



Α.Τ.Ε.Ι. ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ (Σ.Δ.Ο)

ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ :

**«ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ
MANAGEMENT ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ».**

ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ : ΧΑΤΖΗΒΑΡΙΤΗ ΣΟΦΙΑ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΗΤΡΩΟΥ: 4481

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ : ΑΠΛΑΔΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

ΚΡΗΤΗ 2014

**ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)**



**ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)**

**ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)**

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στη συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία θα γίνει λεπτομερής αναφορά στο θέμα της γυναικείας επιχειρηματικότητας στο κλάδο των τουριστικών επαγγελμάτων, όπως ορίζει και ο τίτλος της εν λόγω εργασίας («**ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ**»), αναλύοντας τη συμβολή, την προβληματική, την εξέλιξη και τη σπουδαιότητα του ζητήματος.

Αρχικά, γίνεται μία εισαγωγική αναφορά στην εξέλιξη του γυναικείου ρόλου και θέσης στην κοινωνία στον ελλαδικό χώρο και παγκόσμια. Στο θεωρητικό μέρος και συγκεκριμένα στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στην έννοια, τα χαρακτηριστικά και τους τύπους της επιχείρησης, στην έννοια της επιχειρηματικότητας, την πολιτική της επιχειρηματικότητας, την έννοια και τα βασικά χαρακτηριστικά του μανάτζμεντ, την απασχόληση στα τουριστικά επαγγέλματα και τέλος γίνεται μία συγκριτική μελέτη μεταξύ των δύο φύλων ως προς την επιχειρηματικότητα. Στο τρίτο κεφάλαιο ακολουθεί η αναφορά στην γυναικεία επιχειρηματικότητα, όπου αναφέρονται θεωρίες επί του τίτλου, το ενδιαφέρον και η όλο και αυξανόμενη δράση και κινητοποίηση της γυναίκας επιχειρηματία, η δυναμική του φαινομένου της γυναικείας επιχειρηματικότητας και τα χαρακτηριστικά του, τα επίπεδα και οι φορείς δράσης της, η κλαδική διάρθρωση και η προβληματική του ελληνικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος.

Έπεται το τέταρτο κεφάλαιο, όπου γίνεται βιβλιογραφική ανασκόπηση σε έρευνες σχετικά με την ηγεσία σε συσχέτιση με το φύλο, αλλά και στους λόγους για τους οποίους οι γυναίκες προσλαμβάνουν λιγότερο συχνά διευθυντικές θέσεις.

Στο πέμπτο κεφάλαιο αναφέρεται η τουριστική επιχειρηματικότητα των γυναικών και στο έκτο και έβδομο κεφάλαιο κατατίθενται τα συμπεράσματα και οι προτάσεις τόνωσης της γυναικείας επιχειρηματικότητας αντίστοιχα.

Στόχος της επιλογής του θέματος είναι η βιβλιογραφική μελέτη της σπουδαιότητας και της συμβολής της γυναίκας, η οποία ενώ άλλοτε ήταν υπόδουλη και υποβόσκουσα της αντρικής παρουσίας ως βασική προστατευόμενη και άβουλη σε κάθε τομέα της καθημερινότητας, πλέον στον 21^ο αιώνα διαδραματίζει έναν ισχυρό και δυναμικό ρόλο στον επαγγελματικό τομέα των τουριστικών επαγγελμάτων.

**ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)**

ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ: επιχειρηματικότητα, στήριξη, φύλο, γυναίκα, τουριστικά
επαγγέλματα

ABSTRACT

In this dissertation will make a detailed report on the issue of female entrepreneurship in the sector of tourism jobs as required and the title of the work ("WOMEN ENTREPRENEURSHIP AND MANAGEMENT IN TOURISM COMPANIES"), analyzing the contribution, the problem, the development and the importance of the issue.

Initially, there is one introductory reference to the evolution of women's role and position in society in Greece and worldwide. In theory and in particular in the second chapter to the concept, characteristics and types of business, the concept of entrepreneurship, entrepreneurship policy, the concept and the key features of management, employment in the tourism industries and finally made a comparative study between the two sexes towards entrepreneurship. Here's the third chapter, the reference to female entrepreneurship, which included theories on the title, and interest in the ever growing action and mobilization of the woman entrepreneur, the dynamics of the phenomenon of female entrepreneurship and characteristics, levels and actors Action , followed by the sectoral structure and the difficulty of Greek business environment.

The fourth chapter, which is a literature review on research on leadership in relation to gender, but also the reasons why women engage less frequently managerial positions.

In the fifth chapter the tourism entrepreneurship of women and the sixth and seventh chapter filed its findings and recommendations to stimulate female entrepreneurship respectively.

The objective of the choice of the subject is the literature study of the importance and contribution of women, which, while others were enslaved and undercurrent of male presence as a key protected and spineless in every area of daily life, now in the 21st century plays a strong and dynamic role in professional field of tourism jobs.

KEYWORDS: entrepreneurship, support, sex, woman, tourist professions

ΠΡΟΛΟΓΟΣ (Ευχαριστίες, επισημάνσεις)

Νιώθω την ανάγκη να ευχαριστήσω ειλικρινά τον επιβλέποντα καθηγητή μας , Κο Απλαδά Γεώργιο, για την εμπιστοσύνη, τη καθοδήγηση του, την υποστήριξη και την πολύτιμη βοήθεια που μου παρείχε όλο αυτό το διάστημα της εκπόνησης της πτυχιακής μου εργασίας για να έρθει αισίως εις πέρας.

Επίσης, ευχαριστώ όλους τους καθηγητές μου του ΑΤΕΙ Κρήτης του τμήματος της των Τουριστικών Επιχειρήσεων για τις πολύτιμες γνώσεις που μου προσέφεραν κατά τη διάρκεια της τετραετούς μου φοίτησης στο Α.Τ.Ε.Ι. Διοίκησης και Οικονομίας, για τις χρήσιμες υποδείξεις και συμβουλές τους.

Τέλος, οφείλω να ζητήσω συγγνώμη για τον χρόνο μου που στέρησα στην οικογένειά μου καθ' όλη τη διάρκεια της φοίτησης και της εκπόνησης της εργασίας μου, καθώς και να τους ευχαριστήσω για την υπομονή, την κατανόηση, την εμπύχωση και την γενικότερη ηθική υποστήριξή τους.

Αφιερώνω, λοιπόν, την εν λόγω εργασία σε όλες τις γυναίκες που βγήκαν ή ονειρεύονται να βγουν δυναμικά στο επιχειρηματικό τομέα της αγοράς εργασίας.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ, ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ.....	5
ABSTRACT, KEY WORDS	7
ΠΡΟΛΟΓΟΣ	8
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΚΑΙ ΟΡΟΙ.....	11
2.1. Η ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	13
2.1.1. Οι Τύποι των Επιχειρήσεων	15
2.2. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	17
2.3. Η ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	20
2.4. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ	21
2.4.1. Τα Βασικά Χαρακτηριστικά του Μάνατζμεντ	23
2.5. Η ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΣΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΑ.....	31
2.6. ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΤΩΝ ΔΥΟ ΦΥΛΩΝ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	37
3.1. ΘΕΩΡΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΤΟ ΓΥΝΑΙΚΕΙΟ ΦΥΛΟ 37	
3.2. ΤΟ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	38
3.3. Η ΑΥΞΑΝΟΜΕΝΗ ΣΠΟΥΔΑΙΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	39
3.4. Η ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΤΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ	41
3.5. ΤΑ ΕΠΙΠΕΔΑ ΚΑΙ ΟΙ ΤΟΜΕΙΣ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	45
3.6. ΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	45
3.6.1. Φορέας: ΕΣΠΑ- Προώθηση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας	45
3.6.2. Φορέας: «100 MIRRORS».....	46
3.6.3. Φορέας: Εθνικό Επιμελητηριακό Δίκτυο Ελληνίδων Επιχειρηματιών.....	47
3.6.4. Φορέας: Σύνδεσμος Ελληνίδων Γυναικών Επιχειρηματιών (Σ.Ε.Γ.Ε.)	47
3.6.5. Φορέας: Κοινοτική Πρωτοβουλία EQUAL	48
3.7. ΚΛΑΔΙΚΗ ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΓΥΝΑΙΚΕΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	49

**ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)**

3.8. Η ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΗΣ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΔΩΝ.....	50
3.9. ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ	52
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΓΥΝΑΙΚΑ ΚΑΙ MANAGEMENT	54
4.1. ΦΥΛΟ ΚΑΙ ΗΓΕΣΙΑ	55
4.2. ΟΙ ΛΟΓΟΙ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΟΠΟΙΟΥΣ ΥΠΑΡΧΕΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΑΡΙΘΜΗΤΙΚΑ ΣΕ ΔΙΕΥΘΥΝΤΙΚΕΣ ΘΕΣΕΙΣ.....	56
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΓΥΝΑΙΚΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΑ.....	58
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	61
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΤΟΝΩΣΗΣ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	64
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΗ	67
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΞΕΝΗ	69
ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ	75

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 : ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι γυναίκες ανά τη υφήλιο και μέχρι τα τέλη του 19^{ου} αιώνα ήταν αποκλειστικά σύζυγοι και μητέρες. Η βιομηχανική επανάσταση έτσι όπως προέκυψε στις αρχές του 20^{ου} αιώνα έφερε την γυναίκα στο πεδίο του επαγγελματικού ανταγωνισμού, ώστε να συμβάλλει με την εργασία της στον οικογενειακό προϋπολογισμό. Οι όλο και αυξανόμενοι ρυθμοί της εκβιομηχάνισης, των πολιτιστικών μεταβολών, της μορφωτικής αναβάθμισης καθώς και οι δύο παγκόσμιοι πόλεμοι, οι οποίοι στέρησαν από την αγορά εργασίας την ανδρική παρουσία, έφεραν στο προσκήνιο την γυναίκα, με την παρουσία της στα κοινά και με την εντυπωσιακή εισοδό της στον κόσμο της εκπαίδευσης, της εξειδικευμένης εργασίας και της επιχειρηματικότητας. Η δυναμική εισαγωγή της στην αγορά εργασίας ξεκίνησε αρχικά από την Βόρεια Αμερική και μετέπειτα στην Ευρώπη. Πλέον στον 21^ο αιώνα που διανύουμε ασκούν ιδιαίτερα σημαντική εξουσία στον επιχειρηματικό τομέα ([http://www.eif.gov.cy/mlsi/dl/genderequality.nsf/All/4680982843D6AC32C22579A7002E1CAE/\\$file/%CE%93%CF%85%CE%BD%CE%B1%CE%B9%CE%BA%CE%B5%CE%AF%CE%B1%20EPIXIRIMATIKOTHTA.pdf](http://www.eif.gov.cy/mlsi/dl/genderequality.nsf/All/4680982843D6AC32C22579A7002E1CAE/$file/%CE%93%CF%85%CE%BD%CE%B1%CE%B9%CE%BA%CE%B5%CE%AF%CE%B1%20EPIXIRIMATIKOTHTA.pdf)).

Από τα ρωμαϊκά και βυζαντινά χρόνια μέχρι σήμερα η γυναίκα ήταν καταπιεσμένη υπό το πατριαρχικό, καπιταλιστικό, οικονομικό και οικογενειακό σύστημα και κάτω από νόμους, οι οποίοι προσδιόριζαν την κατώτερη θέση της μέσα στην οικογένεια και την κοινωνία όπου και της αφαίρεσαν τα ανθρώπινα δικαιώματά της. Προς το τέλος της ξένης κυριαρχίας των Βαυαρών και ύστερα, αρχίζουν να εμφανίζονται τα πρώτα σημαντικά ονόματα για το γυναικείο κίνημα. Τα τελευταία 20 χρόνια έχουν πραγματοποιηθεί σημαντικές νομοθετικές και θεσμικές αλλαγές για την διασφάλιση της ισότητας μεταξύ ανδρών και γυναικών και για την εξάλειψη όλων των μορφών διάκρισης κατά των γυναικών ([http://www.eif.gov.cy/mlsi/dl/genderequality.nsf/All/4680982843D6AC32C22579A7002E1CAE/\\$file/%CE%93%CF%85%CE%BD%CE%B1%CE%B9%CE%BA%CE%B5%CE%AF%CE%B1%20EPIXIRIMATIKOTHTA.pdf](http://www.eif.gov.cy/mlsi/dl/genderequality.nsf/All/4680982843D6AC32C22579A7002E1CAE/$file/%CE%93%CF%85%CE%BD%CE%B1%CE%B9%CE%BA%CE%B5%CE%AF%CE%B1%20EPIXIRIMATIKOTHTA.pdf)).

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)

Παρά τις ζωτικές αλλαγές στην κοινωνία, καθώς οι γυναικείοι ρόλοι έχουν πλέον εξελιχθεί και έχουν πρόσβαση στην ανώτερη εκπαίδευση, στην αγορά εργασίας και μπορούν να απολαμβάνουν την οικονομική ανεξαρτησία τους, υπάρχει ακόμη ασυμμετρία παρόλο το ότι οι γυναίκες έχουν κάνει σημαντικά βήματα επάνω στην ισότητα των δύο φύλων, η θέση τους στην οικογένεια παρέμεινε ουσιαστικά η ίδια (Schindehutte et al, 2003).

Ο χρόνος και η ενέργεια που απαιτείται για να παίξει ένα κυρίαρχο ρόλο, συνήθως έρχεται σε αντίθεση με τις απαιτήσεις για μια αποτελεσματική καριέρα (Marlow, 1997). Η μετάβαση από τις απλές δουλειές σε ανώτερες θέσεις, συνήθως απαιτεί πολλές ώρες δουλειάς και μια δόση ατομικής αισιοδοξίας και πίστη στην εργασία (Daily et al, 1999). Λόγω των ανδροκρατούμενων δικτύων εργασίας, την έλλειψη των κατάλληλων μοντέλων και συμβουλευτικών δομών για τις γυναίκες, είναι πολύ δύσκολο να ανέβουν στους βαθμούς και τα αξιώματα μιας εταιρίας (Knouse & Webb 2001). Έχει επίσης παρατηρηθεί ότι η οικογένεια και ιδιαίτερα τα παιδιά έχουν τεράστια επίδραση στην επαγγελματική πορεία μιας γυναίκας. Πολλές γυναίκες διαλέγουν την οδό της επιχειρηματικότητας, με την πεποίθηση ότι θα τους προσφέρει καλύτερη ισορροπία μεταξύ δουλειάς και οικογένειάς τους (Marlow, 1997).

Γενικότερα η επιχειρηματικότητα αποτελεί διεθνώς μία λέξη-κλειδί στην ανάπτυξη της παγκόσμιας οικονομίας (Petrin, 1997). Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Ένωση, οι μικρές επιχειρήσεις αποτελούν βασική πηγή επιχειρηματικού δυναμισμού και καινοτομίας προσβλέποντας σε ανταγωνιστικότερη και αποτελεσματικότερη-αποδοτικότερη παγκόσμια οικονομία (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2005).

Έχουν σχεδιαστεί και εφαρμοστεί διάφορα εργαλεία πολιτικής από διάφορους οργανισμούς ώστε να στηριχθεί η γυναικεία επιχειρηματικότητα. Παραδείγματα αποτελούν οι άμεσες επιδοτήσεις, τα σεμινάρια επαγγελματικής κατάρτισης, οι φορολογικές διευκολύνσεις, κ.ά. Η Ευρωπαϊκή Ένωση (Ε.Ε.) έχει συμπεριλάβει την επιδίωξη της διεύρυνσης της επιχειρηματικότητας στους βασικούς άξονες της Ευρωπαϊκής Στρατηγικής για την Απασχόληση (Ε.Σ.Α) και η ελληνική Πολιτεία εναρμονίζοντας τις πολιτικές της με τις κατευθύνσεις της Ε.Ε. έχει εντάξει τη γυναικεία επιχειρηματικότητα ως ένα από τους βασικούς άξονες της αναπτυξιακής πολιτικής της (Στρατηγάκη, 2005).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΚΑΙ ΟΡΟΙ

2.1. Η ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Οι απόψεις των οικονομολόγων δίστανται ως προς τον ακριβή και κοινά αποδεκτό ορισμό της έννοιας «επιχείρηση». Ως κύριο χαρακτηριστικό γνώρισμα της επιχείρησης άλλοι προτείνουν τη συγκέντρωση των παραγωγικών μέσων και την τεχνο-παραγωγική διαρρύθμιση αυτών, άλλοι την αναδοχή του κινδύνου, άλλοι το μέγεθος και την έκταση των εργασιών, άλλοι το οικονομικό κίνητρο, ενώ κάποιοι άλλοι ακόμη, προσθέτουν ως απαραίτητους όρους την παραγωγή για άγνωστους καταναλωτές και την αυτοτέλεια της.

Σύμφωνα με τον ορισμό που δίνει ο Τζωρτζάκης και ο Τζωρτζάκης (1992), «επιχείρηση» είναι η οργανωμένη προσπάθεια των ανθρώπων που μέσω της ικανοποίησης των αναγκών των πελατών της, αποσκοπεί να αυξήσει τα κέρδη της κατά επαναλαμβανόμενο τρόπο. Ουσιαστικά, πρόκειται για έναν οικονομικό οργανισμό, ο οποίος έχει οικονομικούς σκοπούς.

«Επιχείρηση» είναι ο οργανισμός εκείνος ο οποίος παρέχει αγαθά ή υπηρεσίες ή και τα δύο προς του καταναλωτές. Οι επιχειρήσεις είναι διαδεδομένες σε καπιταλιστικές χώρες, όπου οι περισσότερες είναι ιδιόκτητες και προσφέρουν αγαθά ή υπηρεσίες με αντάλλαγμα άλλα αγαθά ή υπηρεσίες ή συναλλασσόμενα με χρήματα. Επίσης, υπάρχουν και επιχειρήσεις μη κερδοσκοπικές ή επιχειρήσεις κρατικής ιδιοκτησίας και μέριμνας. Η επιχείρηση που ανήκει σε πολλούς ταυτόχρονα ιδιοκτήτες καλείται «εταιρεία» (Sullivan & Steven, 2003).

Ετυμολογικά, ο όρος της πηγάζει από την ιδέα του να είναι κάποιος συνεχώς απασχολημένος. Επίσης, η επιχείρηση μπορεί να αναφέρεται σε έναν οργανισμό ή σε έναν ολόκληρο τομέα της αγοράς, όπως είναι η «μουσική» » (Sullivan & Steven, 2003).

Βασικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα, αλλά και απαραίτητες προϋποθέσεις της επιχείρησης είναι τα ακόλουθα:

**ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)**

- Να υπάρχει οργανωμένη προσπάθεια των μελών του οικονομικού οργανισμού,
- Να υπάρχει μόνιμος συνδυασμός των συντελεστών παραγωγής,
- Να παρέχεται αυτοτέλεια της οικονομικής μονάδα,
- Η παραγωγή της να απευθύνετε σε άγνωστο καταναλωτικό κοινό,
- Να μην είναι πρωτογενής, αλλά να διαμορφώνεται σε ορισμένο κοινωνικοοικονομικό περιβάλλον χαρακτηριζόμενο τόσο εις χρήμα αποτίμηση, όσο και στην επιδίωξη του κέρδους,
- Να επιδιώκει το κέρδος, το οποίο αποτελεί όχι την αιτία αλλά το απαραίτητο αποτέλεσμα της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Είναι απαραίτητο, καθώς από το κέρδος εξαρτάται η βιωσιμότητα της επιχείρησης. Αποτελεί το θεμέλιο της οργανωμένης προσπάθειας για την ανάπτυξη της επιχείρησης.
- Να ικανοποιούνται οι ανάγκες και οι επιθυμίες των καταναλωτών σε υπηρεσίες και αγαθά που τους προσφέρονται,
- Το κέρδος της επιχείρησης θα πρέπει να επαναλαμβάνεται. Η προϋπόθεση αυτή αποτελεί το βασικότερο στοιχείο της επιχείρησης, καθώς από τα ύψη του κέρδους εξαρτάται η διάρκεια της ζωής της επιχείρησης. Χαρακτηριστικό γνώρισμα της σύγχρονης επιχείρησης είναι το γεγονός ότι έχει μεγάλη διάρκεια. Δεν γίνεται λόγος για μία καιροσκοπική επιχείρηση, αλλά για την επιχείρηση η οποία έχει διάρκεια ζωής μεγαλύτερη από τον φορέα της. Αυτό επιτυγχάνεται μόνο όταν υπάρχει συνέχεια στο επιτυγχανόμενο κέρδος. Η συνέχιση του κέρδους διασφαλίζεται μέσα από την ικανοποίηση των αναγκών των πελατών της επιχείρησης. Πρωταρχικός σκοπός, λοιπόν, είναι όχι να πραγματοποιεί κέρδη, αλλά να ικανοποιεί τις ανάγκες των πελατών από όπου θα παράγεται κέρδος εφόσον μόνο αν υπάρχουν πελάτες των παραγόμενων αγαθών ή των προσφερόμενων υπηρεσιών της, θα κατορθώσει να διασφαλίσει την μακροβιότερη το δυνατόν επιβίωσή της (Κόκκαλη, 2007).

