ποσοστά απασχόλησης των γυναικών παραμένουν χαμηλά, με τη διαφορά στο ποσοστό απασχόλησης μεταξύ ανδρών και γυναικών να ανέρχεται κατά μέσο όρο σε 20%. Οι μεγαλύτερες διαφορές (>30%) παρουσιάζονται στην Ελλάδα, την Ισπανία και την Ιταλία (European Commission, 2008).

Η άνιση κατανομή αμοιβής ανάμεσα στα δύο φύλα, ως ποσοστό των ακαθάριστων αποδοχών των ανδρών, φτάνει για το μέσο όρο της ΕΕ, το 15%[8] ενώ η μακροχρόνια ανεργία φαίνεται να πλήττει περισσότερο τις γυναίκες (European Commission, 2008).

Παρατηρείται ακόμα επαγγελματικός διαχωρισμός ανάμεσα στα φύλα. Αυτός είναι:

- Πρώτον, «οριζόντιος», εμφανιζόμενος ως απορρόφηση ανδρών και γυναικών σε δοαφορετικούς κλάδους οικονομικής δραστηριότητας
- Δεύτερο, «κάθετος», εμφανιζόμενος ως κατάληψη διαφορετικών θέσεων στην ιεραρχία των επιχειρήσεων και των επαγγελμάτων. Αν και αναμένονταν πως η διεύρυνση του τομέα των υπηρεσιών στον οποίο εισήλθαν μαζικά οι γυναίκες σε όλες τις ευρωπαϊκές χώρες θα περιόριζε τον επαγγελματικό διαχωρισμό, τα αποτελέσματα δεν ήταν τα προσδοκώμενα. Η πρόσβαση των γυναικών στα υψηλότερα κλιμάκια είναι περιορισμένη και μάλιστα αυτό συμβαίνει ακόμη και στα επαγγέλματα που γυναικοκρατούνται.

Παρόμοια είναι η εικόνα της γυναικείας απασχόλησης στην Ελλάδα, όπου η έμφυλη ανισότητα στο εργασιακό περιβάλλον αποτυπώνεται (Σταμάτη 2008, Νίνα-Παζαρζή 2007, Κρητικίδης 2004, Αβραμίκου 2001):

- στη μικρότερη συμμετοχή των γυναικών στην αγορά εργασίας
- στα μεγάλα ποσοστά ανεργίας των γυναικών
- στη μεγάλη παρουσία τους στις ευέλικτες μορφές απασχόλησης (π.χ.΄στη μερική απασχόληση)
- στη συγκέντρωση τους σε ορισμένους επαγγελματικούς κλάδους και στην απουσία ή την υποεκπροσώπηση τους σε άλλους
- στο χάσμα των αμοιβών ανδρών και γυναικών, και τη (π.χ. μερική απασχόληση, κατ' οίκον εργασία, προσωρινή ή εποχιακή απασχόληση)
- στις περιορισμένες δυνατότητες για επαγγελματική εξέλιξη και

[8] Βλ. Παπαλεξανδρή, Ν. (2008).

- στη μικρή παρουσία τους σε θέσεις ευθύνης συμμετοχή τους στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων.

Πιο συγκεκριμένα και μιλώντας με αριθμούς, οι γυναίκες αποτελούν σήμερα το 50,5% του ελληνικού πληθυσμού αλλά συμμετέχουν στο εργατικό της δυναμικό σε ποσοστό 38% (από τα χαμηλότερα της Ευρώπης). Αν και τα τελευταία χρόνια η συμμετοχή τους στο εργατικό δυναμικό παρουσιάζει αξιοσημείωτη αύξηση (μόνο κατά την περίοδο 1995-2000 οι γυναίκες κατέλαβαν το 85% των νέων θέσεων εργασίας που δημιουργήθηκαν) οι γυναίκες εξακολουθούν να βρίσκονται σε δυσχερέστερη θέση στην αγορά εργασίας από ότι οι άνδρες (Ντερμανάκης 2004).

Στην Ελλάδα η ανεργία αφορά το γυναικείο πληθυσμό πολύ περισσότερο απ' ότι τον ανδρικό. Η ανεργία πλήττει σε υπερδιπλάσιο βαθμό τις γυναίκες ανεξαρτήτως εκπαιδευτικού επιπέδου: 13,6% των γυναικών ήταν άνεργες το 2006, ενώ άνεργοι ήταν μόλις το 5,6% των οικονομικά ενεργών ανδρών. Οι γυναίκες αντιπροσωπεύουν το 60% του συνόλου των ανέργων, αναλογία που εντείνεται για τους μακροχρόνια άνεργους και τους ανέργους χωρίς εργασιακή εμπειρία (σε αυτές τις δύο υποκατηγορίες, οι γυναίκες αντιπροσωπεύουν τα 2/3). Ανά περιφέρεια, η ανεργία στις γυναίκες εμφανίζεται ψηλότερη στη Δυτική Μακεδονία (19,1%) και την Ήπειρο (16,2%) (Γενική Γραμματεία Ισότητας, 2008).

Σε επίπεδο αμοιβών, οι Ελληνίδες αφενός απασχολούνται σε μεγαλύτερα ποσοστά στους χαμηλόμισθους κλάδους, αφετέρου η αναλογία των γυναικείων αποδοχών προς τις αντίστοιχες ανδρικές στους κλάδους αυτούς είναι πολύ χαμηλή Η αμοιβή τους ανέρχεται κατά μέσο όρο στο 75% της αμοιβής των ανδρών, με σημαντικές αποκλίσεις ανάμεσα σε διάφορους κλάδους[9].

Σχετικά με τον οριζόντιο διαχωρισμό των επαγγελμάτων, το 60% των γυναικών φαίνεται να συγκεντρώνεται σε 6 κλάδους οικονομικής δραστηριότητας (εκπαίδευση, υγεία, δημόσιος τομέας, τουρισμός, λιανικό εμπόριο, υπηρεσίες γραφείου) ενώ αντίστοιχα το 60% των ανδρών συγκεντρώνεται σε 15 κλάδους, ανάμεσα στους οποίους πολλοί από τους λεγόμενους «δυναμικούς» κλάδους (σχετικούς με την τεχνολογία και τη μεταποίησης).

---

[9] Οι μισθολογικές διακρίσεις σε βάρος των γυναικών υφίστανται κυρίως στον ιδιωτικό τομέα, αφού στο δημόσιο τηρείται με μεγαλύτερη αυστηρότητα το ισχύον νομοθετικό πλαίσιο και οι Ευρωπαϊκές οδηγίες περί ισότητας

Χαμηλό είναι τέλος το ποσοστό των γυναικών που κατέχουν υψηλές θέσεις στη διοικητική και την επαγγελματική ιεραρχία καθώς και θέσεις με υψηλό βαθμό ευθύνης ή δυνατότητες λήψης αποφάσεων (Αθανασιάδου et al., 2001, Μαραγκουδάκη 1997, Ντερμανάκης, 2004)[10].

Φαινόμενα έμφυλης ανισότητας στην επιχειρηματικότητα

Η εικόνα της επιχειρηματικότητας σε σχέση με το φύλο ακολουθεί τα ίδια ποιοτικά στοιχεία με αυτά της σχέσης φύλου και αγοράς εργασίας. Ειδικότερα;

Α. Οι θεωρητικές μελέτες και οι εμπειρικές έρευνες καταγράφουν διαφορές μεταξύ των δύο φύλων στο τομέα της επιχειρηματικότητας οι οποίες εκφράζονται κυρίως στα εξής (DeMartino & Barbato, 2003, Hisrich et al., 2005):

- Στο σχετικά μειωμένο αριθμό γυναικών που αναλαμβάνουν επιχειρηματικές δραστηριότητες.
- Στα διαφορετικά κίνητρα των γυναικών να ασχοληθούν με την επιχειρηματική σταδιοδρομία.
- Στη διαφορετική μορφή των επιχειρήσεων προς τις οποίες στρέφονται οι γυναίκες επιχειρηματίες.
- Στη μειωμένη επιχειρηματική αυτοπεποίθηση των γυναικών.
- Σε διαφορετικά χαρακτηριστικά της προσωπικότητας των γυναικών επιχειρηματιών σε σχέση με τους άνδρες επιχειρηματίες.

Τόσο σε παγκόσμιο επίπεδο όσο και στην Ευρωπαϊκή Ένωση ειδικότερα, τα στατιστικά στοιχεία του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου για την Επιχειρηματικότητα (Global Entrepreneurship Monitor, GEM) δείχνουν ότι η γυναικεία επιχειρηματικότητα κινείται σε σταθερά χαμηλότερα επίπεδα από εκείνη των ανδρών. Το επιχειρηματικό σύστημα εξακολουθεί να κυριαρχείται από τους άνδρες αφού, με εξαίρεση «γυναικείους» κλάδου όπως είναι οι υπηρεσίες, είναι σημαντικά πιο σπάνιο για τις γυναίκες (να

---

10 http://www.thessalia.gr/PEP/uploads/material/Meleti_Gynaikia_Epixeirimatikotita.pdf

http://www.unipi.gr/katsanevas/arthra/scientific%20articles/76_epixeirimatikotita_gunaikwn.doc.

http://www.paratiritirio-kethi.gr/imagebank/File/B1.pdf

προχωρούν στη δημιουργία δικής τους, νέας επιχείρησης από ό,τι οι άντρες (European Commission, 2008).

Το επίπεδο της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ευρώπη παρουσιάζει μια εντυπωσιακή σταθερότητα (γύρω στο 30%) με την Ελλάδα να βρίσκεται ακριβώς στο μ.ο των ευρωπαϊκών κρατών (ποσοστό 29,4%). Το 2004 το υψηλότερο ποσοστό γυναικείας επιχειρηματικότητας εμφανίζει η Πορτογαλία (48,2%, ακολουθεί η Ουγγαρία (40,4%) ενώ η Κροατία (23,2%) καταλαμβάνει την τελευταία θέση της κατάταξης. Η υπεροχή των ανδρών είναι σαφέστατη σε όλες τις χώρες, με μόνη εξαίρεση την Ουγγαρία, όπου οι γυναίκες επιχειρηματίες υπερτερούν -πρόκειται όμως για μία χώρα με πολύ χαμηλή επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων (μόλις 1,9%).

Στο σημείο αυτό αξίζει να επισημανθεί ότι η διαφορά στα επίπεδα της επιχειρηματικότητα ανδρών και γυναικών είναι εντονότερη στις ανεπτυγμένες από ό,τι στις αναπτυσσόμενες χώρες. Ενδεικτικός είναι ο λόγος του ποσοστού των ανδρών δια το ποσοστό των γυναικών επιχειρηματιών (2,04 στην Ευρώπη, αλλά μόνο 1,6 στο σύνολο των χωρών του GEM).

Το αποτέλεσμα είναι αναμενόμενο αν συσχετιστεί με την επιχειρηματικότητα ανάγκης που είναι υψηλή στις αναπτυσσόμενες χώρες. Πιο συγκεκριμένα, οι γυναίκες των αναπτυσσόμενων χωρών συχνά αναγκάζονται να ασκήσουν επιχειρηματική δραστηριότητα λόγω:

(α) των δυσκολιών στην εξασφάλιση βιοπορισμού

(β) της περιορισμένης δυνατότητας πρόσβασης σε καθιερωμένες αγορές εργασίας.

Οι λόγοι αυτοί είναι τόσο έντονοι ώστε οδηγούν σε υπέρβαση των κοινωνικών προκαταλήψεων που θέλουν τις γυναίκες να μένουν στο σπίτι. Από την άλλη μεριά, τα χαμηλότερα επίπεδα γυναικείας επιχειρηματικής δραστηριότητας στις χώρες με υψηλή ανάπτυξη ερμηνεύονται από:

(α) τη σημαντικά μειωμένη πίεση της ανάγκης και

(β) τη σαφή προτίμηση για θέσεις που εξασφαλίζουν ευνοϊκότερες και θεσμικά κατοχυρωμένες συνθήκες εργασίας.

Σε όλο τον κόσμο, οι έρευνες δείχνουν ότι οι γυναίκες:

- Δημιουργούν μικρότερες, αλλά σχετικά μικρότερου κινδύνου και πιο βιώσιμες επιχειρήσεις.
- Αντιμετωπίζουν αρκετές δυσκολίες τόσο κατά το στάδιο της ίδρυσης της επιχείρησης όσο και κατά το στάδιο της λειτουργίας.
- Καταβάλλουν μεγάλες προσπάθειες για τη διατήρησης των επιχειρήσεών τους[11].

Αξίζει να σημειωθεί ότι τα είδη των δυσκολιών μπορεί να είναι κοινά και για τα δύο φύλα, τα εμπόδια όμως είναι ποσοτικά και ποιοτικά σημαντικότερα για τις γυναίκες επιχειρηματίες και σχετίζονται με:

- Τα στερεότυπα και τις διακρίσεις λόγω του φύλου,
- Το γενικότερο επιχειρηματικό περιβάλλον,
- Την εξεύρεση κεφαλαίων και την υποστήριξη από τους κρατικούς φορείς,
- Την πρόσβαση στην ενημέρωση,
- Τις δυσκολίες στο συμβιβασμό των επιχειρηματικών και των οικογενειακών υποχρεώσεων κ.α

Β. Η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα κινείται σε χαμηλά επίπεδα σε σχέση με άλλες χώρες όπως οι ΗΠΑ και οι χώρες της Ευρώπης. Πιο συγκεκριμένα η γυναικεία επιχειρηματικότητα εκτιμάται ότι στην Ελλάδα κατέχει το 10-15% του συνόλου της επιχειρηματικότητας, τη στιγμή που τα μέσα επίπεδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι της τάξεως του 20% και των ΗΠΑ 32% αντίστοιχα.

