

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ

**ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ
ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ**

ΤΜΗΜΑ : Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**<< Η ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ
ΕΛΛΑΔΑ>>**

Της φοιτήτριας : Βασιλικής Κων. Μπλάτσου

Επιβλέπουσα: Αικατερίνη Γαλανού

Επίκουρη Καθηγήτρια

ΠΡΕΒΕΖΑ-ΙΟΥΝΙΟΣ-2020

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

THE WOMEN'S ENTERPRISE IN GREECE

BLATSOU VASILIKI JUNE 2020

Εγκρίθηκε από τριμελή εξεταστική επιτροπή

Τόπος: Πρέβεζα

Ημερομηνία: 12/06/2020

ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

Επιβλέπουσα καθηγήτρια: Αικατερίνη Γαλανού

Επίκουρη Καθηγήτρια

1. **Μέλος επιτροπής:** Αριστείδης Αναγνωστάκης- Λέκτορας

2. **Μέλος επιτροπής:** Γεώργιος Κόλιας- Επιστημονικός

Συνεργάτης

Δήλωση μη λογοκλοπής

Δηλώνω υπεύθυνα και γνωρίζοντας τις κυρώσεις του Ν. 2121/1993 περί Πνευματικής Ιδιοκτησίας, ότι η παρούσα πτυχιακή εργασία είναι εξ ολοκλήρου αποτέλεσμα δικής μου ερευνητικής εργασίας, δεν αποτελεί προϊόν αντιγραφής ούτε προέρχεται από ανάθεση σε τρίτους. Όλες οι πηγές που χρησιμοποιήθηκαν (κάθε είδους, μορφής και προέλευσης) για τη συγγραφή της περιλαμβάνονται στη βιβλιογραφία.

Μπλάτσου Βασιλική

Υπογραφή

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η Εργασία αυτή αφιερώνεται στην κόρη μου και στην καθηγήτριά μου για την υπομονή τους και την αμέριστη βοήθεια τους, καθώς επίσης στα μέλη του ΣΕΓΕ Θεσσαλονίκης και ιδιαιτέρως στην κα Αναστασία Σαββίδου για την πολύτιμη συνεισφορά της στην διεκπεραίωση του παρακάτω εγχειρήματος.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η εργασία αποτελείται από δύο βασικά μέρη. Το πρώτο μέρος της εργασίας είναι το θεωρητικό κομμάτι στο οποίο εξετάζεται η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα. Οι συνθήκες που επικρατούν στην ίδρυση της επιχείρησης, τα προβλήματα και τα εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες είτε σαν ιδιοκτήτες είτε σαν ανώτερα στελέχη μιας επιχείρησης. Γίνεται αναφορά σε μελέτες του IOBE ,της ICAP και μελέτη της ΣΕΓΕ για την Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στις οποίες στηρίχθηκε η ανάλυση στην παρακάτω εργασία.

Στο πρώτο κεφάλαιο της εργασίας περιγράφεται η έννοια της επιχειρηματικότητας. Γίνεται λόγος για τα χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας, και αναφέρονται οι λόγοι για τους οποίους είναι σημαντική η επιχειρηματικότητα.

Στο δεύτερο κεφάλαιο αναλύεται η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα βάσει δεικτών. Η ανάλυση στηρίζεται σε στοιχεία μελετών του IOBE της ICAP του Grant Thornton και γίνεται σύγκριση με άλλες χώρες. Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, επιχειρηματικότητα ανάγκης και ευκαιρίας, καθιερωμένη επιχειρηματικότητα κ.α αποτελούν τους δείκτες οι οποίοι αναλύονται. Τονίζεται η ιδιαιτερότητα της Ελλάδας σε ότι αφορά το ποσό έναρξης μιας επιχειρηματικής ιδέας να πραγματοποιηθεί.

Στο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζονται οι γυναίκες επικεφαλές επιχειρήσεων στην Ελλάδα. Αναλύεται το προφίλ των γυναικών ανώτατα στελέχη. Τα βασικά χαρακτηριστικά τους και συγκεντρωτικά στοιχεία για γυναίκες επικεφαλές επιχειρήσεων στην Ελλάδα. Γίνεται εμβάθυνση στις διαφορές με το άλλο φύλο καθώς και στα εμπόδια και τους φόβους τους. Ακόμα γίνεται αναφορά σε ενώσεις που προωθούν την γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα στους κύριους στόχους του Ελληνικού Δικτύου Επιχειρηματικών Αγγέλων και στα θετικά του επιχειρηματικού περιβάλλοντος της Ελλάδας.

Το δεύτερο μέρος της είναι το πρακτικό κομμάτι όπου εξετάζεται η γυναικεία επιχειρηματικότητα και πως αυτή αποτυπώνεται στην σημερινή πραγματικότητα με έρευνα η οποία διεξάγεται σε δείγμα Γυναικών οι οποίες επιχειρούν στην Επαρχία, και συγκεκριμένα στην πόλη της Πρέβεζας. Στο πρακτικό κομμάτι καταλήγουμε στα συμπεράσματα της έρευνας με την βοήθεια ενός ερωτηματολογίου το οποίο έχει συμπληρωθεί από γυναίκες επιχειρηματίες. Επίσης παραθέτεται συνέντευξη από μέλος της ΣΕΓΕ.

Λέξεις-κλειδιά: Γυναικεία επιχειρηματικότητα, <<επιχειρείν>>,επιχειρηματίας, κίνητρα επιχειρηματικότητας.