2.1.1. ΟΙ Τύποι των Επιχειρήσεων

Ως προς την διάκριση και τον τρόπο διαχωρισμού των επιχειρήσεων υπάρχουν κάποια κριτήρια. Η μορφή της οργάνωσης, καθώς και ο τύπος της διοίκησης που εφαρμόζεται από τις επιχειρήσεις εξαρτάται από την κατηγορία και το είδος της επιχείρησης. Η κατηγοριοποίηση, λοιπόν, των επιχειρήσεων στηρίζεται σε οικονομικά, νομικά, οργανωτικά, και άλλα κριτήρια, έτσι όπως συνοψίζονται ακολούθως:

❖ Ανάλογα με το μέγεθός τους διακρίνονται σε:

- μικρές,
- μεγάλες,
- μεσαίες.

Εκτός από το μέγεθος της επιχείρησης, κάποια άλλα βασικά κριτήρια διάκρισης της επιχείρησης είναι :

- ο ενιαίος κύκλος εργασιών,
- ο ετήσιος μέσος όρος του αριθμού των εργαζομένων,
- η αξία των στοιχείων του ισολογισμού

❖ Ανάλογα με το αντικείμενο της απασχόλησης των επιχειρήσεων, διακρίνονται σε τρεις κατηγορίες, ε υποδιαιρέσεις στην καθεμία:

-πρωτογενούς ή αρχικής παραγωγής:

Γεωργικές,

Αλιευτικές,

Επιχειρήσεις εξόρυξης ορυκτού και μεταλλεύματος και άλλες

-δευτερογενούς παραγωγής:

Μεταποιητικές επιχειρήσεις,

Βιοτεχνίες,

Βιομηχανίες

-τριτογενούς παραγωγής:

Επιχειρήσεις μεταφοράς αγαθών,

Εμπορικές υπηρεσίες,

Τουριστικές τράπεζες και άλλα

(Τζωρτζάκη & Τζωρτζάκη, 1992).

❖ Ανάλογα με το φορέα και τη μορφή τους. Κάθε επιχείρηση αποτελεί νομικό πρόσωπο ιδιωτικού τομέα και λειτουργεί με συντονισμένες ενέργειες, οι οποίες στρέφονται στο κίνητρο του κέρδους. Σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία, οι επιχειρήσεις διακρίνονται σε:

-ατομικές και

-εταιρικές, οι οποίες διακρίνονται με τη σειρά τους σε:

I. προσωπικές, οι οποίες επίσης διακρίνονται σε

-ομόρυθμες,

-ετερόρυθμες,

-αφανείς

II. εταιρείες κεφαλαίου,

III. συνεταιρισμούς,

IV. κοινοπραξίες.

Και στις ατομικές, αλλά και στις εταιρικές επιχειρήσεις, τα φυσικά άτομα που την αποτελούν διαθέτουν απεριόριστη ευθύνη. Δηλαδή, σε περιπτώσεις

δυσμενών καταστάσεων, όπως είναι οι περιπτώσεις πτώχευσης, εκτός από την περιουσία της επιχείρησης, δεσμεύεται και η ατομική περιουσία των ιδιοκτητών.

Σε περιπτώσεις των επιχειρήσεων κεφαλαίου (βλέπε II παραπάνω), όπως είναι η Ανώνυμη Εταιρεία, η ευθύνη περιορίζεται στην εταιρική περιουσία. Απαραίτητη προϋπόθεση αποτελεί για την όποια μορφή εταιρείας είναι η σύνταξη του καταστατικού, η ύπαρξη συμβολαιογράφου ή η απλή συμπλήρωση και κατάθεση ιδιωτικού εγγράφου. Γενικότερα, αυτό που ενώνει τους παραπάνω τύπους των επιχειρήσεων είναι ο κοινός τους στόχος, δηλαδή η αύξηση και ο πολλαπλασιασμός του αρχικού κεφαλαίου, η δημιουργία πλούτου, η αύξηση των κερδών τους (Σαΐτη, 2005).

2.2. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Επιχειρηματικότητα ορίζεται ως η προσπάθεια μετατροπής της πρωτοβουλίας σε αποτέλεσμα. Περιλαμβάνει:

- την καινοτομία
- την ηγεσία
- την διαχείριση
- την ανάπτυξη

της πρωτοβουλίας. Αποτελεί μία διαδικασία, κατά την οποία δημιουργείται κάτι νέο, αφιερώνοντας τον απαιτούμενο χρόνο και προσπάθεια και συνοδευόμενη από οικονομικούς, ψυχικούς και κοινωνικούς κινδύνους, απολαμβάνοντας ανταμοιβές ικανοποίησης και ανεξαρτησίας σε νομισματική αλλά και ηθική μορφή (Hisrich et al, 2008).

Η έννοια του επιχειρηματία ως ανθρώπινο ον αναφέρεται στ μορφωτικό επίπεδο των ατόμων, υπό την έννοια της ποσοτικής και ποιοτικής τους εκπαίδευσης, αλλά και σε κάποια χαρακτηριστικά της προσωπικότητάς τους, τα οποία δεν μπορούν αν

εκτιμηθούν ή να εκτιμηθούν με ακρίβεια και να συμπεριληφθούν σε κάποιο οικονομετρικό υπόδειγμα. Έρευνες οι οποίες διεξήχθησαν από ειδικούς οικονομολόγους ή κοινωνιολόγους έχουν πολλούς περιορισμούς. Ωστόσο, θεωρείται ότι τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας, όπως είναι το αίσθημα της αυτοπεποίθησης, της εφευρετικότητας, της ανάπτυξης των πρωτοβουλιών, της εξωστρέφειας, της δεκτικότητας σε νέες εμπειρίες και άλλα συναισθήματα προφανώς μπορούν να κινητοποιήσουν τα άτομα να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά. Σύμφωνα με έρευνες, άτομα τα οποία αναλαμβάνουν ρίσκο, ανεξαρτήτως της ύπαρξης της αυτοπεποίθησης ή της χαρακτηριστικής αντοχής τους σε εργασιακό φόρτο δουλειάς ή εργασιακή πίεση, ανταπεξέρχονται σε επιχειρηματικές δραστηριότητες (Wooten et al, 1999).

Ως προς το επίπεδο της ανάπτυξης και της εκπαίδευσης των επιχειρηματικών πρωτοβουλιών, σύμφωνα με εμπειρικές αναλύσεις, δεν έχει επιβεβαιωθεί κάποια συστηματική σχέση. Γενικότερα, όταν αυξάνεται το μορφωτικό επίπεδο των ατόμων, τότε η απόφαση ανάληψης των επιχειρηματικών πρωτοβουλιών εξαρτάται από τη στάση τους απέναντι στο ρίσκο που εκλαμβάνουν. Τα άτομα εκείνα, τα οποία διαθέτουν υψηλό μορφωτικό επίπεδο, υπάρχει πιθανότητα να αποστρέφονται τον κίνδυνο και να μην επιλέγουν την αυτοαπασχόληση, καθώς μπορούν να επιτύχουν υψηλές αποδοχές ως μισθωτοί σε άλλους εργοδότες, λόγω των υψηλών μορφωτικών και εκπαιδευτικών τους προσόντων (Wang & Wong, 2004).

Ως προς την ανάπτυξη των υγιών επιχειρήσεων, οι εμπειρικές μελέτες που επικεντρώθηκαν στη σχέση των ατομικών χαρακτηριστικών συγκριτικά με την επιχειρηματική δραστηριότητα έδειξαν ότι εκτός από το ανθρώπινο κεφάλαιο, συμβάλλει και ο ρόλος του οικονομικού κεφαλαίου στην ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Το οικονομικό κεφάλαιο είναι το επίπεδο των εισοδημάτων, το επίπεδο του πλούτου και άλλα. Το κεφάλαιο αυτό, λοιπόν, προσεγγίζεται από τους μελετητές ως προς την δημιουργία και την βιωσιμότητα των επιχειρήσεων. Με την προσέγγιση αυτή, παρέχεται στους μελετητές το πλεονέκτημα να διαπιστώσουν και να μελετήσουν τις διαφορές μεταξύ των ατόμων που αναπτύσσουν επιχειρηματική δραστηριότητα αλλά

και σε άτομα, τα οποία δεν αναπτύσσουν κάποιο επιχειρηματικό εγχείρημα (Montgomery et al, 2005).

Γενικότερα, λοιπόν, έχει διαπιστωθεί ότι στην επιτυχία της επιχειρηματική δράσης και δραστηριότητας συμβάλλει τόσο το ατομικό στοιχείο, όσο και ο οικονομικός παράγοντας. Μάλιστα, σε κάποιες περιπτώσεις, υπάρχει ουσιαστικότερη επίδραση του ανθρώπινου παράγοντα, ώστε να διεξάγεται τελικά το συμπέρασμα ότι «το ανθρώπινο κεφάλαιο είναι ο πραγματικός καθοριστικός παράγοντας επιτυχίας μίας επιχείρησης, ενώ η επιτυχία του οικονομικού παράγοντα μοιάζει να είναι πλασματικός παράγοντας επίδρασης στην επιχειρηματική επιτυχία (Montgomery et al, 2005).

Δεν θα πρέπει να αμφισβητείται το γεγονός ότι το οικονομικό κεφάλαιο διευκολύνει την ανάληψη της οικονομικής δραστηριότητας, όπου σε κάποιες περιπτώσεις, όπως στην περίπτωση της απροσδόκητης απόκτησης των οικονομικών πόρων, πράγμα που θα μπορούσε να συνέβαινε στην περίπτωση της κληρονομιάς, ωστόσο αυξάνει το ενδεχόμενο επέκτασης της επένδυσης των χρημάτων σε επενδυτικό επίπεδο. Έτσι, λοιπόν, η βιωσιμότητα της επιχείρησης εξαρτάται από τις δύο μορφές του κεφαλαίου, την ανθρώπινη και την οικονομική.

Υπάρχουν γενικότερα κάποια στοιχεία, τα οποία χαρακτηρίζουν τον νέο επιχειρηματία και είναι τα ακόλουθα:

- Ο επιχειρηματίας χαρακτηρίζεται από ενθουσιώδες όραμα, στοιχείο που αποτελεί κατευθυντήρια δύναμη της επιχειρηματικότητας.
- Το όραμα του επιχειρηματίας στηρίζεται σε ενδασφαλισμένη συλλογή κάποιων ιδεών, που δεν διατίθενται στην αγορά.
- Το γενικό σχεδιάγραμμα για να πραγματοποιηθεί το επιχειρηματικό του όραμα είναι σαφές. Ωστόσο, οι λεπτομέρειες μπορεί να είναι ελλιπείς, εύκαμπτες και εξελίξιμες.
- Ο επιχειρηματίας χαρακτηρίζεται από ενθουσιώδες πάθος για την πραγματοποίηση και ολοκλήρωση του οράματός του.

- Ο επιχειρηματίας αναπτύσσει στρατηγικές με εμμονή και προσδιορισμό, ώστε να πραγματοποιήσει το όραμά του.
- Ο επιχειρηματίας αναλαμβάνει την αρχική ευθύνη να μετατρέψει το όραμά του σε πραγμάτωση επιτυχίας.
- Ο επιχειρηματίας συνειδητοποιεί τους κινδύνους που αναλαμβάνει να αντιμετωπίσει. Αξιολογεί τις δαπάνες, τις ανάγκες της αγοράς ή των πελατών, και πείθει άλλες επιχειρήσεις να συνενωθούν και να βοηθήσουν.

Γενικότερα, ένας επιχειρηματίας έχει θετική σκέψη όσον αφορά στη λήψη επιχειρηματικών αποφάσεων (Deakins & Freel, 2012).

2.3. Η ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Η πολιτική επιχειρηματικότητα περιλαμβάνει τα ακόλουθα:

- Στοχεύει στο προ- στάδιο και την προετοιμασία των φάσεων των επιχειρησιακών διαδικασιών,
- Σχεδιάζεται και συνδυάζεται με το κίνητρο, τις δεξιότητες και την ευκαιρία,
- Οι επιχειρηματίες εισέρχονται στα πρώιμα στάδια της επιχειρηματικής δραστηριότητας με κίνητρο το κέρδος και νοοτροπία στηριζόμενη σε ενθαρρυντική σκέψη έναρξης και επιχειρηματικής επιτυχίας (Lundstrom & Stevenson, 2002).

2.4. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ MANAGEMENT

Το management της επιχείρησης ή της οικονομικής οργάνωσης είναι η λειτουργία που συντονίζει τις ανθρώπινες προσπάθειες να επιτύχουν στους στόχους που έθεσαν καθώς και οι στόχοι που χρησιμοποιούν αποτελεσματικά και αποδοτικά με την χρήση των διαθέσιμων πόρων. Το management περιλαμβάνει:

- το σχεδιασμό,
- την οργάνωση,
- την στελέχωση,

ώστε να διοικείται και να ελέγχεται η οργάνωση της επιχείρησης μέσω των πρωτοβουλιών που λαμβάνονται προς την επίτευξη των στόχων. Περιλαμβάνει την ανάπτυξη και την χειραγώγηση:

- των ανθρώπινων πόρων,
- των οικονομικών πόρων,
- των τεχνολογικών πόρων και
- των φυσικών πόρων.

Χαρακτηρίζεται για την ακαδημαϊκή πειθαρχία, καθώς αποτελεί κοινωνική επιστήμη που έχει ως αντικείμενο την μελέτη της κοινωνικής οργάνωσης.

Management ή αλλιώς επιχειρηματική διοίκηση/ διαχείριση ονομάζεται η οργάνωση και ο συντονισμός των δραστηριοτήτων μίας επιχείρησης σύμφωνα με ορισμένες πολιτικές με κίνητρο την επίτευξη των επιχειρηματικών στόχων.

Σύμφωνα με τον Malik (2008), το management είναι η μετατροπή των πόρων σε πόρους χρησιμότητας. Η διοίκηση περιλαμβάνει τους παράγοντες της παραγωγής, καθώς και τα μηχανήματα, τα υλικά και τα χρήματα ως πρώτες ύλες.

Σύμφωνα με τον Drucker (1954), βασικό καθήκον της επιχειρηματικής διοίκησης/ διαχείρισης είναι το μάρκετινγκ και η καινοτομία. Παρόλα αυτά, η καινοτομία συνδέεται με το εμπόριο. Η καινοτομία του προϊόντος αποτελεί, επίσης, ένα βασικό ζήτημα της στρατηγικής μάρκετινγκ. Ο Drucker ορίζει το μάρκετινγκ ως το βασικό στοιχείο της επιτυχίας των επιχειρήσεων, ενώ το μάνατζμεντ και το μάρκετινγκ αποτελούν δύο βασικές αρχές της διοίκησης των επιχειρήσεων.

Σύμφωνα με τον Kaplan (2014), το ευρωπαϊκό μάνατζμεντ αποτελεί την διαπολιτισμική προσέγγιση της κοινωνίας της διαχείρισης σύμφωνα με τις διεπιστημονικές αρχές. Ορίζει το European Management ως την διαπολιτισμική προσέγγιση της κοινωνίας διαχείρισης με βάση διεπιστημονικές αρχές. Το μάνατζμεντ περιλαμβάνει τις λειτουργίες- κλειδιά για την διαμόρφωση της εταιρικής πολιτικής και της οργάνωσης, του προγραμματισμού, του ελέγχου και διοχετεύει τους πόρους μιας επιχείρησης με τρόπο τέτοιο ώστε να επιτευχθούν οι στόχοι και οι πολιτικές που θέτει η επιχείρηση. Το μέγεθος του μάνατζμεντ κυμαίνεται από ένα άτομο μίας μικρής εταιρείας σε εκατοντάδες ή χιλιάδες στελέχη των πολυεθνικών εταιρειών. Σε περιπτώσεις μεγάλων επιχειρήσεων, το διοικητικό συμβούλιο χαράσσει την πολιτική, ενώ ο επικεφαλής λειτουργεί συμβουλευτικά.

Το μάνατζμεντ περιλαμβάνει τον χειρισμό του ανθρώπινου δυναμικού της επιχείρησης συμβάλλοντας στην επίτευξη των στόχων της. Προϋπόθεση για την επίτευξη των επιχειρησιακών στόχων είναι η αποτελεσματική επικοινωνία. Το εταιρικό περιβάλλον, σε αντίθεση με τον φυσικό ή μηχανικό μηχανισμό, προϋποθέτει ανθρώπινο κίνητρο ώστε να επέλθει επιτυχής πρόοδος ή ευνοϊκό αποτέλεσμα του συστήματος που ακολουθείται. Έτσι, το μάνατζμεντ δεν είναι η χειραγώγηση του μηχανισμού, ενώ μπορεί να υπάρχει τόσο σε μία νόμιμη επιχείρηση όσο και σε παράνομη. Διαθέτει ανθρώπους, επικοινωνία και θετική προσπάθεια της επιχείρησης. Τα σχέδια, οι μετρήσεις, τα ψυχολογικά εργαλεία τα οποία υποκινούν την επιχείρηση και την απόδοσή της, οι στόχοι και τα οικονομικά μέτρα, όπως είναι το κέρδος, είναι τα απαραίτητα εργαλεία του μάνατζμεντ.

Μία διαχείριση αφορά στο λειτουργικό μέρος της επιχείρησης, όπως είναι η μέτρηση των ποσοτήτων των αναγκών και των κερδών για την προσαρμογή ή την αναπροσαρμογή των σχεδίων που πληρούν τους επιχειρησιακούς στόχους. Αυτό

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)

ισχύει ακόμη και σε περιπτώσεις που ο σχεδιασμός δεν λαμβάνει χώρα. Σύμφωνα με το παραπάνω, ο Fayol (1966) αναφέρει έξι λειτουργίες του μάνατζμεντ:

1. Πρόβλεψη
2. Σχεδίαση
3. Οργάνωση
4. Διοίκηση
5. Συντονισμός
6. Έλεγχος

Η Follett όρισε το μάνατζμεντ ως την τέχνη της διαχείρισης των πραγμάτων από τους ανθρώπους. Περιέγραψε, μάλιστα, την επιχειρησιακή διαχείριση ως μία φιλοσοφία.

Γενικότερα, υπάρχει δυσκολία καθορισμού της διαχείρισης, χαρακτηρίζεται από την ευμετάβλητη φύση του ορισμού του και συνδέεται με τις διαχειριστικές πρακτικές και την ύπαρξη του διευθυντικού στελέχους.

