



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΑΤΡΩΝ**
UNIVERSITY OF PATRAS

**ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

(Τμήμα Λογιστικής Χρηματοοικονομικής του πρώην ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας)

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΘΕΜΑ: "Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ
ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΩΣ ΜΟΡΦΗ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ ΓΙΑ
ΤΗΝ ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΑΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ"**

ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ: ΙΩΑΝΝΑ ΚΑΒΑΛΛΑΡΗ

(ΑΜ:17016)

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ: ΜΑΡΙΑ ΑΡΓΥΡΟΠΟΥΛΟΥ

ΠΑΤΡΑ 2022

Πίνακας περιεχομένων

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	6
ABSTRACT	7
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο	10
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	10
1.1 «Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»	10
1.2. ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	11
1.3. ΚΙΝΗΤΡΑ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	11
1.4. Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΩΣ ΜΟΧΛΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	13
1.5. Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο	15
ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ	15
2.1. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ	15
2.2. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ	16
2.3. ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ	17
2.4. ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑ	18
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο	21
Η ΓΥΝΑΙΚΑ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	21
3.1. ΜΙΑ ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ	21
3.2. ΦΕΜΙΝΙΣΤΙΚΟ ΚΙΝΗΜΑ	21
3.3. ΙΣΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΦΥΛΩΝ	23
3.4. ΓΥΝΑΙΚΑ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	24
3.5. ΓΥΝΑΙΚΑ ΚΑΙ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	26
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο	28
ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	28
4.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	28
4.2. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	29
4.3. ΚΙΝΗΤΡΑ	30
4.4. ΦΟΡΕΙΣ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ	31
4.4.1. «Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Γυναικών Ελλάδος (ΣΕΓΕ)»	32
4.4.2. «Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Γυναικών της Μεσογείου (ΑΦΑΕΜΜΕ)»	32
4.4.3. «Portal ενημέρωσης για την γυναίκα επιχειρηματία»	32
4.4.4. «Portal ενημέρωσης για την γυναίκα επιχειρηματία από την Ευρωπαϊκή Ένωση»	33

4.4.5. «European Network to Promote Women ' s Entrepreneurship (WES)»	33
4.4.6. «Γενική Γραμματεία Ισότητας των Φύλων (Γ.Γ.Ι. Φ.)»	33
4.4.7. «Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας και Προώθησης της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας»	34
4.4.8. «Εθνικό Επιμελητηριακό Δίκτυο Ελληνίδων Γυναικών Επιχειρηματιών (Ε.Ε.Δ.Ε.Γ.Ε.)».....	34
4.5. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ	35
4.6. ΕΜΠΟΔΙΑ ΣΤΟ «ΓΥΝΑΙΚΕΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ»	36
4.6.1. Συνοδά Προβλήματα	36
4.6.2. Έλλειψη Ευκαιριών	37
4.6.3. Ο Χαρακτήρας της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα	38
4.7. ΕΡΕΥΝΑ ΣΧΕΤΙΚΗ ΜΕ ΤΟ «ΦΡΕΝΟ» ΣΤΗΝ ΑΝΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	39
Σχεδιάγραμμα 1: Θυσιές και ρίσκα για τις γυναίκες επιχειρηματίες	41
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο	42
Η ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΜΕ ΑΡΙΘΜΟΥΣ	42
5.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	42
5.2. ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΦΥΛΟ	42
Σχεδιάγραμμα 2: Ποσοστά εργατικού δυναμικού και ανεργίας ανά φύλλο.....	42
Πηγή: IOBE, στοιχεία GEM.....	42
5.3. ΜΙΣΘΩΤΕΣ ΚΑΙ ΑΥΤΟΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΕΣ ΓΥΝΑΙΚΕΣ	43
Σχεδιάγραμμα 3: Ποσοστά μισθωτών γυναικών	43
5.4. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΜΕ ΔΙΟΙΚΗΤΗ ΓΥΝΑΙΚΑ	44
Σχεδιάγραμμα 5: Αριθμός και ποσοστό των επιχειρήσεων που διοικούνται από γυναίκες.....	44
Πηγή: IOBE στοιχεία GEM.....	44
5.5. ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΑΝΑ ΚΛΑΔΟ	44
Σχεδιάγραμμα 6: Κατανομή της γυναικείας επιχειρηματικότητας ανά κλάδο δραστηριότητας	45
.....	45
Πηγή: IOBE στοιχεία GEM.....	45
5.6. ΕΜΠΟΔΙΑ ΣΤΗΝ ΑΝΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΩΝ	45
Σχεδιάγραμμα 7: Εμπόδια στην ανέλιξη των γυναικών.....	45
5.7. ΓΥΝΑΙΚΕΣ ΣΕ ΕΔΡΑΙΩΜΕΝΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	46
Σχεδιάγραμμα 8: Ποσοστό γυναικών σε καθιερωμένες επιχειρήσεις	46
5.8. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ	46

Σχεδιάγραμμα 9: Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά φύλο.....	47
5.9. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΝΑΓΚΗΣ.....	47
Σχεδιάγραμμα 10: Γυναικεία επιχειρηματικότητα ανάγκης.....	48
5.10. ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΕΥΚΑΙΡΙΑΣ	48
Σχεδιάγραμμα 11: Γυναικεία επιχειρηματικότητα ευκαιρίας.....	49
5.11. ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ.....	49
Σχεδιάγραμμα 12: Βαθμός καινοτομίας στη γυναικεία επιχειρηματικότητα	49
5.12. ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.....	50
Σχεδιάγραμμα 13: Προοπτικές ανάπτυξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας.....	50
5.13. ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΩΝ «ΓΥΝΑΙΚΕΙΩΝ» ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ	50
Σχεδιάγραμμα 14: Εξαγωγές των προϊόντων της γυναικείας επιχειρηματικότητας	51
5.14. Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	51
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	52
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	54

*''Η ισότητα μπορεί να
είναι δικαίωμα, αλλά καμιά δύναμη στη Γη
δεν θα την κάνει γεγονός''.*

Honoré de Balzac

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η επιχειρηματικότητα αποτελεί δίχως άλλο, έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες για την οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας, συμβάλλει δε στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας στο σύγχρονο ανταγωνιστικό γίγνεσθαι. Στην περαιτέρω ανάπτυξη της οικονομίας, καθοριστικός είναι ο ρόλος της γυναικείας επιχειρηματικότητας, η οποία μπορεί να ευδοκιμήσει υπό κατάλληλες συνθήκες. Καταλυτική θεωρείται, η ύπαρξη διάφορων οργανισμών, που θα μπορούν να ενισχύσουν και να υποστηρίξουν τη γυναίκα σε αυτού του είδους τα εγχειρήματα.

Η συγκεκριμένη εργασία έχει σαν σκοπό να μελετήσει την παρουσία της γυναίκας στην Ελληνική επιχειρηματικότητα, επιπρόσθετα να εντοπίσει τα κίνητρα και τους παράγοντες που επηρεάζουν ή δρουν ανασταλτικά στην ανάληψη της επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Λέξεις κλειδιά

Γυναικεία επιχειρηματικότητα, Πολιτισμός, Κίνητρα, Παράγοντες, Εμπόδια, Προγράμματα ενίσχυσης

ABSTRACT

Entrepreneurship is without a doubt one of the most important factors for the economic development of a country, and it contributes to the creation of new jobs in the modern competitive becoming. The role of women entrepreneurship, which can thrive under appropriate conditions, is crucial in the further development of the economy. The catalyst is considered to be the existence of various organizations that will be able to empower and support women in such endeavors.

The purpose of this work is to study the presence of women in Greek entrepreneurship, in addition to identify the motivations and factors that affect or act as a deterrent to undertaking business.

Keywords

Women Entrepreneurship, Culture, Motivation, Factors, Obstacles, Support Programs

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Έντονο ενδιαφέρον, παρουσιάζεται τις τελευταίες δεκαετίες, για την επιχειρηματικότητα, ιδιαίτερα για το «γυναικείο επιχειρείν», αναγνωρίζοντας την, ως το σημαντικότερο παράγοντα της οικονομικής ανάπτυξης.

Η γυναικεία επιχειρηματικότητα, αν και ακόμα εμφανίζεται με χαμηλότερα ποσοστά, από την αντίστοιχη των ανδρών, θεωρείται πολύ σημαντική για την εθνική οικονομία, αφού μειώνει τον δείκτη των άνεργων γυναικών και δημιουργεί καινούριες ευκαιρίες απασχόλησης.

Πολλά είναι τα οφέλη, που απολαμβάνουν οι γυναίκες από τις προσωπικές επιχειρήσεις τους, με πρώτο και κυριότερο ότι επιλύουν το πρόβλημα της ανεργίας τους. επιπλέον προσφέρουν ανεξαρτησία και ευελιξία, εφόσον μπορούν να κανονίσουν το ωράριό τους όπως αυτές νομίζουν, χωρίς ταυτόχρονα να «δίνουν λογαριασμό» σε κανέναν, όσον αφορά την ποιότητα της εργασίας τους. Συγχρόνως, δημιουργούν, ευχαριστούν το αίσθημα της αυτοεκπλήρωσής τους, ενώ τους δίνεται η ευκαιρία να γνωρίσουν και να επικοινωνήσουν με πολλούς και διαφορετικούς ανθρώπους, καλυτερεύοντας έτσι την ποιότητα ζωής τους.

Παρακάτω, αναλύεται η «γυναικεία επιχειρηματικότητα», σχετικά με τον τρόπο που συμβάλλει βιώσιμη ανάπτυξη της χώρας μας. Για το σκοπό αυτό η συγκεκριμένη εργασία χωρίστηκε σε πέντε ενότητες – κεφάλαια.

Στο 1^ο κεφάλαιο, παρουσιάζεται η έννοια της επιχειρηματικότητας και των διάφορων μορφών της. Συγχρόνως αναφέρονται και αναλύονται τα κίνητρα και οι παράγοντες, που συμβάλουν στη συγκεκριμένη διαδικασία. Αργότερα αναφέρεται, η σημασία της επιχειρηματικότητας στην ανάπτυξη, όπως επίσης και η εν λόγω δραστηριότητας στη χώρα μας.

Στο 2^ο κεφάλαιο, γίνεται προσπάθεια αποκωδικοποίησης της έννοιας του πολιτισμού και της σχέσης του με την οικονομική ανάπτυξη της χώρας μας.

Στο 3^ο κεφάλαιο, συναντάμε τη γυναίκα στην εργασιακή αγορά, μέσα από μία αναδρομή, που φτάνει μέχρι και το φεμινιστικό κίνημα, το οποίο αποτέλεσε το έναυσμα ανάπτυξης της γυναικείας υπόστασης.

Στο 4^ο κεφάλαιο, παρουσιάζεται η γυναικεία επιχειρηματικότητα, τα συστατικά στοιχεία της τα κίνητρα και οι παράγοντες, που ωθούν τις γυναίκες στο να αποκτήσουν τις δικές τους επιχειρήσεις, όπως επίσης και τα εμπόδια, που μπορούν να αντιμετωπίσουν σε αυτό τους το εγχείρημα, ενώ στο 5^ο και τελευταίο κεφάλαιο υπάρχει μια ανακεφαλαίωση όλων όσων παρουσιάστηκαν προηγούμενα, από την πλευρά όμως της στατιστικής.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

1.1 «Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»

Η έννοια της «επιχειρηματικότητας», είναι πολυσύνθετη με αρκετές εκφάνσεις, που ο καθένας καταλαβαίνει από τη δική του σκοπιά, ανάλογα με το σκοπό που την χρησιμοποιεί και τα προσδοκώμενα αποτελέσματα. Καλύτερα να μιλάμε για φάσμα εννοιών, αφού σύμφωνα με τον Γεωργιάδη "...αφορά ένα σύμπλεγμα νομικών, διοικητικών και οικονομικών, κοινωνικών ψυχολογικών και άλλων όρων και διαδικασιών, που κεντρίζει το ενδιαφέρον επαγγελματιών και επιστημόνων, διαφόρων ακαδημαϊκών κλάδων" (Γεωργιάδης, 2008, σ. 6).

Με ενδελεχή ανασκόπηση της βιβλιογραφίας, προκύπτει ότι διεθνώς αναγνωρισμένος ορισμός για την έννοια αυτή δεν υπάρχει. Στην Πράσινη Βίβλο της επιτροπής των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, προσεγγίζεται ως "νοοτροπία και τρόπος δημιουργίας και ανάπτυξης οικονομικής δραστηριότητας μέσω του συνδυασμού της ανάληψης του κινδύνου, της δημιουργικότητας και/ή της καινοτομίας με τη χρηστή διαχείριση στο πλαίσιο ενός νέου ή υφιστάμενου οργανισμού" (Πράσινη Βίβλος, 2003,σ.3). Οπωσδήποτε συνδέεται με την καινοτομία, αφού ενδιαφέρει η εύρεση εκείνης της ιδέας που θα φέρει θετικό οικονομικό αποτέλεσμα.

Θα μπορούσαμε να πούμε ότι η «επιχειρηματικότητα» είναι η διαδικασία με την οποία μετατρέπεται η πρωτοβουλία κάποιων σε συγκεκριμένο αποτέλεσμα, που θα φέρει βεβαίως, το μέγιστο δυνατό κέρδος και περιλαμβάνει την καινοτομία, την ανάπτυξη της πρωτοβουλίας και την επιτυχή διαχείριση (Κριεμάδης, 2011). Χρειάζεται λοιπόν ένας ή περισσότεροι άνθρωποι ή και οργανισμοί με το συγκεκριμένο «επιχειρηματικό» πνεύμα που θα αξιοποιήσουν την ευκαιρία, οι οποίοι ονομάζονται «επιχειρηματίες».

Με όποιον όμως ορισμό και να συνταχθούμε ή να διαφωνήσουμε, το σίγουρο είναι ότι, η «επιχειρηματικότητα» είναι βασικός συντελεστής παραγωγικότητας και συνδέεται άρρηκτα με την οικονομία μιας χώρας.

1.2. ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Ο κάθε επιχειρηματίας, βάζει κάποιους στόχους, έχει κάποια κίνητρα και πολλές επιδιώξεις. Έτσι υπάρχει η

➤ Επιχειρηματικότητα ανάγκης, όπου κάποιος ωθείται στην επιχειρηματική δράση, λόγω ανεργίας ή φόβου για πιθανή απόλυση και κύριο σκοπό τη διατήρηση του εισοδήματός του.

➤ «Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας», στην οποία εμπλέκονται όλοι όσοι θέλουν απλά να αξιοποιήσουν μια ευκαιρία, και να αυξήσουν το εισόδημά τους.

➤ «Νεανική επιχειρηματικότητα», στην οποία μέσα από προγράμματα ενίσχυσης δίνονται ευκαιρίες στους νέους.

➤ «Πράσινη επιχειρηματικότητα», που εστιάζει σε βασικές ανάγκες των σύγχρονων κοινωνιών, που έχουν σαν βασική αρχή, την διατήρηση αλλά και αξιοποίηση του φυσικού περιβάλλοντος, με φιλικές δράσεις και πρακτικές προς αυτό, αλλά και την ποιότητα της ζωής.

➤ «Επιχειρηματικότητα υψηλών δυνατοτήτων», η οποία αφορά δραστηριότητες, που ταξιδεύουν έξω από τα σύνορα της χώρας με τα προϊόντα να ανταγωνίζονται σε διεθνείς αγορές. Πρόκειται για το είδος εκείνο της δράσης, που προωθεί πολύ την ανάπτυξη μια χώρας (Ιωαννίδης, 2013).

1.3. ΚΙΝΗΤΡΑ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Ο κάθε άνθρωπος βάζει κάποιους στόχους, οι οποίοι καθορίζουν την πορεία του, ιδιαίτερα στο χώρο της εργασίας. Άλλοι αρέσκονται και ικανοποιούνται έχοντας μία οποιαδήποτε δουλειά, που θα τους επιτρέψει να βγάλουν την καθημερινότητά τους και άλλοι βάζουν προοπτικές, ώστε να δραστηριοποιηθούν στον επιχειρηματικό κόσμο, με μούσουλα το πλάνο που έχουν φτιάξει για την προσωπική και κοινωνική πορεία τους.

Τα κίνητρα, που μπορούν να ωθήσουν κάποιον να αναλάβει επιχειρηματική δραστηριότητα, μπορεί να ναι προσωπικά, όπως η ανεξαρτησία ή το κέρδος η προσωπική και επαγγελματική ανάπτυξη αλλά και μία μη ικανοποιητική εργασία. Η

ανεξαρτησία έχει να κάνει με την ελευθερία στον εργασιακό χώρο το γεγονός δηλαδή ότι φτιάχνεις τη δουλειά σου όπως θέλεις εσύ χωρίς να έχεις κάποιον να σου λέει τι θα κάνεις. Αυτό σημαίνει ότι πρέπει να αναλάβεις το ρίσκο το άγχος και η αβεβαιότητα γίνονται τρόπος ζωής για αυτό θα πρέπει ο καθένας να φροντίσει να αναπτύξει την προσωπικότητά του πάνω σε αυτά τα στοιχεία για να μπορέσει να φτιάξει μία βιώσιμη επιχείρηση και έτσι να αναπτυχθεί και επαγγελματικά. Μία μη ικανοποιητική εργασία στην οποία μπορεί να είχαν χαμηλό εισόδημα ή να μην υπήρχαν προοπτικές εξέλιξης μπορούν να αποτελέσουν ώθηση για επιχειρηματική δραστηριότητα. Η αύξηση του εισοδήματος, να είναι ίσως το σημαντικότερο κίνητρο για την ανάπτυξη πρωτοβουλίας.

Όλα τα παραπάνω, αναφέρονται και σαν εσωτερικοί παράγοντες, που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα. Πολύ σημαντική είναι και οι εξωγενείς παράγοντες, που αφορούν το οικογενειακό αλλά και το ευρύτερο κοινωνικό περιβάλλον του ατόμου.

Όσον αφορά το οικογενειακό περιβάλλον, μπορεί να παίζει πολύ σημαντικό ρόλο, ανάλογα με τη στάση απέναντι στην επιχειρηματικότητα. Οι επιχειρηματίες γονείς, μπορούν να γίνουν παράδειγμα προς μίμηση ή αποφυγής για τα παιδιά τους. Αν είναι επιτυχημένοι στο χώρο τους, τότε μπορούν να βοηθήσουν και να ενισχύσουν το παιδί, να ακολουθήσει επιχειρηματική δραστηριότητα. Από την άλλη, αυτοί οι γονείς, δουλεύουν πολλές ώρες και λείπουν από το σπίτι ακόμα περισσότερες, βάζοντας σε δεύτερη μοίρα την οικογένειά τους. Έτσι τα παιδιά, στοχεύοντας σε μία καλύτερη ποιότητα ζωής, στρέφονται σε άλλες καριέρες (Meyer, Allen, 2004).

Πολύ σημαντικός παράγοντας επίσης, είναι το κοινωνικό περιβάλλον στο οποίο ζει και αναπτύσσεται το άτομο. Οι ανάγκες του είναι αυτές ,που πολλές φορές ωθούν τους νέους, στο «επιχειρείν» για κάποιο προϊόν ή και υπηρεσία. Βέβαια θα πρέπει να υπάρχει αξιοκρατία. εννοώντας ότι ο καθένας από το κοινωνικό σύνολο. μπορεί να γίνει επιχειρηματίας. ανεξάρτητα από τις γνωριμίες του ή το οικονομικό του επίπεδο. Σε ένα τέτοιο περιβάλλον. όπου θα δίνονται κίνητρα για επιχειρήσεις. που θα ναι δεκτικό στην νεανική επιχειρηματικότητα. και θα επιβραβεύει την καινοτομία των παλιών και νέων επιχειρήσεων, μπορεί να υπάρξει ανάπτυξη και πρόοδος της επιχειρηματικής δραστηριότητας (Κριεμάδης, 2011).