ABSTRACT

The work consists of two main parts. The first part of the project is the theoretical part in which women's entrepreneurship in Greece is examined. The conditions prevailing in the establishment of the company, the problems and obstacles faced by women either as owners or as senior executives of a company. Reference is made to studies by IOBE, ICAP and a study by SEGE on Women's Entrepreneurship, on which the analysis of the following work was based.

The first chapter of the work describes the concept of entrepreneurship. The characteristics of entrepreneurship are discussed, and the reasons why entrepreneurship is important are mentioned.

The second chapter analyzes women's entrepreneurship in Greece based on indicators. The analysis is based on Grant Thornton's ICAP IOBE study data and is compared with other countries. Entrepreneurship of initial stages, entrepreneurship of need and opportunity, established entrepreneurship, etc. are the indicators that are analyzed. The specificity of Greece in terms of the amount of starting a business idea to be realized is emphasized.

The third chapter presents women business leaders in Greece. The profile of women top executives is analyzed. Their basic characteristics and aggregate data for women heads of businesses in Greece. It deepens the differences with the opposite sex as well as their obstacles and fears. Reference is also made to associations that promote women's entrepreneurship in Greece in the main objectives of the Greek Business Angels Network and in the positives of the business environment in Greece.

The second part of it is the practical part where women's entrepreneurship is examined and how it is reflected in today's reality with research conducted on a sample of Women who operate in the Province, and specifically in the city of Preveza. In the practical part we come to the conclusions of the research with the help of a questionnaire which has been completed by women entrepreneurs. An interview with a member of SEGE is also given.

KEYWORDS: Women's Entrepreneurship , "Entrepreneurship"
, Entrepreneur, Motivational Entrepreneurship.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	5
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	6
ABSTRACT	7
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ.....	8
ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ.....	9
ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΠΙΝΑΚΩΝ	10
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	11
Κεφ.1	12
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	12
1.1 Η έννοια της επιχειρηματικότητας.....	12
1.2 Χαρακτηριστικά της Επιχειρηματικότητας	13
Κεφ. 2	14
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΟ ΓΥΝΑΙΚΕΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ	14
2.1 Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα-δείκτες επιχειρηματικότητας.....	14
2.2 Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων.....	15
2.2.1Χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων	15
2.2.2Κίνητρα επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων	18
2.2.3 Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας.....	19
2.2.4 Κλάδοι γυναικείας επιχειρηματικότητας.....	20
2.3 Καθιερωμένη Επιχειρηματικότητα.....	22
2.4 Οικογενειακή Επιχειρηματικότητα.....	24
2.5 Διακοπή της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα.	24
2.6 Ποιοτικά Χαρακτηριστικά της γυναικείας Επιχειρηματικότητας.....	26
2.7 Γνώσεις και ικανότητες έναρξης μιας επιχείρησης.....	28
2.8 Χρηματοδότηση γυναικείων επιχειρήσεων.....	29
Κεφ.3 ΓΥΝΑΙΚΕΣ ΑΝΩΤΑΤΑ ΣΤΕΛΕΧΗ.....	30
3.1 Γυναίκες Επικεφαλής Επιχειρήσεων στην Ελλάδα.....	30
3.2 Βασικά Χαρακτηριστικά Γυναικών Ανώτατα Στελέχη (προφίλ).....	32
3.2.1 Εκπαίδευση	33
3.3 Διαφορές φύλων σε επίπεδο ηγεσίας.....	34
3.4 Εμπόδια και φόβοι των γυναικών.....	36
3.4.1 Περιορισμοί που επηρεάζουν την είσοδο των γυναικών στην επιχειρηματικότητα ή / και την ανάπτυξη των επιχειρήσεων τους στη χώρα μας.	37

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

3.4.2Πρόσβαση στη Χρηματοδότηση.....	38
3.4.3Πρόσβαση σε επιχειρηματικά κεφάλαια στην Ελλάδα.....	39
3.5 Τρόποι -Πηγές χρηματοδότησης.....	39
3.5.1«Άτυποι επενδυτές» (informal investors).....	39
3.5.2 Επενδυτές επιχειρηματικού αγγέλου.....	40
3.6 Δράσεις τόνωσης της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην ΕΛΛΑΔΑ.....	41
3.6.1 Προτάσεις τόνωσης της γυναικείας, επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα.	42
3.7 Ενώσεις και προγράμματα που προωθούν την Γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.....	43
3.7.1Προγράμματα γυναικείας επιχειρηματικότητας.....	45
ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ.....	48
ΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	49
ΕΝΟΤΗΤΑ 1 ^Η : ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	49
ΕΝΟΤΗΤΑ 2 ^Η : ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ ΦΥΛΟ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ.....	54
ΕΝΟΤΗΤΑ 3 ^Η : ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	57
ΕΝΟΤΗΤΑ 4 ^Η ΠΟΡΕΙΑ / ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	61
ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΜΕΛΛΟΥΣ ΤΟΥ ΣΕΓΕ (Σαββίδου Αναστασία).....	66
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	68
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	70
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	73