Η διαχείριση- management αφορά στην διοίκηση των επιχειρήσεων και ως εκ τούτου δεν περιλαμβάνεται η διαχείριση τομέων εκτός επιχείρησης, με παράδειγμα τα φιλανθρωπικά ιδρύματα ή ο δημόσιος τομέας. Κάθε οργανισμός πρέπει αν διαχειρίζεται το έργο του, τους ανθρώπους που εργάζονται στον χώρο του, την τεχνολογία που διατίθεται και άλλα. Ωστόσο, πολλοί άνθρωποι αναφέρουν τον επιστημονικό κλάδο, στον οποίο φοιτούν και εξειδικεύονται στον επιχειρησιακό τομέα του management ως «σχολείο των επιχειρήσεων». Σε κάποια ιδρύματα μάλιστα χρησιμοποιείται περιεκτικά ο όρος «management» (Harvard Business School / Yale School of Management) (Armstrong, 1994).

2.4.1. Τα Βασικά Χαρακτηριστικά του Μάνατζμεντ

Τα βασικά χαρακτηριστικά του μάνατζμεντ εστιάζουν

- στη βασική λειτουργία του, η οποία στηρίζεται σε τέσσερις κατηγορίες- λειτουργικότητες:
 - τον σχεδιασμό, δηλαδή στην απόφαση για το τι πρέπει αν συμβεί στο μέλλον και τη δημιουργία των σχεδίων δράσης
 - την οργάνωση, αφού βεβαιωθούν οι ανθρώπινοι και οι μη ανθρώπινοι πόροι που έχουν θεσπιστεί
 - τον συντονισμό, όπου δημιουργείται μία δομή μέσω της οποίας μπορεί να εκπληρωθούν οι στόχοι του οικονομικού οργανισμού- επιχείρησης
 - την διοίκηση, όπου προσδιορίζεται το τι πρέπει να γίνει σε μία κατάσταση ώστε να ληφθούν οι ανάλογες αποφάσεις αντιμετώπισής της
 - τον έλεγχο, όπου πρόκειται για τον έλεγχο προόδου ενάντια στα σχέδια (Stroh et al, 2002).

- Στους βασικούς ρόλους, οι οποίοι διακρίνονται σε:
 - Διαπροσωπικοί ρόλοι και πρόκειται για ρόλους οι οποίοι αφορούν στον συντονισμό και την αλληλεπίδραση με τους εργαζόμενους της επιχείρησης
 - Ενημερωτικοί ρόλοι, οι οποίοι αφορούν στο χειρισμό, την ανταλλαγή και την ανάλυση των πληροφοριών περί της επιχείρησης
 - Ρόλοι λήψης αποφάσεων, όπου αναφέρεται σε ρόλους που απαιτούν την λήψη αποφάσεων (Stroh et al, 2002).

**ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)**

- Στις δεξιότητες που διακρίνονται σε:
 - Πολιτικές δεξιότητες, οι οποίες χρησιμοποιούνται για να τεθεί μία βάση δύναμης και δημιουργίας των συνδέσεων
 - Εννοιολογικές δεξιότητες, οι οποίες χρησιμοποιούνται για την ανάλυση πολύπλοκων καταστάσεων που προκύπτουν σχετικά με την επιχείρηση
 - Διαπροσωπικές δεξιότητες, οι οποίες χρησιμοποιούνται για την επικοινωνία, την παρακίνηση, την εποπτεία και την εκπροσώπηση της επιχείρησης
 - Διαγνωστικές δεξιότητες, οι οποίες αφορούν στην ικανότητα να απεικονιστεί η κατάλληλη απάντηση σε μία κατάσταση
 - Οι τεχνικές δεξιότητες, οι οποίες αφορούν στην εξειδίκευση συγκεκριμένης λειτουργικής, επιχειρηματικής περιοχής ενός ατόμου (Kleiman, 2010)

- Στη διαμόρφωση της πολιτικής των επιχειρήσεων, που έχει ως χαρακτηριστικά γνώρισμα τα κάτωθι:
 - Αποστολή της επιχείρησης που καλείται να ανταποκριθεί, είναι η προφανής αποστολή της παραγωγής και προώθησης του αγαθού που παράγει προς πώληση στους υποψηφίους καταναλωτές
 - Το όραμα της επιχείρησης καθρεφτίζει τις φιλοδοξίες της επιχείρησης και καθορίζει την κατεύθυνση που επιθυμεί να ακολουθήσει ή τον μελλοντικό προορισμό.
 - Οι στόχοι της επιχείρησης αναφέρονται στην επιχειρηματική της δραστηριότητα.
 - Η πολιτική της επιχείρησης, η οποία είναι ο οδηγός που ορίζει τους κανόνες, τους κανονισμούς και τους στόχους και μπορούν να χρησιμοποιηθούν στη διαδικασία της λήψης των αποφάσεων της

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)

επιχείρησης. Πρέπει η πολιτική των αποφάσεων να χαρακτηρίζεται από ευελιξία και να ερμηνεύεται εύκολα καθώς και να κατανοείται από όλους τους εργαζομένους της επιχείρησης

- Η στρατηγική της επιχείρησης, η οποία αναφέρεται στο συντονισμένο σχέδιο δράσης που ακολουθεί η επιχείρηση και στους πόρους που χρησιμοποιεί, ώστε να πραγματοποιήσει το όραμα και τους μακροπρόθεσμους στόχους που έχει θέσει. Η στρατηγική της επιχείρησης αποτελεί κατευθυντήρια γραμμή για τους διαχειριστές, ορίζει τον τρόπο που θα έπρεπε να διαθέσει και να χρησιμοποιεί τους συντελεστές της παραγωγής προς όφελος πάντα της ίδιας της επιχείρησης. Βοηθά τα στελέχη να λάβουν αποφάσεις σχετικά με το είδος της επιχείρησης που επρόκειτο να σχηματίσουν (Kotter & Dan, 2002).

➤ Στην εφαρμογή των πολιτικών και των στρατηγικών της επιχείρησης, όπου:

- Το διευθυντικό προσωπικό θα πρέπει να συζητά όλες τις πολιτικές και τις στρατηγικές της επιχείρησης
- Οι διευθυντές θα πρέπει να αντιλαμβάνονται το πού και πως μπορούν να εφαρμόζουν τις πολιτικές και τις στρατηγικές της επιχείρησής τους
- Σε κάθε τμήμα πρέπει να καθορίζεται ένα σχέδιο δράσης
- Οι πολιτικές και οι στρατηγικές της επιχείρησης θα πρέπει να επανεξετάζονται πριν από την εφαρμογή τους αλλά και κατά την διάρκεια της εφαρμογής
- Σε κάθε περίπτωση ενδεχόμενων περιβαλλοντικών αλλαγών, θα πρέπει να σχεδιάζονται σχέδια έκτακτης ανάγκης
- Θα πρέπει να γίνονται τακτικές αξιολογήσεις προόδου από τα στελέχη υψηλού επιπέδου της επιχείρησης

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)

- Θα πρέπει να υπάρχει ομαδικό πνεύμα και καλό περιβάλλον εντός της επιχείρησης για την αποδοτικότερη εργασία και την κατοχύρωση του επιχειρηματικού στόχου
 - Θα πρέπει να αναλύονται και να καθορίζονται οι ρόλοι των αποστολών, των στόχων, των δυνάμεων και των αδυναμιών κάθε τμήματος για την επίτευξη της αποστολής της επιχείρησης.
 - Θα πρέπει να αναπτύσσεται μία μέθοδος πρόβλεψης της αξιόπιστης εικόνας του μελλοντικού περιβάλλοντος της επιχείρησης
 - Θα πρέπει να δημιουργείται μία μονάδα προγραμματισμού, ώστε να εξασφαλίζεται ότι όλα τα σχέδια είναι συνεπή και ότι οι πολιτικές και οι στρατηγικές στοχεύουν στην επίτευξη της ίδιας αποστολής των επιχειρησιακών στόχων
 - Θα πρέπει όλες οι πολιτικές που αφορούν το οποιοδήποτε τμήμα της επιχείρησης να τίθενται υπό συζήτηση από όλο το διευθυντικό προσωπικό
 - Θα πρέπει να επιτυγχάνεται η στρατηγική πραγμάτωση των οργανωτικών αλλαγών μέσω της εφαρμογής του σχεδίου δράσης που θεσπίστηκε από τον John P. Kotter και περιλαμβάνει την επείγουσα αύξηση, την λήψη του ορθού οράματος, την κοινοποίηση του buy-in, την εξουσιοδότηση της δράσης, την δημιουργία των βραχυπρόθεσμων κερδών, την μη παράταση και την μη επίτευξη αιφνίδιων αλλαγών (Kotter & Dan, 2002).
- Στις πολιτικές και στρατηγικές της διαδικασίας του σχεδιασμού, όπου:
- Τόσο τα μέσα όσο ακόμη και τα χαμηλότερης τάξης διευθυντικά στελέχη παρέχουν ιδέες και λύσεις για μελλοντικά σχέδια όσον αφορά στην οργάνωση του κάθε τμήματος της επιχείρησης
 - Δημιουργείται πλαίσιο σύμφωνα με τα σχέδια και τις αποφάσεις

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)

- Στα επίπεδα, όπου:
 - Οι περισσότεροι οργανισμοί περιλαμβάνουν τρία επίπεδα διαχείρισης:
 - το πρώτο επίπεδο,
 - Το μεσαίο επίπεδο,
 - Το ανώτατο επίπεδο, στελεχωμένο από διευθυντικά άτομα της επιχείρησης

Οι διαχειριστές- managers ταξινομούνται σε μία ιεραρχία εξουσίας και εκτελούν διάφορες εργασίες. Σε πολλούς οργανισμούς ο αριθμός των στελεχών μοιάζει με πυραμίδα. Σε κάθε επίπεδο αντιστοιχούν διάφορες αρμοδιότητες και διαφορετικοί τίτλοι εργασίας (Juneja et al, 2011).

- Στο ανώτατο επίπεδο της διαχείρισης- management, όπου:
 - Αποτελείται το εν λόγω επίπεδο από το διοικητικό συμβούλιο, συμπεριλαμβανομένων και των διευθυντών και των εκτελεστικών διευθυντών, επίσης από τον πρόεδρο, τον αντιπρόεδρο, τους διευθύνοντες συμβούλους και τα άλλα μέλη στελεχών του τρίτου επιπέδου. Είναι υπεύθυνοι για τον έλεγχο και την γενική εποπτεία ολόκληρου του οικονομικού οργανισμού. Θέτουν υψηλούς στόχους και αναπτύσσουν στρατηγικά σχέδια και πολιτικές ενώ επίσης λαμβάνουν αποφάσεις σχετικά με την κατεύθυνση της επιχείρησης. Επίσης, οι διαχειριστές- managers υψηλού επιπέδου διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην κινητοποίηση των εξωτερικών πόρων και θεωρούνται υπόλογοι και συνυπεύθυνοι με τους μετόχους της επιχείρησης.
 - Το διοικητικό συμβούλιο αποτελείται από μη εκτελεστικά μέλη, τα οποία έχουν πιστά καθήκοντα προς τους μετόχους και συμμετέχουν σε

δραστηριότητες της επιχείρησης ενεργά, αν και το τελευταίο ποικίλλει ανάλογα με το είδος, το μέγεθος και τη κουλτούρα της επιχείρησης. Οι

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)

διευθυντές έχουν την ευθύνη των περιπτώσεων των παραβιάσεων των φόρων, ενώ είναι ασφαλισμένοι στο πλαίσιο των διευθυντών έχοντας την ασφαλιστική ευθύνη των ανωτέρων στελεχών της επιχείρησης. Το διοικητικό συμβούλιο καθορίζει την εταιρική στρατηγική, λαμβάνει σημαντικές αποφάσεις όσον αφορά στις πωλήσεις (Bernard et al, 2006) και στις προσλήψεις, αξιολογεί και ενεργοποιεί την διαχείριση του ανώτατου επιπέδου (Chief Executive Officer ή Διευθύνων Σύμβουλος) και ο διευθύνων σύμβουλος λαμβάνει άλλες θέσεις. Η συμμετοχή του στην πρόσληψή του σε άλλες θέσεις, όπως είναι του Chief Financial Officer (CFO) έχει αυξηθεί (DeMars, 2006). Έρευνα που διεξήχθη το 2013 σε πάνω από 160 διευθύνοντες συμβούλους και διευθυντές των δημόσιων και ιδιωτικών εταιριών, διαπίστωσε ότι υπήρχαν αδυναμίες σε θέματα καθοδηγούμενων δεξιοτήτων και εμπλοκής των ανωτάτων στελεχών σε σοβαρά ζητήματα της επιχείρησης (CEO, 2013). Το διοικητικό συμβούλιο μπορεί επίσης να ορίσει υπαλλήλους σε θέσεις ή ακόμη και να προσλάβει άμεσα ανεξάρτητους εργάτες. Παράδειγμα αποτελεί το γεγονός ότι το διοικητικό συμβούλιο , μέσω της επιτροπής ελέγχου, επιλέγει τον ελεγκτή.

- Οι κορυφαίοι διευθυντές έχουν διαφοροποιημένες δεξιότητες, ανάλογα με τον τύπο του οργανισμού (Kleiman, 2010). Υπάρχει κορυφαίος ανταγωνισμός της θέσης τους στην παγκόσμια οικονομία και πολιτική. Επίσης, ο Διευθύνων Σύμβουλος είναι υπεύθυνος για την εκτέλεση και τον προσδιορισμό των γενικών πολιτικών του οργανισμού.

- Τα καθήκοντα του Διευθύνοντα Συμβούλου είναι τα ακόλουθα:

- παρέχει οδηγίες για την προετοιμασία των προϋπολογισμών κάθε τμήματος της επιχείρησης ως προς τις διαδικασίες και τα χρονοδιαγράμματα

- διορίζει στελέχη μεσαίου επιπέδου, όπως είναι οι διευθυντές τμημάτων

- συντονίζει τις υπηρεσίες μεταξύ των μέσων ενημέρωσης, των κυβερνητικών σχέσεων και των κυρίως μετόχων της επιχείρησης.

**ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)**

- τα στελέχη μεσαίου επιπέδου, τα οποία:
 - Αποτελούνται από τους γενικούς διευθυντές, τους διευθυντές της επιχείρησης και τους υποδιευθυντές των υποτμημάτων. Είναι υπόλογοι στα ανώτατα διοικητικά στελέχη για την λειτουργία του τμήματός τους. Αρμοδιότητά τους είναι η οργάνωση και κατεύθυνση της λειτουργίας της επιχείρησης. Ο ρόλος τους είναι η εκτέλεση των οργανωτικών σχεδίων η οποία συνάδει με τις πολιτικές της επιχείρησης και τους στόχους της διοίκησης. Επίσης, προσδιορίζουν και συζητούν σχετικά με πληροφορίες και πολιτικές της διοίκησης σχετικά με την μείωση της διαχείρισης, ενώ εμπνέουν και παρέχουν καθοδήγηση στους διαχειριστές χαμηλότερου επιπέδου για την βέλτιστη απόδοση της επιχείρησης. Οι αρμοδιότητές τους περιλαμβάνουν:

-σχεδιασμό και εφαρμογή αποτελεσματικού έργου και συστημάτων πληροφοριών μεταξύ της ομάδας

-διάγνωση και επίλυση των προβλημάτων μεταξύ της ομάδας εργασίας

-σχεδιασμό και εφαρμογή συστημάτων ανταμοιβής και στήριξη συνεργατικής συμπεριφοράς

-λήψη αποφάσεων και ανταλλαγή ιδεών με ανώτερα στελέχη

- Διαχειριστές πρώτου επιπέδου, οι οποίοι αποτελούνται από τις εποπτικές αρχές, τους ηγέτες, τους επιστάτες κλπ. Επικεντρώνεται το έργο τους στον έλεγχο και την καθοδήγηση. Συνήθως έχουν την ευθύνη της ανάθεσης των καθηκόντων των εργαζομένων, την καθοδήγηση και την επίβλεψη των εργαζομένων ως προς τις δραστηριότητές τους. Διασφαλίζουν έτσι την ποιότητα και την ποσότητα της παραγωγής, κάνουν συστάσεις και υποδείξεις, επιλύουν ενδεχόμενα προβλήματα μεταξύ των εργαζομένων κτλ. Οι διαχειριστές της κλίμακας αυτής αποτελούν πρότυπα ελέγχου για τους εργαζομένους, καθώς παρέχουν:

-βασική εποπτεία,

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)

- κίνητρο εργασίας,
- σχεδιασμό σταδιοδρομίας της επιχείρησης,
- πληροφόρηση για την αποδοτικότητα

(<http://www.anderson.ucla.edu/degrees/mba-program/curriculum/tracks-and-specializations.>)

2.5. Η ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΣΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΑ

Η έννοια τουριστικά επαγγέλματα δεν έγκειται στην παραγωγή ή στον παραγωγό, αλλά στον αγοραστή, ο οποίος είναι «τουρίστας» (OECD, 2000: 19). Πρόκειται για επαγγέλματα που αναφέρονται στην παροχή υπηρεσιών ή στην πώληση αγαθών με αγοραστικό κοινό να είναι τουρίστες.

Κλάδοι παραγωγής που παρουσιάζουν αρκετά έντονη συνάφεια με την ικανοποίηση της ζήτησης των αγαθών ή της παροχής των υπηρεσιών προς εξυπηρέτηση των τουριστών, ώστε να θεωρούνται χαρακτηριστικοί τουριστικοί κλάδοι είναι οι ακόλουθοι:

- Ξενοδοχεία,
- Εστιατόρια,
- Κέντρα διασκέδασης
- Τουριστικά πρακτορεία,
- Κρουαζιέρες,
- Ειδικά διαρκή αγαθά του καταναλωτή που συνδέονται στενά με τον τουρισμό, όπως είναι οι βαλίτσες, οι υπνόσακοι και άλλα,
- Μεταφορές οδικές, θαλάσσιες, αέριες,
- Γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων/ μηχανών/ ποδηλάτων και άλλων,

- Μουσειά, βιβλιοθήκες (OECD, 2000: 19).

Βασικά κριτήρια για τον προσδιορισμό των κλάδων αυτών είναι είτε η σημασία τους για τον τουρισμό, ακόμη και εάν πολύ σημαντικό μέρος του προϊόντος απορροφάται από άτομα που δεν θεωρούνται τουρίστες, όπως είναι οι μεταφορές, τα εστιατόρια και άλλοι επαγγελματικοί κλάδοι, είτε η σημασία του τουρισμού για αυτούς, καθώς το προϊόν τους απορροφάται από τους τουρίστες (OECD, 2000: 22). Τα αγαθά αυτά που προορίζονται προς διάθεση σε τουριστικό κοινό, θεωρούνται ενδιάμεσες εισροές των τουριστικών κλάδων που προαναφέρθηκαν σύμφωνα με την εθνικολογική πρακτική.

Για την εκτίμηση του ευρύτερου ρόλου και της σημασίας του τουριστικού κλάδου στην οικονομία, εκτός από την άμεση τουριστική ζήτηση, η οποία εκδηλώνεται στους κλάδους που προαναφέρθηκαν, και την έμμεση ζήτηση που αφορά στις άμεσες εισροές, είναι αναγκαίο να λαμβάνεται υπόψη και η προκαλούμενη ζήτηση (induced). Παράδειγμα αυτού είναι η αύξηση της ζήτησης των γεωργικών προϊόντων από τις βιομηχανίες ειδών διατροφής από τα εστιατόρια. Αν και τέτοιου είδους μεγέθη έχουν σημασία για την εκτίμηση της ευρύτερης σημασίας του τουριστικού τομέα σε μία οικονομία δεν θα ήταν δόκιμο να συμπεριληφθούν στο προϊόν του τουριστικού τομέα. Στην περίπτωση που γινόταν κάτι τέτοιο, θα παραβιαζόταν η βασική λογική υπολογισμού της προστιθέμενης αξίας κατά κλάδο που χρησιμοποιείται στους εθνικούς λογαριασμούς (OECD, 2000: 121).