1.4. Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΩΣ ΜΟΧΛΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Η οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας, αλλά και η κοινωνική της ευημερία είναι άμεσα συνυφασμένες με την επιχειρηματικότητα. Σύμφωνα με τον Ιωαννίδη, προϋπόθεση της εθνικής οικονομικής ανάπτυξης, είναι η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας για την ευημερία και του επιχειρηματία, αλλά και των άλλων, αφού αντανακλά στην καλύτερευση της ποιότητας της ζωής τους (Ιωαννίδης, 2000). Και αυτό γιατί, σύμφωνα με τον Κριεμάδη έχουμε:

- Τη δημιουργία καινούργιων θέσεων εργασίας, που αυτό σημαίνει καινούργιο εισόδημα για τον καθένα, νέες πηγές πλούτου, αλλά και την εύρεση νέων τρόπων ικανοποίησης των αναγκών.
- Τη βελτίωση των προϊόντων και υπηρεσιών, που ήδη υπάρχουν, αλλά και την ανάπτυξη καινούργιων, με στόχο την καλύτερη προσέγγιση στις ανάγκες των πελατών.
- Τη δημιουργία νέων αγορών, αφού δημιουργούνται καινούργια προϊόντα και υπηρεσίες
- Την ανάπτυξη των παραγωγικών μεθόδων
- Μειώνεται η τιμή των προϊόντων και υπηρεσιών και τέλος,
- Βελτιώνεται η ποιότητα τους (Κριεμάδης, 2011).

Δεν φτάνει βέβαια, η ύπαρξη μόνο, πολλών επιχειρήσεων για την οικονομική πρόοδο, αλλά και οι ποιοτικές δράσεις τους καθώς επίσης, οι προσφερόμενες ευκαιρίες. Οι δράσεις αυτές δύναται:

- Να δίνουν νέες θέσεις εργασίας
- Να πραγματεύονται νέες τεχνολογίες
- Να προσανατολίζονται σε περιοχές, εκτός των εθνικών συνόρων
- Να δημιουργούν νέες αγορές, με νέα προϊόντα και καινοτομίες και,
- Να αφορούν σε όλους τους τομείς της επιχειρηματικής δράσης.

1.5. Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Όπως είπαμε παραπάνω, η επιχειρηματικότητα συμβάλλει πάρα πολύ, στην οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας. Προκειμένου όμως, να υπάρξει ποιοτική βελτίωση

των επιχειρηματικών δράσεων, είναι απαραίτητη η αξιοπιστία και η σταθερότητα στην εθνική οικονομική πολιτική.

Τον τελευταίο καιρό, στην Ελλάδα, έχουν γίνει σημαντικά βήματα προς αυτή την κατεύθυνση. Παρόλα αυτά, υπάρχουν και πολλά προβλήματα, που αποτελούν τροχοπέδη της επιχειρηματικής ανάπτυξης. Πράγματι:

- Οι ευκαιρίες είναι πολύ λίγες
- Οι περισσότερες επιχειρήσεις παλιές και νέες αφορούν σε προϊόντα προς κατανάλωση
- Η χρηματοδότησή τους εξαρτάται κατά κύριο λόγο από την οικογένεια
- Ο φόβος της αποτυχίας είναι έντονος και για αυτό οι καινοτόμες ιδέες ελάχιστες
- Οι συγκεκριμένες δραστηριότητες δεν υποστηρίζονται από το εκπαιδευτικό σύστημα αφού επίπεδο μόρφωσης και επιχειρήματα δεν σχετίζονται.

Τέλος πρέπει να αναφερθούμε εδώ, στον τρόπο που οι Έλληνες αντιμετωπίζουν την επιχειρηματικότητα. Από τη μία, είναι μία κοινωνικά αποδεκτή επαγγελματική επιλογή, που την υποστηρίζουν έχοντας εμπιστοσύνη στις ικανότητές τους, από την άλλη όμως, παραγνωρίζουν σημαντικές ευκαιρίες και φοβούνται την αποτυχία. Τέλος και εκτός των άλλων, υπάρχουν και πολλά εμπόδια γραφειοκρατίας, τα οποία τελικά, επηρεάζουν αρνητικά την έναρξη επιχειρηματικής προσπάθειας (Κορρές, 2015).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ

2.1. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ

Ο Πολιτισμός ,είναι μία πολυδιάστατη έννοια, που δεν αντιμετωπίζεται μόνο σαν κοινωνικό αγαθό, ούτε σαν μία τυπική δραστηριότητα που απασχολεί μόνο τους φίλους της τέχνης. Σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ και την Παγκόσμια Τράπεζα, αποτελεί τον 4ο τομέα της βιώσιμης ανάπτυξης. Δεν είναι κάτι το οποίο έγινε στο παρελθόν, οπότε έχουμε στις μέρες μας να θυμόμαστε, έχει διαχρονική εξέλιξη στο κοινωνικό συγκείμενο και είναι στενά συνδεδεμένος με έννοιες, όπως η οικονομία και η ανάπτυξη, σε όλο τον κόσμο. Σύμφωνα με τον Πασχαλίδη 'τον 19ο αιώνα, ο πολιτισμός θεωρούνταν ως ένα σύνολο στοιχείων της καθημερινότητας ενός λαού, όπως η γλώσσα, η θρησκεία, τα έθιμα και οι παραδόσεις που αποτελούν τη ξεχωριστή ταυτότητα του' (Πασχαλίδης, Χαμπούρη – Ιωαννίδου 2002, σ.24).

Με το πέρασμα των χρόνων, η έννοια του πολιτισμού, χρησιμοποιήθηκε για να δώσει σημασία σε διάφορα φαινόμενα που εμφανιζόταν σε κοινωνικό και πολιτικό πλαίσιο, ώστε να συνάδει με τις διαφορετικές αντιλήψεις της κάθε εποχής. Από διαφορετική προσέγγιση ,πολλοί επιστημονικοί κλάδοι όπως η ιστορία, η κοινωνιολογία και βέβαια η οικονομία ασχολούνται με τον πολιτισμό και προσπαθούν να τον αναλύσουν, με το γενικό κλίμα να συμφωνεί, ότι είναι το σύνολο από όλες τις πνευματικές και υλικές αξίες, που δημιουργήθηκαν από τις ανθρώπινες δραστηριότητες και αποτελεί τη συλλογική μνήμη ενός λαού. Στο Μεξικό, το 1982, στην διάσκεψη πολιτισμικής πολιτικής και όπως αναφέρεται στον Πασχαλίδη, 'Ο Πολιτισμός, αποτελείται από ένα ολόκληρο σύμπλεγμα πνευματικών, υλικών, διανοητικών και συναισθηματικών στοιχείων που χαρακτηρίζουν μια κοινωνία η κοινωνική ομάδα. Δεν περιλαμβάνει μόνο τις τέχνες και τα γράμματα, άλλα και τους τρόπους ζωής, τα θεμελιώδη δικαιώματα του ανθρώπου, τα συστήματα αξιών, τις παραδόσεις και τις πεποιθήσεις' (Πασχαλίδης, Χαμπούρη – Ιωαννίδου 2002, σ.229).

Στην εποχή μας και σύμφωνα με την Αθανασοπούλου, ο πολιτισμός αποτελεί πολιτική, που εκτείνεται σε πολλούς τομείς, όπως η αρχιτεκτονική ή η εκπαίδευση και η επικοινωνία, το περιβάλλον και ο τουρισμός κ.α.

Γίνεται κατανοητό λοιπόν, ότι μιλάμε για μία πολυσύνθετη έννοια, η οποία βοηθάει τους λαούς και κάθε έναν από μας ξεχωριστά, γνωρίζοντας το παρελθόν μας και αναλύοντας το, να αντιληφθούμε καλύτερα το παρόν, να αποκτήσουμε τα κατάλληλα εφόδια ώστε να προσανατολιστούμε προς το μέλλον.

2.2. ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ

Ο όρος «πολιτιστικός τομέας», ακούστηκε την δεκαετία του '70, όταν πολλές χώρες άρχισαν να κατανοούν το πόσο πολύ μπορεί να συντελέσει ο πολιτισμός στην οικονομική ανάπτυξη. Έτσι, επιβλήθηκε η διοίκηση και οργάνωση της συγκεκριμένης «περιοχής», μέσω ιδιαίτερων και εξειδικευμένων πολιτικών, που πολύ γρήγορα πήραν τη μορφή της «πολιτιστικής πολιτικής».

Στην πρώτη έκδοση της UNESCO το 1969, αναφέρεται πως η πολιτιστική πολιτική είναι 'το σύνολο κοινωνικών πρακτικών, συνειδητών και διακριβωμένων, παρεμβάσεων ή μη, που έχουν στόχο την ικανοποίηση κάποιων πολιτιστικών αναγκών με την υπέρτατη δυνατή χρήση όλων των υλικών και ανθρωπίνων πόρων, που μια δεδομένη κοινωνία διαθέτει, σε μια ορισμένη στιγμή. Και ακόμα η πολιτική αυτή πρέπει να καθορίζει κάποια κριτήρια της πολιτιστικής ανάπτυξης και να συνδέει τον πολιτισμό με τη διαμόρφωση της προσωπικότητας και την κοινωνικο-οικονομική ανάπτυξη' (Κόνσολα, 2006, σ.31).

Εν κατακλείδι, είναι το μέσο, με το οποίο μπορούν να αξιοποιηθούν, όλοι οι «πολιτιστικοί πόροι», σε τοπικό επίπεδο αλλά και σε εθνικό. Όλα αυτά τα «πολιτιστικά αγαθά», δηλαδή τα μουσεία, οι βιβλιοθήκες, τα θέατρα, τα πνευματικά και πολιτιστικά κέντρα, η «παραδοσιακή πολιτιστική κληρονομιά» και το φυσικό περιβάλλον, όπως επίσης η δημιουργικότητά του ανθρώπινου δυναμικού μπορούν να προωθήσουν την ενίσχυση της πολιτιστικής ταυτότητας και αποτελούν τη «βιομηχανία» του πολιτιστικού τομέα.

Οι στόχοι της «πολιτιστικής πολιτικής», πρέπει να αντανακλούν στην προστασία της πολιτιστικής ταυτότητας και της πολιτιστικής κληρονομιάς, αλλά και στην δημιουργία των «πολιτιστικών αγαθών». Ο πολιτισμός, αποτελεί τρόπο ζωής και έτσι πρέπει να αντιμετωπίζεται. Για το λόγο αυτό, θα πρέπει να αποτελεί βασική στρατηγική της οικονομίας και αναπόσπαστο κομμάτι της εκπαίδευσης και επαγγελματικής κατάρτισης, της έρευνας και της ανάπτυξης (Γκαντζιάς, 2008).

2.3. ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Ο τομέας του πολιτισμού, έχει ισχυρή συμμετοχή στην οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας και αναφέρεται ως ο τέταρτος πυλώνας της βιώσιμης ανάπτυξης.

Απασχολεί πάνω από 8 εκατομμύρια ανθρώπους, με το 1/8 να είναι αυτοαπασχολούμενοι και ελεύθεροι επαγγελματίες, συνεισφέροντας στο 3% του ΑΕΠ της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ενδεικτικό στοιχείο αποτελεί η αύξηση κατά 6,5% στις εξαγωγές πολιτιστικών προϊόντων, τα τελευταία χρόνια. Πρέπει να τονίσουμε, ότι στη διάρκεια της κρίσης χρέους και της ύφεσης που ακολούθησε, ο τομέας του πολιτισμού έδειξε να αντέχει τις αντιξοότητες, γεγονός που δημιουργεί προοπτικές για περαιτέρω ανάπτυξη, αλλά και ενίσχυση της απασχόλησης.

Στην Ευρώπη του σήμερα, η πολιτιστική οικονομία έχει στρατηγική θέση, αφού συμβάλει στην ανάπτυξη και ενισχύει την ανταγωνιστικότητα. Έχει παρατηρηθεί ότι “διαδραματίζει πλέον κεντρικό ρόλο για την αναπτυξιακή προοπτική, την ανταγωνιστικότητα και το μέλλον της ΕΕ και των πολιτών της. Είναι φορέας συγκριτικού πλεονεκτήματος που δεν μπορεί να αντιγραφεί, είναι παράγοντας τοπικής ανάπτυξης και πρωτοπόρος βιομηχανικών αλλαγών. Ενισχύει την κοινωνική συνοχή και την κοινωνική ανάπτυξη και επιτρέπει σε άτομα και κοινότητες να συμμετάσχουν πλήρως στα κοινωνικά, πολιτιστικά και οικονομικά δρώμενα” (www.liberal.gr).

Όσον αφορά τη χώρα μας και σύμφωνα με την Τράπεζα της Ελλάδος, ο πολιτιστικός τομέας, διαδραματίζει πολύ σπουδαίο ρόλο στην ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας. Υπάρχουν κάποια χαρακτηριστικά στοιχεία δόμησης της ελληνικής κοινωνίας και οικονομίας, που δίνουν σοβαρό «αβαντάζ» στις εταιρίες που έχουν σαν κύρια δράση τους τον πολιτισμικό τομέα. Αυτά, μεταξύ άλλων, είναι:

- το μέγεθος των επιχειρήσεων, που μπορεί να είναι μικρομεσαίο
- η υψηλή ένταση στην εργασία,
- το προσωπικό στοιχείο που δίνει ταυτότητα στην δημιουργία,
- η δεξιότητα της επεξεργασίας νέων χρήσιμων υλικών που αποτελεί την δημιουργική φαντασία
- η ελευθερία στη σκέψη και στην κριτική ικανότητα,
- το πόσο εύκολα μπορεί να προσαρμόζεται σε ένα μη στάσιμο περιβάλλον,
- η ποιότητα έκφρασης και αισθητικής,

- η δυνατότητα καινοτομίας και η επένδυση σε αυτή,
- το πλεονέκτημα της γεωγραφικής θέσης που κατέχει η χώρα,
- η γλώσσα, η οποία είναι μοναδική, και τέλος
- η τεχνογνωσία

Πρέπει όλοι να καταλάβουμε ότι, ο Πολιτισμός είναι «εργαλείο» οικονομικής ανάπτυξης, και πρέπει η εκμετάλλευσή του να συνεισφέρει τα μέγιστα στην τοπική αλλά και εθνική οικονομία. Γι' αυτό το λόγο η χώρα μας δύναται να προστατεύει την πολιτιστική της κληρονομιά και το ιστορικό παρελθόν της αλλά και να ενισχύει τη δημιουργία νέων μορφών πολιτισμού.

Οι εκάστοτε κυβερνήσεις πρέπει να σταματήσουν να αντιμετωπίζουν όλο αυτό τον «πλούτο» ερασιτεχνικά, αφού μπορεί να εξελιχτεί σε κύριο «πυλώνα» οικονομικής ανάπτυξης. Στο σημείο που βρισκόμαστε σε χώρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, καλό είναι να εξελίσσουμε όλα τα πλεονεκτήματα και τις δυνατότητές μας. Είναι ανάγκη να αναθεωρηθεί η εθνική στρατηγική της ανάπτυξης, για να μπορέσει να καταστεί βιώσιμη και να μας απαλλάξει από παθογένειες και προβλήματα που υπάρχουν ακόμα από τη σύσταση του Ελληνικού Κράτους.

2.4. ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΗ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑ

Ένας από τους κλάδους της ανθρώπινης δραστηριότητας στην Ελλάδα, είναι η παραδοσιακή κληρονομιά, η οποία προστατεύεται από την UNESCO και παίρνει στοιχεία από την λαϊκή παράδοση. Αρκετές είναι οι υφιστάμενες επιχειρηματικές μονάδες που την έχουν ως κύριο αντικείμενο, αναπτύσσεται στη σημερινή αγορά, έχοντας μελλοντικό στόχο τις περαιτέρω τοπικές και διεθνείς αγορές ώστε να συνεχίσει η βιωσιμότητά της. Αφού ανήκει στο «παραγωγικό σύστημα», πρέπει και υπακούει σε ρυθμίσεις, αλλά διεκδικεί και απαιτεί τη στήριξη του κράτους.

Ζούμε μία από τις κρισιμότερες ιστορικές συγκυρίες όλων των εποχών. Η στροφή στην πολιτιστική μας κληρονομιά και στις αξίες της, φαντάζει αναγκαία όσο ποτέ. Η δημιουργία παραδοσιακών τοπικών προϊόντων, όπως Προϊόντα Ονομασίας Προέλευσης και Γεωγραφικής Ένδειξης, Ιδιότυπα Παραδοσιακά Προϊόντα κ.ά., επίσης οι παραδοσιακές η Χειροτεχνία, ή η Υφαντουργία, ίσως δίνει την απάντηση στην παγκοσμιοποίηση, εφόσον αξιολογεί με θετικό πρόσημο την παράδοση στην οποία συνυπάρχουν οι πολιτισμικές ιδιαιτερότητες και το φυσικό περιβάλλον.

Για όλα τα παραπάνω, θεωρείται απαραίτητη η αξιολόγηση εκ νέου, του πολιτισμικού μας κεφαλαίου, προκειμένου να σχεδιαστεί η τοπική αλλά και εθνική οικονομία, με νόμους της σύγχρονης πολιτιστικής πολιτικής. Αυτό θα γίνει με αξιοποίηση όλων των διεθνών συμβάσεων, όπως είναι η Άυλη πολιτιστική κληρονομιά της UNESCO και η καινοτομία αλλά και παίρνοντας παραδείγματα από επιτυχημένες πρακτικές άλλων χωρών. Από την άλλη, ο αγροτικός τομέας δύναται να αναπτυχθεί περαιτέρω, με την αξιοποίηση των εδαφικών φυσικών πόρων, αν συνδυαστεί με το ανθρώπινο κεφάλαιο και τον πολιτισμό, που έχει διαδοθεί από τη λαογραφία. Τα σύγχρονα αγροτοδιατροφικά συστήματα, πρέπει να δημιουργήσουν προϊόντα, τα οποία θα μπορούν να ανταγωνίζονται στις αγορές και να διεκδικούν την ανάπτυξη, έχοντας σαν όπλο την ταυτότητα και την διαφορετικότητά τους, απέναντι στις αγροτικές βιομηχανίες, αλλά και τα δίκτυα διανομής. Έτσι μπορεί να αναδειχθεί η ελληνική διατροφή στην κορυφή της μεσογειακής διατροφής στη λίστα της παγκόσμιας άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς.

Στην τελική έκθεση της επιτροπής των οικονομολόγων το 2020, γίνεται εκτενής αναφορά στον αγροδιατροφικό τομέα. Από την άλλη, μεγάλο μέρος της έκθεσης αποτελεί η χειροτεχνία, τονίζοντας ότι "...έχει βαθιές ρίζες στην παράδοση και σημασία για την οικονομία, καθώς συνδέεται στενά με τα τοπικά γεωγραφικά χαρακτηριστικά κυρίως μέσω πολύ μικρών επιχειρήσεων. Η ανάπτυξη και διεθνής παρουσία του κλάδου είναι σημαντικά χαμηλότερη της δυνητικής, καθώς υπάρχουν προβλήματα στη χρηματοδότηση, την καινοτομία, ιδίως όταν χρησιμοποιούνται νέες τεχνολογίες, την εκπαίδευση και την ενημέρωση. Πέρα από αυτές τις πτυχές, όμως, σημαντική είναι και η συστηματικότερη υποστήριξη του κλάδου από τοπικά σχέδια στο πλαίσιο της ευρύτερης πολιτιστικής, τουριστικής και εκπαιδευτικής αναβάθμισης" (Επιτροπή Οικονομολόγων, Σχέδιο Ανάπτυξης για την ελληνική οικονομία, 2020, σ.230).