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

ΓΡΑΦΗΜΑ 1: ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	49
ΓΡΑΦΗΜΑ2 :ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	50
ΓΡΑΦΗΜΑ 3: ΠΡΟΪΓΟΥΜΕΝΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ.....	51
ΓΡΑΦΗΜΑ 4: ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	52
ΓΡΑΦΗΜΑ 5: ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ.....	53
ΓΡΑΦΗΜΑ 6: ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ.....	54
ΓΡΑΦΗΜΑ7:ΥΠΑΡΞΗ ΔΙΑΦΟΡΩΝ.....	55
ΓΡΑΦΗΜΑ 8:ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΑΝΔΡΩΝ- ΓΥΝΑΙΚΩΝ.....	56
ΓΡΑΦΗΜΑ9:ΛΟΓΟΙ ΕΝΑΡΞΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	57
ΓΡΑΦΗΜΑ 10:ΕΠΙΘΥΜΗΤΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΚΑΤΑΣ.....	58
ΓΡΑΦΗΜΑ11:ΛΟΓΟΙ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤ.....	59
ΓΡΑΦΗΜΑ12:ΓΝΩΣΕΙΣ ΙΔΡΥΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ.....	60
ΓΡΑΦΗΜΑ13:ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΕΜΠΟΔΙΑ.....	61
ΓΡΑΦΗΜΑ14:ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΕΜΠΟΔΙΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ.....	62
ΓΡΑΦΗΜΑ15:ΒΑΘΜΟΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ.....	63
ΓΡΑΦΗΜΑ16:ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ ΣΤΗΡΙΞΗ.....	64
ΓΡΑΦΗΜΑ17:ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟ ΑΤΟΜΟ /ΦΟΡΕΑΣ.....	65

ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1:Κατανομή των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων ανά φύλο στην Ελλάδα %.....	16
Πίνακας 2:Ποσοστό γυναικών ηλικίας 18-64 ετών που εμπλέκεται σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά χώρα(%).....	17
Πίνακας 3: Γυναικεία επιχειρηματικότητα ανάγκης % επί των γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων...	18
Πίνακας 4: Γυναικεία επιχειρηματικότητα ευκαιρίας % επί των γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων.	20
Πίνακας 5: Ποσοστιαία κατανομή της γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ανά χώρα και τομέα οικονομικής δραστηριότητας %.....	21
Πίνακας 6: Συμμετοχή στην επιχειρηματική δραστηριότητα ανά χώρα (% πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών ,2018).	22
Πίνακας 7 : Ποσοστό γυναικών σε εδραιωμένες επιχειρήσεις %	23
Πίνακας 9:Λόγοι διακοπής ή αναστολής της επιχειρηματικής δραστηριότητας, 2017	25
Πίνακας 10: Προοπτικές δημιουργίας άνω των έξι θέσεων απασχόλησης εντός της επόμενης πενταετίας ανά χώρα %.....	27
Πίνακας 11: Βαθμός καινοτομίας στη γυναικεία επιχειρηματικότητα % επί των γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων.....	28
Πίνακας 12: Γνώσεις και ικανότητες για έναρξη επιχείρησης (% γυναικείου πληθυσμού, 2017).....	28
Πίνακας 13: Μέσο ποσό επένδυσης, 2016 % επί των γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων	29
Πίνακας 14: Κατανομή εταιρειών βάσει συνολικού κύκλου εργασιών (2017-2018).....	31
Πίνακας 15 : Κατανομή εταιρειών βάσει απασχολούμενου προσωπικού (2017-2018)	31
Πίνακας 16 :Κατανομή εταιρειών ανά γεωγραφικό διαμέρισμα (2017-2018).....	32

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το θέμα της εργασίας είναι η << Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα>>.

Γυναικεία επιχειρηματικότητα...Είναι λέξεις που τα τελευταία χρόνια τις συναντούμε πολύ συχνά στην καθημερινότητά μας, στα μέσα μαζικής ενημέρωσης και στον οικονομικό τύπο, ημερήσιο και περιοδικό. Οι λέξεις αυτές ουσιαστικά προσδιορίζουν μια σύγχρονη πραγματικότητα την οποία βλέπουμε να εδραιώνει την παρουσία της όλο και περισσότερο και να γίνεται αντικείμενο επιστημονικής μελέτης και σχολιασμού οργανώσεων και οργανισμών, σε εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο. Η γυναικεία επιχειρηματικότητα έχει επιτύχει αξιόλογη παρουσία στην παγκόσμια οικονομική ανάπτυξη. Ως εκ τούτου, τα τελευταία έτη οι κυβερνήσεις σε πολλές χώρες του κόσμου, προσπαθούν να ενθαρρύνουν τη γυναικεία επιχειρηματικότητα, μέσω διαφόρων σχεδίων, κινήτρων και μέτρων προώθησης (icap). Το γυναικείο <<επιχειρείν>> αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της οικονομίας και της επιχειρηματικότητας κάθε χώρας.

Η Γυναικεία επιχειρηματικότητα αποτελεί μια προοπτική και μια βιοποριστική λύση για τις γυναίκες στην Ελλάδα σήμερα, της οποίας τα οφέλη παρουσιάζονται στη συνέχεια. Morris (1998). Τέτοια οφέλη είναι η οικονομική ανάπτυξη των χωρών, η δημιουργία θέσεων εργασίας, η αποδοτική αξιοποίηση αναξιοποίητων πρώτων υλών και παραγωγικών συντελεστών, η αναβάθμιση του μορφωτικού επιπέδου των γυναικών και πολλά άλλα. Παρά τις προσπάθειες όμως που γίνονται για την ενίσχυση κυρίως των μικρομεσαίων επιχειρήσεων που διοικούνται από γυναίκες στην Ευρώπη, οι ρυθμοί ανάπτυξης παραμένουν ακόμα αρκετά χαμηλοί. Αν και είναι πλέον αποδεκτό ότι στη σύγχρονη εποχή η γυναίκα δεν αποτελεί απλά το στήριγμα του άντρα σε ότι έχει να κάνει με τον οικονομικό παράγοντα, οι διαφορές εμμένουν και οι γυναίκες εξακολουθούν να αποτελούν τη μειοψηφία επί του συνόλου των επιχειρηματιών.(icap). Επίσης παρά την πρόοδο που έχει γίνει διαχρονικά, οι αρμόδιοι φορείς κάθε χώρας θα πρέπει να λάβουν περισσότερα μέτρα και να προσφέρουν κίνητρα ώστε να κινητοποιηθεί μεγαλύτερο μέρος των γυναικών προς την “επιχειρηματική δραστηριοποίηση”. Παρακάτω στη εργασία αναφέρονται μελέτες με συγκριτικά στοιχεία του IOBE και της ICAP για την γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα και σε άλλες χώρες της Ε.Ε. Επίσης γίνεται σύγκριση ανάμεσα στα δύο φύλα ως προς τις δυσκολίες ίδρυσης, διατήρησης και ανάπτυξης μιας επιχείρησης.