2.6. ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΤΩΝ ΔΥΟ ΦΥΛΩΝ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Παράλληλα με την αύξηση της γυναικείας πρωτοβουλίας για επιχειρηματική δραστηριότητα, παρατηρείται και ιδιαίτερο ερευνητικό ενδιαφέρον ως προς την γυναικεία επιχειρηματικότητα και την ανάπτυξή της. Παρόλο που παλαιότερες έρευνες επικεντρώνονταν στα ατομικά, κοινωνικά και ψυχολογικά χαρακτηριστικά των γυναικών επιχειρηματιών, καθώς υπήρχε η υπόθεση ότι οι διαφορές μεταξύ των ανδρών και των γυναικών επιχειρηματιών ήταν αμελητέες, οι νέες έρευνες

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)

αποδεικνύουν ότι υπάρχουν διαφορές μεταξύ των ανδρών και των γυναικών επιχειρηματιών σε θέματα ψυχολογικών και κοινωνικών παραγόντων. Σύμφωνα με την παραδοχή αυτή, οι γυναίκες επιχειρηματίες στρέφονται στις προσωπικές σχέσεις και βλέπουν τις επιχειρήσεις τους ως συνδυαστικό σύστημα, το οποίο μοιάζει σαν οικογένεια, ως κοινωνικό σύνολο (Brush, 1992).

Η συγκεκριμένη προοπτική εστιάζει στις γενετικές διαφορές, στα χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας και στην απόδοση ως προς την θεωρία του «φιλελεύθερου φεμινισμού» και τη θεωρία του «κοινωνικού φεμινισμού», ο οποίος εξηγεί την βάση του χαμηλότερου κοινωνικού status στην κοινωνία (Fischer et al, 1993).

Παρόλο που ο γυναικείος φεμινισμός δίνει εξηγήσεις στις διαφορές των επιτευγμάτων μεταξύ της γυναίκας και του άνδρα, διακρίνοντας τους παράγοντες του συστήματος που περιορίζουν τις γυναίκες από διάφορες ευκαιρίες, όπως είναι η εκπαίδευση και η εμπειρία, ωστόσο ο κοινωνικός φεμινισμός προσφέρει εξηγήσεις σχετικά με τις διαφορές της εξελισσόμενης διαδικασίας της κοινωνικοποίησης που έχουν οδηγήσει τους άνδρες και τις γυναίκες στην αντίληψη ότι διαφέρουν μεταξύ τους εγγενώς (Levent et al, 2002).

Οι περισσότερες έρευνες που αφορούν στην γυναικεία επιχειρηματικότητα επικεντρώνονται στα προσωπικά χαρακτηριστικά των γυναικών, οι οποίες αναπτύσσουν επιχειρηματική δραστηριότητα, όπως είναι:

- Τα δημογραφικά χαρακτηριστικά τους,
- Τα κίνητρα ανάπτυξης της επιχειρηματικής δράσης τους,
- οι εκπαιδευτικές εμπειρίες τους,
- Οι επαγγελματικές εμπειρίες τους και άλλα (Brush, 1992).

Πρόσφατες έρευνες εξέτασαν τα οργανωτικά χαρακτηριστικά των γυναικών επιχειρηματιών, δηλαδή τις στρατηγικές, τα προβλήματα, τα μοντέλα διαχείρισης και το βαθμό εξοικείωσής τους με την τεχνολογία (Brush, 1992). Οι έρευνες αυτές δείχνουν ότι παρόλο που υπάρχουν ομοιότητες μεταξύ των ανδρών και των γυναικών επιχειρηματιών σε πολλά σημεία, ωστόσο υπάρχουν διαφορές στο εκπαιδευτικό υπόβαθρο, στην επαγγελματική εμπειρία, στις δεξιότητες χειρισμού των πραγμάτων και στους επιχειρησιακούς στόχους που θέτουν. Οι διαφορές μεταξύ ανδρών και γυναικών καταγράφονται και στον πίνακα που ακολουθεί:

**ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)**

Πίνακας 1: Πίνακας καταγραφής των διαφορετικών τομέων και χαρακτηριστικών μεταξύ ανδρών και γυναικών επιχειρηματιών.

Μέγεθος επιχείρησης:
<ul style="list-style-type: none">• Οι γυναικείες επιχειρήσεις είναι νεότερες, μικρότερες και απασχολούν λιγότερους εργαζόμενους από τις ανδρικές (Brush , 1992).
Τομέας:
<ul style="list-style-type: none">• Οι γυναίκες επιχειρηματίες δραστηριοποιούνται κατά κόρον στον τομέα του εμπορίου και λιγότερο σε κατασκευαστικούς και παραγωγικούς τομείς.
Απόδοση:
<ul style="list-style-type: none">• Οι γυναικείες επιχειρήσεις έχουν μεγαλύτερο δείκτη αποτυχίας, και έχουν μικρότερη απόδοση κερδών σε σχέση με τις ανδρικές επιχειρήσεις (Brush , 1992).
Εμπειρικό υπόβαθρο:
<ul style="list-style-type: none">• Οι γυναίκες έχουν μικρότερη εκπαίδευση σε επιχειρησιακά θέματα από τους άνδρες
Αξίες:
<ul style="list-style-type: none">• Οι άνδρες επιχειρηματίες τείνουν να δώσουν μεγαλύτερη έμφαση στις οικονομικές αξίες, και σε ποσοτικά χαρακτηριστικά επιτεύγματος και επιτυχίας, όπως η κοινωνική κατάσταση και τον πλούτο, ενώ οι γυναίκες επιχειρηματίες τείνουν να δίνουν μεγαλύτερη βαρύτητα σε κοινωνικές αξίες και ποιοτικά χαρακτηριστικά όπως αυτοπραγμάτωση και ισχυρές προσωπικές σχέσεις.
<ul style="list-style-type: none">• Οι άνδρες επιχειρηματίες συνήθως διαχωρίζουν την δουλειά από την προσωπική ζωή, σε αντίθεση με τις γυναίκες βλέπουν την δουλειά ως μέρος του δικτύου γνωριμιών τους στο οποίο η προσωπική ζωή, η κοινωνία και η επιχείρηση αναμειγνύονται (Verheul et al, 2001)
<ul style="list-style-type: none">• Οι γυναίκες είναι πιο πιθανό να λειτουργούν ως ο «βασικός γονέας, η νοικοκυρά, και η νταντά» και είναι πιο πιθανό να συναντήσουν προβλήματα

**ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)**

<p>ανάμεσα στην επιχείρηση και την προσωπική τους ζωή. Από την άλλη μεριά η κύρια δραστηριότητα των ανδρών είναι να εξασφαλίζουν τα προς το ζην.</p>
<ul style="list-style-type: none">• Οι άνδρες προβλέπεται να δίνουν μεγάλη ενέργεια στον τομέα της καριέρας τους και της δουλειάς τους, ενώ οι γυναίκες προβλέπεται ότι η κυριότερη αρμοδιότητά τους είναι η οικογένεια και η δουλειά. Οι γυναίκες βλέπουν την επιχειρηματικότητα όχι ως καριέρα αλλά ως στρατηγική ζωής.
<ul style="list-style-type: none">• Ενώ οι άνδρες επιχειρηματίες δίνουν έμφαση στο μέγεθος της επιχειρηματικής επιτυχίας βάση αριθμών, σε αντίθεση οι γυναίκες επιχειρηματίες θα μετρήσουν την επιτυχία με λιγότερο αντικειμενικά κριτήρια (Cliff, 1998).
Προτιμήσεις:
<ul style="list-style-type: none">• Οι γυναίκες προτιμούν δουλειές που προσφέρουν προοπτική και ευκαιρίες για επαγγελματική ανάπτυξη, ενώ οι άνδρες προτιμούν δουλειές που προσφέρουν υψηλό εισόδημα
<ul style="list-style-type: none">• Οι γυναίκες επιχειρηματίες επιθυμούν μικρότερο βαθμό επαγγελματικής ανάπτυξης από τους άνδρες, καθώς επικεντρώνονται στους στόχους και όχι στην ανάπτυξη και την απόδοση.
<ul style="list-style-type: none">• Οι γυναίκες επιχειρηματίες έχουν συμπεριφορά ανάληψης μικρού ρίσκου.
<ul style="list-style-type: none">• Οι γυναίκες συνήθως ενδιαφέρονται για διαχειριστικά και οργανωσιακά θέματα, και λιγότερο για οικονομικά από ότι οι άνδρες.
Στόχοι και στρατηγικές:
<ul style="list-style-type: none">• Οι γυναίκες επιχειρηματίες είναι πιθανότερο να διαλέξουν μία κλειστή (niche) αγορά, και να επικεντρωθούν εκεί, υιοθετώντας μία πιο αμυντική στρατηγική από τους άνδρες επιχειρηματίες (Verheul et al, 2001).
<ul style="list-style-type: none">• Οι γυναίκες επιχειρηματίες τείνουν να έχουν μία ισορροπία ανάμεσα στους οικονομικούς στόχους όπως το κέρδος και η ανάπτυξη και στους μη-οικονομικούς στόχους όπως η ποιότητα παραγωγής, η προσωπική ευχαρίστηση, και η βοήθεια στους άλλους. Συνήθως επιθυμούν να επιτύχουν

**ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)**

συνδυαστικούς στόχους σε αντίθεση με τους άνδρες.
<ul style="list-style-type: none">• Οι γυναίκες επιχειρηματίες τείνουν να χρησιμοποιούν τον σχεδιασμό περισσότερο από τους άνδρες. Οι γυναίκες συχνά χρησιμοποιούν την διαισθητική προσέγγιση (Cliff, 1998).
Διαχειριστικό στυλ:
<ul style="list-style-type: none">• Οι γυναίκες επιχειρηματίες έχουν πιο ήπιο διαχειριστικό στυλ και είναι πιο ανοιχτές στην επικοινωνία, και είναι πιο ελαστικές στην επιχειρησιακές δομές. Οι γυναίκες είναι πιο πιθανό να δημιουργήσει μία πιο διαδραστική, και ομαδική διαχείριση από τους άνδρες.
<ul style="list-style-type: none">• Οι γυναίκες επιχειρηματίες είναι πιο πιθανό να αναθέσουν εργασίες στους εργαζομένους τους και να τους επιβραβεύσουν για την ομαδική απόδοση, σε αντίθεση με την ατομική απόδοση από τους άνδρες.
<ul style="list-style-type: none">• Οι γυναίκες επιχειρηματίες είναι πιο πιθανό να χρησιμοποιήσουν τα προσωπικά τους δίκτυα για την πρόσληψη εργαζομένων και να επιλέξουν εργαζομένους γυναίκες σε αντίθεση με τους άνδρες (Cliff, 1998).
Δίκτυα:
<ul style="list-style-type: none">• Οι γυναίκες επιχειρηματικότητα είναι πιο πιθανό να συμμετέχει σε ένα δίκτυο και είναι πιο θετικές στην συμμετοχή των τοπικών δικτύων σε αντίθεση με τους άνδρες που είναι πιο διστακτικοί στο να ταξιδέψουν σε μεγάλες αποστάσεις.
<ul style="list-style-type: none">• Οι γυναίκες επιχειρηματίες ξοδεύουν λιγότερο χρόνο σε δημιουργία δικτύων από τους άνδρες, εξαιτίας συνδυασμού οικογένειας και εργασίας.
<ul style="list-style-type: none">• Τα δίκτυα των γυναικών είναι μικρότερα και πιο προσωπικά από τους άνδρες (Brush, 1992).

Πηγή: <http://www.cemi.com.au/sites/all/publications/Brush%201992.pdf>.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT

3.1. ΘΕΩΡΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΤΟ ΓΥΝΑΙΚΕΙΟ ΦΥΛΟ

Το μεγαλύτερο μέρος της επιχειρηματικότητας εστιάζει περισσότερο τόσο στα κίνητρα της επιχειρηματικότητας, όσο και στα χαρακτηριστικά των επιχειρηματικών δράσεων και των προσώπων που εξασκούνται σε αυτές. Τα συμπεράσματα των ερευνών, βέβαια δεν είναι διόλου ομογενοποιημένα (Storey, 1982).

Η ανεξαρτησία και η πρόκληση της επιχειρηματικότητας αποτελούν αμφότερα τα μεγαλύτερα και ισχυρότερα κίνητρα της ίδρυσης των νέων επιχειρήσεων. Στην περίπτωση αυτή, μάλιστα, οι επιχειρηματίες εμφανίζονται και αποδεικνύονται αισιόδοξοι, ευφυείς, ανεξάρτητοι, με πολλή όρεξη για δουλειά, και με πρόθεση για την ανάληψη ρίσκου. Ως προς τα χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών, παρατίθενται γενικευμένες ερευνητικές πληροφορίες (Hyrenius, 1983), παρέχοντας μία σωστή και έγκυρη απόδειξη της εικόνας του επιχειρηματία, αλλά μικρής επεξηγηματικής αξίας.

Οι γυναίκες έχουν αποκλειστεί ως επί των πλείστον και πλειοψηφικά από τις περισσότερες έρευνες, γεγονός που σηματοδοτεί ότι η κύρια εικόνα του επιχειρηματία είναι αυτή που αντιστοιχεί κατά κόρον στο ανδρικό φύλο.

Κατά την δεκαετία του 1980 διάφοροι επιστήμονες που μελέτησαν το θέμα της επιχειρηματικότητας, ασχολήθηκαν με τα κίνητρα και τα χαρακτηριστικά των γυναικείων επιχειρήσεων (Hisrich & Brush, 1983). Σύμφωνα με έρευνες, οι γυναίκες είναι πιο δύσκολο να κάνουν μία έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας. Οι λόγοι ποικίλουν. Καταρχήν, εκλείπουν οι ευκαιρίες ανάπτυξης των κατάλληλων δεξιοτήτων. Επίσης, απουσιάζουν οι προσδοκίες της επιχειρηματικότητας στις

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)

γυναίκες. Ένας ακόμη λόγος είναι οι αυξημένες απαιτήσεις, οι οποίες κάνουν το γυναικείο φύλο να αισθάνεται ότι οι κοινωνικοί και διαφυλικοί ρόλοι μπερδεύονται.

Οι γυναίκες αναζητούν ελευθερία και φαίνεται να νιώθουν ότι επιθυμούν να συνδυάσουν την οικογένεια με την εξασφάλιση ενός ικανοποιητικού εισοδήματος. Δηλώνεται, έτσι η ανάγκη τους για ευελιξία, στοιχείο που δεν συναντάται σε άνδρες επιχειρηματίες. Σύμφωνα με φεμινιστικές δηλώσεις, οι διαφυλικοί ρόλοι εξηγούν τις διαφυλικές γενετικές διαφορές. Έρευνες φεμινιστικών κινημάτων αποδεικνύουν ότι το φύλο χρησιμοποιείται ως βασική μεταβλητή και στόχος είναι η παράθεση των γενετικών διαφορών ως προς τις φεμινιστικές προσδοκίες, αποκαλούμενος «εμπειρικός φεμινισμός».

Η σπουδαιότητα των ερευνών αυτών έγκειται στο γεγονός ότι γίνονται ορατές οι γυναίκες επιχειρηματίες διαμέσου των επιχειρηματικών ερευνών. Εντοπίζονται δύο βασικές προκλήσεις μέσα από το θεωρητικό υπόβαθρο, στο οποίο ερευνάται η σημασία και η σπουδαιότητα της επιχειρηματικότητας, να αποσαφηνισθούν οι διαφορές μεταξύ:

- ❖ Των γυναικών επιχειρηματιών και
- ❖ Των ανδρών επιχειρηματιών,

διατηρώντας το ίδιο γένος στη σύγκριση ως βασική κατηγορία της ανάλυσης (Hisrich & Brush, 1983).

3.2. ΤΟ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Τα τελευταία 15 χρόνια η επιχειρηματικότητα αναγνωρίζεται διεθνώς ως ο βασικός παράγοντας στην οικονομική ανάπτυξη παγκοσμίως (Petrin, 1977). Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή ένωση, οι μικρές επιχειρήσεις αποτελούν την βασική πηγή του επιχειρηματικού δυναμισμού και της καινοτομίας. Διαβλέπεται, μάλιστα, να

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)

διαδραματίζουν το δικό τους ξεχωριστό ρόλο στο να αποτελέσει η Ευρώπη την ανταγωνιστικότερη και δυναμικότερη οικονομία (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2005) .

Η γυναικεία επιχειρηματικότητα αποτελεί τα τελευταία χρόνια ένα ανερχόμενο φαινόμενο παγκοσμίως. Η ποικιλία των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων των γυναικών συμβάλλει στην σταθερότητα και την ανθεκτικότητα των τοπικών οικονομιών. Αναδεικνύεται, επίσης, ένας νέος ρόλος των γυναικών σε ένα οικονομικό περιβάλλον, το οποίο γνωρίζει συνεχείς μεταβολές με ταχύτατους ρυθμούς. Σε τοπικό επίπεδο, η επιχειρηματικότητα εκτιμάται ως ένα μέσο για την ένταξη των γυναικών στον εργασιακό χώρο της αγοράς, αλλά για την ενσωμάτωσή τους στη διαδικασία της ολοκληρωμένης ανάπτυξης του γυναικείου επιχειρηματικού κλάδου.

Διάφοροι οργανισμοί εφαρμόζοντας και σχεδιάζοντας διάφορα εργαλεία στηρίζουν την γυναικεία επιχειρηματικότητα. Παραδείγματα αποτελούν:

- Οι άμεσες επιδοτήσεις της γυναικείας επιχείρησης,
- Τα ειδικά κρατικά σεμινάρια επαγγελματικής κατάρτισης,
- Οι φορολογικές ελαφρύνσεις των γυναικείων επιχειρήσεων και άλλα.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση συμπεριέλαβε την επιδίωξη της διεύρυνσης της επιχειρηματικότητας στους βασικούς άξονες της Ε.Σ.Α. (Ευρωπαϊκή Στρατηγική για την Απασχόληση). Επίσης, Η ελληνική πολιτεία εναρμόνισε τις πολιτικές της με τις πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης, έχοντας εντάξει την γυναικεία επιχειρηματικότητα ως έναν βασικό άξονα της αναπτυξιακής πολιτικής της μεταξύ άλλων (Στρατηγάκη, 2005).

Παρόλο που η θεωρητική νομιμοποίηση σχετικά με τον ρόλο της γυναικείας επιχειρηματικότητας είναι σχετικά πληθωρική, εμπειρικές έρευνες αναπτύσσονται τα τελευταία χρόνια, φωτίζοντας τις πρακτικές πλευρές του φαινομένου. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα των εμπειρικών αυτών ερευνών, θα γίνει προσπάθεια απεικόνισης της σημασίας της γυναικείας επιχειρηματικότητας βάσει των διαθέσιμων στοιχείων.

3.3. Η ΑΥΞΑΝΟΜΕΝΗ ΣΠΟΥΔΑΙΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Ο επιχειρηματίας τοποθετείται στο επίκεντρο των επιχειρηματικών διαδικασιών και χαρακτηρίζεται από την προθυμία του να επωμισθεί το ρίσκο που αναλαμβάνει εκμεταλλευόμενος τις ευκαιρίες που του παρέχονται. Αποτελεί σπάνια πηγή, καθώς δεν αποτελεί καθολικό χαρακτηριστικό στοιχείο του κάθε ανθρώπου το ταλέντο, οι δεξιότητες, τα κίνητρα για την έναρξη μίας επιχείρησης. Παρόλα αυτά, είναι σημαντικό για την ευημερία της κοινωνίας η αύξηση του δείκτη της επιχειρηματικότητας τόσο από το ανδρικό όσο και από το γυναικείο φύλο. Οι γυναίκες, βέβαια, από τελούν το λιγότερο ενεργητικά ποσοστό των επιχειρηματιών, οπότε κρίνεται απαραίτητο να διασφαλιστούν οι συνθήκες και οι προϋποθέσεις που θεωρούνται αναγκαίες και απαραίτητες για την εκμετάλλευση της συγκεκριμένης πηγής (Tominc & Rebernik, 2003).