Με βάση τις επιδόσεις της ανδρικής επιχειρηματικότητας, σύμφωνα με στοιχεία του GEM για το 2005, η Ελλάδα κατατάσσεται στην 4η θέση στην Ευρώπη, υπερτερώντας από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο (αν και όχι από τον συνολικό μέσο όρο των χωρών GEM). Αντίθετα με βάση τη γυναικεία επιχειρηματικότητα η Ελλάδα βρίσκεται σε απόσταση από τους ευρωπαϊκούς μέσους όρους. Συγκεκριμένα:

- Οι επιδόσεις της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα την κατατάσσουν στην προτελευταία θέση της Ευρώπης δεύτερη χαμηλότερη επίδοση στην Ευρώπη με τελευταία την Κροατία (έρευνα GEM).
- Οι γυναίκες επιχειρηματίες αντιπροσωπεύουν μόλις το 11,8% του εργατικού δυναμικού των γυναικών ηλικίας 18-64 ετών

---

11 http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:pFQPmOsZxtwJ:www.career.tuc.gr/downloads/bestreport-el.pdf+&hl=el&gl=gr#7

Παρόμοια εικόνα καταγράφεται και στις έρευνες Εργατικού Δυναμικού (ΕΣΥΕ). Σύμφωνα με αυτές, το ποσοστό των αυτοαπασχολούμενων γυναικών στην Ελλάδα ήταν 25% το 2000 , μειώθηκε σε 21% στα 2005 ενώ το 2006 αντιπροσωπεύουν το 28% του συνόλου των επιχειρηματιών. Η αύξηση από 25% στην αρχή της δεκαετίας σε 28% στα 2006 αντιστοιχεί σε αύξηση κατά 34.200 άτομα. Με βάση τα στοιχεία της ίδιας έρευνας, μία στις πέντε εργαζόμενες γυναίκες καταγραφόταν ως εργοδότρια ή εργαζόμενη για δικό της λογαριασμό (21,1%).

Η υποεκπροσώπηση των γυναικών στην αυτοαπασχόληση είναι γεγονός, παρά τα σημαντικά βήματα προόδου που έχουν σημειωθεί τις δύο τελευταίες δεκαετίες [12]. Κατά 7% περισσότεροι άντρες από γυναίκες δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά απασχολώντας υπαλλήλους ενώ, ανεξάρτητα από το αν η δραστηριότητά τους αυτή δημιουργεί θέσεις εργασίας, 20% των γυναικών και 35% των αντρών (ως ποσοστό του συνόλου των εργασιακά ενεργών) αυτοαπασχολούνται (European Commission, 2008). Μόνο το 30% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων είναι γυναίκες, γεγονός που κατατάσσει τη χώρα μας πολύ χαμηλά σε σχέση με τον αντίστοιχο ευρωπαϊκό μέσο όρο.

Συνοψίζοντας, τα βασικά σημεία στα οποία αποτυπώνεται η έμφυλη διάσταση του ελληνικού επιχειρηματικού τοπίου είναι τα εξής:

- Η Ελλάδα υπερτερεί του ευρωπαϊκού μέσου όρου στην επιχειρηματικότητα των ανδρών και υστερεί σημαντικά στη γυναικεία επιχειρηματικότητα. Η ανάπτυξη της επιχειρηματικής δράσης στην Ελλάδα θεωρείται ακόμα υπόθεση ανδρική (ΚΕΘΙ).
- Η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα εκτιμάται ότι ανέρχεται στο 10-15% του συνόλου της επιχειρηματικότητας, τη στιγμή που τα μέσα επίπεδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι 20% και των ΗΠΑ 32%.
- Η παρουσία των γυναικών που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά είτε ως εργοδότριες είτε ως αυτοαπασχολούμενες είναι κατά πολύ μικρότερη από την αντίστοιχη παρουσία των ανδρών και αφορά κυρίως μικρού μεγέθους επιχειρήσεις (Ντερμανάκης, 2004).
- Η υστέρηση αναφέρεται κυρίως στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων και στην επιχειρηματικότητα ευκαιρίας. Αντίθετα το ποσοστό των Ελληνίδων καθιερωμένων επιχειρηματιών είναι πολύ υψηλό και μάλιστα αποτελεί το υψηλότερο στην ευρωπαϊκή κατάταξη. Σταθερά μόνο ένα στα τέσσερα άτομα που ξεκινούν ένα νέο εγχείρημα είναι γυναίκα, ενώ σε «δύσβατο μονοπάτι» εξελίσσεται για τέσσερις στις δέκα γυναίκες ακόμη και η πρόθεση τους για ενασχόληση με το επιχειρείν:

[12] Το 2000 καταγράφηκαν στην Ελλάδα 40.000 γυναικείες επιχειρήσεις, ενώ το 1993 ο αντίστοιχος αριθμός ήταν 18.400.

Το προφίλ του Έλληνα νέου ή επίδοξου επιχειρηματία είναι «άνδρας, ηλικίας μεταξύ 25 έως 44 ετών, απόφοιτος λυκείου .

- Σε σημαντικό αριθμό γυναικείων επιχειρήσεων, οι γυναίκες χρησιμοποιούνται ως παρένθετα πρόσωπα. Στην πραγματικότητα οι επιχειρήσεις αυτές ανήκουν και διοικούνται από τους συζύγους τους ή άλλα συνήθως άρρενα μέλη της οικογένειάς τους.
- Η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα μπορεί να εμφορείται από κίνητρα αξιοποίησης επιχειρηματικών ευκαιριών, ωστόσο υστερεί σημαντικά σε σχέση με την αντίστοιχη επιχειρηματικότητα των ανδρών, κάτι που τελικά της προσδίδει λιγότερο ποιοτικά χαρακτηριστικά.
- Η Ελλάδα κατατάσσεται στις χώρες που παρέχουν χαμηλή υποστήριξη στη γυναικεία επιχειρηματικότητα.
- Οι γυναίκες απουσιάζουν από τον επιχειρηματικό στίβο πολλών κλάδων όπως τω νέων τεχνολογιών και ειδικότερα της πληροφορικής, των κατασκευών, των μεταφορών της αλιείας, των ορυχείων-λατομείων, της ενέργειας και μέχρι πρόσφατα των ενδιάμεσων χρηματοπιστωτικών οργανισμών[13]

8.3 • *Χαρακτηριστικά της γυναικείας επιχειρηματικότητας*

• Γενικά χαρακτηριστικά της γυναικείας επιχειρηματικότητας

Από τα προαναφερθέντα, ήδη έγινε αντιληπτό ότι διατοπικά και διαχρονικά εξακολουθεί να υπάρχει ένα σημαντικό χάσμα ανάμεσα στην αντρική και τη γυναικεία επιχειρηματικότητα. Η υπεροχή των ανδρών συνιστά ένα σταθερό χαρακτηριστικό που επιβεβαιώνεται σε όλες τις έρευνες του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου που έχουν πραγματοποιηθεί μέχρι σήμερα και αφορούν σε όλες τις χώρες και περιοχές του πλανήτη. Το χάσμα διαπερνά όλα τα μεγέθη των επιχειρήσεων αν και είναι λιγότερο εμφανές στις επιχειρήσεις μικρότερου μεγέθους[14].

---

[13] http://diotima.wizcom.com.gr/ig_common/upload/2statisticissueandromeda

[14] Στον παγκόσμιο χάρτη οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) είναι γένους θηλυκού και αυτό θεωρείται ιδιαίτερα θετικό, κυρίως όταν οι γυναίκες έχουν άμεσο έλεγχο των οικονομικών πόρων. Στην Ελλάδα οι γυναικείες επιχειρήσεις τους είναι μικρές έως πολύ μικρές, ποσοστό 21%, των γυναικείων επιχειρήσεων δεν απασχολούν προσωπικό και μόνο το 3% απασχολεί 5-10 μισθωτούς.

Τόσο η θεωρία όσο και η εμπειρική έρευνα εστιάζουν στην καταγραφή και την ερμηνεία των δημογραφικών και ποιοτικών χαρακτηριστικών της γυναικείας επιχειρηματικότητας τα οποία και παρουσιάζουν εντυπωσιακή ομοιότητα σε όλες τις χώρες. Τα βασικά σημεία στα οποία συγκλίνουν οι θεωρητικές εκτιμήσεις και τα εμπειρικά δεδομένα από όλο τον κόσμο, παρατίθενται στη συνέχεια.

(α) Τα κίνητρα της επιχειρηματικότητας των γυναικών (όπως και των ανδρών) διακρίνονται από σταθερότητα. Οι γυναίκες γίνονται επιχειρηματίες κυρίως από ανάγκη βελτίωσης της οικονομικής τους κατάστασης, ανάγκη για ανεξαρτησία και ενδιαφέρον για το αντικείμενο. Η προσωπικότητα της γυναίκας- επιχειρηματία, η ηλικία και το εκπαιδευτικό υπόβαθρο αποτελούν αποφασιστικούς παράγοντες εκδήλωσης επιχειρηματικής συμπεριφοράς, όπως και η οικογενειακή παράδοση στην επιχειρηματικότητα, και η πρότερη εργασιακή κατάσταση (π.χ. η εμπειρία σε επιχείρηση).

(β) Συχνά η επιχειρηματική γνώση και εμπειρία του συζύγου, καθώς και το αν είναι ο ίδιος επιχειρηματίας, συσχετίζονται θετικά με την επιλογή της γυναίκας να ακολουθήσει καριέρα ελεύθερου επαγγελματία (Caputo & Dolinsky, 1998).

(γ) Η συμπεριφορά των γυναικών επιχειρηματιών ως προς τις πηγές κεφαλαίου εκκίνησης της επιχείρησης είναι διαφορετική από τους άνδρες. Οι γυναίκες συνήθως επιδιώκουν να διαθέσουν οι ίδιες τα κεφάλαια για την ίδρυση της επιχείρησης ή προσφεύγουν στο συγγενικό περιβάλλον για να τα βρουν. Η έλλειψη κεφαλαίου αποτελεί ζωτικής σημασίας εμπόδιο για την έναρξη και την ανάπτυξη γυναικείας επιχειρηματικής δραστηριότητας καθώς οι ίδιες συνήθως δεν διαθέτουν αρκετή περιουσία ή είναι πολύ επιφυλακτικές στο να ρισκάρουν τον τραπεζικό δανεισμό (Bock, 2004, Weiler & Bernasek, 2001, Brush, 1992).
(δ) Εκτός από την εξεύρεση κεφαλαίων οι γυναίκες επιχειρηματίες αντιμετωπίζουν γενικά περισσότερα προβλήματα από τους άνδρες, τόσο στη φάση ίδρυσης της επιχείρησης όσο και μετέπειτα, σχετικά με την υποστήριξη που έχουν από το κράτος.
(ε) Η συντριπτική πλειοψηφία των γυναικών επιχειρηματιών δηλώνει ότι ο ρόλος τους στο σπίτι συγκρούεται με τις επαγγελματικές τους υποχρεώσεις και αυτό αποτελεί σημαντικό εμπόδιο στην προοπτική επαγγελματικής επιτυχίας.
(στ) Σε γενικό επίπεδο οι γυναίκες επιχειρηματίες διαθέτουν χαμηλότερη τεχνολογική γνώση από τους άνδρες επιχειρηματίες, και σημειώνουν χαμηλότερες οικονομικές επιδόσεις σε σχέση με τις ανδρικές.
(ζ) Η επιχειρηματική εκπαίδευση αυξάνει την επιχειρηματική αυτοπεποίθηση περισσότερο στις γυναίκες από ό,τι στους άντρες. γεγονός που καθιστά την επιχειρηματική εκπαίδευση που λαμβάνει υπόψη τα χαρακτηριστικά των γυναικών, ιδιαίτερα αποτελεσματική για την

ενίσχυσητης αυτοπεποίθησής τους και κατά συνέπεια της επιχειρηματικής τους δραστηριοποίησης (Wilson et al., 2007) [15].

(η) Σε γενικό επίπεδο οι γυναίκες επιχειρηματίες διαθέτουν χαμηλότερη τεχνολογική γνώση από τους άνδρες επιχειρηματίες, και σημειώνουν χαμηλότερες οικονομικές επιδόσεις σε σχέση με τις ανδρικές επιχειρήσεις.

(θ) Η κλαδική ειδίκευση (για την οποία γίνεται λόγος σε επόμενη ενότητα) είναι επίσης ένα στοιχείο που διακρίνει τις γυναικείες επιχειρήσεις. Οι περισσότερες των γυναικών στρέφονται σε επιχειρήσεις του τριτογενούς τομέα, με κυρίαρχη την παροχή προσωπικών υπηρεσιών και το λιανικό εμπόριο, αν και τα τελευταία χρόνια η έρευνα διαπιστώνει μια δυναμική είσοδο των γυναικών σε νέους δυναμικούς κλάδους κυρίως παροχής υπηρεσιών, όπως την κτηματαγορά, τα ταξιδιωτικά γραφεία, τη διαφήμιση.

(ι) Παρά τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες επιχειρηματίες φαίνεται ότι οι αποδόσεις των επιχειρήσεων τους είναι καλές. Μια έρευνα από τον Catalyst υποστηρίζει ότι οι εταιρίες του Fortune 500 με υψηλά ποσοστά γυναικών μάνατζερ αποδίδουν καλύτερα από συγκρίσιμες εταιρίες που τα ποσοστά των γυναικών μάνατζερ είναι χαμηλά. Δείκτες επιχειρηματικής συμπεριφοράς αποτελούν: η αντίληψη σχετικά με τις ικανότητες και δεξιότητες που διαθέτει η γυναίκα, η αντιληπτική ικανότητα σχετικά με τις υπάρχουσες ευκαιρίες, η εμπιστοσύνη στον εαυτό της και ο φόβος της αποτυχίας αποτελούν επίσης.

(ια) Η διάκριση ανάμεσα σε επιχειρηματικότητα ανάγκης και ευκαιρίας αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα ευρήματα σε εμπειρικό επίπεδο. Έρευνες του GEM έχουν αποκαλύψει την μεγάλη υπεροχή των γυναικών στην πρώτη κατηγορία, ιδιαίτερα στις υπό ανάπτυξη χώρες.