Σε παγκόσμιο επίπεδο, για την οικονομική ανάπτυξη το 21ο αιώνα, υιοθετείται η συνύπαρξη των παραδοσιακών κλάδων και τεχνικών, με τις νέες τεχνολογίες, έτσι ώστε να δημιουργηθεί ένα οικονομικό μοντέλο, το οποίο θα συνδέει το παρελθόν και το παρόν. Οι αρχές της κυκλικής οικονομίας, σε όλους τους τομείς ανάπτυξης και τις βιομηχανίες, προτείνεται από την Ευρωπαϊκή Ένωση με στόχο να αποδώσει οικονομικό όφελος έως το 2030 και όχι μόνο, αφού θα δημιουργηθούν πολλές χιλιάδες νέες θέσεις εργασίας, ενώ θα υπάρχει μείωση εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου. Και

βεβαίως, η Ελλάδα, προς όφελος της βιώσιμης ανάπτυξης, θα πρέπει να ακολουθήσει την Ευρωπαϊκή στρατηγική. Επιπροσθέτως, η καινοτομία μπορεί να αποδειχθεί στρατηγικής σημασίας και για τον πολιτισμό, ή τις παραδοσιακές ασχολίες, αφού δεν εισάγουν καινούργια τεχνολογία, αλλά όμως, η καινοτομική τους δράση, στηρίζεται στην αξιοποίηση της προηγούμενης γνώσης, προς την κατεύθυνση εκείνη που γίνονται ανταγωνιστικές (www.ot.gr).

Στη διάρκεια της οικονομικής κρίσης, φάνηκε η παθογένεια στις στρατηγικές ανάπτυξης των παραγωγικών πεδίων, όπως η γεωργία, η κτηνοτροφία, οι δημιουργικές βιοτεχνίες, αλλά κυρίως όμως έγινε γνωστή η απροθυμία, που υπάρχει για αλλαγές, οι οποίες θα μείωναν τις επιπτώσεις κατά πολύ. Τέλος, πρέπει να τονίσουμε ότι τώρα, είναι περισσότερο αναγκαία από ποτέ, η στροφή σε παραδοσιακά συστήματα τοπικής οικονομίας, τα οποία χρησιμοποιώντας σύγχρονα εργαλεία, μπορούν να δώσουν διέξοδο στα πολλά προβλήματα, που έχουν δημιουργηθεί και να εξασφαλίσουν το εισόδημα των παραγωγών και των τεχνιτών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

Η ΓΥΝΑΙΚΑ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

3.1. ΜΙΑ ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Η ενίσχυση από ξένα κεφάλαια, μετά τη λήξη και του εμφυλίου στην Ελλάδα, δεν ήταν αρκετή, για να κλείσουν οι πληγές στο επιχειρηματικό και εμπορικό γίνεσθαι, αλλά και στον φυσικό πλούτο της χώρας. Τα χρήματα αυτά διοχετεύτηκαν στη ναυτιλία, τον τουρισμό, στην παροχή υπηρεσιών, ενώ λίγα από αυτά στην βιομηχανία.

Μέχρι εκείνη την εποχή δεν υπήρχαν γυναίκες στην αγορά εργασίας. Οι γυναίκες διοχετεύτηκαν στον αγροτικό τομέα, όπου δούλευαν στα κτήματα της οικογένειάς τους, σαν διαθέσιμα «εργατικά χέρια». Αύξηση του γυναικείου ενεργού πληθυσμού, παρατηρείται στις πόλεις της δεκαετίας του '60, που αποτέλεσε σταθμό για την ακόλουθη πορεία της Ελληνίδας, σε εργασιακές θέσεις, στο Δημόσιο και ιδιωτικό τομέα, αλλά κυρίως τον υπηρεσιακό κλάδο. Σχεδόν παράλληλα, ξεκινάει και η γυναικεία αυτοαπασχόληση, αφού στις αρχές της δεκαετίας του 70, καταγράφηκαν στο 15% του συνόλου των οικονομικά ενεργών γυναικών, που ήταν μοιρασμένο μεταξύ της βιοτεχνίας και του κλάδου των υπηρεσιών (Ιακωβίδου, 2007).

Στην μεταπολίτευση, στόχος ήταν, η ένταξη της Ελλάδας στην ΕΟΚ, δηλαδή την Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα και τότε επιτεύχθηκαν πολλές αλλαγές, που αφορούσαν την ισότητα των δύο φύλων. Από τότε και στο εξής, έγιναν πολύ σημαντικά βήματα στη γυναικεία επιχειρηματικότητα, αλλά ακόμα και σήμερα υπάρχει στατιστική έκπτωση, σε σχέση με αυτήν που παρατηρείται στην Ευρωπαϊκή Ένωση και στις Ηνωμένες Πολιτείες.

3.2. ΦΕΜΙΝΙΣΤΙΚΟ ΚΙΝΗΜΑ

Παραπάνω από έναν αιώνα, το φεμινιστικό κίνημα, αγωνίζεται για θέματα, που έχουν σχέση με τις κοινωνικές διακρίσεις, την ενδοοικογενειακή βία, τη διεκδίκηση ίσων ευκαιριών στην εργασία και γενικώς εναντιώνεται σε κάθε πράξη, που υπονομεύει την ισότητα των δύο φύλων. Διαπιστώσαμε, ότι έχει τις ρίζες του στον

διαφωτισμό, η εξάπλωσή του όμως γίνεται το 19ο αιώνα, με τις γυναίκες να διεκδικούν ισότιμη μεταχείριση και ένταξη στο δημόσιο βίο.

Η 8^η ημέρα του Μάρτη, θεσπίστηκε ως ημέρα της γυναίκας, εις μνήμην στις μεγάλες διαδηλώσεις των εργατριών κλωστοϋφαντουργίας στην Αμερική το 1857, οι οποίες διεκδικούσαν καλύτερες συνθήκες εργασίας. Στην Ελλάδα, το φεμινιστικό κίνημα, ξεκίνησε αρκετά χρόνια αργότερα, όταν το 1887 κυκλοφορεί το πρώτο φύλλο της «Εφημερίδας των Κυριών» με σκοπό τη χειραφέτηση της γυναίκας.

Πάρα πολλά χρόνια πίσω, βλέπουμε τη γυναίκα, να έχει αισθητή παρουσία στην ελληνική επανάσταση, καθώς πολέμησε στην πρώτη γραμμή, βάζοντας στην άκρη την κοινωνική νοοτροπία, που την ήθελε αφιερωμένη στα οικογενειακά της καθήκοντα. Αργότερα, στο ανεξάρτητο ελληνικό κράτος, έχουμε μεγαλύτερη απήχηση του γυναικείου κινήματος, το οποίο αρχίζει να παίρνει τη θέση του στο κοινωνικό γίγνεσθαι. Όταν ακόμα θεσπίστηκε, η εκπαίδευση για όλα τα άτομα του Κράτους, η γυναίκα βρίσκεται πάλι στο περιθώριο, και μόλις το 10% των παιδιών που φοιτούσαν στο δημοτικό σχολείο ήταν κορίτσια, πράγμα που συνεχίστηκε για αρκετές δεκαετίες μετά. Ωστόσο, η ελλιπής αυτή γυναικεία εκπαίδευση, έπαιξε καθοριστικό ρόλο στην οργάνωση της «γυναικείας συνείδησης». Στα φύλλα της εφημερίδας των Κυριών, συσπειρώνονται όλα τα ιδεώδη του κινήματος του φεμινισμού στην Ελλάδα και προβάλλονται τα βασικά αιτήματα της εποχής, το πλήρες δικαίωμα στην εκπαίδευση όπως και το δικαίωμα στην εργασία.

Στις αρχές του προηγούμενου αιώνα, στη φάση του μεσοπολέμου, ο Βενιζέλος παραχωρεί εκλογικό δικαίωμα μόνο στις μορφωμένες γυναίκες. Κάθε προοδευτική αλλαγή και κίνημα, αναστέλλεται στη διάρκεια της δικτατορίας και φτάνουμε στην μεταπολίτευση, όπου πολλές οργανώσεις, υπέρμαχες των γυναικείων δικαιωμάτων, κάνουν την εμφάνισή τους. Με την αναθεώρηση του συντάγματος το 1975, κατοχυρώνεται η βασική αρχή για την ισότητα των φύλων απέναντι στο νόμο. Εν κατακλείδι, ο ελληνικός φεμινιστικός ακτιβισμός, ήταν μία φιλελεύθερη κίνηση για την εποχή του, κατάφερε δε, να διεκδικήσει και να πετύχει σημαντικά βήματα για τη γυναικεία χειραφέτηση. Παρόλα αυτά, σήμερα, η πλήρης ισότητα δεν έχει φανεί στην Ελλάδα, γιατί πάντα θα βρίσκονται στο προσκήνιο, αντιλήψεις και νοοτροπίες του παρελθόντος.

3.3. ΙΣΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΦΥΛΩΝ

Η ισότητα των φύλων είναι μία κατάσταση η οποία σήμερα είναι πιο επίκαιρη από ποτέ. Αναφέρεται στο γεγονός της εύκολης πρόσβασης σε ευκαιρίες και πόρους ανεξάρτητα του φύλου του καθενός και συμπεριλαμβάνει την ίση οικονομική συμμετοχή την ισότιμη λήψη αποφάσεων καθώς επίσης και την ίση αντιμετώπιση από το νόμο. Ένας ορισμός που δόθηκε από τη Unicef αναφέρει ότι ‘‘ισότητα είναι η απόλαυση ίσων δικαιωμάτων και ίσης μεταχείρισης από άνδρες, γυναίκες, αγόρια και κορίτσια σε όλες τις πτυχές της ζωής’’ (UNISEF, 2011).

Θεμελιώδες δικαίωμα όλων των ανθρώπων, αποτελεί η ίση μεταχείριση και ίσες ευκαιρίες, τα οποία προκύπτουν ρητώς και κατηγορηματικώς, από το Σύνταγμα της Ελλάδας και από τους διεθνείς νόμους. Όπως αναφέραμε και πιο πάνω, οι γυναίκες άρχισαν σιγά-σιγά να μπαίνουν σε εργασίες εκτός των αγροτικών, στη διάρκεια των μεγάλων πολέμων, γιατί έπρεπε να αντικαταστήσουν τους άντρες, οι οποίοι έλειπαν στον πόλεμο. Ο «καταστατικός χάρτης της Διεθνούς Οργανώσεως Εργασίας» μετά το τέλος του πρώτου παγκοσμίου πολέμου, έθεσε για πρώτη φορά το θέμα, των συνθηκών εργασίας και της ίσης οικονομικής μεταχείρισης για όλους τους εργαζόμενους, οι οποίοι με νόμιμο τρόπο κατοικούσαν στη χώρα. Το 1944 στην διακήρυξη της Φιλαδέλφειας, κοινοποιείται ότι ‘‘...όλοι οι άνθρωποι, ανεξαρτήτως φύλου ,έχουν δικαίωμα στην υλική πρόοδο, στην πνευματική ανάπτυξη και στην οικονομική ασφάλεια, σε καθεστώς ελευθερίας και αξιοπρέπειας και με ίσες ευκαιρίες’’ (Βουτηράς, 1981).

Προς αυτή την κατεύθυνση κινήθηκε και η «Ευρωπαϊκή Ένωση», από τότε που ιδρύθηκε. Στο άρθρο 141, της συνθήκης για την ίδρυσή της, αναφέρεται ότι ‘‘σκοπός είναι να εξασφαλιστεί πρακτικά η ισότητα στην εργασία, ανάμεσα στους άντρες και στις γυναίκες. Έτσι η «Αρχή της ίσης μεταχείρισης», οδηγεί τα μέλη της ΕΕ, να θεσπίσουν ή να διατηρήσουν μέτρα τα οποία δίνουν πλεονεκτήματα σε αυτή την κατεύθυνση και διευκολύνουν το γυναικείο φύλο να αρχίσει ή να συνεχίσει μια επαγγελματική δραστηριότητα ή και προλαμβάνουν, ή αντισταθμίζουν τα μειονεκτήματα στην επαγγελματική σταδιοδρομία’’.

Τα δικαιώματα των εργαζομένων έχουν νομοθετηθεί και προστατεύονται από τον «Ευρωπαϊκό Κοινωνικό χάρτη του 1961, του Συμβουλίου της Ευρώπης», ενώ

οδηγία του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου είναι η «εφαρμογή της αρχής των ίσων ευκαιριών στα δύο φύλα στον τομέα της εργασίας».

Βεβαίως η ισότητα των δύο φύλων υπάρχει νομοθετημένη και καλά κρατεί, στα χαρτιά και στα κιτάπια των ντουλαπιών του Συντάγματος. Υπάρχει όμως στην πραγματικότητα; Γεγονός είναι, τα πολλά σημαντικά βήματα που έχουν γίνει, τα οποία προσπάθησαν και αρκετά από αυτά βρήκαν ανταπόκριση. Οι γυναίκες σήμερα διεκδικούν και τις περισσότερες φορές πετυχαίνουν το σκοπό τους. Έχουν όλα τα προσόντα που χρειάζονται, για να μπουν στην αγορά εργασίας και να απαιτήσουν ίση μεταχείριση και ίσες ευκαιρίες. Οι νόμοι προστατεύουν τη γυναίκα, αυτό που πρέπει να αλλάξει στην κοινωνία μας, είναι οι αντιλήψεις και οι προκαταλήψεις απέναντί της.

3.4. ΓΥΝΑΙΚΑ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

Το θέμα της εκπαίδευσης και της μόρφωσης των γυναικών, άρχισε να απασχολεί την κοινωνία και την πολιτική σκηνή στη χώρα μας, από τη δημιουργία του ανεξάρτητου ελληνικού κράτους. Πριν και συγκεκριμένα στην Β' Εθνοσυνέλευση η οποία πραγματοποιήθηκε στο Άστρος το 1823, επικράτησε η άποψη ότι θα πρέπει η εκπαίδευση να επεκταθεί όχι μόνο στα αγόρια, αλλά σε όλη τη νεολαία, γεγονός που οδήγησε την πρώτη γυναίκα στην Ελλάδα, να εγγραφεί στη Νομική το 1890, πράξη στην οποία βοήθησε πολύ το φεμινιστικό κίνημα. Από κει και πέρα οι γυναίκες επιδιώκουν όλο και περισσότερο να φτάσουν στην ανώτερη εκπαίδευση, ακολουθώντας καριέρα του θεωρητικού τομέα και όχι επαγγέλματα των θετικών επιστημών, τα οποία από πάντα έδιναν περισσότερες διεξόδους στην αγορά εργασίας. Το γεγονός αυτό καθώς και η μητρότητα, η οποία είναι συνυφασμένη με τα «θέλω» της γυναικείας ύπαρξης, αποτέλεσαν εμπόδιο στην εξέλιξη της εργασίας των γυναικών και βεβαίως αποδεικνύουν το λόγο, γιατί υπάρχει μεγαλύτερη ανεργία στο γυναικείο φύλο. Σύμφωνα με τον Κατσανέβα, καθηγητή στο Πανεπιστήμιο Πειραιώς, οι γυναίκες είναι πολύ πιο λίγες σε σχέση με τους άντρες σε σχολές όπως αυτή του Μετσόβιου πολυτεχνείου ή τις σχολές πληροφορικής ή ακόμα και τις γεωπονικές σχολές. Στον ευρύτερο όμως οικονομικό κλάδο και σε σχολές τουριστικών επαγγελμάτων, υπάρχουν πολύ περισσότερες γυναίκες, όμως αυτό δεν τους δίνει υπέροχη στην εύρεση εργασίας στον ιδιωτικό τομέα και καταλήγουν σε μεσαίες και χαμηλές εργασιακές βαθμίδες.

Από την άλλη παρατηρείται ότι, οι περισσότερες γυναίκες και παλιά αλλά και σήμερα, ακόμη πιο πολύ, επιθυμούν και έχουν σαν προοπτική, μία θέση στο δημόσιο τομέα. Αυτό βεβαίως συμβαίνει λόγω και της οικονομικής αστάθειας, αλλά και λόγω εφησυχασμού, αφού το ωράριο και ο μισθός είναι πολύ συγκεκριμένα, η γυναίκα έχει να αντιμετωπίσει και τον όγκο εργασίας του σπιτιού, επίσης την «εύρυθμη» λειτουργία της οικογένειας. Αν μπορούμε να κάνουμε μία σύγκριση του παρόντος με το παρελθόν, θα δούμε τις γυναίκες να αντανakλούν στο Δημόσιο με μόνιμη εργασία και σε κλάδους όπως ο «δικαστικός ή το διπλωματικό σώμα και βεβαίως στην υγεία», στην εκπαίδευση στις τράπεζες, ενώ στα νεότερα χρόνια μεγάλη είναι η συμμετοχή στα σώματα ασφαλείας και στις Ένοπλες Δυνάμεις. Δεν εκλείπουν βέβαια τα παραδοσιακά γυναικεία επαγγέλματα, όπως η γραμματειακή υποστήριξη, οι νοσοκόμες κ.λ.π..

Με διάφορες έρευνες που έχουν περατωθεί στην Ελλάδα, βγαίνει το συμπέρασμα ότι υπάρχουν ακόμα και σήμερα πολλά στερεότυπα και προκαταλήψεις, οι οποίες συνεχίζουν στη διαφοροποίηση των δύο φύλων και αυτό παρατηρείται και στην εκπαίδευσή τους, αλλά και στην επαγγελματική τους αποκατάσταση. Έτσι οι γυναίκες της επαρχίας και των αγροτικών περιοχών, έχουν σαν στόχο την απομάκρυνση από την περιοχή τους, για να φύγουν από την «αγροτιά» και τον συγκεκριμένο τρόπο ζωής, η γυναίκα της μικρομεσαίας τάξης, στοχεύει να γίνει υπάλληλος ή να ακολουθήσει ένα καθαρά γυναικείο επάγγελμα, πιστεύοντας έτσι ότι θα τα καταφέρει καλύτερα και αποφεύγει τη χειρωνακτική εργασία. Υπάρχουν επίσης και οι γυναίκες οι οποίες έχουν ανώτερη μόρφωση και ένα πάρα πολύ ικανοποιητικό εισόδημα, οι οποίες στοχεύουν στο κύρος και στην οικονομική τους αυτάρκεια και απορρίπτουν κάτι διαφορετικό μη σταθερό.

Σήμερα είναι γεγονός αποδεκτό, ότι η εκπαίδευση, είναι ίσως το σημαντικότερο μέσο, τόσο για την ενδυνάμωση των γυναικών όσον και για την επίτευξη της «έμφυλης ισότητας». Παρόλα αυτά, οι προσαρμοσμένες πολιτικές δεν έχουν φέρει ακόμα το πολυπόθητο αποτέλεσμα και αυτό φαίνεται περισσότερο στο γυναικείο πληθυσμό της υπαίθρου, όπου συνεχίζουν να αποτελούν το ανειδίκευτο εργατικό δυναμικό. Αν γυρίσουμε αρκετά πίσω, θα δούμε ότι για αυτές τις γυναίκες, η προοπτική ενός καλού γάμου ήταν πολύ πιο σημαντική από μία καλή εκπαίδευση. Όμως αυτό συνεχίζει και διαιωνίζεται, αφού τείνουν να ακολουθούν τα κατεξοχήν γυναικεία επαγγέλματα, παρά για παράδειγμα να συμμετέχουν στα αγροτικά προγράμματα κατάρτισης. Σε

έρευνα της Κομισιόν με τίτλο «Γυναίκες ενεργές στην Αγροτική Ανάπτυξη», επισημαίνεται ότι στην Ελλάδα οι γυναίκες αγρότισσες, προτιμούν να παρακολουθούν μαθήματα για τη βιοτεχνία, τη διατροφή και τον αγροτουρισμό και όχι να επικεντρώνονται σε θέματα όπως η κτηνοτροφία, η δενδροκομία, ή η λειτουργία των Γεωργικών μηχανημάτων (European Commission, 1999).