Στις περισσότερες κοινωνίες το ιεραρχικό κοινωνικό πλαίσιο τον διαφυλικό διαχωρισμό μεταξύ ανδρών και γυναικών σε επαγγελματικό επίπεδο και ως προς την δομή. Αποτέλεσμα αυτού είναι η επιρροή σε επίπεδο επιχειρηματικότητας. Σημαντικό μέρος της επιχειρηματικότητας αποτελεί η γυναικεία συμβολή και δραστηριοποίηση. Σύμφωνα με εμπειρικά στοιχεία, η γυναικεία επιχειρηματικότητα αυξάνεται σταθερά με την πάροδο των χρόνων, ενώ εντοπίζονται σημαντικές διαφορές μεταξύ των ανδρών και των γυναικών επιχειρηματιών (Tominc & Rebernik, 2003).

3.4. Η ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΤΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ

Δεν υπάρχει ένας αναγνωρισμένος σε διεθνές επίπεδο ορισμός της επιχειρηματικότητας. Οι ορισμοί που εντοπίζονται και χρησιμοποιούνται ευρέως και καθολικά είναι «κάτοχος», «μάνατζερ», «αυτοαπασχολούμενος», «εργοδότης». Πρόκειται, βέβαια, για έννοιες, στις οποίες αναγνωρίζεται διαφορετική σημασιολογία και ερμηνεία κατά τη χρήση του καθενός από διάφορες έρευνες και σε διάφορες χώρες (UNECE, 2004).

Διατίθενται κάποιες έρευνες, οι οποίες επικεντρώνονται στις επιχειρήσεις και τις διακρίνουν ανάλογα με τον κάτοχο κατά φύλο. Ως προς την διάκριση του κατόχου, η επιχείρηση ανήκει στη γυναίκα όταν η γυναίκα κατέχει το μεγαλύτερο μέρος του μετοχικού εταιρικού κεφαλαίου της επιχείρησης, αλλά και όταν έχει την ευθύνη της λήψης των αποφάσεων στρατηγικής σκοπιμότητας που αφορούν στην ανάπτυξη της επιχείρησής της (Σκορδίλη 2005).

Τα στοιχεία κατά φύλο σπάνια καταγράφονται από επίσημες στατιστικές έρευνες. Αποτέλεσμα αυτού είναι η καταχρηστική πολλές φορές αναφορά σε γυναικείες επιχειρήσεις. Παράδειγμα χαρακτηριστικής περίπτωσης καταχρηστικής αναφοράς σε γυναικείες επιχειρήσεις είναι οι οικογενειακές επιχειρήσεις. Στο μεγαλύτερο αριθμό των οικογενειακών επιχειρήσεων οι γυναίκες καταγράφονται ως κάτοχοι με σκοπό να εκπληρώσουν συγκεκριμένες προοπτικές οικογενειακής στρατηγικής, όπως είναι η φορολογική ελάφρυνση. Στην πραγματικότητα αποτελούν εργατική δύναμη, όπου τα περιουσιακά στοιχεία και οι αποφάσεις ενδεχομένως να ανήκουν καθ' ολοκλήρου στην κυριότητα του συζύγου ή του πατέρα.

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)

Η πιο συνηθισμένη μέθοδος που χρησιμοποιείται, ώστε να αποτυπωθεί η επιχειρηματικότητα και να διακριθεί κατά φύλο είναι όταν εστιάζεται στον επιχειρηματία και οι έρευνες του εργατικού δυναμικού αποτελούν την κύρια πηγή, την οποία οι διεθνείς οργανισμοί όπως είναι ο ΟΟΣΑ, ΟΗΕ και η Ε.Ε. χρησιμοποιούν για να αποτυπώσουν την επιχειρηματικότητα και να διεξάγουν διακρατικές συγκρίσεις. Χρησιμοποιούνται, λοιπόν, ως δείκτης ορισμού του επιχειρηματία, οι κατηγορίες «εργοδότες» και «εργαζόμενοι για δικό τους λογαριασμό». Με τον τρόπο αυτό η έννοια «επιχειρηματικότητα» είναι ευρύτερη σύμφωνα ως προς τον κάτοχο της επιχείρησης, ωστόσο αποτελεί την πιο κοντινή προσέγγιση του όρου «επιχειρηματίας». Ένα άλλο εξίσου ενδιαφέρον ζήτημα είναι ο συνυπολογισμός των απασχολούμενων στον πρωτογενή τομέα στις παραπάνω κατηγορίες. Σε χώρες, στις οποίες ο πρωτογενής τομέας απασχολεί μεγάλο πλήθος από εργαζόμενους οι στατιστικές για τους αυτοαπασχολούμενους και τους απασχολούμενους για δικό τους λογαριασμό υπερεκτιμούν το μέγεθος των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων (UNECE, 2004), γεγονός που υφίσταται και στην Ελλάδα.

Γενικότερα, λοιπόν, υπάρχει μία μεγάλη δυναμική της γυναικείας επιχειρηματικότητας παγκοσμίως. Σύμφωνα με στοιχεία του Ο.Ο.Σ.Α., κατά την δεκαετία 1970 οι γυναίκες επιχειρηματίες αποτελούσαν το ¼ των επιχειρηματιών, ενώ το 1990 το ποσοστό αυξήθηκε αντιστοιχώντας στο 1/3 του συνολικού πλήθους των επιχειρηματιών.

Στην Ελλάδα, σύμφωνα με την έρευνα του εργατικού δυναμικού του 2006, οι γυναίκες επιχειρηματίες αποτελούν το 18% του συνόλου των επιχειρηματιών, σημειώνοντας αύξηση κατά τρεις ποσοστιαίες μονάδες από την αρχή της δεκαετίας. Συγκεκριμένα, το 2000 οι γυναίκες επιχειρηματίες αποτελούσαν το 15% και αυξήθηκαν το 2006 κατά 34.000. Σύμφωνα με τα στοιχεία της ίδιας έρευνας του 2006, μία στις πέντε εργαζόμενες γυναίκες καταγράφηκαν ως εργοδότες ή εργαζόμενες για δικό τους λογαριασμό, συγκεκριμένα το 21,1%

Σύμφωνα με το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας (GEM, Global Entrepreneurship Monitor), το οποίο χρησιμοποιεί τη δική του μεθοδολογία στην καταγραφή των επιχειρηματιών, οι γυναίκες επιχειρηματίες της Ελλάδας αντιπροσωπεύουν το 11,8% του εργατικού δυναμικού των γυναικών ηλικίας 18-64

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)

ετών, ποσοστό βέβαια πολύ χαμηλό συγκριτικά με χώρες της παγκόσμιας κλίμακας, φτάνοντας στη 43 θέση σε εγχώριο πλήθος γυναικών επιχειρηματιών, καθώς σε άλλες χώρες οι γυναίκες επιχειρηματίες καταλαμβάνουν το 30% των επιχειρηματιών (Minniti et al, 2006).

Ως προς τα χαρακτηριστικά της γυναικείας επιχειρηματικότητας, διαπιστώνεται ότι υπάρχει χάσμα μεταξύ των ανδρών και γυναικών επιχειρηματιών συγκριτικά. Το χάσμα διαπερνά όλα τα μεγέθη των επιχειρήσεων, παρόλο που είναι λιγότερο εμφανές σε επιχειρήσεις μικρότερου μεγέθους. Ο μέσος όρος των γυναικών επιχειρηματιών και των επιχειρήσεών τους είναι πολύ μικρότερος συγκριτικά με των ανδρών. Η προτιμώμενη ηλικία των γυναικών επιχειρηματιών φαίνεται να είναι μεταξύ 35-45, γεγονός που προδηλώνει ότι η γυναικεία επιχειρηματικότητα αποτελεί ανερχόμενο φαινόμενο των τελευταίων κυρίως ετών. Η καθυστέρηση ηλικιακά αλλά και συγκριτικά με την επιχειρηματική έναρξη των ανδρών προφανώς οφείλεται στην επιθυμία και την υποχρέωσή τους να αναθρέψουν τα παιδιά τους μικρής ηλικίας (Κ.Ε.Θ.Ι., 2004). Η κλαδική ειδίκευση αποτελεί επίσης ένα ακόμη στοιχείο της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Οι γυναίκες φαίνεται να προτιμούν κλάδους, στους οποίους είναι παραδοσιακά απασχολούμενες, όπως:

- ❖ Λιανικό εμπόριο,
- ❖ Μικρεμπόριο τροφίμων
- ❖ Μικρεμπόριο ένδυσης/ υπόδησης,
- ❖ Παροχή κοινωνικών υπηρεσιών.

Η εν λόγω προτίμηση δικαιολογείται από το γεγονός ότι θεωρείται ευκολότερο από μία γυναίκα να κερδίσει την αποδοχή σε ένα «φεμινιστικό» επιχειρηματικό περιβάλλον, αλλά και λόγω της εργασιακής εμπειρίας που προφανώς αποκτήθηκε από την γυναίκα ως μισθωτή υπάλληλος σε «φεμινιστικούς» τομείς εργασίας, παράγοντες που επηρεάζουν τις επιλογές του επιχειρηματία. Ταυτόχρονα, η γυναικεία επιχειρηματικότητα αποτελεί δράση ανάγκης, σε αντίθεση με τον άνδρα. Επιχειρηματικότητα ανάγκης καλείται καθώς εκλείπουν οι ευκαιρίες εξασφάλισης του βιοπορισμού. Από την άλλη, η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας είναι αυτή κατά την οποία εξασφαλίζεται υψηλότερο εισόδημα από οποιαδήποτε άλλη διαθέσιμη πηγή. Η

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)

γυναικεία επιχειρηματικότητα συνδέεται και με την ανάγκη συνδυασμού της ευελιξίας του χρόνου και του χώρου που τους παρέχει σε σχέση με τις οικογενειακές υποχρεώσεις τους. Οι λόγοι αυτοί δικαιολογούν την επιχειρηματικότητα ανάγκης των γυναικών συγκριτικά με το κίνητρο των ανδρών επιχειρηματιών. Ταυτόχρονα, η συμπεριφορά των γυναικών επιχειρηματιών ως προς τις πηγές κεφαλαίου εκκίνησης της επιχείρησης είναι διαφορετική από τους άνδρες. Οι γυναίκες συνήθως οι ίδιες προμηθεύουν τα κεφάλαια της ίδρυσης της επιχείρησης ή καταφεύγουν στη βοήθεια κάποιου στενού συγγενικού προσώπου. Η λύση του τραπεζικού δανεισμού θεωρείται λύση αποφυγής για τις γυναίκες, αφενός γιατί δεν διαθέτουν περιουσιακά στοιχεία και συνήθως ακίνητη περιουσία όπως απαιτείται και αφετέρου είναι επιφυλακτικές σε ρίσκο εξάρτησης από χρηματοπιστωτικά ιδρύματα. Για το λόγο αυτό προσφεύγουν σε διέξοδα που δεν θα αποφέρουν οικονομικό κόστος ή ρίσκο (Bock, 2004• Weiler & Bernasek, 2001• Brush, 1992• Θεοδορίδη, 2007• Ζάβαλη, 2007).

Γενικότερα, οι γυναίκες επιχειρηματίες διαθέτουν χαμηλότερη τεχνολογική γνώση από τους άνδρες επιχειρηματίες, και σημειώνουν χαμηλότερες οικονομικές επιδόσεις σε σχέση με τις ανδρικές επιχειρήσεις. Παρόλα αυτά, τα τελευταία χρόνια σημειώνεται δυναμική είσοδος των γυναικών σε επιχειρηματικούς κλάδους παροχής υπηρεσιών, όπως:

- κτηματαγορά,
- τα τουριστικά ταξιδιωτικά γραφεία,
- τη διαφήμιση.

Εκφράζονται δύο απόψεις σχετικά με την διαφορετικότητα των γυναικών επιχειρηματιών:

- Σύμφωνα με την πρώτη άποψη, υπάρχουν προαγοραίες και αγοραίες διακρίσεις μεταξύ των δύο φύλων των επιχειρηματιών, όπου ο προσανατολισμός των γυναικών σε σπουδές θεωρητικού υπόβαθρου παρέχει λιγότερα εφόδια από πλευράς τεχνολογικών εκπαιδευτικών εφοδίων και δυσκολία πρόσβασης των γυναικών σε επαγγελματική κατάρτιση ως εργαζόμενες, εξαιτίας των δυσκολιών συμβιβασμού των σωρευτικών ρόλων τους, εκτός από εργαζόμενες και ως μητέρες ή νοικοκυρές.

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)

➤ Σύμφωνα με την δεύτερη άποψη, υπάρχει διαφορετικότητα διαφυλική ως προς τα κίνητρα και τις φιλοδοξίες τους. Για τις γυναίκες υπάρχει μεγαλύτερη βαρύτητα του ενδιαφέροντός τους σε ισορροπία μεταξύ οικονομικών στόχων, προσωπικής ικανοποίησης και οικογενειακής ζωής, αποτελώντας η ισορροπία αυτή βασικό μοτίβο έναρξης της επιχείρησής τους. Για τους άνδρες, από την άλλη, μεγαλύτερη βαρύτητα έχει η κερδοφορία, η οικονομική επιτυχία, η μεγιστοποίηση του κέρδους, η καινοτομία, στοιχεία άκρως ελκυστικά και αυτοσκοπός στην ανδρική επιχειρηματική δραστηριότητα (Weiler & Bernasek, 2001• Bock, 2004• Ladrianidis et al, 2004).

Ως προς τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας της γυναίκας επιχειρηματία, η ηλικία και το εκπαιδευτικό υπόβαθρο αποτελούν τους βασικούς παράγοντες εκδήλωσης της επιχειρηματικής επιθυμίας και δραστηριότητας, καθώς επίσης και η οικογενειακή παράδοση στην επιχειρηματικότητα και η πρότερη εργασιακή κατάσταση, όπως είναι η εμπειρία σε επιχείρηση κατά το παρελθόν. Μεταξύ των υποκειμενικών αντιλήψεων, η αντίληψη που αφορά στις ικανότητες και δεξιότητες που διαθέτει μία γυναίκα, η αντιληπτική ικανότητα σχετικά με τις υπάρχουσες ευκαιρίες, η εμπιστοσύνη στον εαυτό της και ο φόβος της αποτυχίας αποτελούν επίσης βασικούς και κεντρικούς δείκτες της επιχειρηματικής συμπεριφοράς της.

3.5. ΤΑ ΕΠΙΠΕΔΑ ΚΑΙ ΟΙ ΤΟΜΕΙΣ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Παρόλο που το ανδρικό φύλο φαίνεται να είναι πιο πρόθυμο να δραστηριοποιηθεί επιχειρηματικά, πολλές κυβερνήσεις ωστόσο ανά τον κόσμο διοργανώνουν και συντονίζουν ενέργειες, με απώτερο σκοπό να ενθαρρύνουν τις γυναίκες να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά (Reynolds et al, 2004). Στην Αμερική, υπάρχουν αυτή τη στιγμή πάνω από 6,2 εκατομμύρια γυναικείες επιχειρήσεις και τόσο ο αριθμός, όσο και το ποσοστό των γυναικείων επιχειρήσεων λαμβάνει ανοδική πορεία. Στην Β. Ιρλανδία, το ποσοστό των γυναικείων επιχειρήσεων αγγίζει μόλις το 2,1%,

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)

ποσοστό απογοητευτικό συγκριτικά με την τετραπλάσια ανδρική επιχειρηματικότητα, αλλά και σε αντίθεση με την Αγγλία και την Ιρλανδία, όπου το ανδρικό ποσοστό των ανδρικών επιχειρήσεων μοιάζει να είναι διπλάσιο έως και τριπλάσιο. Βάσει των μελετών, οι γυναίκες επιθυμούν να δραστηριοποιούνται σε παραδοσιακά γυναικείους τομείς, όπως είναι το εμπόριο. Υστερούν από την άλλη σε παρουσία και σε δράση σε τομείς, οι οποίοι θεωρούνται κοινωνικά ανδροκρατούμενοι, όπως είναι οι επιστήμες, ο κλάδος της μηχανικής και μηχανολογίας και στην τεχνολογία.

3.6. ΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

3.6.1. Φορέας: ΕΣΠΑ- Προώθηση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας

Το πρόγραμμα ΕΣΠΑ υλοποιείται στο πλαίσιο του επιχειρησιακού προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα» (ΕΠΑΝ ΙΙ) 2007-2013 και εντάσσεται στον άξονα προτεραιότητας 2, ο οποίος επιδιώκει την επέκταση της εξωστρεφούς επιχειρηματικότητας ως ισχυρής και ικανής συνθήκης για την παραγωγική αναβάθμιση της χώρας προς αγαθά και υπηρεσίες υψηλής προστιθέμενης αξίας με ενσωμάτωση γνώσης και καινοτομίας με ποιότητα και περιβαλλοντική ευαισθησία. Προκηρύσσονται κατά καιρούς διάφορα προγράμματα ενίσχυσης της γυναικείας επιχειρηματικότητας με το τελευταίο το 2009. Συγκεκριμένα, το πρόγραμμα αρχικά είχε τον τίτλο «Ενίσχυση επιχειρηματικότητας γυναικών» και αποσκοπούσε στην παροχή επιδότησης για την ίδρυση νέων επιχειρήσεων από γυναίκες σε όλους σχεδόν τους τομείς οικονομικής δραστηριότητας. Το ποσό της επιδότησης κυμαίνονταν από τα 30.000 έως 200.000 ευρώ (ΕΣΠΑ, 2009).

3.6.2. Φορέας: «100 MIRRORS»

Το πρόγραμμα «100 MIRRORS» στοχεύει στην βελτίωση της κατάστασης, με την ανάπτυξη μίας γραμμής επικοινωνίας, την ιστοσελίδα, όπου οι γυναίκες επιχειρηματίες των χωρών που συμμετέχουν στο εν λόγω πρόγραμμα παρουσιάζουν τις εμπειρίες τους, τις δεξιότητες, τις ικανότητες, τους περιορισμούς και τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν, καθώς επίσης αναφέρονται και στο πώς κατόρθωσαν να βελτιώσουν τη ζωή τους μέσω της ηγεσίας σε διάφορους επιχειρηματικούς τομείς. Με τον τρόπο αυτό, μοιράζονται μεταξύ τους το πνεύμα της επιχειρηματικότητας και της αυτενέργειας.

Οι στόχοι του προγράμματος είναι:

- Ο προσδιορισμός των δεικτών και των επιχειρήσεων, οργανισμών και ιδρυμάτων που θα χρησιμεύσουν στον εντοπισμό των γυναικών επιχειρηματιών σε διάφορα κοινωνικά περιβάλλοντα,
- Η επιλογή 100 γυναικών-επιχειρηματιών από διάφορες ευρωπαϊκές χώρες, οι οποίες θα χρησιμεύσουν ως πρότυπα για άλλες που επιθυμούν να ξεκινήσουν την δική τους επιχείρηση ή στην ενίσχυση των δημιουργικών και επιχειρηματικών ικανοτήτων τους,
- Να αρχίσει μία ανάλυση για το πώς οι γυναίκες έγιναν επιχειρηματίες, τις μεθόδους που ακολούθησαν, τις δυσκολίες που συνάντησαν και τις επιδόσεις τους στις βασικές ικανότητες.

Στο πρόγραμμα συμμετέχουν επτά οργανισμοί από την Ελλάδα, την Ισπανία, τη Γαλλία, τη Βρετανία και την Πολωνία με διαφορετική εξειδίκευση (100 MIRRORS, 2012).

3.6.3. Φορέας: Εθνικό Επιμελητηριακό Δίκτυο Ελληνίδων Επιχειρηματιών

Πρωταρχικός στόχος του Επιμελητηρίου είναι:

- η ευαισθητοποίηση των Επιμελητηρίων και των επιχειρηματιών-μελών τους σχετικά με τα οφέλη της πλήρους ενσωμάτωσης των γυναικών στην οικονομία.
- ο προσδιορισμός των εμποδίων που αποτρέπουν τις γυναίκες από την πλήρη ένταξη τους στο εργατικό δυναμικό.