(ιβ) Σε επίπεδο προσωπικών χαρακτηριστικών, οι γυναίκες σε σχέση με τους άντρες επιχειρηματίες :

- Έχουν την τάση να είναι λιγότερο αισιόδοξες (Παγκόσμια Έκθεση του GEM)
- Έχουν χαμηλότερη αυτοπεποίθηση και πιο έντονο το φόβο της αποτυχίας (Παγκόσμια Έκθεση του GEM)

[15] Έρευνα που πραγματοποίησαν οι Petridou, et al. (2009) σε 1639 φοιτητές και φοιτήτριες όλων των Τμημάτων του Αριστοτέλειου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης και του ΤΕΙ Θεσσαλονίκης έδειξε ότι η στάση των φοιτητών απέναντι στα μαθήματα επιχειρηματικότητας διαφέρει με βάση το φύλο. Οι γυναίκες προσδοκούν κυρίως απόκτηση γνώσεων και ανάπτυξη επιχειρηματικών δεξιοτήτων προκειμένου να αντιμετωπίσουν τον ανταγωνισμό, ενώ οι άνδρες συμμετέχουν στα μαθήματα κυρίως από ενδιαφέρον σε θέματα επιχειρηματικότητας. Η διαφορά αυτή εξηγείται αν σκεφτούμε τα κοινωνικά και ψυχολογικά στερεότυπα που θέλουν την επιχειρηματικότητα να αποτελεί κυρίως αντρική υπόθεση.

- Παρουσιάζουν χαμηλά ποσοστά διάθεσης για ανάληψη κινδύνου (Giannakopoulos & Bernasec, 1998) και δείχνουν μικρή προθυμία εμπλοκής σε καταστάσεις με αβέβαια αποτελέσματα. Με άλλα λόγια δίνουν έμφαση στην ασφάλεια και στην επιλογή στρατηγικών αποφυγής επικίνδυνων καταστάσεων (Sexton & Bowman-Upton, 1990)
- Επιλέγουν βραδύτερους ρυθμούς ανάπτυξης της επιχείρησής τους (Cliff, 1998)

Χαρακτηριστικά της ελληνικής γυναικείας επιχειρηματικότητας

Στην Ελλάδα οι γυναίκες άρχισαν να επιλέγουν συστηματικά την επιχειρηματική καριέρα από τη δεκαετία του 1970 ως εναλλακτική προς την εξαρτημένη εργασία-απασχόληση, ενώ η δεκαετία του 1980 είναι αυτή, στη διάρκεια της οποίας εμφανίστηκαν οι περισσότερες γυναίκες επιχειρηματίες.

Τα κύρια χαρακτηριστικά της ελληνικής γυναικείας επιχειρηματικότητας είναι τα εξής:

(α) Σε σχέση με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, το προφίλ της γυναίκας επιχειρηματία στην Ελλάδα είναι: «έγγαμη, άνω των 40, χωρίς υποχρεώσεις φροντίδας παιδιών, με επίπεδο εκπαίδευσης υψηλότερο από το αντίστοιχο των αντρών».

(β) Ως προς την ηλικία: Οι Ελληνίδες γενικά ξεκινούν την επιχειρηματική δραστηριότητα σχετικά αργά, συνήθως μεταξύ των 36-45 ετών. Η καθυστέρηση αποδίδεται στην ανάγκη να διεκπεραιώσουν τις υποχρεώσεις ανατροφής των παιδιών μικρής ηλικίας. Μάλιστα ο μ.ο ηλικίας αυξήθηκε σημαντικά τη δεκαετία 1993-2003 με αποτέλεσμα το 2003 το 70% των γυναικών επιχειρηματιών να είναι άνω 40 ετών[16] (Κ.Ε.Θ.Ι., 2004). Παρ' όλα αυτά οι Ελληνίδες επιχειρηματίες είναι κατά μ.α μικρότερης ηλικίας από τους άνδρες. Αυτό οφείλεται, εκτός των άλλων, στο γεγονός ότι οι περισσότερες από τις γυναίκες που ακολούθησαν επιχειρηματική καριέρα βρήκαν επιχειρηματικές ευκαιρίες στον τριτογενή τομέα, που είναι και ο σχετικά "νεότερος" της ελληνικής οικονομίας. Παρά το ότι διαφαίνεται μια τάση εξομοίωσης στο ζήτημα των ηλικιών μεταξύ των φύλων, εξακολουθούν να υπάρχουν εμπόδια που αποτρέπουν τις νεότερες ηλικίες να αναλάβουν ή να διατηρήσουν επιχειρηματική δράση.

[16] http://diotima.wizcom.com.gr/ig_common/upload/2statisticissueandromeda.pdf

(γ) Ως προς την οικογενειακή κατάσταση: Η πλειοψηφία των γυναικών επιχειρηματιών (όπως άλλωστε και των ανδρών) είναι έγγαμες. Το 2003, το 76,8% των γυναικών επιχειρηματιών ήταν έγγαμες, έναντι του 81,1% των ανδρών, ενώ μία δεκαετία νωρίτερα, τα αντίστοιχα μεγέθη ήταν 69,9% στις γυναίκες και 85,8% στους άνδρες. Από το υπόλοιπο 23,2% των γυναικών εργοδοτριών κατά το έτος το 2003 οι χήρες ή οι διαζευγμένες ανέρχονταν σε ποσοστό 12,1% και οι άγαμες γυναίκες επιχειρηματίες με ποσοστό 11,1%. Αντίστοιχα στους άνδρες επιχειρηματίες στην Ελλάδα το 16,3% είναι άγαμοι και το 2,6% είναι χήροι ή διαζευγμένοι Όσον αφορά στην παρουσία ή μη ενός τουλάχιστον παιδιού στην οικογένεια , τόσο γενικά όσο και σε σύγκριση με τους άνδρες, οι περισσότερες γυναίκες επιχειρηματίες δεν έχουν παιδιά κάτω των 15 ετών. Πιο συγκεκριμένα μόλις 3 στις 10 γυναίκες επιχειρηματίες έχουν στην οικογένειά τους παιδί κάτω των 15 ετών.

(δ) Σημαντικό πρόβλημα για την έναρξη και την ανάπτυξη γυναικείας επιχειρηματικής δραστηριότητας αποτελεί η έλλειψη κεφαλαίου τόσο οικονομικού όσο και γνωστικού:

Σε ό,τι αφορά το οικονομικό κεφάλαιο, οι γυναίκες δυσκολεύονται να το συγκεντρώσουν: Οι ίδιες κατά κανόνα δεν διαθέτουν ίδια κεφάλαια ή δια θέτουν ελάχιστα κυρίως γιατί οι τυχόν προηγούμενες επαγγελματικές τους δραστηριότητες αφορούσαν χαμηλά αμειβόμενους κλάδους. Παράλληλα αποφεύγουν τις μεγάλες δανειακές υποχρεώσεις και προτιμούν να μπορούν να κινηθούν χωρίς σοβαρό οικονομικό κόστος (Θεοδωρίδη 2007, Ζάβαλη 2007). Έτσι κατά κύριο λόγο αναζητούν κεφάλαια από την οικογένεια και υπό αυτές τις συνθήκες, ακόμη και όταν οι γυναίκες καταφέρνουν να συγκεντρώσουν ένα αρχικό κεφάλαιο, συνήθως το ύψος του τις οδηγεί σε δραστηριότητες με χαμηλές αναπτυξιακές δυνατότητες.

Από την άλλη μεριά το χαμηλό μορφωτικό επίπεδο των γυναικών, αλλά και η έλλειψη εξειδικευμένης κατάρτισης, η ελλιπής πρόσβαση στην πληροφόρηση και η μη επαρκής εξοικείωση των γυναικών στην τεχνολογία και στις νέες μεθόδους διοίκησης και παραγωγής αποτελούν βασικά εμπόδια για την ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας.

(ε) Η διάκριση ανάμεσα σε επιχειρηματικότητα ανάγκης και ευκαιρίας παρουσιάζει, στην περίπτωση της Ελλάδας, ιδιαίτερο ερευνητικό ενδιαφέρον καθώς αντανακλά μια σταθερή διαφορά στα κίνητρα της επιχειρηματικότητας των δύο φύλων. Ειδικότερα:

- Με βάση τα δεδομένα του 2006, οι γυναίκες επιχειρηματίες ανάγκης ήταν σχετικά πολλές. Συγκεκριμένα 40% περίπου των «εκκολαπτόμενων» Ελληνίδων επιχειρηματιών που βρίσκονταν στα πρώτα στάδια της δραστηριότητάς τους δήλωναν ότι το κίνητρό τους ήταν η ανάγκη, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τους άνδρες ήταν μικρότερο από 20%.
- Αντίθετα, οι γυναίκες υστερούν σημαντικά ως προς την επιχειρηματικότητα ευκαιρίας. Η διαφορά ανάμεσα σε άνδρες και γυναίκες εμφανίζεται ιδιαίτερα έντονη, καθώς επιχειρηματικότητα

ευκαιρίας ήταν εκείνη που κατηύθυνε το 88% του συνόλου των επιχειρηματικών εγχειρημάτων των ανδρών επιχειρηματιών, αλλά μόνο το 71% των γυναικών. Η διαφορά των δύο δεικτών (17 ποσοστιαίες μονάδες) είναι η 2η υψηλότερη στην Ευρώπη μετά την Γαλλία, ενώ υπάρχουν χώρες όπου η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας των γυναικών είναι υψηλότερη από αυτή των ανδρών (π.χ Φινλανδία, Ουγγαρία, Ελβετία).

- Η συγκέντρωση γυναικών σε επιχειρηματικότητα ανάγκης υποδηλώνει τις μεγάλες δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες για την εξασφάλιση καλύτερων επιλογών εργασίας, το χαμηλότερο βαθμό ικανοποίησης τους από τις συνθήκες εργασίας σε σχέση με τους άνδρες και την ανάγκη που έχουν για ευελιξία χρόνου και χώρου προκειμένου να συμφιλιώσουν την επαγγελματική ζωή σε σχέση με τις οικογενειακές υποχρεώσεις (Παπαδημόπουλος, 2009). Υπό αυτές τις συνθήκες, η οικονομική ανάγκη αποδεικνύεται ισχυρός παράγοντας που μπορεί να υπερβεί τα κοινωνικά στερεότυπα σχετικά με τους ρόλους των δύο φύλων.

(στ) Από την ανάλυση της σχέσης καθιερωμένης επιχειρηματικότητας και επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων των Ελληνίδων προκύπτουν επίσης ενδιαφέροντα συμπεράσματα:

- Στην Ελλάδα, το σύνολο της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων κατανέμεται ανάμεσα σε άνδρες και γυναίκες κατά 70% προς 30% περίπου, αναλογία με την οποία η χώρα κατατάσσεται χαμηλά ανάμεσα στις χώρες της Ευρώπης. Κατά το 2006, σχεδόν το 12% των Ελληνίδων βρίσκονταν είτε στο στάδιο εκκίνησης ενός νέου εγχειρήματος είτε ήταν ιδιοκτήτριες και διοικούσαν ένα εγχείρημα που είχε ήδη “καθιερωθεί”. Από αυτές το 4,7% βρισκόταν στη διαδικασία έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας, ποσοστό με το οποίο η χώρα τοποθετείται κάπου στο μέσο της παγκόσμιας κατάταξης.
- Από την άλλη μεριά, όπως έχει παρατηρηθεί επανειλημμένα από τις έρευνες του GEM, η καθιερωμένη επιχειρηματική δραστηριότητα των Ελληνίδων δεν υστερεί καθόλου εκείνης των ανδρών. Η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα των Ελληνίδων εμφανίζεται εξαιρετικά υψηλή, τοποθετώντας τη χώρα μας στην 5η θέση της παγκόσμιας κατάταξης. Έτσι, ενώ μόλις 3 στους 10 επιχειρηματίες αρχικών σταδίων είναι γυναίκες, ο αντίστοιχος λόγος στην καθιερωμένη επιχειρηματικότητα είναι σχεδόν 5 στους 10.
- Τα παραπάνω δεδομένα παρουσιάζουν εξαιρετικό ενδιαφέρον: Υποδηλώνουν ότι στην Ελλάδα λειτουργεί ένας άτυπος ενδοοικογενειακός καταμερισμός ανάμεσα στα φύλα ως προς την έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας. Στα πρώτα στάδια ο άνδρας «μπαίνει μπροστά» στην επιχειρηματική δραστηριότητα, για να παραδώσει σε επόμενο στάδιο τη σκυτάλη στη σύζυγό του. Βάσει των ερευνών του GEM η διαφορά στα ποσοστά ανδρών και γυναικών στα δύο στάδια της επιχειρηματικής δραστηριότητας σχετίζεται με κάποια συνειδητή μεταβίβαση του ρόλου του επιχειρηματία από τον άνδρα στη

γυναίκα, όταν το επιχειρηματικό εγχείρημα λύσει τις πρώτες δυσκολίες και καθιερωθεί. .

(ζ) Η επιχειρηματική δραστηριότητα των Ελληνίδων αξίζει να συσχετιστεί με τις ποιοτικές πλευρές της επιχειρηματικότητας, την καινοτομικότητα και την ένταση του ανταγωνισμού:

- Σύμφωνα με ερευνητικά αποτελέσματα, ως προς την καινοτομικότητα προϊόντων και υπηρεσιών, οι επιδόσεις των Ελληνίδων και των Ελλήνων επιχειρηματιών είναι σχεδόν κοινές. Σε σχέση πάντως με την υπόλοιπη Ευρώπη, τα επιχειρηματικά εγχειρήματα των Ελληνίδων υστερούν σε καινοτομία σε ό,τι αφορά τα πρώτα στάδια λειτουργίας μιας επιχείρησης, υπερτερούν όμως στα καθιερωμένα, με μεγαλύτερο ποσοστό τότε να αναζητά τη διαφοροποίηση των προϊόντων.
- Επίσης δεν παρατηρείται σημαντική διαφορά ανάμεσα σε άνδρες και γυναίκες σχετικά με την εισαγωγή νέων τεχνολογιών/ διαδικασιών στην παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών. Το εύρημα αυτό παρουσιάζει ενδαφέρον και έρχεται να αντικρούσει το επιχείρημα για την έλλειψη τεχνολογικών γνώσεων των γυναικών. Μάλιστα ως προς αυτό το κριτήριο οι Ελληνίδες βρίσκονται περίπου στον αντίστοιχο μέσο όρο στην Ευρώπη, κάτι που σημαίνει ότι οι Ελληνίδες μοιάζουν με τις ευρωπαίες «συναδέλφους» τους, ενώ αντίθετα στον τομέα αυτόν τα ανδρικά εγχειρήματα υστερούν.