Κεφ.1

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

1.1 Η έννοια της επιχειρηματικότητας.

Η επιχειρηματικότητα είναι ένας όρος που χρησιμοποιείται κατά κόρον στην καθημερινή γλώσσα, στις πολιτικές δηλώσεις και στις ακαδημαϊκές αναλύσεις. Ο λόγος που συμβαίνει αυτό είναι η κοινή διαπίστωση ότι η οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας είναι συνάρτηση, εξαρτάται και προσδιορίζεται μεταξύ άλλων παραγόντων και από την επιχειρηματικότητα. Η ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών οι οποίες δεν θα επικεντρώνονται μόνο στη δημιουργία των επιχειρήσεων αλλά και στον εκσυγχρονισμό τους, συνεπάγεται για την χώρα αύξηση του εθνικού πλούτου, παραγωγή τεχνογνωσίας και καινοτομιών, αφθονία και ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών και φυσικά δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης. Το φαινόμενο της επιχειρηματικότητας είναι πολυδιάστατο, αφού για παράδειγμα η εκμετάλλευση ευκαιριών σημαίνει ότι ο επιχειρηματίας ενεργεί διαφορετικά με τους άλλους. Με την επιχειρηματικότητα ο άνθρωπος επιχειρεί, δηλαδή προσπαθεί να κάνει κάτι καινούργιο, χωρίς να υπάρχει βεβαιότητα για το τελικό αποτέλεσμα της προσπάθειας. Σε αυτή τη διαδικασία ο επιχειρηματίας εκτελεί πολύ χρήσιμες και αναντικατάστατες λειτουργίες για τον εαυτό του και για την επιχείρηση.

Περιγράφοντας την επιχειρηματικότητα μέσω δραστηριοτήτων του επιχειρηματία που την υλοποιεί η έννοια αυτή σημαίνει τον άριστο τρόπο οργάνωσης και συνδυασμού συντελεστών της παραγωγής για τη δημιουργία αγαθών και υπηρεσιών. Εμπεριέχει το στοιχείο της εισαγωγής και εφαρμογής καινοτομιών καθώς και της δημιουργικής μίμησης κάθε πρωτοποριακής επιχειρηματικής προσπάθειας. Εμπεριέχει το στοιχείο του κινδύνου. Εκφράζει την ικανότητα κάποιου να διαβλέπει, να αναγνωρίζει και να αξιοποιεί τις ευκαιρίες κέρδους που δημιουργούνται στην αγορά, η οποία συνήθως λειτουργεί με ατέλειες. Την ικανότητα να μετατρέπει κάποιος την αβεβαιότητα για τις εξελίξεις, σε δημιουργικότητα. Φαντασία και δημιουργικότητα, που επιτρέπει στους επιχειρηματίες να αναγνωρίζουν και να εκμεταλλεύονται έγκαιρα τις επιχειρηματικές ευκαιρίες (Twain, 2016). Η επιχειρηματικότητα μπορεί να ασκηθεί συνδυάζοντας όλες τις παραπάνω δραστηριότητες. Σύμφωνα με τον καθηγητή Εμμ. Κονδύλη η επιχειρηματικότητα ορίζεται ως η αναγνώριση και εκμετάλλευση των ευκαιριών μιας κατάστασης κατά τρόπο παραγωγικό και (συνήθως) με ρίσκο του Επιχειρηματία.

Με τον όρο «επιχειρηματικότητα» εννοούμε τη δεξιότητα της οργάνωσης, του σχεδιασμού και της υλοποίησης μιας ιδέας, προκειμένου να προσφερθεί στην αγορά ένα προϊόν ή μια υπηρεσία με τρόπο έξυπνο, πρωτότυπο, ανταγωνιστικό και αποτελεσματικό. Η έννοια της επιχειρηματικότητας εμπεριέχει και τις διαδικασίες ανακάλυψης των ευκαιριών καθώς και αξιοποίησης των διαθέσιμων πόρων (ΥΠΕΠΘ - Παιδαγωγικό Ινστιτούτο, 2003). Σύμφωνα με τον Kizner, ο επιχειρηματίας είναι κάποιος, ο οποίος βρίσκεται σε επιφυλακή για να εντοπίσει επικερδείς ευκαιρίες συναλλαγής, ενώ κατά τον Schumpeter, ο επιχειρηματίας είναι καινοτόμος και

επιφέρει την αλλαγή με την εισαγωγή νέων τεχνολογικών διαδικασιών ή προϊόντων. Η ουσία της επιχειρηματικής συμπεριφοράς είναι η αναγνώριση ευκαιριών και η εφαρμογή καινοτόμων ιδεών (Ireland, Hitt, & Sirmon, 2003). (Mark Twain). Σύμφωνα με τον Schumpeter (1939), ο επιχειρηματίας είναι ο φορέας νέων παραγωγικών μεθόδων, ο οποίος μεταβάλλει ριζικά την παραγωγική διαδικασία, προσφέροντας νέα προϊόντα και υπηρεσίες που διαμορφώνουν νέα καταναλωτικά πρότυπα. Η δυναμική αυτή διαδικασία είναι εκείνη που δημιουργεί δυνατότητες για μονοπωλιακά κέρδη. (Κορρές, Ζαρίφης, 2001).