Κάποια από τα εμπόδια που αποτρέπουν τις γυναίκες να αναπτύξουν επιχειρηματική δράση, σύμφωνα με την έρευνα που διενήργησε η Κεντρική Ένωση Επιμελητηρίων Ελλάδος, είναι:

- η Οικιακή βοήθεια
- η Οικογενειακή φροντίδα
- ο Χρόνος εργασίας
- οι Χρηματοδοτήσεις (ΕΕΔΕΓΕ, 2005).

3.6.4. Φορέας: Σύνδεσμος Ελληνίδων Γυναικών Επιχειρηματιών (Σ.Ε.Γ.Ε.)

Ο σύνδεσμος ελληνίδων γυναικών επιχειρηματιών (Σ.Ε.Γ.Ε) είναι ένας Μη κυβερνητικός και μη κερδοσκοπικός οργανισμός. Απευθύνεται σε γυναίκες που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά στην Ελλάδα. Ιδρύθηκε το 1997 στη Θεσσαλονίκη. Το διοικητικό συμβούλιο αποτελείται από εννιά μέλη. Ο Σ.Ε.Γ.Ε κατέχει την αντιπροεδρία της ομοσπονδίας συνδέσμων γυναικών επιχειρηματιών Μεσογείου και αποτελεί πρωτεργάτη στην ίδρυση αντίστοιχων ομοσπονδιών τόσο στα βαλκάνια όσο και στη μαύρη θάλασσα. Συνεργάζεται με κοινωνικούς φορείς, επαγγελματικές και μη κυβερνητικές οργανώσεις, σε τοπικό και ευρωπαϊκό επίπεδο με σκοπό την προώθηση των συμφερόντων των γυναικών που ασκούν επιχειρηματική

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)

δραστηριότητα. Στηρίζει τα μέλη του ουσιαστικά και παραγωγικά, τα οποία απαριθμούνται σε πάνω από 650 πανελλαδικώς.

Ο βασικός σκοπός των δραστηριοτήτων του Σ.Ε.Γ.Ε είναι:

- η στήριξη των Ελληνίδων γυναικών επιχειρηματιών στην προσπάθεια τους να αναπτύξουν τις επιχειρήσεις και τους εαυτούς τους,
- η προώθηση της γυναικείας και της νεανικής επιχειρηματικότητας,
- η βελτίωση και η κατοχύρωση των επιτευγμάτων των γυναικών επιχειρηματιών και
- η προώθηση και ανάπτυξη γυναικείων επιχειρήσεων μέσα από την έρευνα και την πληροφόρηση.

Ο εν λόγω σύνδεσμος εκπροσωπεί θεσμικά τις γυναίκες επιχειρηματίες, ανεξαρτήτως του επαγγέλματος ή της γεωγραφικής τους έδρας. Παρέχεται στα μέλη των γυναικών επιχειρηματιών συμβουλευτική υποστήριξη σε επαγγελματικά θέματα, σε θέματα δικτύωσης, καθώς και ηθική και εμπράγματα υποστήριξη. Αναγνωρίζεται για τη δράση του ακόμη και σε διεθνές επίπεδο, για τις υπηρεσίες που προσφέρει και για τα διεθνή δρώμενα (Σ.Ε.Γ.Ε., 2012).

3.6.5. Φορέας: Κοινοτική Πρωτοβουλία EQUAL

Η κοινοτική πρωτοβουλία EQUAL αποτελεί εργαλείο της Ευρωπαϊκής στρατηγικής για την απασχόληση. Στοχεύει στην πειραματική εφαρμογή και την διάδοση νέων τρόπων καταπολέμησης των διακρίσεων ως προς την διαφυλική ανισότητα στον τομέα της απασχόλησης. Η κοινοτική πρωτοβουλία EQUAL ολοκληρώνει τις εμπειρίες που αποκτήθηκαν στα πλαίσια των προηγούμενων κοινοτικών πρωτοβουλιών EMPLOYMENT και ADAPT και συμπληρώνει τις υπάρχουσες πολιτικές για την ισότητα ευκαιριών στην αγορά εργασίας (Equal, 2012).

Οι αρχές στις οποίες στηρίζεται το πρόγραμμα είναι:

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)

- Οι αναπτυξιακές συμπράξεις, ως ισχυρές και δεσμευτικές συμφωνίες φορέων με την μορφή αστικών μη κερδοσκοπικών εταιριών, μέσω των οποίων νομιμοποιούνται τα έργα,
- Η διακρατικότητα μέσω ανταλλαγής εμπειριών και τεχνογνωσίας και της ανάπτυξης κοινών δράσεων στα θεματικά αντικείμενα της EQUAL,
- Η καινοτομία ως προς τις διαδικασίες και τις μεθόδους, τους στόχους και το περιεχόμενο των ενεργειών,
- Η ενδυνάμωση ως ενεργός συμμετοχή των ομάδων στόχου στην επιλογή και την υλοποίηση των προτεινόμενων παρεμβάσεων,
- Η οριζόντια προσέγγιση στην προώθηση της ισότητας των ανδρών και γυναικών,
- Η ενσωμάτωση (mainstreaming) των καινοτόμων προσεγγίσεων στον κεντρικό κορμό των εθνικών πολιτικών για την απασχόληση.

Τα θεματικά πεδία των προγραμμάτων που υλοποιούνται στα πλαίσια αυτά βασίζονται και αναφέρονται στους πυλώνες της Ευρωπαϊκής στρατηγικής για την απασχόληση και είναι τα ακόλουθα:

- Η βελτίωση της απασχολησιμότητας
- Η ανάπτυξη επιχειρηματικού πνεύματος
- Η ενθάρρυνση της προσαρμοστικότητας των επιχειρήσεων και των απασχολούμενων
- Η ενίσχυση των πολιτικών ίσων ευκαιριών για άνδρες και γυναίκες
- Η υποστήριξη της κοινωνικής και επαγγελματικής ένταξης των αιτούντων άσυλο (Equal, 2012).

3.7. ΚΛΑΔΙΚΗ ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΓΥΝΑΙΚΕΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Σύμφωνα με έρευνα του Εθνικού επιμελητηριακού δικτύου γυναικών, το 12% των γυναικείων επιχειρήσεων είναι ομόρρυθμες και το 12% περιορισμένης ευθύνης. Επίσης, το 9% των γυναικείων επιχειρήσεων είναι ατομικές επιχειρήσεις και το 7,8 %

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)

είναι ετερόρρυθμες εταιρίες. Οι ανώνυμες εταιρίες είναι το 8,3% των γυναικείων επιχειρήσεων (ΕΕΔΕΓΕ, 2005).

3.8. Η ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΣΥΝΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΗΣ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΔΩΝ

Η επαγγελματική σύνθεση των γυναικείων επιχειρήσεων συμβάλλει πληροφοριακά στην ολοκλήρωση της αποτύπωσης της επιχειρηματικής δραστηριότητας των γυναικών. Το μεγαλύτερο μέρος των επιχειρηματιών ασκεί μη χειρωνακτική επαγγελματική και επιχειρηματική δραστηριότητα, γεγονός που ισχύει και για τα δύο φύλα. Παράδειγμα επαγγελμάτων πλειοψηφικά είναι τα ανώτερα διοικητικά και διευθυντικά στελέχη, τα επιστημονικά καλλιτεχνικά και συναφή επαγγέλματα, οι τεχνολόγοι, οι μηχανικοί βοηθοί και άλλα σχετικά επαγγέλματα. Το 2003, σε αυτήν την κατηγορία επιχειρηματιών συγκεντρώνεται το 63% των γυναικών επιχειρηματιών έναντι του 55,4% των ανδρών, ενώ τα αντίστοιχα μερίδια το 1993, ήταν 63,6 για τις γυναίκες και 50,9 για τους άνδρες.

Στην κατηγορία των εξειδικευμένων χειρωνακτικών-τεχνικών επαγγελμάτων, όπως κτηνοτρόφοι, δασοκόμοι, αλιείς, γεωργοί, τεχνίτες, χειριστές βιομηχανικών εγκαταστάσεων και μηχανημάτων εξοπλισμού, οι διαφορές ανάμεσα στα δύο φύλα είναι μεγαλύτερες. Η γυναικεία επιχειρηματικότητα στα τεχνικά επαγγέλματα μειονεκτεί αριθμητικά και σε σύγκριση με την παρουσία των ανδρών. Έτσι, το 2003 σε αυτήν την κατηγορία επαγγελμάτων συγκεντρώνεται το 25,2% των γυναικών και το 40,1% των ανδρών επιχειρηματιών (Ροσγοβά,, 2009)

Ως προς τα μη χειρωνακτικά επαγγέλματα μέσης και χαμηλής εξειδίκευσης, όπως είναι οι υπάλληλοι γραφείου, η εργασία σε καταστήματα και σε εταιρείες παροχής υπηρεσιών, η παρουσία των γυναικών επιχειρηματιών είναι μεγαλύτερη από την παρουσία των ανδρών. Ειδικότερα το 2003, οι γυναίκες επιχειρηματίες που ασκούσαν μη χειρωνακτικά επαγγέλματα μέσης και χαμηλής εξειδίκευσης συγκέντρωναν το

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)

11,8% του συνόλου των γυναικών επιχειρηματιών, ενώ η τάση που παρουσίαζαν στα επόμενα χρόνια φαίνεται να μειώνεται (EBEA, 1994).

Το 90,5% των ελληνίδων επιχειρηματιών διαθέτει μικρές ή μεσαίες επιχειρήσεις. Συγκεκριμένα, το 50% των ελληνικών γυναικείων επιχειρήσεων είναι πολύ μικρές επιχειρήσεις με 1-9 υπαλλήλους. Το 35% είναι μικρές με 10-49 υπαλλήλους. Τέλος, το 5,5% ανήκουν στις μεσαίες διαθέτοντας 50-249 υπαλλήλους. Μόνο το 9,5% είναι μεγάλες επιχειρήσεις που απασχολούν πάνω από 250 υπαλλήλους. Από τις γυναίκες που συμμετέχουν στον χώρο της Ελληνικής επιχειρηματικότητας, το 56,1% είναι επιχειρηματίες ή αυτοαπασχολούμενες και το 43,9% έχουν την ιδιότητα της υπαλλήλου. Το 38,3% αναφέρεται ότι δραστηριοποιείται σε ανδροκρατούμενο κλάδο επιχειρήσεων, ενώ το 22,2% σε γυναικοκρατούμενο. Ωστόσο, η συντριπτική πλειοψηφία των γυναικών που εργάζονται ως υπάλληλοι/ στελέχη, δηλαδή το 80,7%, δεν απασχολούνται σε ανδροκρατούμενο κλάδο (ΕΕΔΕΓΕ, 2005).

3.9. ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Σύμφωνα με τα ερευνητικά ευρήματα του GEM για τα έτη 2004 και 2005 (<http://www.gemconsortium.org/docs/download/663>), τα τέσσερα σημαντικότερα προβλήματα της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα είναι τα ακόλουθα:

- Φόβος αποτυχίας, ταυτόχρονα με υπερβολική επιχειρηματική αυτοπεποίθηση. Στην Ελλάδα ο φόβος της αποτυχίας είναι μεγαλύτερος από οποιαδήποτε άλλη χώρα από αυτές που έλαβαν μέρος στην έρευνα του GEM. Ταυτόχρονα, οι Έλληνες χαρακτηρίζονται από πολύ μεγάλη αυτοπεποίθηση σχετικά με τις επιχειρηματικές τους δεξιότητες αλλά και έλλειμμα εξοικείωσης με την επιχειρηματική δραστηριότητα. Ο φόβος αποτρέπει τη διάθεση πειραματισμού, που αποτελεί το βασικό συστατικό της επιχειρηματικότητας και βασική συστατική προϋπόθεση της καινοτομίας.

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)

- Έλλειμμα «ποιοτικής επιχειρηματικότητας». Το πρόβλημα στην Ελληνική περίπτωση είναι η ποιότητα και όχι η ποσότητα. Συγκεκριμένα, συνιστάται χαμηλή επιχειρηματικότητα ευκαιριών εν γένει, και κυρίως χαμηλή επιχειρηματική δραστηριότητα «υψηλών δυνατοτήτων». Στη σύνθεση, λοιπόν, των επιχειρηματικών δράσεων και πρωτοβουλιών υπάρχει ελάχιστο επιχειρηματικό ενδιαφέρον, γεγονός που επιδρά σημαντικά στην οικονομική ανάπτυξη, μέσω της επέκτασης των αγορών, της εισαγωγής καινοτομιών, της αύξησης της απασχόλησης, των εξαγωγών και της τεχνολογικής αναβάθμισης.

- Υπάρχει χαμηλή κοινωνική αποδοχή επιχειρηματικότητας, καθώς δεν φαίνεται να αναγνωρίζεται από την ελληνική κοινωνία η δημιουργική διάσταση της επιχειρηματικότητας. Η επιχειρηματική δραστηριότητα δεν αποτελεί δραστηριότητα αναδιανομής, αλλά δραστηριότητα δημιουργίας πλούτου. Έτσι, αυτός που επιτυγχάνει είναι μεν άξιος αναγνώρισης για το ότι κατάφερε να πετύχει επιχειρηματικά, αλλά δεν του αναγνωρίζεται ότι συνέβαλλε στην γενικότερη οικονομία της χώρας του.

- Απουσιάζει η συνοχή και διασύνδεση της εκπαίδευσης με την επιχειρηματική σταδιοδρομία. Τα ποιοτικά στοιχεία της έρευνας – που προέρχονται κυρίως από συνεντεύξεις με ειδικούς σε θέματα επιχειρηματικότητας, φέρνουν την Ελλάδα στις τελευταίες θέσεις της παγκόσμιας κατάταξης για τον εν λόγω δείκτη. Επίσης, παρατηρείται έλλειψη ειδικών γνώσεων που σχετίζονται με την ειδίκευση της επιχειρηματικής δραστηριότητας, καθώς και απουσία γενικότερης προετοιμασίας για το ενδεχόμενο ένας νέος να ακολουθήσει επιχειρηματική σταδιοδρομία.

Ως προς την γυναικεία επιχειρηματικότητα, η Ροσγόβα (2009) στην διατριβή της αναφέρει στοιχεία του IOBE (2006) σχετικά με τις δυσκολίες της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Συγκεκριμένα, ότι υπάρχει:

- Έλλειψη αυτοπεποίθησης των γυναικών να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση, καθώς οι περισσότερες γυναίκες επιχειρηματίες αποφασίζουν να ιδρύσουν μία επιχείρηση μεταξύ 36 - 45 ετών.
- αδυναμία συνδυασμού επαγγελματικής και οικογενειακής ζωής.
- έλλειψη επαγγελματικού προσανατολισμού.

**ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)**

- ελλιπής πληροφόρηση και ελλιπής δικτύωση των γυναικών. Αυτό συνεπάγεται μειωμένη ενημέρωση σε ότι αφορά προγράμματα, επιδοτήσεις και γενικότερα νέες μεθόδους που στοχεύουν στην ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας.
- αδυναμία εξεύρεσης κεφαλαίων για τη χρηματοδότηση της επιχείρησης και αποφυγή μεγάλων δανειακών υποχρεώσεων, λόγοι που συμβάλλουν στην απόφαση των γυναικών για επιχειρηματική αδράνεια και αποχή.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΦΥΛΟ ΚΑΙ MANAGEMENT

Τις τελευταίες δεκαετίες διερευνάται θεωρητικά και εμπειρικά η διαχείριση του μάνατζμεντ από το ανδρικό και το γυναικείο φύλο συγκριτικά. Ο τρόπος που το κάθε φύλο εντάσσεται, λειτουργεί και προωθείται στις δομές, στην κουλτούρα και στην πρακτική της διοίκησης επιχειρήσεων διαφοροποιείται ανάλογα με τον επιστημονικό κλάδο και τις διαφορετικές προσεγγίσεις. Η μελέτη εστιάζει στις οργανωσιακές ομάδες, τις ομάδες του μάνατζμεντ, στην κουλτούρα, στην επικοινωνία, τις διαφυλικές διαφορές, την διαφυλική ιεραρχία, την ηγεσία και άλλα. Υπάρχει η άποψη ότι η αύξηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας και η ακόμη και μικρή μετοχή των γυναικών σε διευθυντικές θέσεις εργασίας αποτελούν απόδειξη της ισότητας των δύο φύλων. Στις περισσότερες χώρες οι γυναίκες καταλαμβάνουν τις λιγότερες αριθμητικά διευθυντικές θέσεις, γεγονός που υποδεικνύει την ανισότητα μεταξύ των δύο φύλων. Παρόλο που οι γυναίκες αποτελούν περίπου το 50% των εργαζομένων στις πιο αναπτυγμένες χώρες, εν τούτοις λιγότερο από το 5% των ανώτερων διευθυντικών θέσεων κατέχουν οι γυναίκες.

Σύμφωνα με έρευνες, ενώ ο αριθμός των διευθυντικών θέσεων των γυναικών σε μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις αυξάνεται συνεχώς, οι προσπάθειές τους να διεκδικήσουν περισσότερες διευθυντικές θέσεις εμποδίζεται. Ο όρος «γυάλινη οροφή» χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά το 1986 σε μια έκθεση της Wall Street Journal ενώ από το 1992 θεσμοθετήθηκε στις ΗΠΑ η «Ομοσπονδιακή Επιτροπή Γυάλινης Οροφής» που στόχευε στην διερεύνηση των εμποδίων της εξέλιξης της καριέρας και των ευκαιριών των γυναικών και γενικότερα των μειονοτήτων. Ο όρος χρησιμοποιείται σήμερα ευρέως και περιγράφει την ύπαρξη εμποδίων, όπως είναι οι πρακτικές, οι προκαταλήψεις, τα στερεότυπα, οι παραδόσεις, κ.ά., για την ιεραρχική σε επαγγελματικό επίπεδο άνοδο των γυναικών, αλλά και των μειονοτήτων. Η «γυάλινη οροφή» παρατηρείται σε όλες τις κοινωνίες και είναι περισσότερο εμφανής στα υψηλότερα διευθυντικά επίπεδα (Oakley, 2000). Το γεγονός αυτό προκάλεσε το ενδιαφέρον πολλών ερευνητών, οι οποίοι επιχείρησαν να διερευνήσουν τους λόγους της χαμηλής εκπροσώπησης των γυναικών σε διευθυντικό επίπεδο. Η παραπάνω διαπίστωση εγείρει μερικά σημαντικά ερωτήματα τα οποία αποτελούν αντικείμενο διεθνούς ερευνητικού ενδιαφέροντος που άρχισε από τις ΗΠΑ κατά τα τελευταία 30

χρόνια (Loring & Wells, 1972• Gordon & Strober, 1975• Kanter, 1977• Thompson & Wood, 1981• Marshall, 1984• Loden, 1986• Helgesen, 1990), όπως:

- Γιατί υπάρχουν λίγες γυναίκες διευθυντές, ειδικά σε ανώτερα επίπεδα;
- Διαφέρουν οι άνδρες και οι γυναίκες ως προς τα χαρακτηριστικά και τις δυνατότητες ηγεσίας και ως προς τον τρόπο διαχείρισής τους;
- Υπάρχει ίσως μια συγκεκριμένη μορφή γυναικείας ηγεσίας, που εάν και δεν ασκείται στην πραγματικότητα, υιοθετείται από την πλειοψηφία των γυναικών;
- Η ύπαρξη προκαταλήψεων και άλλων εμποδίων αποτρέπει τις γυναίκες από την διαπραγμάτευση και διεκδίκηση διευθυντικών θέσεων;

4.1. ΦΥΛΟ ΚΑΙ ΗΓΕΣΙΑ

Γενικότερα υπάρχει η άποψη ότι η ηγεσία αναφέρεται στο ανδρικό φύλο, οπότε και τίθενται ανδρικά κριτήρια ως προς την έννοια αυτή. Μοιάζει αρκετά δύσκολο να ενσωματωθεί η γυναικεία υπόσταση στον τομέα αυτό (Lipman & Blumen, 1992). Βέβαια, παρατηρείται μία μεταστροφή των γραφειοκρατικών και τεχνοκρατικών τρόπων διοίκησης. Ο παράγοντας συναίσθημα φαίνεται να είναι σημαντικός ως προς την οργανωτική πρακτική, καθώς η συμμετοχή και η δράση αντικαθιστούν ως ένα βαθμό την ορθολογική άποψη, τον ψυχρό υπολογισμό και το διαχωρισμό της απόφασης από την εκτέλεση (Alvesson & Berg, 1992). Διάφορες έννοιες που συμπίπτουν με την ηγεσία, όπως είναι η εταιρική κουλτούρα, οι ευέλικτες μορφές διοίκησης, η διοικητική αποκέντρωση, η διαχείριση υπηρεσιών, η ποιότητα, η καινοτομία, η ενδυνάμωση, τα δίκτυα, κ.λπ., με αποτέλεσμα η διοίκηση και ηγεσία να αφορούν σε λιγότερο ανδρικά πρότυπα συγκριτικά με ό, τι υφίστατο παραδοσιακά και κατά το παρελθόν (Gherardi 1995). Θέματα όπως η ταυτότητα, η συνοχή, η κοινωνική ολοκλήρωση συχνά οδηγούν σε μια γυναικεία κατεύθυνση. Υιοθετούνται νέες ιδέες σχετικά με την ηγεσία, στοιχείο που συντελεί στην διερεύνηση ευκαιριών σταδιοδρομίας των γυναικών. Πλέον ο συμμετοχικός, μη ιεραρχικός, ευέλικτος και προσανατολισμένος τρόπος διοίκησης αποκτούν και αναγνωρίζονται να έχουν γυναικεία χαρακτηριστικά. Αυτό επιτρέπει στο γυναικείο φύλο να έχει περισσότερες

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)

αξιώσεις για την διευθυντική θέση μπροστά στο μεταβαλλόμενο επιχειρηματικό σκηνικό του εικοστού πρώτου αιώνα. (Lipman & Blumen, 1992).