3.5. ΓΥΝΑΙΚΑ ΚΑΙ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

Στα παλιά τα χρόνια, η γυναίκα ήταν άρρηκτα συνδεδεμένη με τα οικιακά και τη φροντίδα όλων όσων ζούσαν στο σπίτι. Από τον 18ο αιώνα όμως και μετά, η γυναίκα αρχίζει να μπαίνει στην «επίσημη οικονομία». Το μεγαλύτερο ποσοστό των γυναικών στην εποχή μας, έχει καταγραφεί σαν εργατικό δυναμικό. Οι περισσότερες από αυτές τις γυναίκες, έχουν θέση χαμηλής κατάρτισης, ή αμείβονται με χαμηλότερους μισθούς από ότι οι άντρες, ψάχνουν για περιοδικές εργασίες, ενώ δεν απασχολούνται σε εργασίες όπου λαμβάνονται σημαντικές αποφάσεις. Και ενώ στον δημόσιο τομέα τηρείται αυστηρά, θα λέγαμε, ο νόμος, που αφορά την ισότητα, στον ιδιωτικό τομέα συνεχίζουν οι αποκλίσεις στο μισθό μεταξύ των δύο φύλων.

Καταλαβαίνουμε, ότι το διάβημα των γυναικών, να είναι αποδοτικές και στις ανάγκες του νοικοκυριού, αλλά και στην εργασία τους είναι να μην πάρα πολύ σημαντικό, αλλά και πολύ βαρύ φορτίο. Δεν είναι λίγες αυτές που εγκαταλείπουν, τη δουλειά τους, για να μπορέσουν να ασχοληθούν με τις οικογενειακές υποχρεώσεις ,αφού όπως τονίζει η Συμεωνίδου, ένα πολύ μεγάλο ποσοστό των γυναικών σταματούσε στην εργασία του, όταν «άνοιγε» δικό του σπίτι και ιδιαίτερα όταν έρχονταν το πρώτο παιδί (Συμεωνίδου, 1994).

Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, αλλά και σύμφωνα με τον ΟΗΕ, η πρόσβαση στην αγορά εργασίας εμφανίζει σοβαρές διακυμάνσεις μεταξύ των ανδρών και των γυναικών και αυτό γίνεται κατανοητό από διάφορα στατιστικά στοιχεία που θέλουν την γυναίκα να απουσιάζει από τα οικονομικά κέντρα λήψης αποφάσεων, αύξηση της ανεργίας των γυναικών, τα επαγγέλματα ακόμα και σήμερα διαχωρίζονται σε αντρικά και γυναικεία και γενικώς υπάρχει στασιμότητα στις γυναίκες, όσον αφορά την εργασία τους και μηδαμινή συμμετοχή σε διευθυντικές θέσεις. Οι άτυπες μορφές απασχόλησης, βρίσκουν μεγάλη γυναικεία συμμετοχή, η σεξουαλική παρενόχληση παίρνει αυξητική πορεία και βεβαίως όπως είδαμε, υπάρχουν εκπαιδευτικές διακρίσεις ενώ η επαγγελματική τους κατάρτιση είναι πάρα πολύ μικρή. Όλα αυτά δημιουργούν

εμπόδια στη γυναικεία απασχόληση και επιπλέον άνιση κατανομή των οικογενειακών υποχρεώσεων (Γενική Γραμματεία Ισότητας των Φύλων, 2010).

Το ενθαρρυντικό είναι, ότι στη σημερινή εποχή, οι γυναίκες έχοντας περισσότερη εμπιστοσύνη στον εαυτό τους, διεκδικούν θέσεις σε ανδροκρατούμενες, μέχρι τώρα, εργασίες, όπως η πολιτική, σαν στελέχη των διάφορων οργανισμών και γενικώς θέσεις που δίνουν κύρος. Ωστόσο σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ, η ανδρική συμμετοχή στο εργατικό δυναμικό της χώρας, υπερτερεί, σε σύγκριση με αυτή των γυναικών. Τα ποσοστά που θέλουν τη γυναίκα, να απασχολείται, είναι πάρα πολύ μικρά σε σύγκριση με τα αντίστοιχα στην Ευρώπη. Ειδικά οι γυναίκες που διοικούν εταιρείες, είναι πάρα πολύ λίγες και αυτό δεν συνάδει με το αποτέλεσμα κέρδους που φέρνουν τελικά στις εταιρείες αυτές. Παρατηρήθηκε, ότι οι εταιρείες, που έχουν γυναίκα για διοικητή, είναι πιο κερδοφόρες στο σύνολό τους. Εδώ, βέβαια, θα πρέπει να τονίσουμε ότι οι γυναίκες, συνήθως διοικούν μικρομεσαίες επιχειρήσεις και έχουν κάποια μετοχική σχέση με αυτές. Θα πρέπει επίσης, να σταθούμε στο γεγονός ότι οι εταιρείες ψάχνουν άντρες για να στελεχώσουν τα ανώτερα κλιμάκια. Πέρα όμως από τις εταιρείες, γεγονός είναι, ότι το εργατικό δυναμικό της χώρας, αποτελείται περισσότερο από άντρες, χωρίς βέβαια να υπάρχουν και οι εξαιρέσεις, στις οποίες συμβαίνει το αντίθετο, όπως στην εκπαίδευση, στις ασφαλιστικές δραστηριότητες, στην υγεία ή στην κοινωνική μέριμνα. Οι εξαιρέσεις όμως αυτές, επιβεβαιώνουν τον κανόνα, αφού σε άλλες δραστηριότητες όπως των κατασκευών ή των μεταφορών οι γυναίκες μειονεκτούν, ενώ μπορούμε να μιλάμε για ίση απασχόληση σε δραστηριότητες που έχουν να διαχειριστούν ακίνητη περιουσία, διοικητικές και υποστηρικτικές δράσεις.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

4.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στη Διεθνή βιβλιογραφία συναντάμε τον όρο της «γυναικείας επιχειρηματικότητας» όταν ψάχνουμε για τα εργασιακά δεδομένα των γυναικών , αφού δεν παρατηρείται ένας συγκεκριμένος ορισμός. Η «επιχειρηματίας γυναίκα» μπορεί να είναι μία που διοικεί μία οικογενειακή επιχείρηση, ή ακόμα και Συνεταιριστική Επιχείρηση, επίσης, η διευθύνων μιας Δημόσιας Επιχείρησης, στην οποία μπορεί να είναι και μέτοχος. Επιπλέον ο όρος αυτός δύναται να ακολουθεί μία γυναίκα η οποία ξεκίνησε και έφτιαξε τη δική της επιχείρηση (Giovannelli et al., 2003). Σε κάθε έναν από αυτούς, η γυναίκα έχει διαφορετική δυναμική.

Υπάρχουν λοιπόν, αρκετοί ορισμοί, με έναν από αυτούς να θέλει ``...τη γυναίκα επιχειρηματία ως αυτή που δημιουργήσε μια επιχείρηση στην οποία έχει την πλειοψηφία των μετοχών και έχει ενεργή συμμετοχή στη λήψη αποφάσεων, στη ανάληψη ρίσκου και στην καθημερινή διοίκηση`` (Sheikh, 2003)

Σε έναν άλλον πάλι, αναφέρεται ότι ``...οι γυναίκες επιχειρηματίες είναι οι γυναίκες που είναι αυτοαπασχολούμενες, ιδιοκτήτριες ή συνιδιοκτήτριες μικρών επιχειρήσεων, ενώ για άλλους γυναίκα επιχειρηματίας είναι αυτή που έχει την καθολική ή την πλειοψηφία της ιδιοκτησίας της επιχείρησης και τη διοικεί`` (Welter, Smallbone & Isakova, 2006).

Σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ, για να χαρακτηριστεί μια επιχείρηση ως «γυναικεία» πρέπει να ανήκει και να διοικείται από γυναίκα, η οποία θα αναλαμβάνει όλες τις δράσεις της. Επίσης θα πρέπει το γυναικείο δυναμικό να υπερβαίνει σε ποσοστό το 50% στο επιχειρησιακό κεφάλαιο.

Στη σημερινή εποχή, περισσότερο από ποτέ, φαίνεται ότι οι «γυναικείες οικονομικές δραστηριότητες» βρίσκονται σε αυξητική πορεία σε πολλές χώρες και ιδιαίτερα στις λεγόμενες δυτικές χώρες. Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, οι γυναικείες επιχειρήσεις και δη οι γυναίκες επιχειρηματίες, αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι του επιχειρηματικού κόσμου, με πολλή μεγάλη συμβολή στην ανάπτυξη.

Σε αρκετές χώρες, η μη ενθάρρυνση του γυναικείου επιχειρείν, αποτελεί τροχοπέδη στην επιχειρηματική τους ανάπτυξη, οι δείκτες της ανεργίας συνεχώς αυξάνουν και το θέμα της έμφυλης ισότητας βαλτώνει. Για το σκοπό αυτό, προσπαθούν να ενσωματώσουν την επιχειρηματικότητα της γυναίκας στις συνιστάμενες πολιτικές τους. Από την άλλη, η δυναμική των γυναικών στον τομέα των επιχειρήσεων, έχει αλματώδη πρόοδο, ειδικά τις τελευταίες δεκαετίες, οπότε πολλοί μελετητές, θέλοντας να τονίσουν το γεγονός, υπογραμμίζουν ότι, "οι χώρες που δεν ενθαρρύνουν σημαντικά τις γυναίκες να δημιουργήσουν δικές τους επιχειρήσεις και να τις αναπτύξουν, αγνοούν το πραγματικό επιχειρηματικό τους δυναμικό" (Reynolds et al., 2000).

Όσον αφορά την αντίστοιχη επιχειρηματικότητα στη χώρα μας, σύμφωνα με τη ΣΕΓΕ, συνεχίζει να θέλει πολύ δρόμο ακόμα, ώστε να φτάσει το επίπεδο των χωρών της Ε.Ε., όμως κρίνεται αναγκαία η συμμετοχή του γυναικείου φύλου στην αναπτυξιακή διαδικασία, με τον κλάδο να λαμβάνει όλο και μεγαλύτερη στήριξη και οργανωμένη μορφή.

4.2. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Από την περίοδο της Δικτατορίας και μετά, όλο και περισσότερες γυναίκες επιλέγουν να ασχοληθούν με τις επιχειρήσεις, ενώ από το '80 και ύστερα, έχουμε αρκετές γυναίκες επιχειρηματίες. Οι περισσότερες από αυτές επιχειρούν στον κλάδο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και συγκεκριμένα στον τριτογενή τομέα, ενώ οι πωλήσεις και η παροχή υπηρεσιών κυριαρχούν. Έτσι αποδεικνύεται περίτρανα, ο καθοριστικός ρόλος των γυναικείων επιχειρήσεων, αφού όλο και περισσότερες γυναίκες ξεκινούν τις δικές τους δραστηριότητες με λαμπρά αποτελέσματα.

Η στροφή αυτή στον τριτογενή τομέα, δεν συμβαίνει μόνο στον ελλαδικό χώρο αλλά παρατηρείται διεθνώς, κι αυτό έχει σχέση με το πόσο ασφαλείς νιώθουν οι γυναίκες ξεκινώντας μια επιχείρηση πάνω σε πράγματα που γνωρίζουν πάρα πολύ καλά και σε τομείς απασχόλησης που τις προσδιορίζουν. Άλλωστε πολλοί ερευνητές έχουν μιλήσει για αμιγώς γυναικεία επαγγέλματα, όπως οι πωλήσεις και οι υπηρεσίες (Loscocco & Robinson, 1991). Επίσης οι επιχειρήσεις που μπορούν να γίνουν σε οικείους χώρους, όπως το σπίτι, αποτελούν δέλεαρ για τις γυναίκες, αφού ναι μεν εργάζονται κάνοντας πράξη τη φιλοδοξία τους, αλλά είναι και περισσότερες ώρες στο σπίτι, οπότε ασχολούνται με ότι προκύπτει στον οικογενειακό χώρο. Τέτοιες

επιχειρήσεις σχετίζονται με την μεταποίηση και πιο συγκεκριμένα με τα ενδύματα, τα παραδοσιακά γλυκά, τα έπιπλα, τα κοσμήματα και άλλα. Αυτό ίσως να εξηγείται καλύτερα αν σκεφτεί κανείς ότι, οι γυναίκες σαν ηγέτες, μπορούν να αποδώσουν περισσότερο σε θέσεις κατεξοχήν γυναικείες, που χρειάζονται δεξιότητες διαπροσωπικών σχέσεων και συνεργασίας, σε σχέση με τους άντρες οι οποίοι δύναται σε καλύτερη απόδοση σε θέσεις ελέγχου και καθοδήγησης.

Από κει και πέρα, σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία, οι γυναίκες δεν επιχειρούν σε κλάδους που αφορούν την τεχνολογία. Πρέπει επίσης να σημειωθεί ότι το μορφωτικό επίπεδο μεταξύ της γυναίκας και του άντρα επιχειρηματία, είναι αρκετά διαφορετικό, αφού φαίνεται ότι, η εκπαίδευση του γυναικείου φύλου είναι ανωτέρου επιπέδου, σχετικά με την αντίστοιχη του αντρικού, γεγονός το οποίο είναι πάρα πολύ σημαντικό, σε αυτούς που πρέπει να χαράζουν τις σχετικές πολιτικές. Χαρακτηριστικό, επίσης, αποτελούν, οι συνεταιριστικές σχέσεις που ανοίγουν, οι γυναίκες επιχειρηματίες με άλλα πρόσωπα, οι οποίες είναι συχνότερες από ότι στους άντρες. Ωστόσο, φαίνεται ότι η γυναικεία επιχειρηματικότητα, δεν χρησιμοποιεί σύγχρονη και ανώτερη τεχνολογία και τις διαδικασίες που απορρέουν από αυτή, δεν ψάχνει την καινοτομία, ο βαθμός της οποίας είναι πάρα πολύ σημαντικός στην αγορά εργασίας που θέλουν να μπουν και να αναπτυχθούν.

4.3. ΚΙΝΗΤΡΑ

Ένα φαινόμενο, το οποίο έχει όλο και ανοδική πορεία τις τελευταίες δεκαετίες και είναι πάρα πολύ επίκαιρο τα τελευταία χρόνια, είναι αυτό της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Από τότε που άρχισε να αναπτύσσεται, μέχρι και στις μέρες μας, τα κίνητρα που ωθούν τη γυναίκα σε ένα τέτοιο διάβημα, είναι πρώτα από όλα η ανεξαρτησία την οποία νιώθει η γυναίκα επιχειρηματίας, έχοντας τη δική της επιχείρηση, στην οποία μπορεί να δράσει σύμφωνα με τα δικά της θέλω, επίσης ικανοποίηση από την εργασία, γιατί καλό το σπίτι, καλή οικογένεια, αλλά θα πρέπει μία γυναίκα να ολοκληρώσει όλους τους τομείς της ζωής της.

Επιπλέον, είναι η ανάγκη για επιτυχία, αλλά και οι οικονομικές απολαβές, κίνητρα τα οποία υπάρχουν και στα δύο φύλα. Επίσης, οι γυναίκες διαθέτουν πολλά προτερήματα, για τα οποία θεωρείται αναγκαίο, να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά. Μπορούν να διαχειρίζονται, με θετικό αποτέλεσμα, διάφορες καταστάσεις, κοινωνικοποιούνται εύκολα και είναι έμπειρες, ώστε να διαχειριστούν

τα διαθέσιμα κεφάλαια. Το μόνο που πρέπει να σκεφτούν, είναι ο τομέας στον οποίο, θα ξεκινήσουν την επιχειρηματική τους δράση, ο οποίος βεβαίως, εξαρτάται από τις επιθυμίες αλλά όμως και από το κοινωνικό περιβάλλον της περιοχής δράσης (Verheul et al., 2006). Πολλοί είναι οι παράγοντες, που επηρεάζουν το θέμα αυτό. Πρώτα από όλα η ανεργία, που υπάρχει στην περιοχή και το κατά κεφαλήν εισόδημα της, καθώς επίσης και η νοοτροπία που επικρατεί. Παρόλα αυτά, μπορεί να υπάρχει και η επιθυμία για μία γυναίκα να αλλάξει την επαγγελματική της καριέρα, λόγω προσωπικών ζητημάτων. Σε πολλές έρευνες, τονίζεται ότι οι γυναίκες επηρεάζονται πάνω σε εργασιακά θέματα από το περιβάλλον τους και ειδικότερα από την οικογένεια, αφού αναφέρουν ότι λαμβάνουν πολύ υπόψιν τους τις γνώμες των συζύγων τους, αλλά και των πατεράδων τους πιο πριν. Αυτό όμως που ψάχνουν οι περισσότερες γυναίκες και σύμφωνα με πολλούς μελετητές είναι, ότι οι γυναίκες θέλουν να έχουν μεγάλη ευελιξία στην εργασία τους και αυτό παίζει σημαντικό ρόλο για να γίνουν επιχειρηματίες.

Με ανασκόπηση της βιβλιογραφίας μπορεί κάποιος να διαπιστώσει ότι το κέρδος, δεν είναι το πρώτο που σκέφτονται οι γυναίκες, ώστε να αναλάβουν επιχειρηματική δράση, αλλά το ότι θέλουν να βοηθήσουν την οικογένειά τους (Kibas, 2005). Μέσω των επιχειρήσεων, απελευθερώνονται αφού πλέον έχουν τα δικά τους χρήματα, τα οποία μπορούν να διαθέσουν για ρούχα, τρόφιμα, οπότε σχεδόν όλα τα οφέλη από την επιχείρηση πηγαίνουν και αυτά στην οικογένεια. Επίσης, η επιχείρηση που θα φτιάξουν τους δίνει ευελιξία αφού, μη ξεχνάμε ότι, μία γυναίκα έχει υπό την σκέπη της τα παιδιά και το σπίτι. Πέρα από όλα αυτά, υπάρχει η επιθυμία για αυτοαπασχόληση και ανεξαρτησία, αξιοποιούν τη μόρφωσή τους, τις εμπειρίες, αλλά και τις ικανότητές τους, αυξάνουν το εισόδημά τους και τέλος ένα πολύ σημαντικό κίνητρο είναι η απουσία εναλλακτικών λύσεων, δηλαδή δεν μπορούν να απασχοληθούν με κάποιο άλλο τρόπο, οπότε αποφασίζουν να ιδρύσουν τη δική τους επιχείρηση (Still & Simmons, 2005).

4.4. ΦΟΡΕΙΣ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ

Εφόσον οι χώρες, κατάλαβαν ότι η προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας, αποτελεί έναν από τους βασικούς παράγοντες για την οικονομία, αλλάζουν με τη σειρά τις πολιτικές τους ώστε να ενισχύσουν με τον καλύτερο τρόπο την συγκεκριμένη διαδικασία. Πολλοί είναι οι φορείς και τα

«κανάλια» πλέον υποστήριξης της αντίστοιχης δράσης. Παρακάτω θα δούμε τα σημαντικότερα από αυτά.

4.4.1. «Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Γυναικών Ελλάδος (ΣΕΓΕ)»

Μη κυβερνητικός οργανισμός, αναφέρεται σε γυναίκες που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά στην χώρα μας, δίνοντάς τους τα κατάλληλα εφόδια για να αναπτυχθούν επιχειρηματικά, ασχολείται και προωθεί το «νεανικό επιχειρείν» και με μπούσουλα την έρευνα και την πληροφόρηση, δίνει έναυσμα στις γυναίκες για να αναπτυχθούν επιχειρήματα. Συμμετέχει σαν μέλος, σε πολλούς οργανισμούς, όπως στον Παγκόσμιο Οργανισμό Εμπορίου ή στον Σύνδεσμο Επιχειρηματιών της Μεσογείου, με πολλά μέλη της να απαρτίζουν τα διοικητικά συμβούλια διαφόρων επιμελητηρίων. Προσπαθεί στην προώθηση των γυναικείων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και για αυτό συνεργάζεται με τα διάφορα υπουργεία και πολλούς κοινωνικούς φορείς, σε εγχώριο επίπεδο και στην Ευρώπη .