8.4 • *Η γυναικεία επιχειρηματικότητα σε τομείς και κλάδους οικονομικής δραστηριότητας*

• Ο έμφυλος διαχωρισμός της επιχειρηματικότητας σε διεθνές επίπεδο

Όπως συμβαίνει με την αγορά εργασίας και την απασχόληση, έτσι και στην επιχειρηματικότητα επιβεβαιώνεται η ύπαρξη έμφυλου οριζόντιου διαχωρισμού των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Με τα δεδομένα αυτά, όπως μπορούμε να μιλούμε για διάκριση σε «ανδρικά» και «γυναικεία» επαγγέλματα, έτσι αντίστοιχα η πραγματικότητα στον κόσμο των επιχειρήσεων μας οδηγεί να αναφερόμαστε στη δραστηριοποίηση σε γυναικείους και σε ανδρικούς επιχειρηματικούς κλάδους. Σε κάποιες περιπτώσεις μάλιστα ο διαχωρισμός είναι τόσο έντονος ώστε να ισοδυναμεί με αποκλεισμό των γυναικών από τους ανδρικούς κλάδους (και αντίστροφα).

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, η γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι πιο συχνή σε κλάδους δραστηριότητας στους οποίους οι γυναίκες είναι παραδοσιακά απασχολούμενες, όπως είναι π.χ. οι κλάδοι των λιανικού εμπορίου και

υπηρεσιών. Στις έρευνες η επικέντρωση της γυναικείας επιχειρηματικότητας στους συγκεκριμένους κλάδους ερμηνεύεται ως προτίμηση απασχόλησης σε παραδοσιακούς τομείς και κατ' αναλογία σε επιχειρήσεις «γυναικείου τύπου». Αυτές οι επιχειρήσεις υπάγονται κυρίως στον τριτογενή τομέα, σε αντιδιαστολή με τις αντίστοιχες επιχειρήσεις «αντρικού τύπου» που συγκεντρώνουν τις προτιμήσεις των αντρών και είναι κυρίως κατασκευαστικές, οικοδομικές, βιομηχανικές και υψηλής τεχνολογίας (Birley et al., 1987).

Εκτός όμως από την επίκληση της προτίμησης σε επιχειρήσεις που ταιριάζουν στους παραδοσιακούς ρόλους των γυναικών, πολλές άλλες πιθανές εξηγήσεις έχουν κατά καιρούς διατυπωθεί σχετικά με τον προσανατολισμό του επιχειρηματικού ενδιαφέροντος των γυναικών. Τέτοιες ερμηνείες είναι οι εξής:

- Οι γυναίκες αποδίδουν καλύτερα σε «θηλυκές» ηγετικές θέσεις, όπως είναι οι θέσεις στον τομέα των υπηρεσιών, επειδή αυτές απαιτούν περισσότερο ικανότητες διαπροσωπικής επικοινωνίας παρά καθοδήγηση και έλεγχο (Eagly et al. 199, Σαλαμούρη & Χάλκου, 2001).
- Είναι ευκολότερο για μια γυναίκα να κερδίσει την αποδοχή σε ένα «φεμινιστικό» επιχειρηματικό περιβάλλον, αφού τα κοινωνικά στερεότυπα εξακολουθούν να καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό την αποδεκτή κοινωνική συμπεριφορά των γυναικών
- Η εργασιακή εμπειρία που αποκτήθηκε από τη γυναίκα μισθωτή υπάλληλο σε «φεμινιστικούς» τομείς εργασίας αποτελεί παράγοντα που επηρεάζει τις μετέπειτα επιλογές της ως επιχειρηματία, διαιωνίζοντας την παρουσία της σε γυναικείους κλάδους.
- Τα κοινωνικά στερεότυπα επηρεάζουν το είδος και τη διάρκεια εκπαίδευσης των γυναικών. Οι εκπαιδευτικές επιλογές με τη σειρά τους συναρτώνται με τον επαγγελματικό διαχωρισμό (Ντερμανάκης, 2005).
- Οι κοινωνικοί ρόλοι που αναλαμβάνουν οι γυναίκες, οι προκαταλήψεις που επικρατούν και η έλλειψη χρόνου των γυναικών, επηρεάζουν αφενός τη δυνατότητά ενημέρωσής τους για νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες και αφετέρου τη δυνατότητα εφαρμογής νέων τεχνολογιών, νέων μεθόδων οργάνωσης και διοίκησης, νέων τεχνικών παραγωγής κ.α. (Δροσοπούλου, 1989).

Ο έμφυλος διαχωρισμός της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα. Διαπιστώσεις

Οι γυναίκες επιχειρηματίες στην Ελλάδα:

- Έχουν σημαντική παρουσία στον πρωτογενή τομέα (καθώς συγκριτικά με άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, υπάρχει μεγαλύτερο ποσοστό γυναικών που απασχολείται σε αγροτικές επιχειρήσεις)
- Δραστηριοποιούνται σημαντικά στον τριτογενή τομέα ή τομέα υπηρεσιών (κυρίως στον κλάδο του τουρισμού, του λιανικού εμπορίου, της εκπαίδευσης και των συμβουλευτικών υπηρεσιών, των κοινωνικών υπηρεσιών, της διαχείριση ακίνητης περιουσίας, της επικοινωνίας και των δημοσίων σχέσεων) (Σκορδίλη, 2005).
- Έχουν ελάχιστη επιχειρηματική δραστηριοποίηση στο δευτερογενή τομέα.

Συγκεκριμένα, στην πλειονότητά τους οι γυναικείες επιχειρήσεις είναι μικρής κλίμακας παραδοσιακές επιχειρηματικές μονάδες όπως: καθαριστήρια, κομμωτήρια, περίπτερα, βιβλιοπωλεία, μικρά μπακάλικα, πρατήρια άρτου, ζαχαροπλαστεία, εστιατόρια, είδη ένδυσης, είδη επίπλου και διακόσμησης κ.α.

Αναλυτικά,

- Στον <u>αγροτικό χώρο</u>, οι νέες τάσεις που επικρατούν τα τελευταία χρόνια σχετικά με την αξία και τις χρήσεις των φυσικών και ανθρώπινων πόρων αναδεικνύουν ευκαιρίες ανάπτυξης δραστηριοτήτων που ευνοούν τη γυναικεία επιχειρηματικότητα. Παράλληλα, οι γυναικείοι συνεταιρισμοί προσφέρουν απασχόληση σε μεγάλο αριθμό γυναικών και δίνουν διέξοδο σε επιχειρηματικές δραστηριότητες που σχετίζονται με τον αγροτοτουρισμό καθώς και τη βιοτεχνική και οικοτεχνική παραγωγή (Deakins & Freel, 2007, Νίνα-Παζαρζή, 2003). Η προτίμηση των γυναικών στους γεωργικούς συνεταιρισμούς μπορεί να ερμηνευτεί με επίκληση των περιορισμένων απαιτήσεων του κλάδου για εκπαίδευση και χρηματοδότηση, το προστατευτικό μη ανταγωνιστικό περιβάλλον και την κουλτούρα της «συντηρητικής» ελληνικής αγροτικής κοινωνίας απέναντι στη γυναίκα επιχειρηματία.
- Μηδενική είναι η παρουσία των γυναικών επιχειρηματιών στους κλάδους της <u>αλιείας</u> και των <u>ορυχείων-λατομείων</u>.
- Στον κλάδο της <u>μεταποιητικής βιομηχανίας</u> ο αριθμός των γυναικών εργοδοτών-επιχειρηματιών είναι πολύ μικρός και παρέμεινε σχεδόν αμετάβλητος το 2003 σε σχέση με τα στοιχεία του 1993, ενώ παρατηρείται σημαντική μείωση στον αριθμό των ανδρών επιχειρηματιών.
- Στον κλάδο των <u>κατασκευών</u> όπως και σε εκείνο των <u>μεταφορών και επικοινωνιών</u> η παρουσία γυναικών επιχειρηματιών είναι ελάχιστη. Η επιχειρηματική δράση και διοίκηση του συνόλου σχεδόν των επιχειρήσεων των κλάδων αυτών ανήκει στους άνδρες
- Μηδενική είναι η παρουσία των γυναικών στον κλάδο <u>της ενέργειας, του φυσικού αερίου και του καθαρισμού και διανομής ύδατος.</u>

- Ο αριθμός των γυναικών επιχειρηματιών στον κλάδο του χονδρικού και λιανικού εμπορίου (όπου συγκεντρώνεται περίπου το 25% των επιχειρηματιών του κάθε φύλου) αυξήθηκε το 2003 κατά περίπου 50%, διατηρώντας ωστόσο μεγάλο το επιχειρηματικό κενό ανάμεσα στα δύο φύλα.
- Στον κλάδο των ξενοδοχείων-εστιατορίων η αύξηση του αριθμού των γυναικών επιχειρηματιών ήταν της τάξεως του 320% ενώ η αύξηση των ανδρών επιχειρηματιών ήταν, σε σχετικούς όρους, μικρότερη (36%). Μάλιστα αυτή η εξέλιξη ήταν μία από τις ευχάριστες εκπλήξεις αναφορικά με την ενδυνάμωση της επιχειρηματικής δράσης των γυναικών τα τελευταία χρόνια.
- Στον κλάδο της εκπαίδευσης , όπου η συμμετοχή των γυναικών στη συνολική του απασχόληση είναι σημαντικά μεγαλύτερη από την αντίστοιχη συμμετοχή των ανδρών, παρατηρείται μείωση του αριθμού των γυναικών επιχειρηματιών κατά 24%, ενώ ο αριθμός των ανδρών επιχειρηματιών αυξήθηκε κατά 34%.
- Ανάλογη εικόνα παρουσιάζει ο κλάδος υγείας και πρόνοιας όπου καταγράφεται αύξηση της συμμετοχής των ανδρών επιχειρηματιών.
- Μεγλαη αύξηση παρουσίασε η γυναικεία επιχειρηματικότητα στον κλάδο των ενδιάμεσων χρηματοπιστωτικών οργανισμών .Τη δεκαετία 1993-2003, ο αριθμός των γυναικών επιχειρηματιών στον κλάδο αυτό αυξήθηκε με ρυθμό 970%, ως αποτέλεσμα της ανάπτυξης στον κλάδο των νέων επιχειρήσεων.
- Εντυπωσιακούς ρυθμούς αύξησης για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα παρουσιάζει και ο κλάδος των υπηρεσιών διαχείρισης ακίνητης περιουσίας. Η άνοδος στο επίπεδο της επιχειρηματικής δράσης στον κλάδο αυτό είναι εξ ίσου εντυπωσιακή όπως και η άνοδος στο επίπεδο της μισθωτής απασχόλησης των γυναικών.

Ο έμφυλος διαχωρισμός της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα. Τάσεις και προοπτικές

Παρά το ότι ο έμφυλος οριζόντιος διαχωρισμός σε επίπεδο επιχειρηματικότητας εξακολουθεί να είναι παρών και το επιχειρηματικό κενό ανάμεσα στα δύο φύλα παραμένει υψηλό, διαχρονικά παρατηρείται η επιχειρηματική δραστηριοποίηση των γυναικών σε ολοένα και περισσότερους κλάδους. Ειδικότερα, παρατηρείται διείσδυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας:

- Σε κλάδους όπου η επιχειρηματική δράση των ανδρών ήταν μέχρι τώρα κυρίαρχη, όπως η γεωργία-κτηνοτροφία, οι κλάδοι της μεταποίησης, του χονδρικού-λιανικού εμπορίου και ο κλάδος των ξενοδοχείων-εστιατορίων.
- Στην κατηγορία των τεχνικών – χειρωνακτικών επαγγελμάτων με εξειδίκευση. Η τάση αυτή είναι σύμφωνη με αναλύσεις και μελέτες που

διαπιστώνουν ότι τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια σημαντική δυναμική στη συμμετοχή των γυναικών στα τεχνικά επαγγέλματα.

Αντίθετα σε κλάδους του τομέα των υπηρεσιών, όπως η εκπαίδευση, η υγεία – πρόνοια και οι λοιπές υπηρεσίες ατομικού ή κοινωνικού χαρακτήρα όπου οι γυναίκες συγκεντρώνουν το 60% της απασχόλησης,, εμφανίζεται σημαντική υποχώρηση της επιχειρηματικής παρουσίας των γυναικών και αντίστοιχα σημαντική ενίσχυση της επιχειρηματικής δράσης των ανδρών.

8.5 • *Αναζητώντας τα αίτια των έμφυλων ανισοτήτων στην επιχειρηματικότητα*

• Θεωρίες και απόψεις για τα αίτια των έμφυλων ανισοτήτων στην επιχειρηματικότητα

Η σύνθεση των ευρημάτων που προκύπτουν από την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας αναδεικνύει μια μεγάλη σειρά από παράγοντες, οικονομικούς, κοινωνικούς, ιδεολογικούς και ψυχολογικούς, που δρουν ανασταλτικά στην προοπτική δημιουργίας, και στην ανάπτυξη επιχειρήσεων από τις γυναίκες. Διάφορες ερμηνείες κατά καιρούς έχουν δοθεί σχετικά με τις έμφυλες διαφορές στην εργασία γενικά αλλά και στην επιχειρηματικότητα ειδικότερα (Billing & Alvesson, 1994, Morrison & Von Glinow, 1990). Ορισμένες από αυτές εξετάζονται παρακάτω:

(α) Σύμφωνα με τις κοινωνιολογικές θεωρητικές προσεγγίσεις, το παραδοσιακό κοινωνικό περιβάλλον ευθύνεται για την περιορισμένη παρουσία των γυναικών στο πεδίο των επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα:

- Κοινωνικά κατασκευασμένοι ρόλοι των γυναικών αποθαρρύνουν την ανάπτυξη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών.
- Στερεοτυπικές αντιλήψεις για την ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας από γυναίκες θέτουν σημαντικά συμβολικά και αντικειμενικά εμπόδια, ενώ ταυτόχρονα
- Βαθιά ριζωμένες προκαταλήψεις αποτρέπουν τις γυναίκες από το να αναλάβουν επιχειρηματικές δραστηριότητες (Billing & Alvesson, 1994, Webster, 2005).