Η επιχειρηματικότητα είναι η διαδικασία μέσω της οποίας άτομα και ομάδες ατόμων παράγουν αξία, συγκεντρώνοντας πόρους για να εκμεταλλευτούν ευκαιρίες που υπάρχουν στο περιβάλλον τους. Μπορεί να εκδιπλωθεί σε οποιοδήποτε οργανωτικό πλαίσιο και να έχει ποικίλα αποτελέσματα όπως νέες επιχειρηματικές προσπάθειες, προϊόντα, υπηρεσίες, διαδικασίες, αγορές και τεχνολογίες. (ΕΥΣΤΡΑΤΟΓΛΟΥ, 2016) Εν κατακλείδι επιχειρηματικότητα είναι η προσπάθεια μετατροπής μιας επιχειρηματικής ιδέας σε αποτέλεσμα με σκοπό από αυτή τη διαδικασία να προκύψει οικονομικό κέρδος. Περιλαμβάνει ως βήματα την καινοτομία, την ηγεσία, την διαχείριση, την ανάπτυξη της πρωτοβουλίας και την ανάληψη επιχειρηματικού ρίσκου. (Φώκιαλη, 2015)

1.2 Χαρακτηριστικά της Επιχειρηματικότητας

Η επιχειρηματικότητα δεν είναι αόριστη και ασαφής έννοια. Αντίθετα, έχει πολύ συγκεκριμένα και διακριτά χαρακτηριστικά. Στις σύγχρονες οικονομίες η επιχειρηματικότητα αποτελεί κρίσιμο συντελεστή παραγωγής, καθώς αναφέρεται στο βέλτιστο τρόπο συνδυασμού των υπόλοιπων συντελεστών παραγωγής. Με απλά λόγια, η επιχειρηματικότητα είναι η τεχνογνωσία παραγωγής. Όσο μεγαλύτερη τεχνογνωσία διαθέτει μία επιχείρηση τόσο περισσότερο αποδοτική καθίσταται η επιχειρηματική δραστηριότητα. Επίσης η επιχειρηματικότητα είναι στενά συνδεδεμένη με την καινοτομία. Η τεχνογνωσία είναι η άλλη όψη της καινοτομίας. Όσο πιο καινοτόμος είναι μία επιχείρηση τόσο περισσότερη τεχνογνωσία κατέχει, και τελικά αυτό της παρέχει ένα τεράστιο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Η επιχειρηματικότητα όμως συνδέεται άρρηκτα με την ευελιξία μιας επιχείρησης. Η ευελιξία με τη σειρά της αναφέρεται στην ικανότητα της επιχείρησης αφ' ενός να συμβαδίζει με τις οικονομικές εξελίξεις (νέες τεχνολογίες, σύγχρονες αρχές διοίκησης, ένταση του ανταγωνισμού), και αφ' ετέρου να διαμορφώνει μία ιδιαίτερη επιχειρηματική φυσιογνωμία.

Η επιχειρηματικότητα απαιτεί κυρίως αντίληψη και διαίσθηση, ενώ η σκέψη και ο ρεαλισμός είναι κυρίως χαρακτηριστικά των μάνατζερ των οποίων η εκπαίδευση και η μόρφωση δίνει κυρίως έμφαση σε αυτά καθώς και στην οργανωτικότητα (Mark Twain). Η επιχειρηματικότητα συμβάλλει στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και στη γενικότερη οικονομική ανάπτυξη. Αυτό πετυχαίνεται ενισχύοντας την αποτελεσματικότητα των υφιστάμενων επιχειρήσεων και δημιουργώντας και αναπτύσσοντας νέες επιχειρήσεις. Οι νέες και μικρές επιχειρήσεις δημιουργούν όλο και περισσότερες θέσεις εργασίας έναντι των μεγάλων επιχειρήσεων. Οι χώρες που παρουσιάζουν τη μεγαλύτερη αύξηση στα

ποσοστά επιχειρηματικότητας τείνουν να παρουσιάζουν και τη μεγαλύτερη μείωση των ποσοστών ανεργίας.