Βιβλιογραφικά, λοιπόν, προτάσσονται ιδιότητες, οι οποίες είναι άμεσα συνυφασμένες με την γυναικεία υπόσταση, αν και σπάνια κατατίθενται ρητά (Fondas, 1997).

4.2. ΟΙ ΛΟΓΟΙ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΟΠΟΙΟΥΣ ΥΠΑΡΧΕΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΑΡΙΘΜΗΤΙΚΑ ΣΕ ΔΙΕΥΘΥΝΤΙΚΕΣ ΘΕΣΕΙΣ

Υπάρχει πλήθος από εμπειρικές προσεγγίσεις του θέματος του αριθμητικού περιορισμού των γυναικών στην εργασία και συγκεκριμένα και σε διευθυντικές θέσεις (Billing & Alvesson, 1994• Morrison & Von Glinow, 1990). Οι λόγοι εντοπίζονται σε διάφορους παράγοντες, όπως είναι τα ψυχολογικά χαρακτηριστικά, τα κοινωνικά πρότυπα, ο επαγγελματικός προσανατολισμός, οι εκπαιδευτικές επιλογές και οι επιλογές σταδιοδρομίας. Η απουσία των γυναικών από ανώτατες διευθυντικές θέσεις αποδίδεται σε κοινωνικούς και δομικούς παράγοντες, οι οποίοι αφορούν στο μακρό- επίπεδο. Σύμφωνα με τις κοινωνιολογικές θεωρίες, οι γυναίκες κοινωνικοποιούνται σε συγκεκριμένους ρόλους. Ο άνθρωπος έρχεται σε μία κοινωνία, στην οποία υπάρχει ήδη σχηματισμός και κοινωνικοποίηση σε ρόλους ανάλογα με το φύλο του ατόμου και επηρεάζει την ανάπτυξη της προσωπικότητας. Η Rosabeth Moss Kanter ήταν από τις πρώτες ερευνήτριες που εξέτασαν τις οργανωσιακές δομές και διαδικασίες που παρεμποδίζουν την εξέλιξη των γυναικών. Η Kanter, επίσης, στο βιβλίο της “Men and Women of the Corporation” αναφέρεται στη θέση των γυναικών στις οργανώσεις ασκώντας μεγάλη ακαδημαϊκή επιρροή (Νίνα-Παζαρζή, 1991).

Σύμφωνα με άλλες ερευνητικές πηγές, η απροθυμία των ανδρών να δεχτούν τις γυναίκες σε διευθυντικές θέσεις έγκειται στο συμφέρον των ανδρών (Cockburn, 1991).

Υπάρχει, από την άλλη, η πατριαρχική δικαιολογία του φαινομένου, κατά την οποία έχει διαμορφωθεί ένας συγκεκριμένος κανόνας της υποταγής και της υποδεέστερης

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)

θέσης των γυναικών και αυτό καθορίζει την γυναικεία θέση στη διοίκηση των επιχειρήσεων. Μία ακόμη εξήγηση είναι η δομική, η οποία στηρίζεται στην ύπαρξη της αναλογίας μεταξύ των ανδρών και των γυναικών, καθώς υπάρχει κρίσιμη μάζα 30%, ώστε το ανεπαρκές φύλο των γυναικών να έχει ίδιες ευκαιρίες με τα υπόλοιπα μέλη της κοινωνικής κατηγορίας που έχουν την πρωτοκαθεδρία στη διοίκηση, δηλαδή τους άνδρες (Kanter, 1977• Martin, 1985).

Η ψυχολογική διαφοροποίηση δεν υφίσταται μεταξύ ανδρών και γυναικών που είναι υποψήφιοι των διευθυντικών θέσεων, οπότε και δεν λαμβάνεται ως καθοριστικός παράγοντας ανάληψης της δεδομένης θέσης (Morrison & von Glinow, 1990). Αναφέρεται μάλιστα ότι άνδρες και γυναίκες αναφορικά με την απασχόληση έχουν παρόμοιες δεξιότητες, φιλοδοξίες, γνωρίσματα προσωπικότητας και συμπεριφορά (Dobbins & Platz, 1986• Marshall, 1984). Σε άλλες έρευνες εντοπίζεται ωστόσο διαφορετικότητα διαφυλική ως προς τον προσανατολισμό και το στυλ της ηγεσίας. Μία άλλη διαφορά έγκειται στη θεωρία του «ανθρώπινου κεφαλαίου» δίνοντας έμφαση στα επιτεύγματα. Η εκπαιδευτική επένδυση, η κατάρτιση και η εμπειρία αποτελούν βασικές προϋποθέσεις της επαγγελματικής σταδιοδρομίας (Νίνα-Παζαρζή, 1991) και η μειονεκτική θέση της γυναίκας οφείλεται στην έλλειψη αυτών (Reskin & Padavic, 1994• Simpson, 1996). Για το λόγο αυτό θεωρείται πιο επωφελές να καταρτιστούν οι διευθυντικές θέσεις από άνδρες (Schein, 1973 & 1975), οι οποίοι διαθέτουν τα γνωρίσματα της αποφασιστικότητας, της σκληρής αντιμετώπισης των προβλημάτων, της αναλυτικής σκέψης, της ικανότητας του παραμερισμού των ιδιωτικών και συναισθηματικών παραγόντων, στοιχεία που επειδή δεν διαθέτουν οι γυναίκες, αποτελεί ανασταλτικό παράγοντα ανάληψης της διευθυντικής θέσης (Kanter, 1977). Έτσι, λοιπόν, οι γυναίκες αξιολογούνται αρνητικά και δυσμενώς έναντι της εύνοιας των ανδρών (Nieva & Gutek, 1980). Μάλιστα, ως προς την αναζήτηση κάλυψης διευθυντικών θέσεων, τα προσόντα που θεωρούνται απαραίτητα συχνά υπερέχουν των προσόντων των γυναικών (Billing & Alvesson, 1994).

Τέλος, άλλες έρευνες αναφέρουν την ανασταλτική επίδραση της οικογένειας στην επαγγελματική ανέλιξη των γυναικών και τη δυσκολία συμφιλίωσης των οικογενειακών και επαγγελματικών τους υποχρεώσεων (Martin, 1993• Rix & Stone, 1984) και άλλες το αποδοκιμάζουν (Bayes, 1987• Nicholson & West, 1988).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΓΥΝΑΙΚΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

Ο τουρισμός παρέχει ευκαιρίες επίσημης και άτυπης απασχόλησης στις γυναίκες, λόγω των πολύπλοκων αλυσίδων αξίας και της συμβολής στην ευρύτερη οικονομία. Οι θέσεις εργασίας στον τουριστικό τομέα είναι ευέλικτες και διατελούνται από οποιοδήποτε χώρο. Αποτελεί έναν τομέα πρόκληση για το γυναικείο φύλο. Οι γυναίκες συνήθως καταλαμβάνουν χαμηλές θέσεις, με μικρές αποδοχές και σε επισφαλείς θέσεις στην τουριστική βιομηχανία. Ο τουριστικός τομέας είναι κατά βάση μία ενασχόληση εποχιακή και κυμαίνεται ανάλογα με την τουριστική κινητικότητα. Η δραστηριοποίηση της γυναίκας στην τουριστική βιομηχανία επιχειρηματικά αποδεικνύει μία τάση εξίσωσης της διαφυλικής διαφορετικότητας και την απόρριψη της άποψης ότι η γυναίκα αποτελεί χειραφετημένο ον. Την ίδια στιγμή, η ισότητα μεταξύ των δύο φύλων συμβάλλει στην συνολική ποιότητα του τουριστικού επαγγέλματος, με σημαντικές επιπτώσεις στην κερδοφορία και στην γενικότερη ποιότητα όλων των πτυχών της βιομηχανίας. Παρόλο που υπάρχει άγνοια ως προς πολλές σημαντικές και σαφείς πληροφορίες σχετικά με την γυναικεία δραστηριότητα στον τουριστικό κλάδο, ωστόσο φαίνεται ότι αξίζει η γυναικεία επένδυση στον τομέα αυτό. Παρέχεται η δυνατότητα στο γυναικείο φύλο να συμμετάσχουν στο εργατικό δυναμικό, στον επιχειρηματικό τομέα και στην ανάληψη ηγετικών θέσεων που σε άλλους τομείς καθίσταται δύσκολο. Οι γυναίκες στον τουριστικό τομέα εξακολουθούν να αμείβονται ελάχιστα και να υποεκπροσωπούνται.

Τα γενικότερα χαρακτηριστικά της γυναικείας τουριστικής επιχειρηματικότητας αναφέρονται ακολούθως:

1. Οι γυναίκες αποτελούν ένα μεγάλο ποσοστό του τουριστικού εργατικού δυναμικού.
2. Οι γυναίκες εκπροσωπούνται σε λειτουργία και επίπεδο θέσεις εργασίας γραφείου και αντιπροσωπεύονται ανεπαρκώς στα επαγγελματικά επίπεδα.
3. Οι γυναίκες στον τομέα του τουρισμού έχουν 10% - 15% λιγότερο οικονομικό

**ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)**

- κέρδος από τους άνδρες συναδέλφους τους.
4. Ο τομέας του τουρισμού έχει σχεδόν διπλάσιες γυναίκες εργοδότες συγκριτικά με άλλους τομείς.
5. Ένας στους πέντε υπουργούς τουρισμού σε όλο τον κόσμο είναι γυναίκες.
6. Οι γυναίκες αποτελούν ένα πολύ υψηλότερο ποσοστό των εργαζόμενων γυναικών στον τουρισμό από ό, τι σε άλλους τομείς.
7. Ένας μεγάλος αριθμός της μη αμειβόμενης εργασίας της γυναίκας αφορά σε τουριστικές επιχειρήσεις.

Η Λατινική Αμερική έχει το υψηλότερο ποσοστό γυναικών εργοδοτών στον τομέα του τουρισμού, αγγίζοντας το διπλάσιο συγκριτικά με άλλους επαγγελματικούς τομείς. Στη Νικαράγουα και τον Παναμά πάνω από το 70% των εργοδοτών του τομέα αυτού είναι γυναίκες, ενώ σε άλλους τομείς καταλαμβάνει μόλις το 20% των γυναικών εργοδοτών. Το ποσοστό αυτό υπάρχει μόνο σε αυτές τις περιοχές βέβαια, καθώς εμφανίζεται με πολύ μικρότερο σε άλλες χώρες, με χαρακτηριστικό παράδειγμα την Ασία. Ενώ στην Ινδονησία, τη Μαλαισία, τις Φιλιππίνες και την Ταϊλάνδη περισσότερο από το ήμισυ των τουριστικών επιχειρήσεων διευθύνονται από γυναίκες, στο Πακιστάν, το Ιράν και τις Μαλδίβες δεν εντοπίζεται καμία γυναίκα εργοδότης τουριστικών επιχειρήσεων. Επομένως, ο τουρισμός διασφαλίζει ισχυρές δυνατότητες για την προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας. (http://www2.unwto.org/sites/all/files/pdf/folleto_global1_report.pdf.)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Τα τελευταία 30 χρόνια, λοιπόν, φαίνεται να υπήρχε πλήθος από έρευνες σχετικά με την γυναικεία επιχειρηματικότητα, τις διαφυλικές σχέσεις και το γυναικείο μάνατζμεντ, τόσο σε θεωρητικό όσο και σε εμπειρικό πλαίσιο. Παρόλο το πλήθος των δημοσιευμάτων, δεν υπάρχει ομόφωνη και καθολική αποδοχή δεδομένων. Μάλιστα, η πρόσφατη βιβλιογραφία φαίνεται να είναι επηρεασμένη από φεμινιστικές ιδέες. Το γεγονός αυτό καθιστά ανεπαρκείς τις πληροφορίες. Οι οργανωσιακοί δομικοί παράγοντες, τα ψυχολογικά χαρακτηριστικά, οι κοινωνικές δομές και διαδικασίες επηρεάζουν τη διαμόρφωση της κατάστασης που περιγράψαμε ανωτέρω και η αποδοχή ενός μόνο είδους παραγόντων αποτελεί ελλιπή εξήγηση. Η σύνθετη εξήγηση και όχι η εστίαση σ' ένα μόνο παράγοντα μπορεί να οδηγήσει στην γνώση.

Βέβαια, από την παραπάνω βιβλιογραφική και διαδικτυακή επισκόπηση γίνεται σαφές η παραδοχή της αναγκαιότητας και σπουδαιότητας της δραστηριοποίησης της γυναίκας στον τομέα της επιχειρηματικότητας. Για να γίνει όμως η θεωρία, πράξη και να αποδώσει τα αναμενόμενα, θα πρέπει να ξεπεραστούν μία σειρά από εμπόδια και προκαταλήψεις που έχουν δημιουργηθεί στο Ελληνικό κοινωνικό σύνολο. Οι γυναίκες αποτελούν σημαντικό κομμάτι της κοινωνίας και θα πρέπει να τις δοθούν οι κατάλληλες ευκαιρίες μέσα από ευνοϊκά φορολογικά και νομοθετικά πλαίσια, έτσι ώστε να συμβάλλουν και αυτές με τις δραστηριότητές τους στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη του τόπου.

Οι διαπιστώσεις για την Ελληνίδα επιχειρηματία που παρουσιάστηκαν, είναι ενδιαφέρουσες και διαφωτιστικές ως προς τον προσανατολισμό της επιχειρηματικής της δράσης. Τα παρακάτω βασικά στοιχεία σκιαγραφούν τα ατομικά χαρακτηριστικά της γυναίκας επιχειρηματία που δραστηριοποιείται στις ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις και είναι συνοπτικά τα παρακάτω:

- Οι γυναίκες επιχειρηματίες είναι, σε γενικές γραμμές, μικρότερης ηλικίας από τους άνδρες. Αυτό οφείλεται, εκτός των άλλων, στο γεγονός ότι οι περισσότερες από τις γυναίκες ακολούθησαν επιχειρηματική καριέρα

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)

στρεφόμενες στον τριτογενή τομέα, που είναι και ο σχετικά “νεότερος” της ελληνικής οικονομίας.

- Οι γυναίκες επιχειρηματίες δεν στρέφονται τόσο στην εξαγορά των επιχειρήσεων όσο οι άνδρες και προτιμούν είτε να ιδρύουν μόνες τους τις επιχειρήσεις ή να συνεχίζουν την οικογενειακή επιχείρηση.

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

- Οι περισσότερες των γυναικών στρέφονται σε επιχειρήσεις του τριτογενούς τομέα, με κυρίαρχη την παροχή προσωπικών υπηρεσιών και το λιανικό εμπόριο.

- Οι γυναίκες που δραστηριοποιούνται στον τομέα της μεταποίησης επιλέγουν κυρίως επιχειρήσεις που έχουν παραδοσιακή σχέση με την εργασία των γυναικών στο σπίτι (π.χ. βιοτεχνία επίπλων, ενδυμάτων).

Σε επίπεδο πολιτικής, έχει οπωσδήποτε παρατηρηθεί τα τελευταία χρόνια, τόσο στην Ευρωπαϊκή Ένωση όσο και στη χώρα μας, μια έξαρση του ενδιαφέροντος για την αντιμετώπιση της περιορισμένης συμμετοχής των γυναικών στην επιχειρηματική δραστηριότητα. Στόχος όλων των μέτρων πολιτικής είναι η διευκόλυνση των υναικών στο ξεκίνημα μιας επιχείρησης, καθώς και η υποστήριξή τους στον εκσυγχρονισμό υφιστάμενων επιχειρήσεων. Οι επιμέρους στόχοι των σχετικών προγραμμάτων περιλαμβάνουν υποστηρικτικές δράσεις και συγκεκριμένα τεχνική βοήθεια για τον σχεδιασμό και την υλοποίηση επιχειρηματικών σχεδίων, ενημέρωση για τις δυνατότητες χρηματοδότησης, παρακολούθηση της νέας επιχείρησης από ειδικούς συμβούλους για κάποια αρχική περίοδο λειτουργίας της και οικονομική ενίσχυση (επιδοτούμενα δάνεια ή/και επιχορηγήσεις) και συγκεκριμένες επιχειρηματικές δαπάνες.

Η διεθνής εμπειρία δείχνει ότι οι βασικότερες αιτίες υστέρησης των γυναικείων επιχειρήσεων εντοπίζονται στους παρακάτω παράγοντες:

**ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)**

- Στην έλλειψη αυτοπεποίθησης των γυναικών να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση. Οι περισσότερες αποφασίζουν να ιδρύσουν μια επιχείρηση μεταξύ 36-45 ετών.
- Στην αδυναμία συνδυασμού επαγγελματικής και οικογενειακής ζωής
- Στην έλλειψη επαγγελματικού προσανατολισμού.
- Στην ελλιπή πρόσβαση στην πληροφόρηση σε συνδυασμό με την ελλιπή δικτύωση των γυναικών (lobbying). Αυτό συνεπάγεται μειωμένη ενημέρωση σε ότι αφορά προγράμματα, επιδοτήσεις και γενικότερα νέες μεθόδους που στοχεύουν στην ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας.
- Στην αδυναμία εξεύρεσης κεφαλαίων για τη χρηματοδότηση της επιχείρησης. Αν προστεθεί σε αυτό και η αποφυγή από πλευράς των γυναικών μεγάλων δανειακών υποχρεώσεων, γίνεται αντιληπτός ο λόγος επιχειρηματικής αδρανοποίησης τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΤΟΝΩΣΗΣ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Η γυναικεία επιχειρηματικότητα, λοιπόν, είναι απαραίτητο να συνεχιστεί ανεμπόδιστα και με μεγαλύτερους ρυθμούς μέσα από την στήριξη από προγράμματα, δράσεις, οργανισμούς, την πολιτεία, την νομοθεσία, την εκπαίδευση και άλλα.