(β) Αντίστοιχα, η θεωρία του ανθρώπινου κεφαλαίου θεωρεί ότι την ευθύνη φέρει κυρίως η εκπαίδευση/ η κατάρτιση και το είδος των εμπειριών που

έχει το άτομο (Νίνα-Παζαρζή 1991). Στο πλαίσιο αυτής της θεωρίας, η μειονεκτική θέση των γυναικών αποδίδεται:

- στο σχετικά χαμηλό μορφωτικό τους επίπεδο,
- στο λιγότερο σχετικό με επιχειρήσεις είδος εκπαίδευσης και ειδικά στον προσανατολισμό των γυναικών σε θεωρητικές σπουδές που παρέχουν λιγότερα εφόδια από πλευράς τεχνολογικών γνώσεων
- στην έλλειψη κατάλληλων επαγγελματικών εμπειριών,
- στη δυσκολία πρόσβασης των γυναικών ως εργαζομένων στην επαγγελματική κατάρτιση (Reskin & Padavic, 1994, Simpson, 1996, Σιάνου- Κύργιου, 2006).

Τέτοιου είδους εκπαιδευτικές επιλογές συντηρούν το χάσμα στις ικανότητες και στις δεξιότητες, και ερμηνεύουν τη χαμηλή εκπροσώπησή των γυανικών σε νέα δυναμικά επαγγέλματα που παρουσιάζουν τη μεγαλύτερη ζήτηση και προσφέρουν τα μεγαλύτερα οφέλη (Ahuja, 2002).

Πληθώρα μελετών επικεντρώνονται στην ανάλυση της σχέσης μεταξύ εκπαίδευσης και αναπαραγωγής της κοινωνικής ανισότητας των φύλων, κυρίως μέσω των επιλογών των μαθητών και των μαθητριών κατά τη διάρκεια της εκπαιδευτικής τους διαδρομής (Foster, Comm και Hammersley, 1996). Οι έρευνες καταλήγουν στη διαπίστωση ότι οι μαθήτριες συχνά επιλέγουν, επηρεαζόμενες από παραδοσιακές αντιλήψεις που συντηρούν τα στερεότυπα των φύλων. Οι επιλογές αυτές καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό την ανάπτυξη των ικανοτήτων και των δεξιοτήτων τους, άρα και το μελλοντικό επαγγελματικό και επιχειρηματικό τους προφίλ (Μαραγκουδάκη, 2002). Σύμφωνα με αυτή την προσέγγιση οι διαφορές μεταξύ των φύλων στην εκπαίδευση, που έχουν χαρακτήρα ποιοτικό παρά ποσοτικό, παίζουν καθοριστικό ρόλο για τις μετέπειτα επαγγελματικές και επιχειρηματικές επιλογές.

(γ) Μία τρίτη θεωρητική προσέγγιση ερμηνεύει τις διαφορές μεταξύ ανδρών και γυναικών επιχειρηματιών υποστηρίζοντας ότι γυναίκες και άνδρες παρακινούνται από διαφορετικά κίνητρα και φιλοδοξίες. Σύμφωνα με την προσέγγιση αυτή, το φύλο, μέσα από την αλληλεπίδραση βιολογικών και κοινωνικών παραγόντων, ασυνείδητα επηρεάζει τις προσωπικές αξίες, τις επιλογές και τις συμπεριφορές (Bird & Brush, 2002). Στο πλαίσιο αυτό υποστηρίζεται ότι:

- Οι γυναίκες επιδιώκουν περισσότερο από τους άνδρες την εξισορρόπηση μεταξύ οικονομικών στόχων, προσωπικής ικανοποίησης, ευέλικτου εργασιακού καθεστώτος και οικογενειακής ζωής. Παράλληλα παρουσιάζουν μικρότερη έφεση για την ανάληψη ρίσκου, μικρότερη επιθυμία για δράση (Sexton et al. 1990, DeMartino & Barbato, 2001), λιγότερη επιχειρηματική αυτοπεποίθηση, λιγότερη εμπιστοσύνη στις επιχειρηματικές τους ικανότητες και χαμηλότερες προσδοκίες επιτυχίας στο επιχειρηματικό πεδίο (Eccles, 1994, Wilson et al., 2007, Kirkwood, 2009). Επιπρόσθετα, ενώ θεωρούν, όπως και οι άντρες, σημαντική την οικονομική οξυδέρκεια παραδέχονται σε μεγαλύτερο ποσοστό ότι δεν την κατέχουν ως δεξιότητα (Wilson, 2003).

- Αντίστοιχα οι άνδρες προσελκύονται περισσότερο από την επιτυχία, τη μεγιστοποίηση του κέρδους, την καινοτομία και την παραγωγή πλούτου μέσω της επιχειρηματικότητας (Weiler & Bernasek, 2001, Bock, 2004, Ladrianidis et al,. 2004, DeMartino & Barbato, 2003).

(δ) Σύμφωνα με τις φεμινιστικές προσεγγίσεις, κύριος ανασταλτικός παράγοντας για την ανάπτυξη επιχειρηματικότητας από τις γυναίκες είναι η σύγκρουση των επαγγελματικών ευθυνών με τις οικογενειακές. Η σύγκρουση αυτή περιορίζει τις δυνατότητες για ενημέρωση, έρευνα αγοράς, δικτύωση, κατάρτιση και γενικά για δραστηριότητες που μπορούν να βοηθήσουν στην ανάπτυξη και βελτίωση της επιχείρησης.. Οι οικογενειακές ευθύνες πολλαπλασιάζονται μετά τη γέννηση των παιδιών, οπότε οι γυναίκες επιδιώκουν τη μισθωτή εργασία ρουτίνας στους κλάδους των υπηρεσιών και αποφεύγουν τις επιχειρηματικές απασχολήσεις που έχουν ρίσκο και απαιτούν πολλές ώρες δουλειάς. Πάντως, η επίδραση της οικογένειας στην επαγγελματική ανέλιξη των γυναικών έχει απασχολήσει τους ερευνητές με ερμηνείες που πολλές φορές δεν συμφωνούν μεταξύ τους (Νίνα-Παζαρζή, 1997).

Κρατούσες απόψεις για τα αίτια των έμφυλων ανισοτήτων στην επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα εξακολουθεί να υπάρχει ο “εγκλωβισμός” των γυναικών σε στερεοτυπικούς ρόλους που αναπαράγονται από γενιά σε γενιά και η αντίληψη για τη «θηλυκή» πλευρά της γυναίκας που καθιστά ασυμβίβαστη την επιχειρηματικότητα με τις οικογενειακές υποχρεώσεις. Οι γυναίκες επιχειρηματίες συχνά χρησιμοποιούν την επιχειρηματικότητα ως επιλογή η οποία βοηθάει στο συνδυασμό επαγγέλματος και οικογενειακών υποχρεώσεων. Ωστόσο η προσπάθεια συμφιλίωσης της οικογενειακής με την επαγγελματική ζωή δεν αφήνει περιθώρια για επιμόρφωσης και προσαρμογή στο εξωστρεφές επιχειρηματικό περιβάλλον (Αρτινοπούλου, 2004).

Από έρευνες επίσης προκύπτει ότι στην Ελλάδα εμπόδιο για την ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι ο χαμηλός βαθμός αυτοπεποίθησης των γυναικών, η διστακτικότητα στην ανάληψη κινδύνου και η έλλειψη προτύπων ρόλων στον επιχειρηματικό χώρο,

Έτσι, ενώ πέντε στις δέκα γυναίκες θέλουν δική τους επιχείρηση, τέσσερις στις δέκα (40%) είναι διστακτικές στο επιχειρηματικό ρίσκο λόγω του αρνητικού οικονομικού περιβάλλοντος. Από το 45% των γυναικών που θα

επιθυμούσαν να αποκτήσουν τη δική τους επιχείρηση το 25% φοβάται να κάνει το επόμενο βήμα λόγω έλλειψης κινήτρων, το 15% λόγω έλλειψης υποδομών για την υποστήριξη της οικογένειας ενώ το 42% εξαιτίας αποθάρρυνσης και παρεμπόδισης από το οικογενειακό περιβάλλον.

Εμπόδιο για την έναρξη και την ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας αποτελούν επίσης οι έλλειψη πηγών χρηματοδότησης καθώς οι γυναίκες έχουν συνήθως περιορισμένους πόρους, είναι απρόθυμες να υποθηκεύσουν οικογενειακή περιουσία για να χρηματοδοτήσουν μια επιχειρηματική τους ιδέα και δυσκολεύονται να βρουν κεφάλαια για την έναρξη επιχείρησης. Επιπρόσθετα, οι εγγυήσεις που απαιτούνται για τραπεζικό δανεισμό είναι μεγαλύτερες από τις οικονομικές δυνατότητες των γυναικών, ενώ οι χρηματοδοτικοί οργανισμοί διέπονται από στερεοτυπικές αντιλήψεις με βάση το φύλο.

Τέλος, η απουσία δομών και στήριξης από το κράτος καθώς και νομικά εμπόδια είναι μερικές ακόμα από τις αιτίες που δυσχεραίνουν το τοπίο της γυναικείας επιχειρηματικότητας. «Οι εργαζόμενες γυναίκες και οι επιχειρηματίες εξακολουθούν να υποτιμούνται παρά το γεγονός ότι αποτελούν σχεδόν το ήμισυ του εργατικού δυναμικού ενώ υπερτερούν σε μαθησιακό επίπεδο» υποστηρίζει η Ελισάβετ Τζιάλλα, μέλος του διοικητικού συμβουλίου του ΣΕΓΕ

8.6 • *Μέτρα ενθάρρυνσης και στήριξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας*

• Το ευρωπαϊκό πλαίσιο στήριξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας

Η αναγνώριση των δυσκολιών στην εφαρμογή της ισότητας των φύλων στον εργασιακό χώρο έχει οδηγήσει στο σχεδιασμό και την εφαρμογή σημαντικών δράσεων ενδυνάμωσης των πολιτικών ισότητας σε ευρωπαϊκό και σε εθνικό επίπεδο. Στα πλαίσια των δράσεων έχουν σχεδιαστεί και εφαρμοστεί διάφορα εργαλεία πολιτικής με σκοπό:

- Τη νομική κατοχύρωση της ισότητας των φύλων στις εργασιακές σχέσεις,
- Την προώθηση της ισότητας με την ανάπτυξη θετικών δράσεων υπέρ των γυναικών και ίσων ευκαιριών μεταξύ ανδρών και γυναικών,
- Την προώθηση της ισόρροπης συμμετοχής ανδρών και γυναικών στην επαγγελματική ιεραρχία και στην ανάληψη θέσεων ευθύνης,
- Την παροχή υπηρεσιών για εξισορρόπηση της οικογενειακής και της επαγγελματικής ζωής,
- Την ενδυνάμωση και προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει ενσωματώσει στη στρατηγική για την εξίσωση των φύλων δράσεις και εργαλεία που ενθαρρύνουν την επιχειρηματικότητα των γυναικών, την οποία θεωρεί πηγή δυναμισμού και καινοτομίας και παράγοντα βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας της ευρωπαϊκής οικονομίας. Με τα δεδομένα αυτά, η επιχειρηματικότητα αποτελεί στην Ευρωπαϊκή Ένωση αναπόσπαστο μέρος της στρατηγικής ισότητας, όπως αυτή εκφράζεται:

- Στη συνθήκη του Άμστερνταμ το 1997, η οποία καθιερώνει την επιχειρηματικότητα γενικά, και ιδιαίτερα τη γυναικεία, ως έναν από τους βασικότερους πυλώνες αναπτυξιακής πολιτικής.
- Στη Στρατηγική για την Απασχόληση, που αποφασίσθηκε στην ειδική σύνοδο κορυφής για την απασχόληση, στο Λουξεμβούργο το Νοέμβριο 1997. Σε αυτή δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στην προώθηση της θέσης των γυναικών στην αγορά εργασίας.
- Στην Ευρωπαϊκή Στρατηγική για την Απασχόληση με τους στόχους που τέθηκαν στο Συμβούλιο των Υπουργών της Λισσαβόνας το 2000. Η στρατηγική αυτή θεωρεί ότι η βελτίωση της θέσης των γυναικών στην απασχόληση και την αγορά εργασίας αποτελεί παράγοντα βελτίωσης

της ανταγωνιστικότητας της ευρωπαϊκής οικονομίας και μέσον εξασφάλισης του αναπτυξιακού της μέλλοντος.

- Στο γνωστό Gender Mainstreaming, που θέτει ως στόχο τη βελτίωση της θέσης των γυναικών στην κοινωνία και στην οικονομία και επιδιώκει να υλοποιήσει το στόχο αυτό με μια στρατηγική ισότητας η οποία «διατρέχει» όλες τις κοινοτικές πολιτικές. Στο πλαίσιο της στρατηγικής αυτής επιδιώκεται η αντιπροσωπευτικότερη συμμετοχή του συνόλου της κοινωνίας σε όλους τους τομείς, εξασφαλίζεται εν μέρει τη δικαιότερη κατανομή του πλούτου και των ανθρωπίνων πόρων, αμβλύνεται ο κοινωνικός αποκλεισμός και επιτυγχάνεται ευρύτερη κοινωνική συνοχή που αποτελεί μοχλό οικονομικής ανάπτυξης.