Η αύξηση της επιχειρηματικότητας αποτελεί βασικό παράγοντα για την βελτίωση της ανταγωνιστικότητας, τόσο των επιχειρήσεων όσο και της οικονομίας. Οι νέες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες αυξάνουν την ανταγωνιστική πίεση, αναγκάζοντας άλλες επιχειρήσεις να αντιδράσουν βελτιώνοντας τις επιδόσεις τους ή καινοτομώντας. Η διαδικασία αυτή ωφελεί τους καταναλωτές χάρη στην αύξηση των επιλογών και στη μείωση των τιμών. Ενισχύεται η οικονομική και κοινωνική συνοχή, ιδιαίτερα στις περιφέρειες εκείνες που παρουσιάζουν υστέρηση στην ανάπτυξη. Παράλληλα ενθαρρύνεται η οικονομική δραστηριότητα καθώς η επιχειρηματικότητα απελευθερώνει το δυναμικό του ατόμου. Η άσκηση ενός επαγγέλματος δεν αποτελεί απλά και μόνο μέσο χρηματικού κέρδους. Για κάποιους, οι οποίοι δεν επιτυγχάνουν να βρουν μία "συνήθη" θέση εργασίας η οποία να τους καλύπτει, η επιλογή να γίνουν επιχειρηματίες μπορεί να αποτελεί εν μέρει ή και εξ ολοκλήρου οικονομική ανάγκη. Το να γίνουν επιχειρηματίες ίσως τους δίνει την ελπίδα ότι θα μπορέσουν να βελτιώσουν τη θέση τους. Η επαγγελματική ικανοποίηση μεταξύ επιχειρηματιών είναι συχνά υψηλότερη από αυτή μεταξύ των μισθωτών.

Η επιχειρηματικότητα είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τον επιχειρηματία και στην παρούσα εργασία με την Γυναίκα επιχειρηματία. Βασικά χαρακτηριστικά του επιτυχημένου επιχειρηματία, τα οποία όπως θα δούμε παρακάτω διαθέτουν σε μεγάλο ποσοστό οι γυναίκες είναι, η ικανότητα και θέληση για σκληρή δουλειά, μια και στα πρώτα στάδια η απόδοση δεν είναι ανάλογη με το προσωπικό κόστος εργασίας. Η επιμονή, η ικανότητα και η φαντασία να μετατρέπουν την αβεβαιότητα σε δημιουργικότητα αποτελεί βασικό χαρακτηριστικό του επιτυχημένου επιχειρηματία. Απαραίτητο συστατικό της επιτυχίας στο <<επιχειρείν>> αποτελεί η προσαρμοστικότητα στις συχνές αλλαγές, καθώς επίσης και η συνεργασία με άλλους ανθρώπους τους οποίους μπορούν να εμπνέουν και να καθοδηγούν ώστε να γίνονται πιο αποτελεσματικοί. Mark Twain

Κεφ. 2

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΟ ΓΥΝΑΙΚΕΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ

2.1 Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα-δείκτες επιχειρηματικότητας

Η επιχειρηματικότητα αποτελεί βασική διάσταση της αναπτυξιακής διαδικασίας στη σύγχρονη ελληνική οικονομία. Το κύριο χαρακτηριστικό του ελληνικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος είναι η κυριαρχία της μικρής και μεσαίας κλίμακας επιχειρήσεων στην ελληνική οικονομία, με συνέπεια το κύριο χαρακτηριστικό της δραστηριότητας των ελληνικών επιχειρήσεων να είναι η χαμηλή παραγωγικότητα και ανταγωνιστικότητα και η χαμηλή συμμετοχή σε «προωθούμενες» δραστηριότητες έρευνας και ανάπτυξης. Η επιχειρηματική

δραστηριότητα στην Ελλάδα φαίνεται να παίρνει τη μορφή ατομικής ή οικογενειακής προσπάθειας (Ιωαννίδης, 2004) σε κλάδους με χαμηλούς ρυθμούς μεγέθυνσης, χαμηλή κερδοφορία και αυξημένη διείσδυση εισαγωγών. (Κορρές, Ζαρίφης, 2001) (ΚΟΡΡΕΣ, 2016)

2.2 Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων

Ο δείκτης αυτός υπολογίζεται σε εθνικό επίπεδο από το ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών. Τα άτομα διακρίνονται σε δύο επιμέρους κατηγορίες: Τους «επίδοξους» (nascent) επιχειρηματίες, εκείνους δηλαδή που βρίσκονται στο στάδιο σχεδιασμού για την ανάληψη και υλοποίηση μιας επιχειρηματικής πρωτοβουλίας ή/και μόλις ξεκινούν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα και στους «νέους» επιχειρηματίες, εκείνους δηλαδή που η επιχειρηματική τους δραστηριοποίηση έχει ξεκινήσει πρόσφατα για τουλάχιστον 3 μήνες, αλλά δεν έχει υπερβεί σε διάρκεια τους 42 μήνες. Τα υψηλότερα ποσοστά επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων εντοπίζονται, όπως συμβαίνει με συστηματικό τρόπο όλα τα χρόνια, στις ομάδες Α¹ και Β² που κατά κανόνα περιλαμβάνουν χώρες χαμηλότερου βιοτικού επιπέδου, έναντι των χωρών καινοτομίας (ομάδα Γ³).

Σύμφωνα με την ετήσια έκθεση του IOBE⁴(συνεχίζοντας τη συμμετοχή του στο διεθνές ερευνητικό πρόγραμμα Global Entrepreneurship Monitor (GEM), για την Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2018 προκύπτουν τα παρακάτω στοιχεία τα οποία αναλύονται λεπτομερώς.

2.2.1 Χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων

Στην Ελλάδα το ποσοστό του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών που εντάσσεται το 2018 σε αρχικά στάδια επιχειρηματικής δραστηριότητας ενισχύεται στο 6,4% (περίπου 418 χιλιάδες άτομα) από 4,8% (314 χιλιάδες άτομα) το 2017. Πρόκειται για

¹ Η ομάδα Α (χώρες χαμηλού κόστους) περιλαμβάνει τις εξής χώρες: Βιετνάμ, Ινδία, Καζακστάν και Μαδαγασκάρη.