4.4.2. «Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Γυναικών της Μεσογείου (ΑΦΑΕΜΜΕ)»

Στόχος του είναι, να συνδέσει όλες τις ενώσεις και τους συνδέσμους που αφορούν το γυναικείο επιχειρείν στις μεσογειακές, ώστε να συντονίσουν και να προωθήσουν τις δράσεις τους. Αναλαμβάνει εκστρατείες που έχουν δύο βασικούς άξονες, με πρώτο, τη παραγωγή και διανομή πληροφοριακού υλικού, με αντικείμενο τις βασικές αρχές της εργασιακής κινητικότητας. Ο δεύτερος αναλαμβάνει να στείλει τις εξελίξεις στις επιχειρηματίες αλλά και να τις ενημερώσει για τις ευκαιρίες και τις δυνατότητες που μπορούν να βρουν στις μεσογειακές αγορές.

4.4.3. «Portal ενημέρωσης για την γυναίκα επιχειρηματία»

Πρόκειται για ένα ηλεκτρονικό portal, που αναφέρεται στις επιχειρηματικές γυναικείες δράσεις και έχει σκοπό να ενημερώνει άμεσα και να δίνει αξιόπιστες πληροφορίες σε όλες τις γυναίκες επαγγελματίες. Αρχικός σκοπός, ήταν να βοηθήσει την γυναίκα της σύγχρονης κοινωνίας, να εξοικειωθεί με την τεχνολογία η οποία ολοένα και εξελίσσεται. Δουλεύει, ώστε να μπορούν να έρθουν σε επικοινωνία οι διαφορές επιχειρηματίες, με όσον το δυνατόν περισσότερους ειδικούς στο πεδίο των επιχειρήσεων και ταυτόχρονα, να ενημερώνονται άμεσα για όλα τα προγράμματα που

βγαίνουν, τις διάφορες υπηρεσίες, ώστε οι γυναίκες να γλιτώνουν και χρόνο που τους είναι πολύ απαραίτητος, αλλά και να βρίσκουν τα κατάλληλα κεφάλαια, για να ανταποκριθούν στις επιχειρησιακές τους υποχρεώσεις.

4.4.4. «Portal ενημέρωσης για την γυναίκα επιχειρηματία από την Ευρωπαϊκή Ένωση»

Η Ευρωπαϊκή Ένωση, θέλοντας να ανανεώσει και να στηρίξει το γυναικείο επιχειρηματικό πνεύμα, δημιούργησε ένα «Portal» ενημέρωσης το οποίο παρέχει στις γυναίκες επιχειρηματίες, τις κατάλληλες διαδικτυακές συνδέσεις με διάφορες οργάνωσης και πολλά προγράμματα, ώστε να έχουν άμεση ενημέρωση για τι ευρωπαϊκό επιχειρηματικό σκηνικό.

4.4.5. «European Network to Promote Women ' s Entrepreneurship (WES)»

Με οδηγό την προώθηση του γυναικείου επιχειρείν η Ε.Ε., κατασκεύασε το «Ευρωπαϊκό Δίκτυο, για την Προώθηση της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας», το οποίο απαρτίζεται από αρκετές χώρες της Ευρώπης. Η εντολή των εκπροσώπων του συγκεκριμένου δικτύου, είναι η εκπροσώπηση των θέσεων των κυβερνήσεων τους, στο δρόμο της ενίσχυσης της γυναικείας επιχειρηματικότητας, ενώ εργάζεται με σκοπό την παροχή των κατάλληλων πληροφοριών σε όλα τα μέλη του, σχετικές με διάφορες δράσεις και προγράμματα.

4.4.6. «Γενική Γραμματεία Ισότητας των Φύλων (Γ.Γ.Ι. Φ.)»

Η έμφυλη ισότητα, έχει απασχολήσει πάρα πολύ, ιδιαίτερα, τα τελευταία χρόνια όλους τους κυβερνητικούς φορείς. Ο αρμόδιος φορέας, ο οποίος είναι υπεύθυνος για τον σχεδιασμό των σχετικών πολιτικών, αλλά και την παρακολούθηση της σωστής εφαρμογής τους, είναι η «Γενική Γραμματεία Ισότητας». Η ισότητα των ανδρών και των γυναικών, αντιμετωπίζεται από την Ευρώπη πλέον, ως οικονομικό ζήτημα και σαν παράγοντας, για την ενίσχυση της οικονομικής ανάπτυξης. Αυτό φαίνεται, από τις αποφάσεις του «Υπουργικού Συμβουλίου της Λισαβόνας» το 2000, που καταλήγει ότι είναι καίρια, η συμμετοχή των γυναικών στην αγορά εργασίας, με τέτοιο τρόπο που αυξάνει την Ευρωπαϊκή Ανταγωνιστικότητα. Η ισότητα σε όλους τους τομείς,

θεωρείται ότι είναι το μέσον εκείνο, που εξασφαλίζει την ανάπτυξη, στην οικονομία και επιπλέον στην κοινωνία. Η κατάσταση της ισότητας μεταξύ των δύο φύλων εξασφαλίζει, επίσης και την κοινωνική συνοχή, η οποία αντιμετωπίζεται από τις κυβερνήσεις σαν σημαντικός παράγοντας οικονομικής ανάπτυξης, με τον τρόπο ότι μειώνεται ο κοινωνικός αποκλεισμός, αφού οι γυναίκες μπαίνουν δυναμικά στην απασχόληση.

4.4.7. «Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας και Προώθησης της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας»

Το συγκεκριμένο κέντρο, λειτουργεί υπό τη σκέπη της «Γενικής Γραμματείας Ισότητας», που ανήκει στο Υπουργείο Εσωτερικών. Δραστηριοποιείται, έχοντας σαν βασικό στόχο το θέμα της ισότητας των δύο φύλων για αυτό και»

- διεξάγει έρευνες σχετικές με την έμφυλη ισότητα
- παρέχει πληροφορίες για την απασχόληση
- δίνει στήριξη στις γυναίκες για την προώθηση στην εργασιακή αγορά κ.α.

Δραστηριοποιείται σε πολλές πόλεις της χώρας μας ,στις οποίες οι γυναίκες θα βρουν πολλά κέντρα, στα οποία μπορούν να γνωρίσουν όλα τα θέματα, σχετικά με την εργασία, την επιχειρηματική δραστηριότητα αλλά και την κοινωνική τους ένταξη.

4.4.8. «Εθνικό Επιμελητηριακό Δίκτυο Ελληνίδων Γυναϊκών Επιχειρηματιών (Ε.Ε.Δ.Ε.Γ.Ε)»

Έχει τη δράση του στις επαγγελματίες γυναίκες και γεννήθηκε σαν έναν ακόμα μέσο, για την πραγμάτωση το στόχων του Συμβουλίου της Λισαβόνας. Αφορά τις γυναίκες επιχειρηματίες, αλλά και όλες αυτές που θέλουν να μπουν στην παραγωγή, εναντιώνεται απέναντι στην ανεργία των γυναικών και στην απαξίωση τους. Προσπαθεί να ευαισθητοποιήσει όλους τους επιχειρηματίες, που είναι μέλη των επιμελητηρίων των επιχειρήσεων, για τα οφέλη που έχει να λάβει η οικονομία γενικότερα από την πλήρη ενσωμάτωση των γυναικών. Επιπλέον ασχολείται, στο να προσδιορίσει όλα εκείνες τις δυσκολίες, που συνοδεύουν τις γυναίκες όταν εντάσσονται στην αγορά εργασίας, πολύ περισσότερο όταν συμμετέχουν στις μονάδες παραγωγής και στις κεντρικές αποφάσεις.

4.5. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ

Γεγονός αποτελεί η συνεχόμενη αυξητική παγκόσμια τάση που υπάρχει για τη δημιουργία επιχειρήσεων, η οποία συμβαίνει και στην Ελλάδα των τελευταίων χρόνων. Αυτό αποκαλύπτουν οι διάφορες έρευνες και στατιστικές, με θετικές συνέπειες όσον αφορά στην εξέλιξη των γυναικών, αφού δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας, αυξάνεται το εισόδημά τους, αλλά και στη συνολικά ανάπτυξη της χώρας μας.

Όπως όμως παρουσιάζεται και παραπάνω, δεν φτάνει μόνο η θέληση των γυναικών, θα πρέπει να ενισχυθεί αυτή η δυναμικότητα με διάφορες υποστηρικτικές πολιτικές, οι οποίες θα προωθήσουν την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητάς τους αξιοποιώντας όλα τα «ταλέντα» τους.

Για να γίνει αυτό, πρέπει να υπάρξουν προγράμματα και δράσεις, με στόχο να προσφέρουν βοήθεια στις γυναίκες από την αρχή της δραστηριότητά τους, μέχρι το πέρας της προσπάθειάς τους. Αυτό σημαίνει ότι, θα τους παρέχουν στήριξη στον σχεδιασμό των επιχειρηματικών σχεδίων, θα τις ενημερώνουν για τη χρηματοδότηση των επιχειρήσεών τους και γενικώς θα είναι δίπλα στις γυναίκες αυτές στο δύσκολο εγχείρημά τους. Κατά καιρούς χρηματοδοτήθηκαν προγράμματα και δράσεις, πάνω σε αυτή την κατεύθυνση.

Ένα από αυτά, είναι το πρόγραμμα «Ενίσχυσης Επιχειρηματικότητας Γυναικών», το οποίο υλοποιήθηκε στα πλαίσια του «Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα». Στόχος ήταν η εξωστρέφεια των επιχειρήσεων, αφού αναγνωρίστηκε ως πρωταρχικός παράγοντας για την περαιτέρω βιώσιμη ανάπτυξη της χώρας μας, καθώς επίσης και στην διευκόλυνση των γυναικείων επιχειρήσεων ώστε να βρουν τα κατάλληλα και απαραίτητα κονδύλια για την συνέχισή τους.

Στο πλαίσιο «Ανάπτυξης της Γυναικείας Απασχόλησης και Επιχειρηματικότητας - Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας», δημιουργήθηκαν πολλά ανάλογα προγράμματα, όπως η «Κοινωνική Πρωτοβουλία EQUAL», που αποτέλεσε και συνεχίζει να αποτελεί βασική στρατηγική για την απασχόληση, και προσβλέπει στην καταπολέμηση των όποιων διακρίσεων μεταξύ των δύο φύλων στον εργασιακό τομέα. Στηρίζεται σε αναπτυξιακές συνενώσεις φορέων, οι οποίες θα μπορούν να νομιμοποιούν τις δράσεις και να ανταλλάσσονται πληροφορίες εμπειριών

μεταξύ τους και καινοτομικά στοιχεία που αφορούν διαδικασίες και ενέργειες ως προς τη συνέχιση των επιχειρηματικών στόχων. Τελικός στόχος του προγράμματος, είναι η καλυτέρευση της απασχόλησης, η ενδυνάμωση του «επιχειρησιακού πνεύματος» και γενικώς η ενίσχυση των ίσων ευκαιριών μεταξύ των δύο φύλων.

Μία από τις δράσεις του EQUAL αποτελεί το πρόγραμμα «ΑΡΙΑΔΝΗ, Παραδοσιακή Χειροτεχνία και Αστική Ανάπτυξη», που δημιουργήθηκε με σκοπό την εναρμόνιση του κλάδου της χειροτεχνίας με το επιχειρησιακό περιβάλλον του σήμερα όπως επίσης στην ένταξη της συγκεκριμένης δραστηριότητας στις επιχειρησιακές δράσεις. Άλλοι στόχοι είναι η ενίσχυση και προώθηση των παραδοσιακών χειροτεχνικών επιχειρήσεων, ώστε να εξασφαλιστεί η συνέχιση των παραδοσιακών επαγγελμάτων και των προϊόντων τους.

Στο συγκεκριμένο πρόγραμμα, συμμετέχουν πολλοί φορείς, όπως η Τοπική Αυτοδιοίκηση, στοχεύοντας στο να προσαρμόσουν την χειροτεχνία σαν ανταγωνιστικό κλάδο στη σύγχρονη αγορά, μέσω της καινοτομίας, αλλά και της εκπαιδευτικής κατάρτισης των επαγγελματιών. Έτσι δημιουργούνται καινούριες θέσεις εργασίας, και ίσες ευκαιρίες στον κλάδο της χειροτεχνίας και μεταφέρεται η γνώση από τους παλιούς στους νέους επαγγελματίες, για να διατηρηθούν τέτοιου είδους επαγγέλματα. Χαρακτηριστικό του προγράμματος είναι, ότι πραγματοποιείται μέσα από πολλές και διαφορετικές δράσεις που έχουν να κάνουν με τις έρευνες και τις σχετικές μελέτες, που επιτρέπουν την δημιουργία εργαλείων που βοηθούν στην ενίσχυση των χειρωνακτικών δράσεων.

4.6. ΕΜΠΟΔΙΑ ΣΤΟ «ΓΥΝΑΙΚΕΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ»

4.6.1. Συνοδά Προβλήματα

Γεγονός είναι, ότι η επιχειρηματική δραστηριότητα των γυναικών, συμβάλει πλέον στην οικονομική ανάπτυξη και την απασχόληση και αυτό ολοένα και αυξάνεται. Παρόλη όμως την αύξηση, οι άντρες συνεχίζουν να υπερτερούν στον τομέα αυτό σημαντικά. Τα αίτια αυτού του προβλήματος, είναι πολλά και πρώτα από όλα η αυτοπεποίθηση που λείπει από τις γυναίκες, για να φτιάξουν την προσωπική τους επιχείρηση. Οι ηλικίες, στις οποίες αρχίζουν οι γυναίκες το «επιχειρείν» είναι στη δεκαετία μεταξύ 35 έως 45 ετών, σύμφωνα με τα στοιχεία του Επιμελητηρίου, μέχρι τότε, έχουν λίγες εμπειρίες σε σχέση με τις επιχειρήσεις πάντα. Σημαντικό ρόλο παίζει

η δυσκολία που αντιμετωπίζουν, στο να ισορροπήσουν την επαγγελματική και την οικογενειακή του ζωή, ειδικά όταν υπάρχουν παιδιά και κάποιος θα πρέπει να τα προσέχει. Από την άλλη, υπάρχει αδυναμία πολλές φορές, να βρεθεί το κατάλληλο κεφάλαιο, ώστε να χρηματοδοτηθεί η καινούργια επένδυση. Έχει, επίσης, διεθνώς παρατηρηθεί ότι οι γυναίκες αποφεύγουν την μεγάλη δανειοδότηση και για όλους αυτούς τους λόγους προτιμούν να επιχειρήσουν σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Επίσης, σύμφωνα με το Βιοτεχνικό Επιμελητήριο, παρόλα τα εμπόδια που μπορούν να αντιμετωπίσουν, είναι περισσότερο πρόθυμες, σε σχέση με τους άντρες, για να αναλάβουν το επιχειρηματικό ρίσκο, πράγμα που σημαίνει ότι μπορούν πολύ πιο εύκολα να εισάγουν καινοτομικές ιδέες, στην προσπάθειά τους να προωθήσουν ένα καινούργιο προϊόν. Άλλο πρόβλημα, μπορεί να παρατηρηθεί στην επιμόρφωση τους σχετικά με την τεχνική στήριξη και για αυτό γιατί οι γυναίκες δεν κατέχουν τις νέες μεθόδους. Σιγά-σιγά αυτό αλλάζει, με το επίπεδο μόρφωσης και κατάρτισης να μεγαλώνει, όμως και πάλι η πρόσβαση στην πληροφόρηση είναι ελλιπής. Οι γυναίκες δεν ενημερώνονται, όσον αφορά τα διάφορα προγράμματα, που υπάρχουν για τις επιχειρήσεις, τις δυνατές επιδοτήσεις ή τις νέες μεθόδους διοίκησης και οργάνωσης γιατί απλά δεν είναι αρκετά δικτυωμένες. Όλα αυτά μπορούν να οδηγήσουν τις γυναικείες επιχειρήσεις ώστε να αποτύχουν.

4.6.2. Έλλειψη Ευκαιριών

Οι γυναίκες όμως, υπερβαίνουν όλα τα εμπόδια και συνεχίζουν να ιδρύουν νέες επιχειρήσεις. Τουλάχιστον αυτό δείχνουν τα στοιχεία των τελευταίων ετών. Ψάχνουν καινούριες ευκαιρίες και αποφασίζουν να τις εκμεταλλευτούν. Την ίδια στιγμή όμως, δηλώνουν ότι οι ευκαιρίες, που τους δίνονται είναι πολύ λίγες και σημαντικό είναι ότι δεν βλέπουν να αλλάζει το γεγονός αυτό στο άμεσο μέλλον. Οπότε, ναι μεν υπάρχει η θέληση από μέρους τους και επιδιώκουν το ξεκίνημα μιας νέας επιχείρησης αλλά εκείνες που ξεκινούν τελικά, είναι λίγες.

Στον αντίποδα, βρίσκονται οι γνώμες και οι θέσεις των ειδικών, οι περισσότεροι από τους οποίους εκτιμούν, ότι πρόκειται να υπάρξουν στο άμεσο μέλλον, σημαντικές ευκαιρίες και το παράδοξο είναι ότι αυτό συμβαίνει σε μεγαλύτερο ποσοστό στην Ελλάδα, από ότι σε άλλα κράτη της Ευρώπης. Σε σχέση με τις θέσεις αυτές, υπάρχουν πολλοί επίδοξοι επιχειρηματίες, που έχουν βρει την ευκαιρία, στην οποία θα επενδύσουν και περιμένουν την κατάλληλη στιγμή. Όμως

αυτό, τελικά αποτελεί πρόβλημα για την άνθιση της επιχειρηματικής δραστηριότητας, δηλαδή το γεγονός ότι στη χώρα μας, οι εν δυνάμει επιχειρηματίες, δεν μπορούν να αντιληφθούν άλλες ευκαιρίες πέρα από αυτές που επιδιώκουν και αυτό γιατί οι ευκαιρίες γίνονται αντιληπτές σε σχέση, με το βαθμό ευκολίας που νομίζει κάποιος ότι μπορεί να τις εκμεταλλευτεί.

Πρέπει λοιπόν οι συνιστάμενες πολιτικές να οδηγηθούν προς την κατεύθυνση της άρσης των εμποδίων, τα οποία αντιμετωπίζει κάποιος, στην προσπάθειά του να δραστηριοποιηθεί επιχειρηματικά στην Ελλάδα και βέβαια, η πορεία της να οδηγεί στην απλούστευση όλων των διαδικασιών που χρειάζονται. Θα λυθεί έτσι το πρόβλημα; Ίσως όχι, όμως σίγουρα, θα έχουμε περισσότερα εγχειρήματα για σύσταση νέων επιχειρήσεων. Το ζήτημα αυτό δεν είναι μόνο «ελληνικό», αφού η άρση των εμποδίων στην επιχειρηματικότητα, είναι ένας, ίσως ο πρώτος άξονας που αναφέρεται στην «Πράσινη Βίβλο για την Επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη».

Οπωσδήποτε η Ελλάδα έχει συμμορφωθεί με τις πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης, σχετικά την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Με νόμο (Ν. 3325/2005) προωθεί την «αδειοδότηση των μεταποιητικών επιχειρήσεων», και τον «Εκσυγχρονισμό της Επιμελητηριακής Νομοθεσίας». Όμως η κατάσταση στη χώρας δεν έχει καλύτερεύσει. Αξίζει να σημειωθεί ότι σε έρευνα της Παγκόσμιας Τράπεζας, η Ελλάδα καταλαμβάνει πολύ χαμηλή θέση, τη χειρότερη μεταξύ των ανεπτυγμένων χωρών. Και αυτό γιατί ο δείκτης που σχετίζεται με τη διευκόλυνση στην ίδρυση μιας επιχείρησης έχει πάρα πολύ χαμηλή επίδοση. Σίγουρα πρέπει τα κυβερνητικά επιτελεία της χώρας, να επιληφθούν του θέματος, γιατί σε μια χώρα που πάσχει στο επιχειρηματικό της προφίλ, πρέπει να βοηθήσεις ώστε να αποκατασταθεί, διευκολύνοντας όλους τους πολίτες ώστε να ακολουθήσουν την «επιχειρηματική» κατεύθυνση.