Αναφορικά με την εκπαίδευση, υπάρχει ανεπάρκεια επαγγελματικού προσανατολισμού που προσφέρεται στους νέους στο επίπεδο της δευτεροβάθμιας και της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Γίνονται προσπάθειες τα τελευταία χρόνια για την αλλαγή αυτής της κατάστασης με την εισαγωγή μαθημάτων επαγγελματικού προσανατολισμού στα περισσότερα ανώτατα ιδρύματα, ωστόσο αυτό που δεν φαίνεται να έχει αντιμετωπιστεί σοβαρά είναι ο προσανατολισμός αυτών των προγραμμάτων ειδικά στις γυναίκες. Επίσης, θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή τόσο στην προσέλκυση μαθητριών-φοιτητριών για εξειδίκευση, όσο και στην επισήμανση πλευρών της επιχειρηματικής προοπτικής που έχουν ιδιαίτερη σχέση με το γυναικείο φύλο. Επιπροσθέτως πρέπει να αναπτυχθούν στρατηγικές δια βίου μάθησης, ανάπτυξη και βελτίωση συστημάτων εκπαίδευσης και κατάρτισης. Τα συστήματα αυτά αποτελούν βασικά εργαλεία άσκησης πολιτικών για την αγορά εργασίας. Η οργάνωση εκπαιδευτικών προγραμμάτων, ενδεχομένως από φορείς που ήδη λειτουργούν για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, θα δώσουν ώθηση στις Ελληνίδες που έχουν την προδιάθεση να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά, αλλά αισθάνονται ότι υστερούν σε γνώσεις και δεξιότητες. Ας σημειωθεί ότι ένα σημαντικό χαρακτηριστικό τέτοιων προγραμμάτων πρέπει να είναι η περιφερειακή τους διασπορά, έτσι ώστε να είναι όσο το δυνατόν προσβάσιμα στο μεγαλύτερο μέρος του γυναικείου Ελληνικού πληθυσμού.

Αναφορικά με τον άξονα νομοθεσία – οικονομία, προτείνονται τα κάτωθι:

- ❖ Δημιουργία φιλικού και ευέλικτου επιχειρηματικού περιβάλλοντος με ενθάρρυνση της γυναικείας επιχειρηματικότητας και απλούστευση των σχετικών διαδικασιών.

**ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)**

- ❖ Ενίσχυση της συμμετοχής των γυναικών στον τομέα της Έρευνας και Καινοτομίας.
- ❖ Διάγνωση δυνατών και αδύνατων ρυθμιστικών, διοικητικών και οργανωτικών σημείων που εμπλέκονται στη σύσταση και λειτουργία επιχειρήσεων.
- ❖ Πρόταση και ανάπτυξη απλουστεύσεων για τη διαδικασία σύστασης και λειτουργίας επιχειρήσεων.
- ❖ Βελτίωση επιχειρηματικότητας μέσω άρσης θεσμικών, διοικητικών και οργανωτικών εμποδίων που δυσχεραίνουν την επιχειρηματική δραστηριότητα.
- ❖ Μείωση των διοικητικών επιβαρύνσεων στον τομέα εποπτείας της επιχειρηματικής δραστηριότητας.
- ❖ Στήριξη των υφιστάμενων γυναικείων επιχειρήσεων για την εισαγωγή νέων τεχνολογιών, την υιοθέτηση καινοτομιών, την προώθηση της εξωστρέφειας και τη δικτύωσή τους με συμβουλευτικές υπηρεσίες.
- ❖ Ενίσχυση πρωτοβουλιών των γυναικών ειδικότερα σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο στους κλάδους του τουρισμού και της παραγωγής πολιτιστικών αγαθών και υπηρεσιών.
- ❖ Ειδική αναφορά της γυναικείας επιχειρηματικότητας σε διαφημιστική εκστρατεία.

Όπως όλοι γνωρίζουμε, οι σημερινές συνθήκες αποτελούν τροχοπέδη για την υλοποίηση όλων των παραπάνω προτάσεων. Όμως, όπως έλεγε και ο Περικλής “οι άριστοι των ανθρώπων αναδεικνύονται με τα έργα τους” και οι Ελληνίδες πιστεύουμε ότι διαθέτουν φαντασία και ρεαλιστικές επιδιώξεις, δημιουργικότητα και δυναμισμό προκειμένου να γίνουν επιτυχημένες επιχειρηματίες και να κατακτήσουν μια από τις πρώτες θέσεις επιτυχίας στις διεθνείς συγκρίσεις.

Επιπλέον, θα πρέπει να αυξηθεί η ευαισθητοποίηση ως προς τον γυναικείο τουριστικό επιχειρηματικό κλάδο, ο οποίος υστερεί. Προφανώς, η ενίσχυση της νομικής προστασίας των γυναικών που ασχολούνται με την τουριστική επιχείρηση και οι μισθολογικές ρυθμίσεις να ευνοούσαν στην αύξηση της γυναικείας

**ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)**

δραστηριοποίησης στον τομέα αυτό. Ταυτόχρονα, ένα ακόμη πρόβλημα φαίνεται να είναι οι απαιτήσεις του κλάδου που αποτελούν φόρτο και εμπόδιο σε περιπτώσεις γυναικών οι οποίες είναι και μητέρες, οπότε ίσως ένα ευέλικτο ωράριο να κινητοποιούσε και να προκαλούσε περισσότερο τις γυναίκες. Τέλος, σαφώς και η εξειδίκευση και η εκπαιδευτική κατάρτιση θα συνέβαλλε στην επιτυχή τουριστική επιχειρηματική γυναικεία δράση

(http://www2.unwto.org/sites/all/files/pdf/folletto_global1_report.pdf.)

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΗ

- 100 MIRRORS (2012). «Tools for Motivation of enterprising women». Ανάκτηση στις 29/4/2012. Διαθέσιμο διαδικτυακά στο: <http://www.100mirrors.eu/>.
- ΕΒΕΑ (1994), Γυναικεία επιχειρηματικότητα
- ΕΕΔΕΓΕ (2005). «ΣΤΕΡΕΟΤΥΠΑ- ΠΡΟΚΑΤΑΛΗΨΕΙΣ, ΕΜΠΟΔΙΑ ΣΤΗΝ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ», Αθήνα. Ανάκτηση στις 29/4/2012. Διαθέσιμο διαδικτυακά στο: http://www.grcwn.gr/chase_research.htm.
- ΕΣΠΑ (2009). «Ενίσχυση επιχειρηματικότητας γυναικών». Ανάκτηση στις 24/4/2012 διαθέσιμο διαδικτυακά στο: <http://www.espa.gr/el/Pages/ProclamationsFS.aspx?item=2086>.
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2005). Έκθεση σχετικά με την Εφαρμογή του Ευρωπαϊκού Χάρτη για τις Μικρές Επιχειρήσεις. Λουξεμβούργο, Γενική Διεύθυνση Επιχειρήσεων και Βιομηχανίας.
- 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.
- Κ.Ε.Θ.Ι. (Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας – 2ο Στατιστικό Δελτίο –) (Δεκέμβριος 2004). “Το επιχειρηματικό κενό ανάμεσα στους άνδρες και τις γυναίκες στην Ελλάδα”, Νίκος Ε. Ντερμανάκης.
- Κόκκαλη, Κ. (Σεπτ. 2007). Βιώσιμη Ανάπτυξη. Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο Αθηνών
- Νίνα- Παζαρζή, Ε. (1991). «Η Γυναικεία Απασχόληση στην Ελλάδα: Διεπιστημονική προσέγγιση», Διδακτορική Διατριβή, Πανεπιστήμιο Πειραιώς.

**ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)**

- Ροσγοβά, Γ.(2009). Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα (μη δημοσιευμένη διπλωματική εργασία).
- Σαΐτη, Α. (2005). Στρατηγικό Management Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων και Επιχειρηματικότητα. Αθήνα: Εκδόσεις Ζήτη.
- Σ.Ε.Γ.Ε (2012). «Σύνδεσμος ελληνίδων γυναικών επιχειρηματιών Ελλάδος». Ανάκτηση στις 28/4/2012. Διαθέσιμο διαδικτυακά στο:
<http://www.sege.gr/>.
- Σκορδίλη, Σ. (2005). Ιδιοκτησία και επιχειρηματικότητα στη μεταποίηση, τις υπηρεσίες και το εμπόριο. Στο: Μ. Στρατηγάκη (επιμ). Επιχειρηματικότητα Γυναικών- Όψεις Ιδιοκτησίας και Διοίκησης. Gutenberg, σελ. 87-101.
- Στρατηγάκη, Μ. (2005). Επιχειρείν και ανατρέφειν: Στο: Μ Στρατηγάκη (επιμ) Επιχειρηματικότητα Γυναικών- Όψεις ιδιοκτησίας και Διοίκησης. ΚΕΚΜΟΚΟΠ Παντείου Πανεπιστημίου/Gutenberg, σελ.17-40.
- Τζωρτζάκης, Κ. & Τζωρτζάκη, Α.Μ. (1992). Οργάνωση και Διοίκηση. Αθήνα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΞΕΝΗ

- Alvesson, M. and Berg, P.O. (1992). ‘Corporate Culture and Organizational Symbolism’. Berlin/ New York: de Gruyter.
- Armstrong, J.S. (1994). "Learning versus Teaching: Reply to Commentaries". Interfaces 24: 39– 43
- Bayes, J. (1987). ‘Do female managers in public bureaucracies manage with a different voice?’ Paper presented at the Third International Interdisciplinary Congress on Women, Dublin, 6-10 July.
- Bernard, S., Black, B., Cheffens, R. and Klausner, M. (2006). Outside Director Liability. Available online on <http://www.gsb.stanford.edu/sites/default/files/documents/03.BoardDuties.pdf>.
- Billing, Y., D. and Alvesson, M. (1994). ‘Gender, Managers and Organizations’. Berlin/New York: de Gruyter.
- Bock, B. (2004). «Fitting in and multi-tasking: Dutch farm women’s strategies in rural entrepreneurship». Sociologia Ruralis, Vol 44(3):245-260.
- Brush, G. (1992). “Research on women business owners: Past trends a New perspective and future directions”, Entrepreneurship theory and Practice, 4 (17): 5-30.
- CEO (2013). Performance Evaluation Survey. Available online on <http://www.gsb.stanford.edu/cldr/research/surveys/performance.html>.
- Cliff, J. (1998). “Does one size fits all? Exploring relationships between attitudes towards growth, gender and business size”, Journal of Business Venturing ,Number 13, pp 523-542
- Cockburn, C. (1991). ‘In the Way of Women: Men’s Resistance to Sex Equality in Organizations’. London: Macmillan.

**ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)**

- Daily, C., Certo, T. and Dalton, R. (1999) “Entrepreneurial ventures as an avenue to the top? Assessing the advancement of female CEOs and directors in the Inc.100.” *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 4 (1): 19-32
- Deakins, D. and Freel, M. S. (2012). "ENTREPRENEURIAL ACTIVITY, THE ECONOMY AND THE IMPORTANCE OF SMALL FIRMS". *Entrepreneurship and small firms, 2012*. McGraw-Hill Education. [ISBN 0-07-713645-4](https://doi.org/10.1016/B978-0-07-713645-4).
- DeMars, L. (2006). Heavy Vetting: Boards of directors now want to talk to would-be CFOs — and vice versa. *CFO Magazine*.
- Dobbins, G. and Platz, J. (1986). ‘Sex differences in leadership: how real are they?’ *Academy of Management Review*, 11: 118-27.
- Drucker, P. F. (1954). *The practice of management*. p 62-63
- Equal (2012). «What’s EQUAL» . Retrieved on 28/4/2012. Available online at: <http://www.equal-greece.gr/mainlinks.asp?aa=1>.
- Fayol, H. (1966). *Administration industrielle et générale - prévoyance organization - commandment, coordination – contrôle*, Paris : Dunod, 1966.
- Fischer, M., Reuber, L. and Dyke, S., (1993). “A theoretical overview and extension of research on sex, gender and entrepreneurship”, *Journal of business Venturing*, 8 (2): 151-168
- Follett, M.P. (2003). *Vocational Business: Training, Developing and Motivating People* by Richard Barrett - *Business & Economics* - Page 51.
- Fondas, N. (1997). ‘Feminization unveiled: management qualities in contemporary writings’, *Academy Of Management Review*, 22(1): 257-82.
- Fredmund, M. (2008). *The strategy of management of Complex Systems (Habilitation)*. ISBN 978-3-258-07396-5
- Gherardi, S. (1995). ‘Gender, Symbolism and Organizational cultures’. London: Sage.

**ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)**

- Gordon, F. and Strober, M. H. (eds) (1975). 'Bringing Women into Management'. New York: McGraw-Hill.
- Helgesen, S. (1990). 'The Female Advantage'. New York: Doubleday.
- Hyrenius, H. (1983). *Entreprenorskap*, Malme: Liber.
- Hisrich, R. and Brush, C. (1983). *Frontiers of Entrepreneurship research* proceedings, Wellesley: Babson College.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2008). *Entrepreneurship*. 7th ed. Boston, MA: McGraw-Hill.
- Juneja, h., Juneja, F. and Prachi, J. (2011). "Management." *Management Study Guide*. WebCraft Pvt Ltd. Retrieved on 17 Mar 2011. Available on http://www.managementstudyguide.com/management_levels.htm.
- Kanter, R., M. (1977). 'Men and Women of the Corporation'. New York: Basic Books.
- Kaplan, A. (2014). *European Management and European Business Schools: Insights from the History of Business Schools*, *European Management Journal*.
- Kleiman, L. S. (2010). "Management and Executive Development." *Reference for Business: Encyclopedia of Business* (2nd edition). Retrieved on Web. 25 Mar 2011. Available online on <http://www.referenceforbusiness.com/management/Log-Mar/Management-and-Executive-Development.html>.
- Knouse, B. and Webb C. (2001). "Virtual networking for women and minorities". *Carrer Development International*, 6 (4): 226-228.
- Kotter, J. P. and Dan S. C. (2002). *The Heart of Change*. Boston: Harvard Business School Publishing.
- Labrianidis, L. Kalogerisis, Th., Kourtesis, A. and Skordili, S. (2004). «Technology, peripherality and rurality». In L. Labrianidis (ed) *The Future of Europe's Rural Periphery*. London, Ashgate, pp. 114-136.

***ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)***

- Levent, B., Masurel, E. and Nijkamp, P., (2002). “Diversity in Entrepreneurship: Ethnic and Female roles in urban economic life”, *International Journal of Social Economics*
- Lipman-Blumen, J. (1992). ‘Connective leadership: female leadership styles in the 21st-century workplace’, *Sociological Perspectives*, 35(1): 183-203.
- Loden, M. (1986). ‘Feminine Leadership, or How to Succeed in Business without Being One of the Boys’. New York: Time Books.
- Loring, R. and Wells, T. (1972). ‘Breakthrough: Women into Management’. New York: Van Nostrand-Reinhold.
- Lundstrom, A. and Stevenson, L. (2002). *Entrepreneurship Policy: Theory and Practice*. Berlin: Springer
- Marlow, S. (1997). “Self Employed women: New opportunities, old”, *Entrepreneurship & Regional Development*, 9, (1): 5-17.
- Marshall, J. (1984). ‘Women Managers: Travellers in a Mole World’. Chichester: Wiley.
- Martin, P. Y. (1985). ‘Group sex composition in work organizations: a structural -normative model’, *Research in the Sociology of Organizations*, 4: 311-49.
- Martin, P. Y. (1993). ‘Feminist practice in organizations: implications for management’, in E.A. Fagenson (ed.), *Women in Management: Trends, Issues, and Challenges in Managerial Diversity*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Minniti, M., Bygrave, W.D., and Autio, E., (2006). *Global Entrepreneurship Monitor: 2005 Executive Report*.
- Montgomery, M., Johnson, T., and Faisal, S. (2005). What kind of capital do you need to start a business: financial or human? *Quarterly Review of Economics and Finance*, 45(1), 103-122.
- Morrison, A. and Von Glinow, M., A. (1990). ‘Women and minorities in management’, *American Psychologist*, 45(2): 200-8.

***ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)***

- Nicholson, N. and West, M. A. (1988). ‘Managerial Job Change: Men and Women in Transition’. Cambridge: Cambridge University Press.
- Nieva, V. and Gutek, B. (1980). ‘Sex effects on evaluations’, *Academy of Management Review*, 5: 267-76.
- Oakley, A. (2000). *Experiments in Knowing: Gender and Method in the Social Sciences*, Cambridge: Polity Press
- OECD (2000). *Environmental Performance Reviews OECD Environmental Performance Reviews: Greece*.
- Petrin, T. (1997) «Entrepreneurship as an economic force in rural development» In: F.A.O. Regional Office for Europe (ed) *Rural Development through Entrepreneurship*, pp. 7-19.
- Reskin, B. and Padavic, I. (1994). ‘Women and Men at Work’. Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press.
- Reynolds, P. Bygrave, E., Aytio, L., Cox, W. and Hay, M. (2004). *Global entrepreneurship monitor 2003: Executive Report*, London:Ewing/Marion Kauffman Foundation.
- Rix, S., E. and Stone, A., J. (1984). ‘Work’, in S.M. Pritchard (ed.), *The Women’s Annual*. Boston: G.K. Hall.
- Schein. V. E. (1973). ‘The relationship between sex role stereotypes and requisite management characteristics’, *Journal of Applied Psychology*, 57: 95-100.
- Schein, V. E. (1975). ‘Relationships between sex role stereotypes and requisite management characteristics among female managers’, *Journal of Applied Psychology*, 60(3): 340-4.
- Schindehutte, M., Morris, M. and Brennan, C., (2003). “Entrepreneurs and motherhood: Impacts on their children in South Africa and the United States”, *Journal of Small Business Management*, Number 41 pp: 94-107.

**ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ MANAGEMENT ΣΤΙΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2014)**

- Simpson, R. (1996). 'Does an MBA help women? Career benefits of the MBA', *Gender, Work and Organization*, 3(2): 115-21.
- Storey, D. (1982). *Entrepreneurship and the New firm*, London: Groom Helm
- Stroh, L.K., Northcraft, G.B. & Neale, M.A. (2002). *Organizational behavior: A management challenge*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Sullivan, A. and Steven, M. S. (2003). *Economics: Principles in action*. Upper Saddle River, New Jersey 07458: Pearson Prentice Hall. p 29. ISBN 0-13-063085-3
- Thompson, A., M. and Wood, M., D. (1981). 'Management Strategies for Women, or Now that I'm Boss, How do I Run this Place?' New York: Simon and Schuster.
- Tominc, P. and Rebernik, M. (2003). *The Scarcity of female entrepreneurship*. Maribor
- Verheul, I., Risseuw, P., Bartelse, G., (2001). *Gender differences in strategy and human resource management*, Rotterdam: Institute for business economic studies.
- UNECE (United Nations Economic Commission for Europe (*January 2004*)). *The Status of Statistics on Women and Men's Entrepreneurship in the UNECE Region. Regional Symposium on Mainstreaming Gender into Economic Policies. 28-30, Geneva.*
- Wang, C. K. and P. K. Wong (2004). "Entrepreneurial interest of university students in Singapore." *Technovation* 24(2): 163-172.
- 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
- Wooten, K.C., Timmerman, T.A. and Folger, R. (1999). The use of personality and the Five- Factor model to predict new business ventures: From outplacement to start-up. *Journal of Vocational Behavior*, 54, 82-101.

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ

- [http://www.eif.gov.cy/mlsi/dl/genderequality.nsf/All/4680982843D6AC32C22579A7002E1CAE/\\$file/%CE%93%CF%85%CE%BD%CE%B1%CE%B9%CE%BA%CE%B5%CE%AF%CE%B1%20EPIXIRIMATIKOTHTA.pdf](http://www.eif.gov.cy/mlsi/dl/genderequality.nsf/All/4680982843D6AC32C22579A7002E1CAE/$file/%CE%93%CF%85%CE%BD%CE%B1%CE%B9%CE%BA%CE%B5%CE%AF%CE%B1%20EPIXIRIMATIKOTHTA.pdf).
- <http://www.cemi.com.au/sites/all/publications/Brush%201992.pdf>.
- <http://www.anderson.ucla.edu/degrees/mba-program/curriculum/tracks-and-specializations>.
- http://www2.unwto.org/sites/all/files/pdf/folleto_global1_report.pdf.
- <http://www.gemconsortium.org/docs/download/663>.