² Η ομάδα Β (χώρες βελτίωσης αποτελεσματικότητας) περιλαμβάνει τις εξής χώρες: Αίγυπτος, Μαρόκο, Ν. Αφρική, Κίνα, Ινδονησία, Ιράν, Λίβανος, Μαλαισία, Ταϊλάνδη, Αργεντινή, Βραζιλία, Χιλή, Κολομβία, Ισημερινός, Γουατεμάλα, Μεξικό, Παναμάς, Περού, Ουρουγουάη, Σαουδική Αραβία Βουλγαρία, Βοσνία Ερζεγοβίνη, Κροατία, Λετονία, Πολωνία, Σλοβακία.

³ Η ομάδα Γ (χώρες καινοτομίας) περιλαμβάνει τις εξής χώρες: Αυστραλία, Ισραήλ, Κατάρ, Ν.Κορέα, Ταϊβάν, ΗΑΕ, Ιαπωνία, Πουέρτο Ρίκο, Κύπρος, Εσθονία, Γαλλία, Γερμανία, Ελλάδα, Ιρλανδία, Ιταλία, Λουξεμβούργο, Ολλανδία, Σλοβενία, Ισπανία, Σουηδία, Ελβετία, Ην. Βασίλειο, Καναδάς, ΗΠΑ.

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

την υψηλότερη επίδοση της τελευταίας τετραετίας, αν και υστερεί σε σχέση με το μέσο όρο των χωρών της Ομάδας Γ που γνώρισε επίσης σημαντική αύξηση το 2018 (10,1% από 9,2% το 2017). Αξίζει να σημειωθεί ότι 2018 ανακόπτεται μια πτωτική πορεία του δείκτη, που ξεκίνησε από το 2014, γεγονός βέβαια που συνδέεται και με την επίδραση της κρίσης στη χώρα, αλλά και με τη φορολογική επιβάρυνση στην αυτοαπασχόληση.

Πρέπει να αναφερθεί ότι στο συγκεκριμένο διάστημα οι πολιτικοοικονομικές εξελίξεις είχαν δημιουργήσει ένα νέο οικονομικό και επιχειρηματικό περιβάλλον, τόσο στο εσωτερικό της χώρας, όσο και σε σχέση με τους εταίρους και πιστωτές, προς τους οποίους και απευθυνθήκαμε για χρηματοδοτική υποστήριξη. Ανάμεσα στις δύο κατηγορίες επιχειρηματιών αρχικών σταδίων δηλαδή τους επίδοξους και τους νέους επιχειρηματίες, διαπιστώνουμε ότι δύο στους τρεις ανήκουν στην πρώτη κατηγορία, όπως και πέρυσι. Αυτό σημαίνει ότι μόνο ένας στους τρεις για την ακρίβεια 36,5% (περί τα 146 χιλ. άτομα), είχε πράγματι ξεκινήσει ενεργά το εγχείρημά του ήδη για 3 μήνες, ενώ οι υπόλοιποι βρίσκονταν στο βήμα της προεργασίας (επίδοξοι) για την έναρξη δραστηριότητας, γεγονός που μπορεί και να μην οδηγήσει τελικά σε εκδήλωση επιχειρηματικότητας.

Στην Ελλάδα, το 2018, και για πρώτη φορά, οι επιμέρους δείκτες των δύο φύλων ακολουθούν διαφορετικές κατευθύνσεις, με αυτή των αντρών να είναι έντονα ανοδική. Η γυναικεία επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων παρέμεινε σχεδόν σταθερή σε 4,8% (περίπου 127 χιλιάδες γυναίκες) από 3,9% το 2017, ενώ στους άνδρες ενισχύθηκε σημαντικά σε 8,9% (περίπου 289 χιλιάδες άνδρες) από 5,7% το 2017. Συνεπώς η σημαντική άνοδος του δείκτη επιχειρηματικότητας που καταγράφεται το 2018 οφείλεται στην εντονότερη ενίσχυση των ανδρών επιχειρηματιών, καθώς ακόμα και σε απόλυτους όρους οι γυναίκες επιχειρηματίες μειώθηκαν (ήταν περί τις 131 χιλιάδες πέρυσι). Αυτό είχε ως αποτέλεσμα οι άνδρες να αποτελούν πλέον το 70% του συνόλου των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων το 2018, ενώ οι γυναίκες στο 30%, που είναι ένα από τα χαμηλότερα ποσοστά διαχρονικά. Μία πιθανή ερμηνεία για αυτό είναι η μείωση της ανεργίας στις γυναίκες, εξέλιξη που ίσως τις αποθαρρύνει να αναζητήσουν κάποιο εισόδημα από το επιχειρείν, καθώς η εύρεση εργασίας γίνεται πιο εύκολη υπόθεση. (IOBE, 2018) (Grant Thornton, 2020)

Πίνακας 1:Κατανομή των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων ανά φύλο στην Ελλάδα %

ΕΤΟΣ	ΑΝΔΡΕΣ	ΓΥΝΑΙΚΕΣ
2003	71%	29%
2004	75%	25%
2005	74%	26%
2006	70%	30%
2007	69%	39%
2008	61%	39%
2009	66%	34%
2010	65%	35%
2011	64%	36%
2012	66%	34%