4.6.3. Ο Χαρακτήρας της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα

Οι περισσότερες επιχειρήσεις που δημιουργούνται στην Ελλάδα, έχουν στόχο την παροχή υπηρεσιών και προϊόντων στον καταναλωτή, δηλαδή οι Έλληνες επιχειρηματίες δεν ξεφεύγουν από τις καθιερωμένες δραστηριότητες.

Έτσι υπάρχει πρόβλημα αφού οι καινούργιες επιχειρηματικές δράσεις δεν δύναται να αλλάξουν τους τομείς της επιχειρηματικότητας στην ελληνική οικονομία,

αφού απλώς αναπαράγουν τις ήδη υπάρχουσες. Το ξεκίνημα μιας νέας επιχείρησης στηρίζεται στην αντίληψη του ατόμου ότι η συγκεκριμένη δράση θα μπορεί να είναι αποδοτική. Απευθύνεται στον τελικό καταναλωτή γιατί σίγουρα οι νέοι επιχειρηματίες σκέφτονται σαν καταναλωτές, δηλαδή με τρόπο, με τον οποίο θα δέχονταν αυτοί το προϊόν. Εδώ θα πρέπει να πούμε, ότι αυτό αποτελεί τροχοπέδη, αφού έτσι δεν μπορούν να αντιληφθούν σημαντικές ευκαιρίες πού, πολλές φορές, προέρχονται από μεγαλύτερες επιχειρήσεις και τα ενδιάμεσα προϊόντα τους και να πάρουν την πρωτοβουλία.

Καταλαβαίνουμε λοιπόν έτσι, την έλλειψη των επιχειρηματικών ευκαιριών. Με τον τρόπο όμως αυτό, η σημαντικότητα της επιχειρηματικής δράσης στην ανάπτυξη της οικονομίας μειώνεται αφού αυτή αναφέρεται στο τελευταίο στάδιο της παραγωγής και όχι σε όλα τα παραγωγικά στάδια, τα οποία θα μπορούσαν να φέρουν πάρα πολλές εξελίξεις. Οποσδήποτε, ο κίνδυνος πού εμφανίζεται στην οικονομία της χώρας μας, αντανακλά ανάμεσα στις μεγάλες επιχειρήσεις και στις μικρές αφού οι τελευταίες θα λειτουργούν σαν πελάτες των μεγάλων. Σίγουρα υπάρχουν καινοτομίες σε υψηλό ποσοστό μάλιστα, όμως αυτές αναφέρονται στις τεχνικές υπηρεσίες δηλαδή στον τελικό καταναλωτή, που δέχεται και όλα τα οφέλη από την δραστηριότητα. Η καινοτομία όμως θα πρέπει να έχει σκοπό την μέγιστη ποιότητα, μειώνοντας ταυτόχρονα το κόστος, βοηθώντας έτσι την ελληνική οικονομία. Κατά αυτό τον τρόπο οι υφιστάμενες πολιτικές, οφείλουν να κατευθυνθούν προς αυτή την κατεύθυνση και όχι μόνο να αναφέρετε ένα γενικό πρόβλημα δικτύωσης. Η δικτύωση αυτή, για να είναι αποτελεσματική, πρέπει να ενθαρρυνθεί έξω από το εθνικά πλαίσια προωθώντας Έτσι την εξωστρέφεια των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, γεγονός πολύ σημαντικό γιατί ζούμε σε συνθήκες ανοικτών ανταγωνιστικών αγορών. Η εξωστρέφεια αυτή θα πρέπει να αποτελεί τον κεντρικό στόχο ενός εθνικού προγράμματος μεταρρυθμίσεων και θα πραγματοποιείται μέσω σχεδιασμού ειδικών προγραμμάτων.

4.7. ΕΡΕΥΝΑ ΣΧΕΤΙΚΗ ΜΕ ΤΟ «ΦΡΕΝΟ» ΣΤΗΝ ΑΝΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε, από την KPMG - Focus Bari, το 2015, που αφορούσε, στα εμπόδια που πρέπει να υπερπηδήσουν οι γυναίκες, να ανελιχθούν στην απασχόλησή τους, είναι πάρα πολλά. Τα σημαντικότερα από αυτά είναι οι προκαταλήψεις που υπάρχουν απέναντί τους, οι λίγες ευκαιρίες για επιχειρήσεις και

το ότι οι ίδιες, δεν εμπιστεύονται τον εαυτό τους για μία τέτοια διαδικασία. Αυτά μαζί με το ότι υπάρχουν πολύ λίγες γυναίκες διοικητές σε επιχειρήσεις δυσχεραίνει την κατάσταση και συνεχίζει τη διαφορά στους μισθούς μεταξύ των δύο φίλων αλλά της ανισότητας σε πολλούς τομείς. Η έρευνα αφορά τα συναισθήματα των γυναικών επιχειρηματιών και αυτών που τώρα αρχίζουν την επιχειρηματική τους δράση, απέναντι στην εξέλιξή τους.

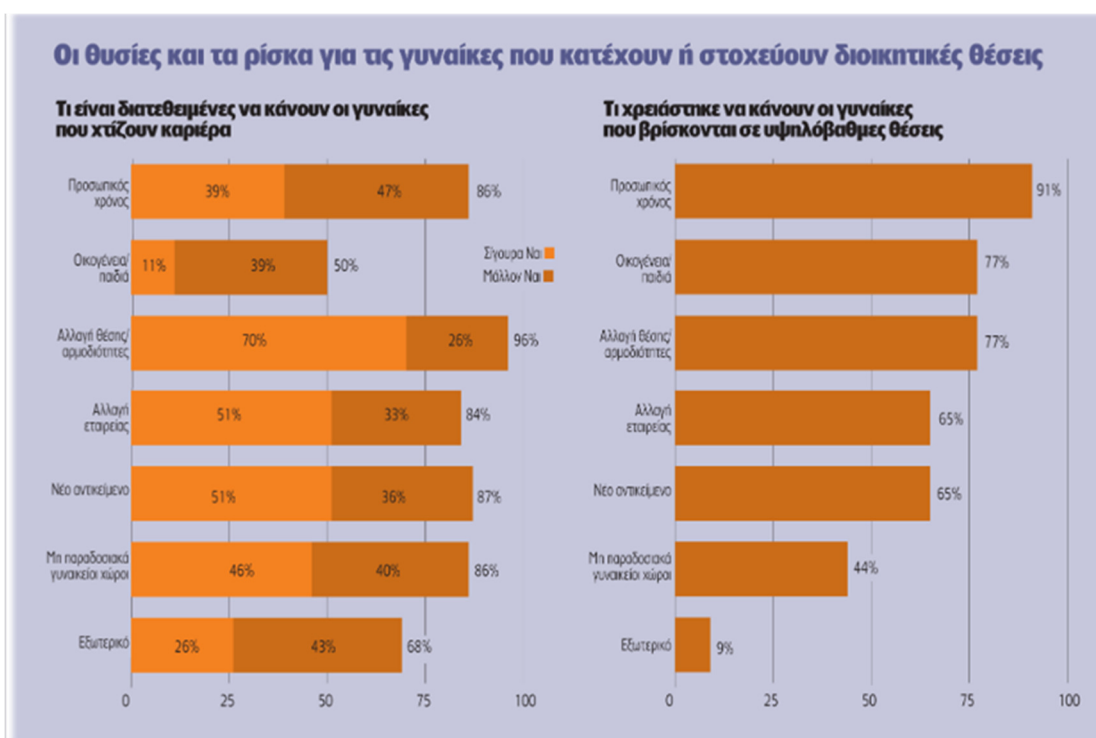
Οι γυναίκες που συμμετείχαν στην έρευνα αυτή, είχαν φτάσει σε ανώτερα επίπεδα της ιεραρχίας διοικώντας επιχειρήσεις, αλλά υπήρχαν και αυτές που μόλις ξεκινούσαν. Το 70% των γυναικών της πρώτης κατηγορίας επιθυμούσαν να φτάσουν «ψηλά» ενώ το 67% υποστήριζε ότι τους νοιάζει μια έντονη απασχόληση. Τα αντίστοιχα ποσοστά των γυναικών που μόλις άρχιζαν την επιχειρηματική δράση ήταν 30% και 36% αντίστοιχα.

Το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών που έχουν ανελιχθεί, δήλωσε ότι η δουλειά είναι εξέχουσας σημασίας γιατί δημιουργούν και αναπτύσσονται σε προσωπικό επίπεδο, ενώ δεν θα δούλευαν από «χόμπι».

Οι μισές σχεδόν γυναίκες από αυτές που έχουν χτίσει ήδη την καριέρα τους, πιστεύουν ότι θα επιτευχθούν οι στόχοι τους, ενώ το ποσοστό αυτών που χτίζουν τώρα την καριέρα τους, είναι μικρότερο. Επιπλέον, φαίνεται ότι οι γυναίκες που έχουν φτάσει στην κορυφή, έχουν πολύ μεγάλη εμπιστοσύνη στον εαυτό τους, αφού υποστηρίζουν ότι η εξέλιξή τους εξαρτάται από αυτές τις ίδιες και όχι από άλλους παράγοντες του, του ευρύτερου περιβάλλοντος. Αυτές λοιπόν σε λιγότερο ποσοστό, διεκδικούν αυτό που δικαιωματικά τους αξίζει και πιστεύουν ότι δεν υπάρχει «ταβάνι» στις επιδιώξεις τους. Όλα τα παραπάνω συναντώνται, με πολύ μικρότερα ποσοστά στις γυναίκες που τώρα αρχίζουν να δημιουργούν.

Όσον αφορά αυτά που θυσιάσαν και οι δύο κατηγορίες των γυναικών ή για ότι προτίθενται να θυσιάσουν για να φτάσουν στην κορυφή, στην πρώτη θέση βρίσκονται τα παιδιά και η οικογένεια σε αρκετά μεγαλύτερο ποσοστό σε αυτές που έχουν ήδη φτάσει στην κορυφή. Επίσης φαίνεται ότι οι πρώτες θα ρισκάριζαν στην οικογένεια ενώ δεν θα επένδυναν σε μετακίνησή τους εκτός των εθνικών συνόρων. Όλα αυτά τεχνηέντως φωτογραφίζονται στο παρακάτω ραβδόγραμμα.

Σχεδιάγραμμα 1: Θυσίες και ρίσκα για τις γυναίκες επιχειρηματίες.



Πηγή: Infographic KPMG

Όλες οι έρευνες γίνονται για την εξυπηρέτηση κάποιου σκοπού. Στα αποτελέσματα της συγκεκριμένης έρευνας, μπορούμε να βρούμε τις συγκεκριμένες κατευθύνσεις, στις οποίες θα πρέπει να προσανατολιστούν οι διάφοροι οργανισμοί προσεγγίζοντας έτσι καλύτερα τα δύο φύλα, για να μπορούν να βελτιώσουν τις πολιτικές τους.

Η πρώτη κατεύθυνση είναι ο άνθρωπος, στον οποίο μπορούν όλες οι επιχειρήσεις, να προσανατολιστούν με την ανάλυση των δεδομένων να χαράξουν την πορεία τους.

Από την άλλη αναδεικνύεται ο σημαντικός ρόλος του μάνατζερ ο οποίος μπορεί να επηρεάσει την πορεία του κάθε στελέχους.

Η σπουδαιότερη κατεύθυνση όμως είναι γυναίκα, την οποία πρέπει να βλέπουμε σε ανώτερες θέσεις, αφού είναι γεγονός ότι μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στο επιχειρησιακό γίγνεσθαι.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο

Η ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΜΕ ΑΡΙΘΜΟΥΣ

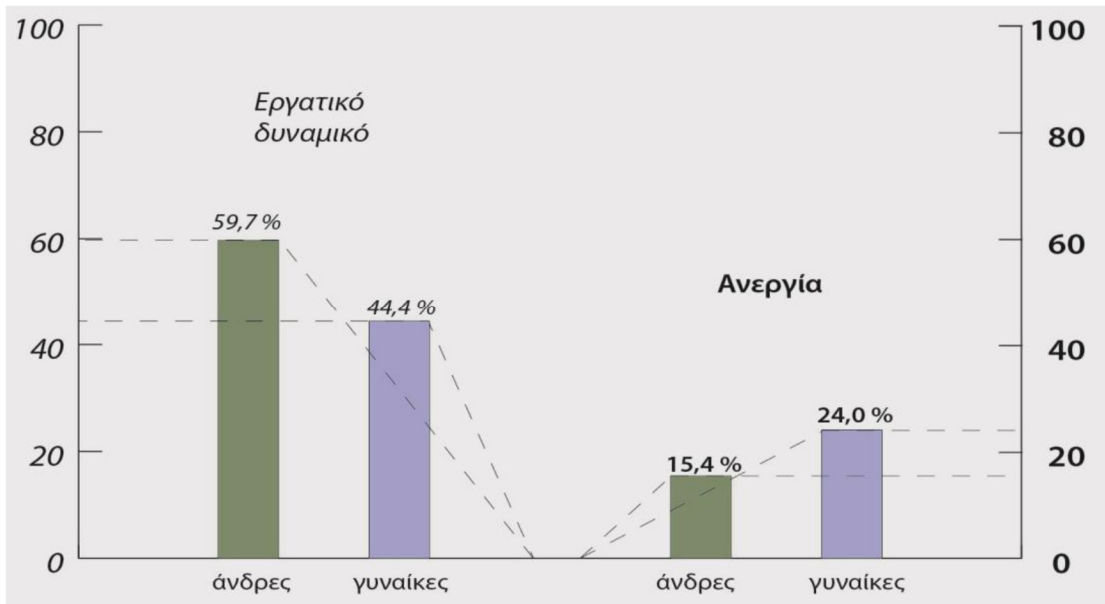
5.1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο κεφάλαιο αυτό θα δούμε τα ποσοστά για το ελληνικό γυναικείο επιχειρείν των δύο τελευταίων χρόνων. Με τον όρο αυτό αναφερόμαστε σε επιχειρήσεις όπου το μεγαλύτερο ποσοστό τους (πάνω από το 50%) ανήκει σε γυναίκες, αλλά και έχουν γυναίκα για ηγέτη.

5.2. ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΦΥΛΟ

Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ , η συμμετοχή των γυναικών στο εργατικό δυναμικό της Ελλάδας (44,4%), είναι αρκετά χαμηλότερη από την αντίστοιχη αντρική συμμετοχή (59,7%), με την ανεργία στις γυναίκες να ξεπερνάει το 24%.

Σχεδιάγραμμα 2: Ποσοστά εργατικού δυναμικού και ανεργίας ανά φύλλο.

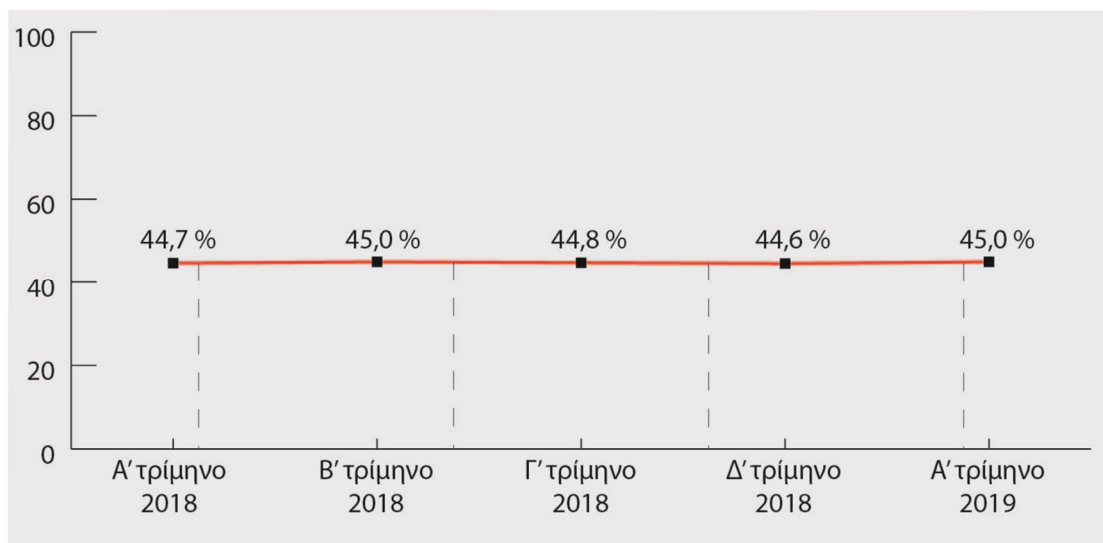


Πηγή: IOBE, στοιχεία GEM

5.3. ΜΙΣΘΩΤΕΣ ΚΑΙ ΑΥΤΟΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΕΣ ΓΥΝΑΙΚΕΣ

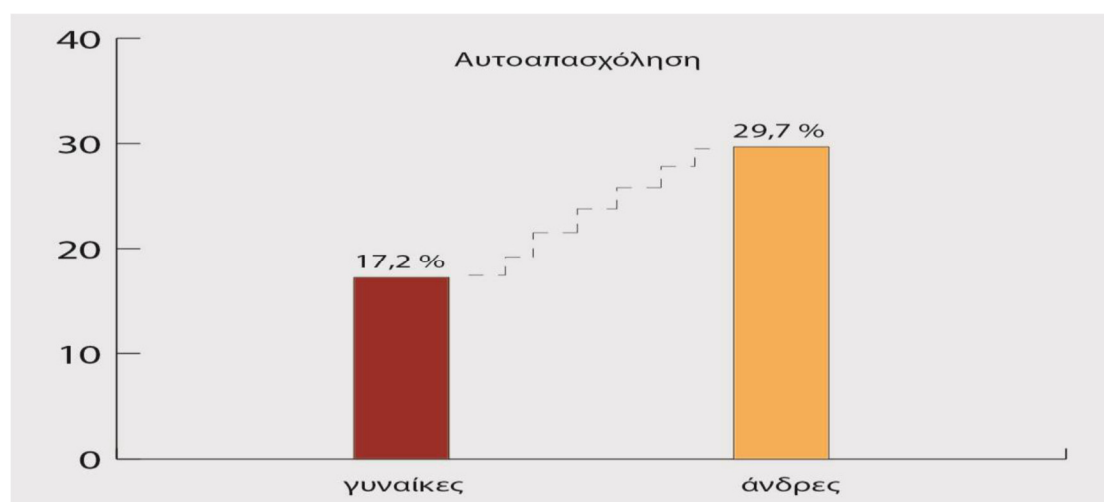
Στο πρώτο τρίμηνο του 2019, οι αυτοαπασχολούμενες γυναίκες φτάνουν το 17,2% του εργατικού δυναμικού, το μισό σχεδόν από αυτό των ανδρών που ανήλθε στο 30%. Οι μισθωτές γυναίκες είναι πολύ περισσότερες με το ποσοστό τους να ανέρχεται στο 45%.