Αξίζει να τονιστεί ότι η Κοινοτική στρατηγική-πλαίσιο για το διάστημα 2001-2005 για την ισότητα γυναικών και ανδρών έχει την μορφή προγράμματος που συντονίζει, υποστηρίζει και χρηματοδοτεί την εφαρμογή οριζόντιων δραστηριοτήτων γύρω από δύο ανεξάρτητους αλλά ταυτόχρονα αλληλοσυμπληρούμενους άξονες:

(α) τη μείωση του έμφυλου επαγγελματικού διαχωρισμού

(β) τη διευκόλυνση του συνδυασμού οικογενειακής και εργασιακής ζωής.

Προϊόντα της στρατηγικής αυτής είναι τα Εθνικά Σχέδια Δράσης για την Απασχόληση, που υποβάλλονται κάθε χρόνο στην Επιτροπή από τα κράτη μέλη (Στρατηγάκη, 2005).

Στο πλαίσιο των εργαλείων της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τη στήριξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας αξίζει να αναφερθούν:

- Η Κοινοτική Πρωτοβουλία EQUAL που ως βασική επιδίωξη την ανάπτυξη και προώθηση νέων τρόπων και πρακτικών στον τομέα της απασχόλησης για την αντιμετώπιση κάθε μορφής διακρίσεων και ανισοτήτων που βιώνουν όσοι επιζητούν πρόσβαση στην αγορά εργασίας ή βρίσκονται ήδη σε αυτή. Βασικές αρχές υλοποίησης του Προγράμματος αποτελούν:
  - Οι Αναπτυξιακές Συμπράξεις, ως ισχυρές και δεσμευτικές συμφωνίες φορέων με τη μορφή αστικών μη κερδοσκοπικών εταιριών μέσω των οποίων νομιμοποιούνται τα έργα
  - Η διακρατικότητα μέσω της ανταλλαγής εμπειριών & τεχνογνωσίας και της ανάπτυξης κοινών δράσεων στα θεματικά αντικείμενα της EQUAL
  - Η καινοτομία ως προς τις διαδικασίες και τις μεθόδους, τους στόχους & το περιεχόμενο των ενεργειών
  - Η ενδυνάμωση ως ενεργός συμμετοχή των ομάδων στόχου στην επιλογή και υλοποίηση των προτεινόμενων παρεμβάσεων

- Η οριζόντια προσέγγιση στην προώθηση της ισότητας ανδρών και γυναικών
- Η ενσωμάτωση των καινοτόμων προσεγγίσεων στον κεντρικό κορμό των εθνικών πολιτικών για την απασχόληση

- Η πύλη (Portal) της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα η οποία στοχεύει στην ενημέρωση για τη γυναίκα επιχειρηματία μέσω κατάλληλων διαδικτυακών συνδέσεων με οργανώσεις, προγράμματα και αντιπροσωπευτικές εκδηλώσεις γυναικών επιχειρηματιών που αφορούν την προώθηση και τη στήριξη του γυναικείου επιχειρηματικού πνεύματος.
- Το "Ευρωπαϊκό Δίκτυο για την προώθηση της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας" (European Network to Promote Women's Entrepreneurship) που παρέχει συμβουλές, πληροφορίες και συνδέσμους επικοινωνίας σχετικά με προγράμματα ενίσχυσης της γυναικείας επιχειρηματικότητας, ενώ βοηθά στην αναγνώριση και εφαρμογή καλών πρακτικών επιχειρηματικότητας.

Το ελληνικό πλαίσιο στήριξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας

Η Ελληνική Πολιτεία, εναρμονίζοντας τις πολιτικές της με τις κατευθύνσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης, έχει εντάξει τη γυναικεία επιχειρηματικότητα ως έναν από τους θεμελιώδεις άξονες της αναπτυξιακής πολιτικής της και έχει δημιουργήσει προγράμματα ενίσχυσης της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Αυτά αποσκοπούν στην ανάπτυξη, υποστήριξη και ενθάρρυνση των γυναικών που επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά, αξιοποιώντας τις γνώσεις, την κατάρτιση και τα ταλέντα τους. Οι εξειδικευμένες αυτές δράσεις για τη στήριξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας είναι οι εξής:

- Πρόγραμμα "Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας": Αποσκοπεί στην ανάπτυξη, υποστήριξη και προώθηση της Επιχειρηματικότητας στις γυναίκες μέσω χρηματοδοτικών ενισχύσεων για τη δημιουργία νέων και βιώσιμων μικρομεσαίων επιχειρήσεων στους τομείς της μεταποίησης και των υπηρεσιών με έμφαση στην περιφερειακή ανάπτυξη και τοπική οικονομία.
- Πρόγραμμα "Γυναικεία Επιχειρηματικότητα και Διαπεριφερειακό Σύστημα Υποστήριξης στην Κοινωνική Οικονομία: Εντάσσεται στην Κοινοτική Πρωτοβουλία EQUAL και συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο και το Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικών Ασφαλίσεων.
- Κοινοτική Πρωτοβουλία LEADER+: Αποτελεί τη σπουδαιότερη πρωτοβουλία της Κοινότητας η οποία συμβάλλει στην προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας τις λιγότερο ευνοημένες περιοχές της ελληνικής υπαίθρου και ειδικά στις ορεινές και μειονεκτικές.

- Κοινοτική Πρωτοβουλία NOW: Παρακινεί τις γυναίκες να μετασχηματίσουν τις ικανότητές τους στη μορφή μικρών επιχειρήσεων σε ατομική ή συλλογική βάση. Έχει διευκολύνει και έχει παράσχει τη δυνατότητα σε ομάδες γυναικών να συμμετάσχουν σε μια μεγάλη κλίμακα πρωτοβουλιών και συνεργασιών.
  - Επιχειρησιακό πρόγραμμα «Απασχόληση»: Προβλέπει δράσεις απεμπλοκής των γυναικών από τις αυξημένες κοινωνικές υποχρεώσεις που αναλαμβάνουν, όπως ανατροφή παιδιών, φροντίδα ηλικιωμένων, κλπ., στο βαθμό που είναι δυνατόν.
  - Επιχειρησιακό πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα»: Στοχεύει στην παραγωγική ανασυγκρότηση και τεχνολογική αναβάθμιση της οικονομίας και έχει ειδικό μέτρο για τις γυναίκες.
- Μέτρο «Ενθάρρυνση επιχειρηματικότητας ομάδων πληθυσμού»: Στόχος του Μέτρου είναι η διεύρυνση της επιχειρηματικότητας ομάδων πληθυσμού με μειωμένη συμμετοχή στο επιχειρείν, ανάμεσα στις οποίες και οι γυναίκες. Η παρέμβαση για την Ενίσχυση της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας προβλέπει τη χρηματοδότηση ολοκληρωμένων επιχειρηματικών σχεδίων γυναικών επιχειρηματιών, που θα περιλαμβάνουν αγορά του απαραίτητου παραγωγικού εξοπλισμού, μελετητικές και συμβουλευτικές υπηρεσίες, μεταφορά τεχνογνωσίας, ενέργειες μάρκετινγκ, ενέργειες κατάρτισης κλπ.

Οι Φορείς που υποστηρίζουν την γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα είναι οι ακόλουθοι:

- Ο Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Γυναικών Ελλάδος (ΣΕΓΕ): Είναι ένας μη κυβερνητικός και μη κερδοσκοπικός οργανισμός για γυναίκες που ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα. Ο ΣΕΓΕ παρέχει στις γυναίκες επιχειρηματίες της Ελλάδας το περιβάλλον για να αναπτύξουν τις επιχειρήσεις τους, προάγει τη νεανική επιχειρηματικότητα και βελτιώνει την αναγνωρισιμότητα των επιτευγμάτων τους.
- Ο Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Γυναικών της Μεσογείου (AFAEMME): Στοχεύει να συνδέσει τις Ενώσεις και τους Συνδέσμους των γυναικών επιχειρηματιών και στελεχών των μεσογειακών χωρών και να τις εκπροσωπήσει στην προσπάθειά τους να προωθήσουν και να συντονίσουν τις δραστηριότητές τους με κοινό σκοπό σε ευρωπαϊκό επίπεδο.
- Η Γενική Γραμματεία Ισότητας: Είναι ο αρμόδιος κυβερνητικός φορέας αρμόδιος για το σχεδιασμό, την υλοποίηση και την παρακολούθηση της εφαρμογής των πολιτικών για την ισότητα μεταξύ γυναικών και ανδρών σε όλους τους τομείς.
- Το Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας (Κ.Ε.Θ.Ι.): Λειτουργεί υπό την εποπτεία και χρηματοδότηση της Γενικής Γραμματείας Ισότητας του Υπουργείου Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης και

αναπτύσσει σειρά δραστηριοτήτων όπως η διεξαγωγή κοινωνικής έρευνας σε θέματα ισότητας των φύλων, η τεκμηρίωση και παροχή πληροφόρησης στην απασχόληση, επιχειρηματικότητα και κοινωνική ένταξη, η υποστήριξη γυναικών για την προώθηση στην αγορά εργασίας, ο σχεδιασμός, υλοποίηση και αξιολόγηση προγραμμάτων δράσης, που προωθούν τους στόχους για την άρση των διακρίσεων κατά των γυναικών, η μεταφορά τεχνογνωσίας και εμπειρίας σε θέματα συμβουλευτικής γυναικών για την απασχόληση, την επιχειρηματικότητα και την κοινωνική ένταξη κ.α.

- Το Εθνικό Επιμελητηριακό Δίκτυο Ελληνίδων Γυναικών Επιχειρηματιών (Ε.Ε.Δ.Ε.Γ.Ε.): Είναι ένα κίνημα γυναικών επαγγελματιών που ξεκίνησε πριν δύο χρόνια στις Βρυξέλλες και απλώνεται σε ολόκληρη την Ευρώπη με στόχο την ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και την υλοποίηση των αποφάσεων της Λισσαβόνας.

Τα προγράμματα και οι δράσεις για την υποστήριξη και προώθηση της επιχειρηματικότητας συνεχώς αυξάνονται στοχεύοντας αφενός στο να ενισχύσουν το μερίδιο των γυναικών στον επιχειρηματικό τομέα και αφετέρου στο να αναβαθμίσουν τον κοινωνικοοικονομικό ρόλο της σύγχρονης επιχειρηματία.

8.7 • *Προτάσεις*

Από όσα προαναφέρθηκαν προκύπτει μια σειρά επισημάνσεων που μπορούν να αποτελέσουν πλαίσιο προβληματισμού για την στήριξη και ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας.

Παρά το γεγονός ότι τα τελευταία χρόνια έχουν σημειωθεί σημαντικά βήματα σε ό,τι αφορά την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας, τόσο η ποσοτική όσο και η ποιοτική εικόνα των γυναικείων επιχειρήσεων δεν είναι ανάλογη των θεωρητικών προσδοκιών. Στερεοτυπικές αντιλήψεις, αλλά και αντικειμενικά εμπόδια, όπως η χαμηλή πρόσβαση στους πόρους και η έλλειψη υποστήριξης από πλευράς Πολιτείας, δημιουργούν ανασφάλεια, απροθυμία και φόβο στις γυναίκες που θέλουν να εμπλακούν σε δραστηριότητες (Bock & Derkzen, 2008). Αυτό ισχύει στην περίπτωση της Ελλάδας για την οποία, στην Έκθεση του Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας για την Ελλάδα (2005-2006), διαπιστώνεται μεταξύ άλλων:

- Το έντονο αίσθημα του φόβου της αποτυχίας της επιχειρηματικής δραστηριότητας που σημειωτέον προϋποθέτει “ρίσκο” και πειραματισμό.

- Το χαμηλό κοινωνικό κεφάλαιο των γυναικών (μεγάλη ηλικία, χαμηλό εκπαιδευτικό επίπεδο, περιορισμένη -έως απούσα- επαγγελματική κατάρτιση)
- Η αδυναμία του εκπαιδευτικού συστήματος να υποστηρίξει την ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας καθώς ούτε στην τριτοβάθμια εκπαίδευση δεν παρέχονται γνώσεις ούτε υπάρχει πλαίσιο που να υποστηρίζει ενεργά τις προοπτικές επιχειρηματικής σταδιοδρομίας.
- Ο αντιφατικός τρόπος με τον οποίο η ελληνική κοινωνία αντιμετωπίζει την επιχειρηματικότητα.
- Οι πολύπλοκες γραφειοκρατικές διαδικασίες που απαιτούν πολύ χρόνο, έχουν μεγάλο κόστος και προϋποθέτουν την εμπλοκή πολλών υπηρεσιών.

Η αναμφίβολα αύξουσα πορεία της γυναικείας επιχειρηματικότητας συναντά παγκοσμίως πολλά προβλήματα και γι' αυτό χρειάζεται ενθάρρυνση και υποστήριξη με μέτρα που θα στοχεύουν στην υπέρβαση των παραδοσιακών αντιλήψεων και των πατριαρχικών αξιών μέσα από τις τις εξής κατευθύνσεις:

- Τον περιορισμό των έμμεσων μορφών διάκρισης στο χώρο της εκπαίδευσης αναφορικά με την επιλογή αντικειμένου σπουδών, την ενημέρωση για τις συνθήκες που επικρατούν στην αγορά εργασίας, την απομυθοποίηση στερεοτυπικών αντιλήψεων κ.α
- Την ενίσχυση της επαγγελματικής εκπαίδευσης και επιχειρηματικής ικανότητας των γυναικών (καλλιέργεια επιχειρηματικού πνεύματος, παροχή γνώσεων τεχνικών προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών, τεχνολογιών πληροφορικής, Εκπαίδευση στην Επιχειρηματικότητα κ.α.)
- Το σχεδιασμό αποτελεσματικών προγραμμάτων επιχειρηματικής εκπαίδευσης, με ενσωμάτωση στο πρόγραμμα σπουδών θεματικών που σχετίζονται με τη γυναικεία επιχειρηματικότητα, τα χαρακτηριστικά της, καθώς και τις δυσκολίες και τα εμπόδια που συναντά η ανάπτυξή της.
- Τη θέσπιση δράσεων που διευκολύνουν το συμβιβασμό των οικογενειακών και εργασιακών υποχρεώσεων των γυναικών (αύξηση υπηρεσιών κοινωνικής πρόνοιας, ανάληψη ενεργειών ευαισθητοποίησης της κοινής γνώμης για την άρση παραδοσιακών αντιλήψεων κ.α)
- Την ενίσχυση της παρουσίας των γυναικών στα όργανα λήψης αποφάσεων
- Το σχεδιασμό καναλιών διάχυσης της πληροφόρησης για προγράμματα επαγγελματικής κατάρτισης, χρηματοδοτικά προγράμματα και άλλες πηγές ενημέρωσης σχετικά με την επιχειρηματικότητα και τα σχετικά με αυτήν αναπτυξιακά προγράμματα.
- Την ανάπτυξη συμβουλευτικών υπηρεσιών που θα μπορούν να παράσχουν πληροφορίες, τόσο στο επίπεδο του αρχικού

επιχειρηματικού σχεδιασμού, όσο και στο επίπεδο της παρακολούθησης της επιχείρησης.