Σχεδιάγραμμα 3: Ποσοστά μισθωτών γυναικών



Πηγή: IOBE, στοιχεία GEM

Σχεδιάγραμμα 4: Ποσοστά αυτοαπασχολούμενων ανά φύλο

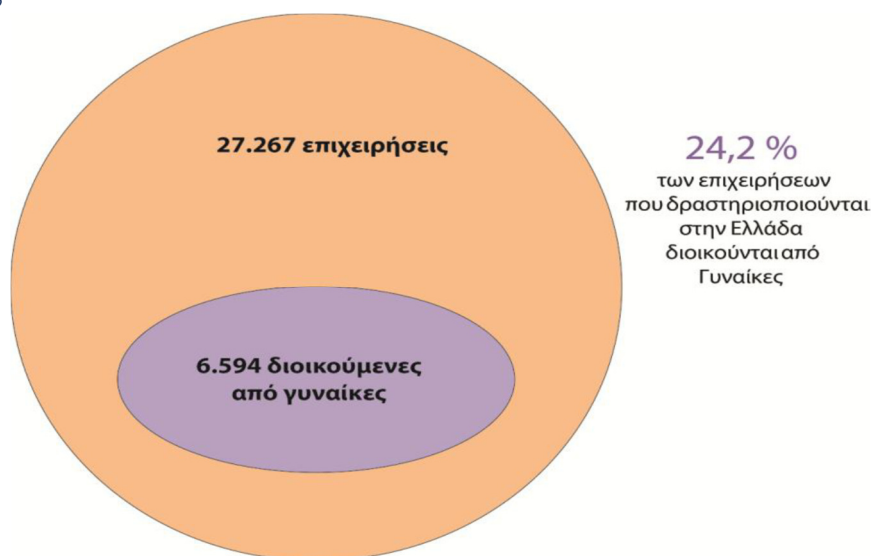


Πηγή: IOBE, στοιχεία GEM

5.4. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΜΕ ΔΙΟΙΚΗΤΗ ΓΥΝΑΙΚΑ

Το ¼ των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον ελλαδικό χώρο, έχουν σαν αρχηγό γυναίκα, στο μεγαλύτερο μέρος των περιπτώσεων. Πιο συγκεκριμένα σε ένα σύνολο σχεδόν 27.500 επιχειρήσεων, οι 6.500 χιλιάδες έχουν γυναίκα διοικητή. Αυτό φαίνεται στο παρακάτω κυκλικό διάγραμμα.

Σχεδιάγραμμα 5: Αριθμός και ποσοστό των επιχειρήσεων που διοικούνται από γυναίκες

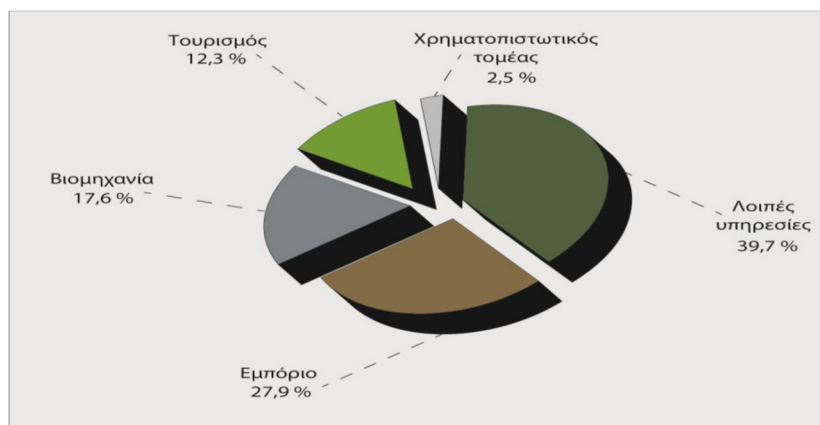


Πηγή: IOBE στοιχεία GEM

5.5. ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΑΝΑ ΚΛΑΔΟ

Όπως αναφέρθηκε πιο πάνω στην εργασία, και όπως φαίνεται και στο παρακάτω γράφημα, οι περισσότερες γυναίκες δραστηριοποιούνται στις λοιπές υπηρεσίες και στον κλάδο των προϊόντων και του εμπορίου. Το αμέσως μεγαλύτερο ποσοστό ανήκει στην βιομηχανία, ενώ ο τουρισμός και ο χρηματοοικονομικός τομέας έχουν τον μικρότερο δείκτη προτίμησης.

Σχεδιάγραμμα 6: Κατανομή της γυναικείας επιχειρηματικότητας ανά κλάδο δραστηριότητας

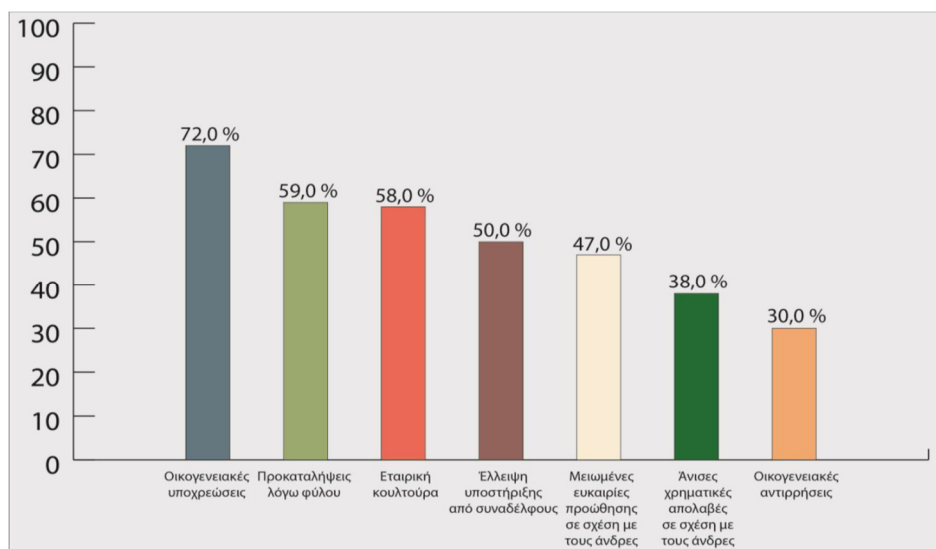


Πηγή: IOBE στοιχεία GEM

5.6. ΕΜΠΟΔΙΑ ΣΤΗΝ ΑΝΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΩΝ

Όπως βλέπουμε στο παρακάτω γράφημα, το μεγαλύτερο εμπόδιο, με ποσοστό που φτάνει στο 72%, που συναντούν στην ανέλιξή τους οι γυναίκες, αφορά την σχέση, μεταξύ της οικογένειας και της εργασίας. Από κει και πέρα, υπάρχουν οι προκαταλήψεις λόγω φύλου σε ποσοστό 59%, άνισοι μισθοί 38%, δεν υπάρχει συναδερφική αλληλεγγύη 50%. Η έκπληξη εδώ είναι το αρκετά μεγάλο ποσοστό που των εμποδίων που παρουσιάζεται από τις οικογενειακές αντιρρήσεις 30%.

Σχεδιάγραμμα 7: Εμπόδια στην ανέλιξη των γυναικών



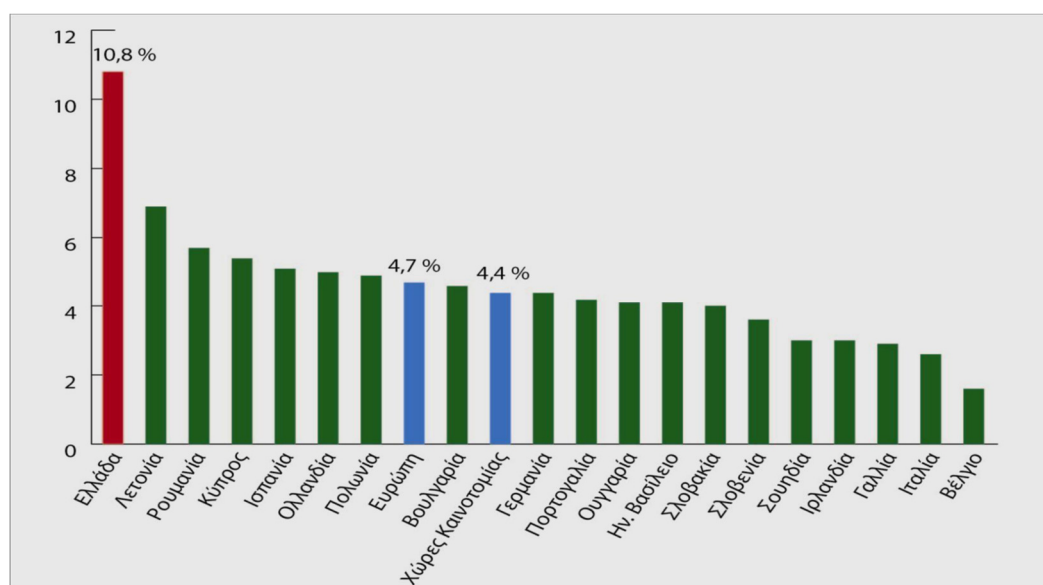
Πηγή: IOBE στοιχεία GEM

5.7. ΓΥΝΑΙΚΕΣ ΣΕ ΕΔΡΑΙΩΜΕΝΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Η κατηγοριοποίηση της επιχειρηματικότητας σε εδραιωμένη και σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, είναι ένας πολύ εύχρηστος τρόπος μέτρησης της επιχειρηματικότητας. Η πρώτη κατηγορία αφορά τα άτομα που δραστηριοποιούνται στο χώρο για πάνω από 3,5 χρόνια, ενώ η δεύτερη αυτούς που έχουν ξεκινήσει πριν τρεισήμισι χρόνια.

Δεν είναι λίγες φορές όπου η Ελλάδα έχει καταλάβει την πρώτη θέση, σχετικά με τον αριθμό των γυναικών που παίρνουν σε καθιερωμένες επιχειρήσεις. Ο αντίστοιχος δείκτης για το 2016 ανήλθε στο 11%, σύμφωνα με τα στοιχεία του IOBE. Εδώ η Ελλάδα είναι στην κατηγορία της υψηλότερης καινοτομίας, τον πρώτο ρόλο της οποίας έχει η γνώση και η εμπειρία, ενώ αυξάνεται ο τομέας των υπηρεσιών.

Σχεδιάγραμμα 8: Ποσοστό γυναικών σε καθιερωμένες επιχειρήσεις.



Πηγή: IOBE στοιχεία GEM

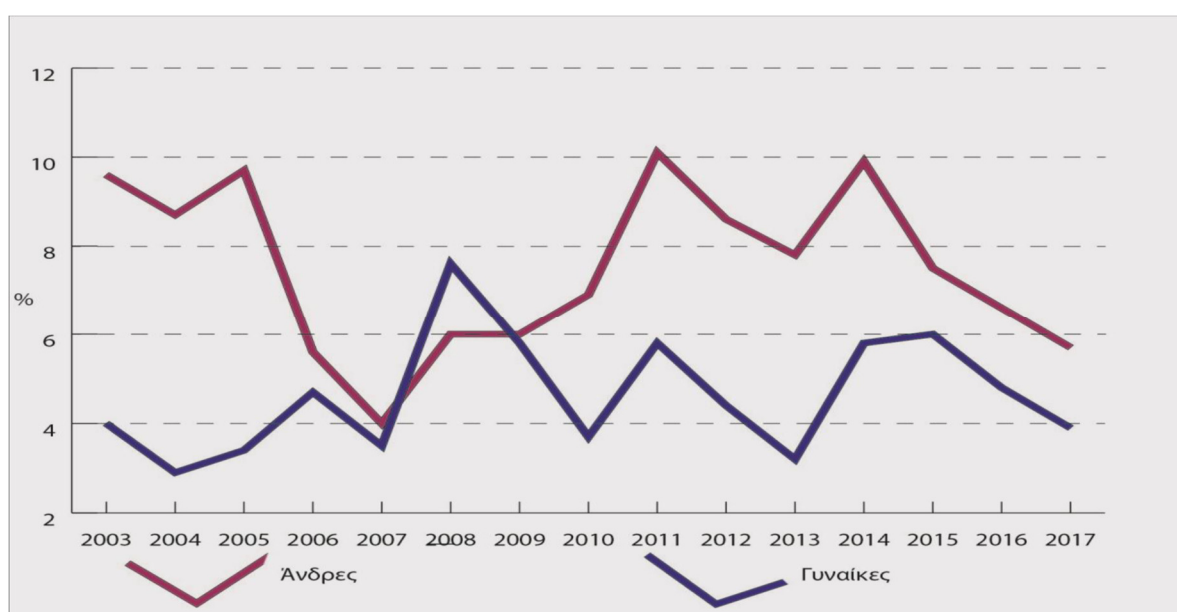
5.8. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΡΧΙΚΩΝ ΣΤΑΔΙΩΝ

Οι επιχειρήσεις των αρχικών σταδίων είναι αυτές, οι οποίες βρίσκονται στο αρχικό στάδιο της δραστηριότητάς τους και λειτουργούν τα τελευταία 3 χρόνια.

Στο παρακάτω διάγραμμα βλέπουμε, να υπάρχουν πολλοί λιγότερες γυναίκες σε σχέση με τους άντρες που δραστηριοποιούνται σε τέτοιες επιχειρήσεις, με το γεγονός αυτό να είναι διαχρονικό, αφού μεταβάλλεται με τον ίδιο τρόπο.

Τέτοια μορφή επιχειρηματικότητας έχουμε στις χώρες που αναπτύσσονται με μεγάλη ανεργία, ενώ αφορά κυρίως μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, που έχουν σαν σκοπό τον βιοπορισμό από τους ιδιοκτήτες τους.

Σχεδιάγραμμα 9: Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά φύλο



Πηγή: IOBE στοιχεία GEM

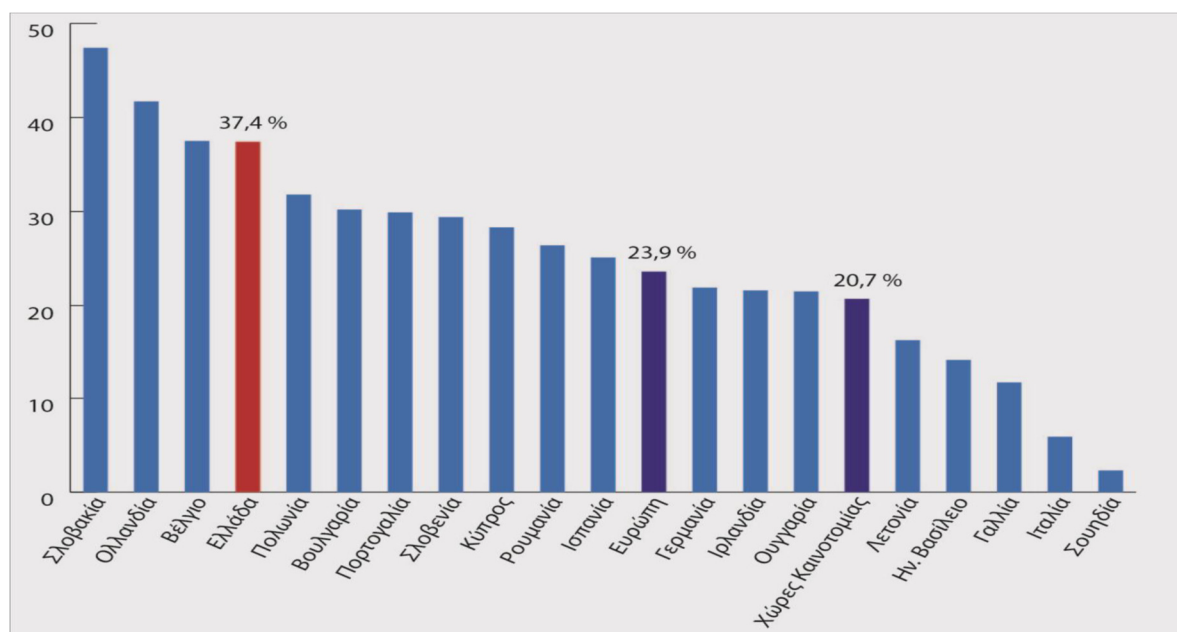
5.9. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΝΑΓΚΗΣ

Τα κίνητρα που ωθούν τα άτομα στην επιχειρηματική δραστηριότητα, χωρίζονται σε αυτά της ανάγκης και στις ευκαιρίες. Δηλαδή κάποιος το κάνουν γιατί πρέπει να βρουν μια δουλειά επειδή είναι άνεργοι, επειδή δεν έχουν άλλες επιλογές ή γιατί θέλουν να αναβαθμιστούν οικονομικά και γενικώς να εξελιχθούν. Υπάρχουν όμως κι αυτοί που αρχίζουν μια επιχείρηση, γιατί έχουν διακρίνει μια ευκαιρία και θέλουν να την αξιοποιήσουν.

Τα ποσοστά ανάγκης για τις γυναίκες φαίνεται να ανέρχονται στο 38% και τις επιχειρήσεις που βρίσκονται στα πρώτα στάδια λειτουργίας στη χώρα μας, το οποίο είναι υψηλότερο από αυτό στην Ε.Ε.

Στις χώρες που βρίσκονται υπό ανάπτυξης η ανάγκη σαν κίνητρο καταλαμβάνει υψηλότερο ποσοστό από την ευκαιρία, αφού στις χώρες αυτές είναι πολύ δύσκολη η εύρεση ικανοποιητικής εργασίας.

Σχεδιάγραμμα 10: Γυναικεία επιχειρηματικότητα ανάγκης

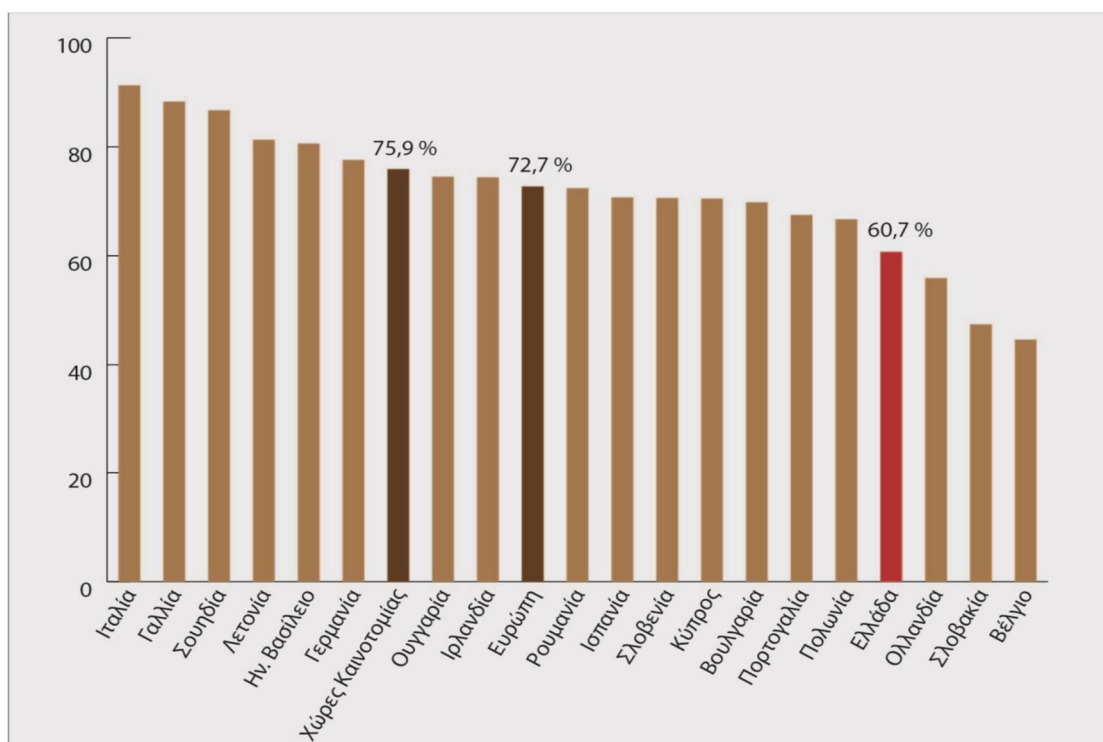


Πηγή: IOBE στοιχεία GEM

5.10. ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΕΥΚΑΙΡΙΑΣ

Πάνω από το 60% των γυναικών που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά στην Ελλάδα, ψάχνουν την ευκαιρία, η αξιοποίηση της οποίας θα τους φέρει μεγάλα οφέλη. Αυτό όμως, είναι πολύ μικρότερο, από τον αντίστοιχο δείκτη στην Ευρώπη. Παρόλα αυτά, το ποσοστό για την Ελλάδα είναι αρκετά μεγάλο γεγονός που συνδέεται με το να αριθμό και την ποιότητα των κοινωνικών παροχών. Επίσης υπάρχει μεγάλη ανεργία στις γυναίκες και ένας λόγος όπως είπαμε, είναι η προσαρμογή της προσωπικής με την επαγγελματική ζωή. Όλα αυτά δείχνουν, ότι στην Ελλάδα οι επιχειρήσεις των γυναικών λειτουργούν βιοποριστικά, δηλαδή περισσότερο από ανάγκη και όχι για την αξιοποίηση μιας ευκαιρίας.

Σχεδιάγραμμα 11: Γυναικεία επιχειρηματικότητα ευκαιρίας

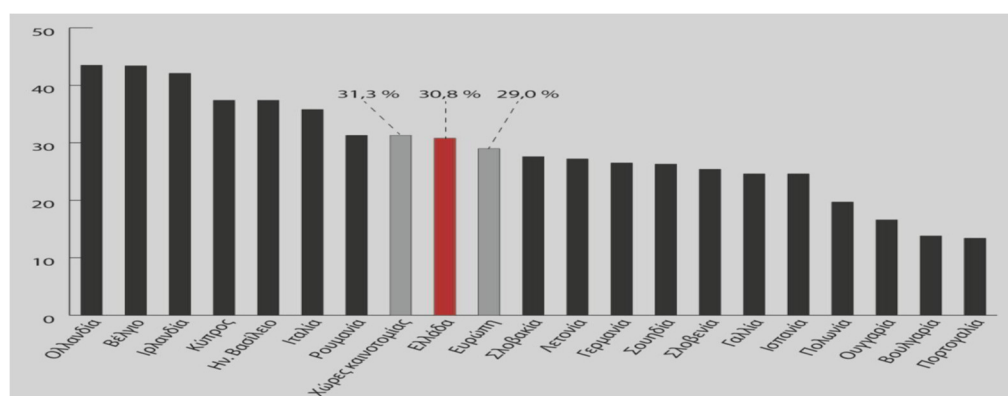


Πηγή: IOBE στοιχεία GEM

5.11. ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

Όταν λέμε καινοτομία και καινοτομικό προϊόν, εννοούμε τη διάθεση στην αγορά προϊόντων και υπηρεσιών τα οποία είναι αναβαθμισμένα σε σχέση με τα προηγούμενα. Παρακάτω φαίνεται ότι σχεδόν το 30% των Ελλήνων γυναικών επιχειρηματιών θεωρούν ότι διαθέτουν καινοτόμα προϊόντα και το ποσοστό αυτό είναι στα ίδια επίπεδα με τα αντίστοιχα στην Ευρώπη.

Σχεδιάγραμμα 12: Βαθμός καινοτομίας στη γυναικεία επιχειρηματικότητα

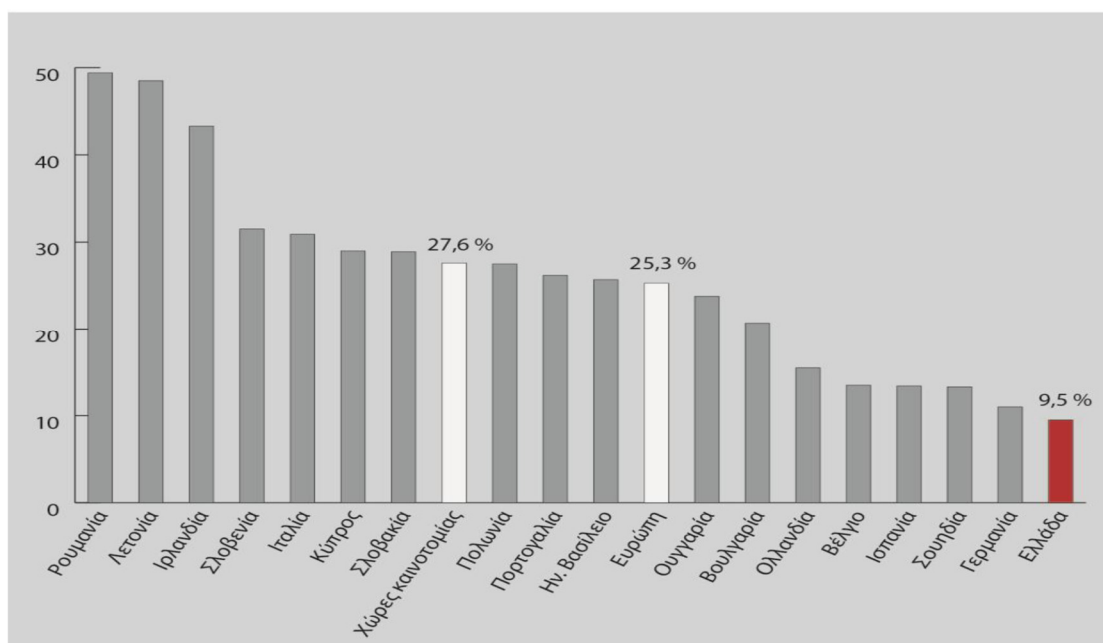


Πηγή: IOBE στοιχεία GEM

5.12. ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Επίσης, παρατηρούμε, αρκετά μικρό αριθμό γυναικών επιχειρηματιών στην Ελλάδα που «βλέπουν» προοπτικές ανάπτυξης. Δηλαδή είναι μικρό το ποσοστό των γυναικών που δραστηριοποιούνται σε επιχειρήσεις αρχικών σταδίων που προσδοκούν ότι θα μπορέσουν να δημιουργήσουν θέσεις εργασίας. Αξίζει να σημειωθεί ότι στην Ευρώπη, υπάρχει σχεδόν τριπλάσιο τέτοιο ποσοστό.

Σχεδιάγραμμα 13: Προοπτικές ανάπτυξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας

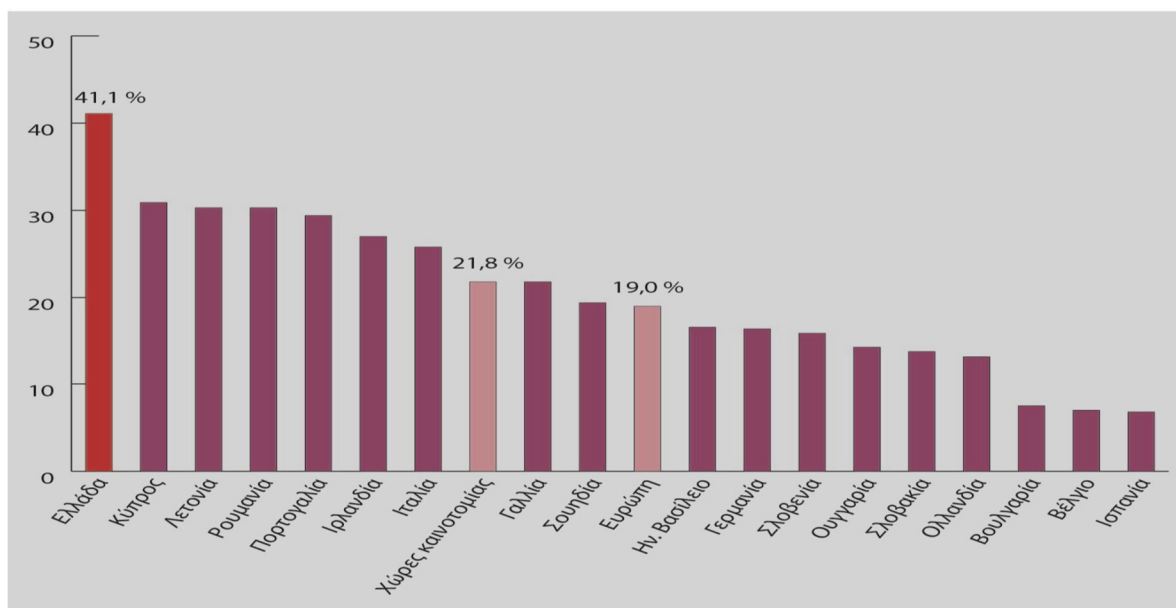


Πηγή: IOBE στοιχεία GEM

5.13. ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΩΝ «ΓΥΝΑΙΚΕΙΩΝ» ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ

Παρακάτω στο διάγραμμα, παρατηρούμε ότι η παροχή αγαθών και υπηρεσιών σε ξένους, πλησιάζει στο ¼ των ολικών πωλήσεων. Άρα υπάρχει μεγάλο ποσοστό εξωστρέφειας στις γυναικείες επιχειρήσεις στο αρχικό στάδιο, γεγονός που φέρνει την Ελλάδα σε πρώτες θέσεις στον συγκεκριμένο τομέα, συγκριτικά με τις άλλες χώρες. Βέβαια οι μεγάλοι αυτοί δείκτες συνδέονται με τον τουρισμό και τον εμπορικό τομέα.

Σχεδιάγραμμα 14: Εξαγωγές των προϊόντων της γυναικείας επιχειρηματικότητας



Πηγή: IOBE στοιχεία GEM

5.14. Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Εν κατακλείδι, η γυναικεία επιχειρηματικότητα από τη μία είναι μία προοπτική, ενώ από την άλλη είναι μία λύση ανάγκης για τις Ελληνίδες. Σαν ανάγκη παρουσιάζει μεγαλύτερα ποσοστά αναλογικά με τις χώρες της Ευρώπης. Αυτό προφανώς, συμβαίνει, λόγω της μεγάλης ανεργίας και της όχι μεγάλης εμπλοκή των γυναικών στο εργατικό δυναμικό της χώρας.

Οι επιχειρήσεις των αρχικών σταδίων, παρουσιάζουν μικρές προοπτικές ενώ εδώ οι άντρες βρίσκονται σε μεγαλύτερο ποσοστό. Οι περισσότερες δημιουργούνται από ανάγκη.

Στον αντίποδα βρίσκεται η γυναικεία καινοτομία, για τις επιχειρήσεις στο αρχικό στάδιο που παρουσιάζει μεγάλα ποσοστά και καταλαμβάνει υψηλές θέσεις στην Ευρωπαϊκή κατάταξη.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Με το πέρας της συγκεκριμένης εργασίας, αυτό που πρέπει να μείνει σαν αποτύπωμα, είναι η μεγάλη συμβολή των γυναικών στην οικονομική ανάπτυξη της πράγμα που συμβαίνει στα εγχώρια εδάφη, όπως και παγκοσμίως.

Τα χαρακτηριστικά, που συνθέτουν το προφίλ των γυναικών, είναι αρκετά και αναγκαία, ώστε να τις οδηγούν να τραβήξουν το δικό τους δρόμο, στον κόσμο των επιχειρήσεων. Η σκληρή προσωπική εργασία τους, τους επιτρέπει να «χτίσουν» πετυχημένες επιχειρήσεις και δεν είναι τυχαίο, ότι μία στις τρεις του συνόλου των επιχειρήσεων, ανήκουν σε γυναίκες.

Το έναυσμα δόθηκε με το φεμινιστικό κίνημα, με το οποίο οι γυναίκες απαίτησαν ίσες ευκαιρίες σε όλους τους τομείς, και βρήκαν τη θέση τους στον κόσμο των επιχειρήσεων. Ωστόσο, ακόμα και σήμερα, υπάρχει ένα χάσμα σε διάφορες «περιοχές», όπως η απασχόληση, η ανεργία ή και το εισόδημα, μεταξύ των δύο φύλων, αφού οι γυναίκες είναι λιγότερο τολμηρές, για την ένταξη τους στο «επιχειρείν», αν και τα τελευταία χρόνια αυτό φαίνεται να αλλάζει.

Το παράδοξο είναι ότι η οικονομική κρίση των τελευταίων χρόνων, δημιούργησε το κατάλληλο περιβάλλον για την γυναικεία επιχειρηματικότητα, αφού ελλείπει άλλων διεξόδων, αναγκάστηκαν να ενταχθούν σε αυτή. Παρόλο που στην χώρα μας, καθώς και στον Ευρωπαϊκό χώρο, δεν υπάρχει μεγάλη γυναικεία δραστηριότητα, όμως θεωρείται ότι η ανάπτυξη θα έρθει από τον κλάδο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Από την άλλη, στην εργασία αυτή είδαμε επίσης το ρόλο που μπορεί να διαδραματίσει ο πολιτισμός, στην ανάπτυξη της οικονομίας μιας χώρας. Ο πολιτιστικός τομέας, θεωρείται από πολλούς ερευνητές, ο τέταρτος πυλώνας της βιώσιμης ανάπτυξης και ιδιαίτερα στην Ελληνική επικράτεια. Για το λόγο αυτό, θα πρέπει η χώρα μας αλλά και κάθε χώρα, να προστατεύει τον πολιτισμό της το παρελθόν της αλλά και να δημιουργεί νέες μορφές πολιτισμού. Συγκεκριμένα, η Ελλάδα θα πρέπει να εξελίξει όλα τα πλεονεκτήματα και τις δυνατότητες της, στον πολιτιστικό τομέα και να τον εντάξει στις στρατηγικές της για την ανάπτυξη.

Τέλος, θα πρέπει να γίνει κατανοητό, ότι παρόλο που ζούμε στον 21 αιώνα και τα βήματα που έχουν γίνει για την παροχή ίσων ευκαιριών ανάμεσα στα δύο φύλα,

συνεχίζει να υπάρχει η ανισότητα, με τη γυναίκα να βρίσκεται σε δυσχερή θέση και να έχει να αντιμετωπίσει ανυπέβλητα, σε πολλές περιπτώσεις, εμπόδια στην ανέλιξή της στον επιχειρηματικό τομέα.

Αν μπορέσει να ξεπεράσει τα στερεότυπα και τις προκαταλήψεις που υπάρχουν απέναντί της, να έχει μεγαλύτερη εμπιστοσύνη για τον εαυτό της, να μπορέσει να φέρει σε ισορροπία την οικογένεια και την καριέρα της, να γίνει πιο εξωστρεφής και να δικτυωθεί, θα μπορέσει να αποκτήσει άλλη δυναμική στον επιχειρηματικό κόσμο. Σε αυτό βέβαια θα πρέπει να ενισχυθεί, από τις διαφορές πολιτικές στρατηγικές, που θα υποστηρίζουν τις επιχειρηματικές της δραστηριότητες, θα τη βοηθήσουν να πάρει την κατάλληλη εκπαίδευση και κατάρτιση, θα της δείξουν τις εναλλακτικές στη χρηματοδότηση και γενικώς θα άρουν τον συνολικό αποκλεισμό που επιμένει να κρατά το γυναικείο φύλο μακριά από την επιχειρηματική δραστηριότητα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Αθανασοπούλου, Α. κ. συν. (2002). Οι Διαστάσεις των Πολιτιστικών Φαινομένων τομ. Β' Πολιτιστικό πλαίσιο, Πάτρα: ΕΑΠ
- Βουτυράς, Στ. (1981). Η γυναίκα στη μισθωτή εργασία, Για μια σύγχρονη Κοινωνική Πολιτική στο πρόβλημα της εργαζόμενης Ελληνίδας, Αθήνα
- Γενική Γραμματεία Ισότητας των Φύλων. (2010), 7^η Εθνική Περιοδική Έκθεση της Ελλάδας, Αθήνα
- Γενική Γραμματεία Οικογενειακής Πολιτικής και Ισότητας των δύο Φύλων (Γ.Γ.Ο.Π.Ι.Φ.). (2019). Ενημερωτικό σημείωμα: Γυναικεία Επιχειρηματικότητα.
- Γκαντζιάς, Γ., (2008). Πολιτιστική Πολιτική, Χορηγία και Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, Αθήνα: Παπασωτηρίου.
- European Commission, (1999). «Women and rural development», Directorate General for Agriculture, Luxembourg.
- KPMG - Focus Bari, (2016). Ποια εμπόδια αντιμετωπίζει το «ασθενές» φύλο για την κατάκτηση της κορυφής και πώς θα ξεπεραστούν. Ανάκτηση την 10/01/2022 από: <https://m.naftemporiki.gr/story/1024780/ti-frenarei-tin-aneliksi-ton-gunaikon>
- Ιωαννίδης, Σ. (2000). Επιχείρηση και Επιχειρηματικότητα. Αθήνα: Παπαζήση.
- Ιωαννίδης, Σ. (2013). Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2011-12. Η Εξέλιξη των δεικτών της Επιχειρηματικότητας στην διάρκεια της Κρίσης. IOBE. Ανάκτηση την 10/01/2022 από:
http://www.iobe.gr/docs/research/RES_02_31012013REP_GR.pdf
- IOBE (2020). Ετήσια Έκθεση Επιχειρηματικότητας 2019-2020: Ισχυρή Άνοδος της νέας Επιχειρηματικότητας. Αθήνα: IOBE. Ανάκτηση την 15/01/2022 από:
http://iobe.gr/research_dtl.asp?RID=214
- Κόνσολα, Ντ. (2006). «Πολιτιστική Ανάπτυξη και Πολιτική», Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα 2006.
- Κορρές, Γ. (2015). Επιχειρηματικότητα και Ανάπτυξη, Ελληνικά Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά Συγγράμματα και Βοηθήματα. Ανάκτηση την 12/01/2022 από:
<https://repository.kallipos.gr>
- Κριεμάδης, Θ. (2011). Επιχειρηματικότητα και Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις Παροχής Υπηρεσιών. Αθήνα: Νομική Βιβλιοθήκη.
- Meyer, E.C. & Allen, K.R. (2004). Επιχειρηματικότητα και διοίκηση μικρών επιχειρήσεων. Αθήνα: ΕΛΛΗΝ.

- LeMoynes, Roger (2011). «Promoting Gender Equality: An Equity-based Approach to Programming» (PDF). Operational Guidance Overview in Brief. UNICEF.
- Όλγα Ιακωβίδου Καθηγήτρια ΑΠΘ (2007), «Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ελληνική Ύπαιθρο: Θέση - Πολιτικές - Προοπτικές» 4.1Γυναίκες επιχειρηματίες στην ύπαιθρο. Ανάκτηση την 5/01/2022 από: <http://www.ead.gr/data/files/5abe8e9dd45fe25d/file.pdf>
- Πασχαλίδης Γ., Χαμπούρη – Ιωαννίδου Α. (2002) «Οι Διαστάσεις των Πολιτιστικών Φαινομένων», Τόμος Α΄, Εισαγωγή στον Πολιτισμό, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα
- Πολυμέρου-Καμηλάκη, Αι. (2021). Παραδοσιακή πολιτιστική κληρονομιά και οικονομική ανάπτυξη. Ανάκτηση την 13/01/2022 από: <https://www.greece2021.gr/arthografia/4987-paradosiaki-politistiki-klironomia-kai-oikonomiki-anaptyksi>
- Πράσινη Βίβλος για την επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη (2003). Ανάκτηση την 17/10/2021 από: http://www.epiheirimatikotita.gr/nea/prasini_vivlos.pdf
- Άρθρο 141 παράγραφος 4 της συνθήκης για την ίδρυση της Ευρωπαϊκής Κοινότητας. Ανάκτηση την 17/10/2021 από: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX:32002L0073>
- Συμεωνίδου, Χ. (1994). Η « ασυμβατότητα» της οικογενειακής και επαγγελματικής ζωής των γυναικών. Αθήνα: Δίμη. 7:113-130
- ICON WOM-EN, (2019). Εκπόνηση εγχειρίδιου οδηγιών για τη χαρτογράφηση της γυναίκειας επιχειρηματικότητας και καταγραφής των προβλημάτων των επιχειρηματιών και των δυνητικών επιχειρηματιών / Icon Wom-En Integrating Innovation and Promoting Cluster Organization in WOMen Enterprises. Ανάκτηση την 08/11/2021 από:https://isotita.gr/wp-content/uploads/2020/07/ICON-WOM-EN_Mapping-Guidelines_GR_final.pdf
- UNESCO (1969) “Cultural policy A preliminary study”, Paris
- www.businesswoman.gr
- www.isotita.gr