- Τη λήψη μέτρων που καθιστούν ελκυστική την ίδρυση γυναικείων επιχειρήσεων (φοροαπαλλαγές, δάνεια και άλλες εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης, απλοποίηση της γραφειοκρατίας κ.α.)
- Την προώθηση της έρευνας για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα και
- Την εξασφάλιση της σταθερότητας και της αξιοπιστίας της οικονομικής και κοινωνικής πολιτικής της χώρας.

Σύνοψη

Η παρούσα ενότητα ασχολείται με τη σχέση φύλου και επιχειρηματικότητας και συγκεκριμένα με τις διαφορές και ανισότητες στην έκταση και τα χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας όπως ασκείται από τα δυο φύλα. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι διαφορές είναι τόσο μεγάλες ώστε εύλογα μπορεί κάποιος/α να διαχωρίσει την επιχειρηματικότητα σε ανδρική και γυναικεία.

Στο πρώτο μέρος, που είναι εισαγωγικό προσδιορίζεται εννοιολογικά η γυναικεία επιχειρηματικότητα και γίνεται κατηγοριοποίησή της (α) σε επιχειρηματικότητα ανάγκης και επιχειρηματικότητα ευκαιρίας, καθώς και (β) σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων και καθιερωμένη επιχειρηματικότητα.

Στο δεύτερο μέρος, που αποτελεί τον κορμό της ενότητας, αναλύονται τα φαινόμενα έμφυλων ανισοτήτων στην επιχειρηματικότητα. Το μέρος αυτό χωρίζεται σε έξι υποενότητες ως εξής :

Στην πρώτη υποενότητα γίνεται αναφορά στην έκταση των ανισοτήτων. Διαπιστώνεται η μικρή συμμετοχή των γυναικών σε επιχειρηματικές δραστηριότητες σε παγκόσμιο επίπεδο, το συγκριτικά υψηλότερο ποσοστό γυναικείας «επιχειρηματικότητας ανάγκης» και το σχετικά χαμηλό ποσοστό «επιχειρηματικότητας ευκαιρίας», όπως και το συγκριτικά χαμηλό ποσοστό συμμετοχής των γυναικών σε επιχειρηματικές δραστηριότητες αρχικών σταδίων.

Στη δεύτερη υποενότητα περιγράφονται τα χαρακτηριστικά της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Γίνεται αναφορά στα διαφορετικά κίνητρα της επιχειρηματικότητας των γυναικών σε σχέση με αυτά των ανδρών, στο σημαντικό ρόλο της οικογενειακής παράδοσης ή και της επιχειρηματικής εμπειρίας του συζύγου που επηρεάζει τις επιχειρηματικές αποφάσεις των γυναικών, στη διαφορετική συμπεριφορά των γυναικών σε θέματα χρηματοδότησης, στους μεγάλους περιορισμούς λόγω σύγκρουσης του οικογενειακού και του επαγγελματικού ρόλου των γυναικών, και στο διαφορετικό μορφωτικό κεφάλαιο των γυναικών που επηρεάζει τις επαγγελματικές τους επιλογές καθοριστικά.

Στην τρίτη υποενότητα εξετάζεται η γυναικεία επιχειρηματικότητα σε σχέση με τους τομείς και κλάδους οικονομικής δραστηριότητας. Διαπιστώνεται η μεγάλη συγκέντρωση γυναικείας επιχειρηματικότητας στον τριτογενή τομέα και ειδικότερα σε κλάδους που φαίνεται να ταιριάζουν στους γυναικείους ρόλους. Αντίστοιχα επισημαίνεται η απουσία των γυναικών επιχειρηματιών από το δευτερογενή τομέα, και τον κλάδο των κατασκευών, των μεταφορών και των επικοινωνιών.

Στην τέταρτη υποενότητα αναζητούνται τα αίτια των ανισοτήτων με αναφορά στις σύγχρονες θεωρίες και τις κρατούσες απόψεις. Γίνεται αναφορά στις κοινωνικές θεωρίες που υποστηρίζουν ότι οι ανισότητες οφείλονται σε κοινωνικά στερεότυπα και προκαταλήψεις, στη θεωρία του ανθρώπινου κεφαλαίου που υποστηρίζει ότι η αιτία βρίσκεται στην εκπαίδευση και στις φεμινιστικές θεωρίες που υποστηρίζουν ότι οι ανισότητες οφείλονται στην ανάληψη από τις γυναίκες μεγάλου φορτίου ευθυνών.

Στην πέμπτη υποενότητα παρατίθενται οι πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της ελληνικής πολιτείας για άμβλυνση των ανισοτήτων, και, τέλος, η έκτη υποενότητα είναι αφιερωμένη σε προτάσεις για ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας.

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση Βιβλιογραφία

- Αβραμίκου, Α. (2001). *Ευέλικτες Μορφές Απασχόλησης και Ανισότητες στον Εργασιακό Χώρο,* Μελέτη, ΚΕΘΙ, Αθήνα. Διαθέσιμο στο www.kethi.gr/greek meletes/index.htm (6/5/012).
- Αθανασιάδου, Χ., Πετροπούλου, Σ., & Μιμίκου, Γ. (2001). *Οι Συνθήκες της Γυναικείας Απασχόλησης στην Ελλάδα:1980*-2000, Μελέτη, ΚΕΘΙ, Αθήνα.
- Ανθοπούλου, Θ. (2006). *Όψεις και Δυναμικές Επιχειρηματικότητας Γυναικών της Υπαίθρου στην Παραγωγή Τροφίμου. Μια πρώτη εμπειρική προσέγγιση*. Εισήγηση στο 9^{ο} Πανελλήνιο Συνέδριο της ΕΤ.ΑΓΡ.Ο. Αθήνα 2-4/11/2006.
- Αντωνοπούλου, Δ. (2007). *Στάσεις των Γυναικών απέναντι στην Επιχειρηματικότητα*. ΠΑΣΕΓΕΣ
- Βιτσιλάκη- Σορωνιάτη, Χ., & Φώκιαλη, Π. (επιμ.) (2007). *Φύλο και απασχόληση*, Ατραπός -Περιβολάκι, Αθήνα.
- Γενική Γραμματεία Ισότητας, (Γ.Γ.Ι.). (2000). *4η και 5η Εθνική Έκθεση της Ελλάδας, Περίοδος 1994-2000. προς την Επιτροπή του Ο.Η.Ε. για την Εξάλειψη των Διακρίσεων κατά των Γυναικών* (CEDAW).
- Γενική Γραμματεία Ισότητας, (Γ.Γ.Ι.). (2005). *6η Εθνική Έκθεση της Ελλάδας-Περίοδος 2001-2004,* προς *την Επιτροπή του Ο.Η.Ε. για την Εξάλειψη των Διακρίσεων κατά των Γυναικών* (CEDAW).
- Γενική Γραμματεία Ισότητας, (Γ.Γ.Ι.). (2008). Ποσοστό Ανεργίας Πληθυσμού 15-64 ετών κατά περιφέρεια και φύλο, Β Τρίμηνο 2008

- Γιδαράκου, Ι., Δημοπούλου, Ε., & Καζακόπουλος, Λ. (2005). Ιδιοκτησία και επιχειρηματικότητα στον πρωτογενή τομέα. Στο: Μ. Στρατηγάκη, (επιμ). *Επιχειρηματικότητα Γυναικών-Όψεις Ιδιοκτησίας και Διοίκ*ησης. Gutenberg, *105-139*.
- Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (COM). (2004). Πράσινη βίβλος της Επιτροπής: Ισότητα & μη διακριτική μεταχείριση στη διευρυμένη Ευρωπαϊκή Ένωση, 28ης Μαΐου 2004, COM 379. Διαθέσιμο στο http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/el/com/2004/com2004_0379el01.pdf (6/5/012).
- Catalyst Inc. (2009). *Έρευνα.* http://www.imerisia.gr/article.asp?catid=12428&subid=2&pubid=294763
- Υπουργείο Εργασίας. (2000). Έρευνα- μελέτη για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα, EC. BIC of Attica, Υπουργείο Εργασίας.
- ΕΣΥΕ. (2007). *Έρευνα Εργατικού Δυναμικού, Β΄ Τρίμηνο, 2007.*
- ΕΣΥΕ. (2007). *Συνοπτική Στατιστική Επετηρίδα της Ελλάδος, 2006.*
- ΕΣΥΕ, *Έρευνες Εργατικού Δυναμικού (1998-2006).*
- Ευρωβαρόμετρο. (2007). *Συνοπτική παρουσίαση στοιχείων α*πασχόλησης. Διαθέσιμο στο: http://ec.europa.eu/employment_social/news/2007/jan/euro_baro_summary_en.pdf (16/5/012).
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή, (2004). Πράσινη Βίβλος με τίτλο 'Επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη' COM (2003) 27 τελικό, 21.01.2003.
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2004). Περισσότερες και καλύτερες θέσεις απασχόλησης για όλους. Η ευρωπαϊκή στρατηγική για την απασχόληση, Γενική Διεύθυνση Απασχόλησης και Κοινωνικών Υποθέσεων, Λουξεμβούργο: Υπηρεσία Επίσημων Εκδόσεων των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων. Διαθέσιμο στο
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή. (2004). Γενική Διεύθυνση Επιχειρήσεων. Προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Έκθεση BEST, αρ. 2.
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή. (2005). Καταπολεμώντας τις διακρίσεις στην Ευρωπαϊκή Ένωση, Γενική Διεύθυνση Απασχόλησης, Κοινωνικών Υποθέσεων και Ίσων Ευκαιριών, Αναθεωρημένη Έκδοση, Βρυξέλλες.
- Ζάβαλη, Μ. (2007). *Γυναικείοι Αγροτουριστικοί Συνεταιρισμοί. Η Συμβολή τους στην Τοπική και Περιφερειακή Ανάπτυξη και Πολιτικές Εξυγίανσης.* Μεταπτυχιακή εργασία στο Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

- Θεοδωρίδη, Ε. (2007). *Γυναικεία Επιχειρηματικότητα*. Μεταπτυχιακή εργασία στο Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- Ι.Ο.Β.Ε. (2006). *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα κατά το 2005-2006*
- ΙΝΕ – ΓΣΕΕ. (2005). *Η ελληνική οικονομία και η απασχόληση*. Ετήσια Έκθεση 2005, Αθήνα: ΙΝΕ-ΓΣΕΕ.

- Κ.Ε.Θ.Ι. (2002α). *Οδηγός Καλών Πρακτικών για το Συνδυασμό Οικογενειακής και Επαγγελματικής Ζωής*, Μετ. Π. Πετρόγλου & Μ. Δημητριάδη, Αθήνα, Κ.Ε.Θ.Ι.

- Κ.Ε.Θ.Ι. (2002β.) *Οδηγός Καλών Πρακτικών για την Άσκηση των Δικαιωμάτων Ισότητας των Φύλων*, Αθήνα, Κ.Ε.Θ.Ι.

- Κ.Ε.Θ.Ι. (2001). *Προς μια κοινοτική στρατηγική-πλαίσιο για την ισότητα των φύλων (2001-2005)*, ΚΕΘΙ, Αθήνα.
- Κρητικίδης, Γ. (2004). Νέα γυναίκα και απασχόληση, *Ενημέρωση ΙΝΕ-ΓΣΕΕ, 103,* Ιούνιος
- Μαραγκουδάκη, Ε. (1997). Οι γυναίκες διδάσκουν και οι άντρες διοικούν. Στο: Β. Δεληγιάννη και Σ. Ζιώγου (επ) *Φύλο και σχολική πράξη, Θεσσαλονίκη*, Εκδόσεις Βάνιας, 258-292.

- Νίνα – Παζαρζή, Ε. (επιμ.). (2008). *Μελέτες για το Φύλο.* ΚΕΠΠ, Πειραιάς.
- Νίνα – Παζαρζή, Ε., (2005). *Κριτική Επισκόπηση των θεωρητικών εξηγήσεων για τη Γυναικεία Εργασία,* Επιστημονική Επετηρίδα, Τιμητικός Τόμος για τον Καθηγητή Θ. Σκούντζο, Πανεπιστήμιο Πειραιώς, 2005.
- Νίνα-Παζαρζή, Ε., & Γιαννακούρου, Μ., (2003). *Γυναικεία επιχειρηματική δράση στην Ελλάδα*, Επιστημονική Επετηρίδα Πανεπιστημίου Πειραιώς.
- Ντερμανάκης, Ν. (2004). Το *εύρος της γυάλινης οροφής σε επιλεγμένους κλάδους στην Ελλάδα* . Αθήνα, ΚΕΘΙ. Νο.1, 2008.
- Παζαρζή- Νίνα, Ε., & Γιαννακούρου, Μ. (1988). *Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα. Μελέτες προς τιμήν του Καθηγητή Α. Λάζαρη*», Πανεπιστήμιο Πειραιώς

- Παπαδημόπουλος, Θ. (2009). Η επιχειρηματικότητα στην ελληνική εκπαίδευση. Διεθνείς δείκτες, υπάρχουσα κατάσταση, τάσεις, προοπτικές. Διαθέσιμο στο: ww.scribd.com/doc/24349433/13/Doing-Business-2010

- Παπαλεξανδρή, Ν. (1990). *Η Γυναίκα Μάνατζερ στην Ελλάδα* , Κέντρο Οικονομικής Έρευνας.
- Παπαλεξανδρή, Ν. (2008) *Φύλο και Οικονομία. Φυλοπαιδεία, e-λεξικό,* 12:23, 27 Οκτωβρίου 2008. Διαθέσιμο στο: http://www.thefylis.uoa.gr/fylopedia/index.php/%CE%A6%CF%8D%CE%BB%CE%BF_%CE%BA%CE%B1%CE%B9_%CE%BF%CE%B9%C

E%BA%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%AF%CE%B1 (8-3-2012)

- ΠΑΣΕΓΕΣ. (2007). Τάσεις γυναικών Ν. Αιτωλοακαρνανίας απέναντι στην επιχειρηματικότητα. Διαθέσιμο στο http://www.paseges.gr/resource-api/paseges/contentObject/Staseis-Gynaikwn-N.-Aitwloakarnanias-apenanti-sthn-Epiheirhmatikothta/content?contentDispositionType=attachment
- Σαλαμούρης, Δ., & Χάλκος, Γ. (2001). Προσδιοριστικοί παράγοντες επιτυχίας αποτυχίας των γυναικείων μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων. *Επιθεώρηση Εργασιακών Σχέσεων, 57-70.*
- Σιάνου-Κύργιου, Ε. (2006). Επιλογή σπουδών για την Ανώτατη Εκπαίδευση και ανισότητα των φύλων. Στο: *Εισαγωγή θεμάτων για την προώθηση της ισότητας των φύλων στην εκπαιδευτική διαδικασία, Δοκίμια, Ιωάννινα*, 119-126.
- Σκορδίλη, Σ. (2005). Ιδιοκτησία και επιχειρηματικότητα στη μεταποίηση, τις υπηρεσίες και το εμπόριο. Στο: Μ Στρατηγάκη, (επιμ.). *Επιχειρηματικότητα Γυναικών-΄Οψεις Ιδιοκτησίας και Διοίκησης*. Gutenberg, 87-101.
- Σταμάτη, Α. (2008). *Φύλο και εργασιακές σχέσεις.* Ευρωπαϊκή έρευνα, ΙΝΕ – ΓΣΕΕ.
- Στρατηγάκη, Μ. (2003). Πολιτικές για την ισότητα των φύλων στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Συμπτώσεις και αντιφάσεις στην πορεία της Ευρωπαϊκής Ενοποίησης. Στο: Ρ. Παναγιωτοπούλου, Σ. Κονιόρδος και Λ. Μαράτου-Αλιπράντη, (επιμ.). Παγκοσμιοποίηση και Σύγχρονη Κοινωνία, εκδόσεις ΕΚΚΕ.
- Στρατηγάκη, Μ. (2005). Επιχειρείν και ανατρέφειν. Στο: Μ. Στρατηγάκη, (επιμ.). *Επιχειρηματικότητα Γυναικών- ΄Οψεις ιδιοκτησίας και Διοίκησης.* ΚΕΚΜΟΚΟΠ Πάντειο Πανεπιστήμιο, Gutenberg, 17-40.
- Ταμπούρη, Σ., Κατσάρα, Α., & Κακούρης, Α.. (2009). Επιχειρηματική ενθάρρυνση και φύλο: υπάρχουσες τάσεις και παράμετροι για αποτελεσματική συμβουλευτική**.** Εισήγηση σε Συνέδριο της Ελληνικής Εταιρείας Συμβουλευτικής και Προσανατολισμού (ΕΛ.Ε.ΣΥ.Π.) και του Εθνικού Κέντρου Επαγγελματικού Προσανατολισμού (Ε.Κ.Ε.Π.), "Σύγχρονες Προκλήσεις και Συμβουλευτική- Προσανατολισμός", Σάββατο 28 και Κυριακή 29 Νοεμβρίου. Διαθέσιμο στο: career.unipi.gr/.../Επιχειρηματική%20ενθάρρυνση%20και%20φύλο_f...(3-4-012)
- ΥΠΕΠΘ. (2001). Αντιμετώπιση του χάσματος δεξιοτήτων στην πληροφορική και τις τεχνολογίες. Δράσεις για την τριτοβάθμια εκπαίδευση. Επιτροπή στρατηγικής για την πληροφορική στην Εκπαίδευση, Εισήγηση Νο 1, Διαθέσιμο στο: http://www.ebusinessforum.gr/content/downloads/YPEPTH-XasmaDexiothtwn-ProgPlhroforikhs.pdf (10-3-2012)

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

- Billing, Y.D., & Alvesson, M. (1994). *Gender, Managers, and Organizations*. Walter de Gruyter.

- Bird, B., & Brush, C. (2002). A gendered perspective on organizational creation, *Entrepreneurship Theory & Practice*, *20, 3,* 41-65.

- Boc, B., & Derkzen, P. (2008). Barriers to women participation in rural policy making' In: I. Asztalos Morell and B. Bock (eds), *Gender Regimes, Citizen Participation and Rural R*estructuring . Elsevier, 263-282.
- Bock, B. (2004). Fitting in and multi-tasking: Dutch farm women's strategies in rural entrepreneurship. *Sociologia Ruralis, 44, 3*, 245-260.
- Bolle, P. (2007). Εργασία μερικής απασχόλησης: Λύση ή παγίδα; στο: Βιτσιλάκη Χ. & Φώκιαλη, Π. (επιμ.), *Φύλο και απασ*χόληση, Ατραπός, Αθήνα.
- Brush, C. (1999). Review of "Women entrepreneurs: Moving beyond the glass ceiling". *Academy of Management Review, 24, 3*, 586-600.
- Deakins, D., & Freel, M. (2009). *Entrepreneurship and Small Firms*, 5th Edition. McGraw Hill. Entrepreneurship and Small Firms

- DeMartino, R., & Barbato, R.J. (2002). An analysis of the motivational factors of intending Entrepreneurs. *Journal of Small Business Strategy*, *12, 2,* 26-36.

- DeMartino, R., & Barbato, R.J. (2003). Differences between women and men MBA entrepreneurs: exploring family flexibility and wealth creation as career motivators. *Journal of Business* Venturing, *18,* 815–832.

- Deakins, D. & Freel, M. (2009). *Entrepreneurship and Small Firms*, 5th Edition. McGraw Hill. Entrepreneurship and Small Firms.

- Eccles, J.C. (1994). *How the Self Controls its Brain*. Springer, Berlin.

- European network to promote women's entrepreneurship (WES). (2004). *Activities Report 2004.* ttp://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/_getdocument.cfm?doc_id=3825

- European Commission. (2008). *Europe in Figures. Eurostat Yearbook 2008*. Brussels, Eurostat.

- European Commission. (2008). *The life of women and men in Europe*: *A statistical portrait*, Luxembourg, Eurostat Statistical Books.

- European Commission. (2003). European forum on female entrepreneurship. Proceedings http://www.career.tuc.gr/downloads/proceedings-en.pdf.

- European Commission. (2002). Good practices in the promotion of female entrepreneurship, Examples from Europe and other OECD Countries, Austrian Institute for Small Business Research (IfGH), Vienna.

- Fiet, J.O. (2000). The theoretical side of teaching entrepreneurship. *Journal of Business Venturing, 16,* 1-24.

- Foster, P., Gomm, R., & Hammersley, M. (2000). Case studies as spurious evaluations: the example of research on educational inequalitites. *British Journal of Educational Studies*, *48, 3*, 215–230.

- Giannakopoulos, N.A., & Bernasec, A. (1998). Are women more risk averse. *Econ. Inq., 36, 4,* 620-630.

- Hakim, C. (2004). *Key issues in women work: Female diversity and the polarisation of women's employment,* Glasshouse Press, London.
- Hakim, C. (2007) .*Work-lifestyle choices in the 21st century: Preference theory*, Oxford University Press, Oxford"
- Hisrich, R., Peters, M., & Shepherd, D. (2005). *Entrepreneurship.* New York, McGraw-Hill Companies.

- Kanter, R. (1977). *Men and women of the corporation*, New York basic books.
- Kantor, P. (2001). *Promoting Women's Entrepreneurship Development based on Good Practice Programmes: Some Experiences from the North to the South*, SEED Working Paper No. 9, Geneva, ILO.

- Kent, C. A., Sexton, D. L., & Vesper, K. H. (Eds.). (1990). *Encyclopedia of entrepreneurship*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall, Johnson, B. R.

- Kirkwood, J. (2009). Motivational factors in a push-pull theory of entrepreneurship, Gender in *Management: An International Journal*, *24, 5*, 346 – 364.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and developmen*t. New Jersey, Prentice-Hall.

- Kuratko, D.F. (2005). The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends and Challenges*. Entrepreneurship Theory and Prac*tice, 29, 5, 577-598.

- Labrianidis L. Kalogeresis, T., Kourtesis A., & Skordili S. (2004) .Technology, peripherality and rurality. In: L. Labrianidis (ed) *The Future of Europe's Rural Periphery.* London, Ashgate, 114-136.

- Lampousaki, S. (2008). *Study examines employment trends in Greece*. European Industrial Relations Observatory Online. Labour Institute of Greek General Confederation of Labour/Confederation of Public Servants (INE/GSEE-ADEDY).
- Landau, R. (1982). Technology, economics and politics: observations of an entrepreneur. Washington, D.C.: National Academy of Engineering. Leone, R., and S.
- Losscoco, K., Robinso, J., Hall, R., & Allen, J. (1991). Gender and small business: an inquiry into women's relative disadvantage. *Social Fortune, 70,* 65-85.
- Mayoux, L. (2001). *Women's empowerment and poverty reduction: Implications for impact assessment*. London, UK, Enterprise Development Impact Assessment Information Service (EDIAIS), Department for International Development (DFID)
- McGregor, J., & Tweed, D. (2002). Profiling a New Generation of Female Small Business Owners in New Zealand: Networking, Mentoring and Growth. *Gender, Work & Organization*, *9*, 420–438.
- Morrison, A. M., & Von Glinow, M.A. (1990). Women and Minorities in Management, *American Psychologist*, *45, 2,* February, 200-208.
- Observatory of European SMEs. (2003). *SMEs in Europe 2003, 7.*
- Papalexandris, N. (2000). Flexible Working Patterns: Towards Reconciliation of Family and Work. In: Brewster, C., Mayrhofer, W. and Morley, M., (ed), *New Challenges for European Human Resource Management*, Macmillan Press Ltd.
- Petridou E., Sarri, A., & Kyrgidou, L. (2009). Entrepreneurship education in higher educational institutions: the gender dimension. *Gender in Management: An International Journal*, *24, 4,* 286-309.
- Petrin, T. (1997). Entrepreneurship as an economic force in rural development. In: F.A.O. Regional Office for Europe (ed), *Rural Development through Entrepreneurship*, 7-19.
- Reskin, B., & Padavic, I. (1994). *Women and men at work*. Thousand Oaks, CA, Pine Forge Press.
- Roberson-Saunders, P. (*2001*). Minority and female entrepreneurship. *Economic Growth, 13,* 223 – 280 .
- Sexton, D., & Bowman-Upton, N. (1990). Female and male entrepreneurs: Psychological characteristics and their role in gender related discrimination. *Journal of Business Venturing, 5,* 29-36.
- Simpson, R. (1996). Does an MBA help women? Career benefits of the MBA, *Gender, Work and Organization, 3, 2,* 115-21.,
- Stevenson, H.H., Roberts, M.J., Grousbeck, H.I. (1989). *Business ventures and the entrepreneur.* Homewood, IL, Richard D Irwin Publishing
- UNECE (United Nations Economic Commission for Europe. (2004). The Status of Statistics on Women and Men's Entrepreneurship in the

UNECE Region. *Regional Symposium on Mainsreaming Gender into Economic Policies,* 28-30 January 2004, Geneva.

- Walby, S., (2001). *Gender Transformations.* N.Y., Routlege.
- Watson, J. (2003). Failure rates for female-controlled businesses; are they any different? *Journal of Small Business Management*, *41,* 3, 262-277.
- Watson, J., & Robinson, S. (2003). Adjusting for risk in comparing the performances of male- and female-controlled SMEs. *Journal of Business Venturing, 18(6),* 773-788.
- Weiler S. and Bernasek A. (2001). Dodging the glass ceiling? Networks and the new wave of women entrepreneurs. *The Social Science Journal*, 38, 85-113
- Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship Theory and Practice, 31(3),* 387-406.
- Wilson, L., Brown, W., Anderson, M., & Galloway, L. (2003). Entrepreneurial Ambition Amongst Male and Female Entrepreneurship Students in Scotland. In: *ICSB, 48th World Conference Proceedings, 15-18th June 2003*, Northern Ireland, No. 293.

Ιστοσελίδες-ιστότοποι

- Eurochambres Women Network (EWN) http://eurochambres.be/...
- GEM (Global Entrepreneurship Monitor) http://www.gemconsortium.org
- ΘΕΜΙΔΑ: Δίκτυο προώθησης ισότητας μέσα από τη στήριξη της γυναικείας απασχόλησης και επιχειρηματικότητας http://www.entre.gr/themida/
- http://diotima.wizcom.com.gr/ig_common/upload/2statisticissueandromeda
- http://www.paratiritirio-kethi.gr/imagebank/File/B1.pdf
- http://www.thefylis.uoa.gr/fylopedia/index.php/%CE%A6%CF%8D%CE%BB%CE%BF_%CE%BA%CE%B1%CE%B9_%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%AF%CE%B1#cite_note-4
- http://www.thessalia.gr/PEP/uploads/material/Meleti_Gynaikia_Epixeirimatikotita.pdf
- http://www.unipi.gr/katsanevas/arthra/scientific%20articles/76_epixeirimatikotita_gunaikwn.doc.
- http://www.kethi.gr/attachments/130_GYNAIKA_TOPIKH_ANAPTYKSH.pdf
- http://diotima.wizcom.com.gr/ig_common/upload/2statisticissueandromeda.pdf
- http://www.businesswoman.gr