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

2013	71%	29%
2014	63%	37%
2015	56%	44%
2016	58%	42%
2017	60%	40%
2018	70%	30%

Στην Ευρώπη τα ποσοστά κυμαίνονται 6,0% και στις χώρες καινοτομίας 6,6%. Ξεχωρίζει η Λετονία με την γυναικεία επιχειρηματικότητα να ανέρχεται στο 9,6%, ενώ ακολουθεί η Ολλανδία με 8,6%. Την υψηλότερη επιχειρηματικότητα γυναικών εμφανίζουν οι αναπτυσσόμενες χώρες του πλανήτη συγκριτικά με τις ανεπτυγμένες. Δηλαδή, τα υψηλότερα ποσοστά επιχειρηματικής δραστηριοποίησης παρουσιάζονται συνήθως σε χώρες όπου η αναζήτηση εργασίας είναι μία δύσκολη υπόθεση, ή σε χώρες με υψηλά ποσοστά ανεργίας, όπου τα άτομα ωθούνται στην επιχειρηματικότητα αναγκαστικά. Σε αυτές τις περιπτώσεις η επιχειρηματικότητα συνήθως αφορά κυρίως σε αυτοαπασχόληση και μικροεπιχειρηματικότητα, και αποσκοπεί κατά βάση σε βιοπορισμό.

Πίνακας 2: Ποσοστό γυναικών ηλικίας 18-64 ετών που εμπλέκεται σε επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά χώρα (%).

ΧΩΡΕΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Λετονία	9,6
Ολλανδία	8,6
Πολωνία	8,1
Σλοβακία	7,6
Ρουμανία	7,5
Κύπρος	7,3
Χώρες Καινοτομίας	6,6
Σουηδία	6,3
Πορτογαλία	6,1
Ευρώπη	6,0
Ιρλανδία	6,0
Ην.Βασίλειο	5,6
Σλοβενία	5,1
Βέλγιο	5,0
Ουγγαρία	5,0
Ελλάδα	4,8
Ισπανία	4,7
Βουλγαρία	4,3
Γαλλία	3,4
Ιταλία	3,3
Γερμανία	3,1

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Παρατηρείται ενίσχυση του δείκτη σε Ευρώπη και Χώρες Καινοτομίας το 2017 και ταυτόχρονη μείωση στην Ελλάδα, κάτι το οποίο συνδέεται ασφαλώς με το εγχώριο δυσμενές οικονομικό και επιχειρηματικό περιβάλλον.

2.2.2 Κίνητρα επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων

Επιχειρηματικότητα ανάγκης

Η Γυναικεία επιχειρηματικότητα ανάγκης αναφέρεται σε γυναίκες που στρέφονται στην επιχειρηματική δραστηριότητα εξαιτίας της έλλειψης δυνατότητας απασχόλησης. Βασικό κίνητρο για την γυναικεία επιχειρηματικότητα σύμφωνα με το 37,4% των γυναικών επιχειρηματιών στην Ελλάδα αποτελεί η ανάγκη, κάτι το οποίο εντοπίζεται στην Ευρώπη και στις Χώρες καινοτομίας αλλά σε αισθητά χαμηλότερα επίπεδα (23,6% και 20,7% αντίστοιχα), καθώς επίσης το ανεπαρκές οικογενειακό εισόδημα, οι μη ικανοποιητικές αποδοχές, οι δυσκολίες εξισορρόπησης της επαγγελματικής με την οικογενειακή ζωή όπως επίσης και η στροφή σε άλλες επαγγελματικές διεξόδους. Είναι φανερό ότι το κίνητρο της ανάγκης είναι ισχυρότερο στις αναπτυσσόμενες χώρες, όπου οι δυνατότητες εύρεσης ικανοποιητικής απασχόλησης με μισθωτή σχέση είναι γενικά δυσκολότερες. Αξίζει να σημειωθεί ότι η Ελλάδα βρίσκεται στις τέσσερις πρώτες θέσεις όσον αφορά στην γυναικεία επιχειρηματικότητα ανάγκης, γεγονός που πιθανόν να οφείλεται στα υψηλά ποσοστά ανεργίας στις γυναίκες, αλλά και στην δυσκολία εύρεσης εξαρτημένης εργασίας. Πάντως το 2017 καταγράφεται εξασθένηση του ποσοστού των γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων από ανάγκη σε σχέση με το 2015, τόσο στην Ευρώπη και στις Χώρες καινοτομίας (από 25%, αμφότερα), όσο και στην Ελλάδα (από 42,9%). (Φώκιαλη, 2015) (IOBE, 2018).

Πίνακας 3: Γυναικεία επιχειρηματικότητα ανάγκης % επί των γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων.

ΧΩΡΕΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ %
Σλοβακία	47,4
Ολλανδία	41,7
Βέλγιο	37,5
Ελλάδα	37,4
Πολωνία	31,8
Βουλγαρία	30,2
Πορτογαλία	29,9
Σλοβενία	29,4
Κύπρος	28,3
Ρουμανία	26,4
Ισπανία	25,1
Ευρώπη	23,6

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Γερμανία	21,9
Ιρλανδία	21,6
Ουγγαρία	21,5
Χώρες Καινοτομίας	20,7
Λετονία	16,2
Ην. Βασίλειο	14,1
Γαλλία	11,7
Ιταλία	5,9
Σουηδία	2,3

2.2.3 Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας

Ο Schumpete υποστηρίζει ότι επιχειρηματικές ευκαιρίες δεν υπάρχουν, αλλά πρέπει να δημιουργηθούν από τους επιχειρηματίες. Νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες δημιουργούνται μέσω της <<δημιουργικής καταστροφής δηλαδή μέσω της εξέλιξης. Αυτή που διαδραματίζει το σπουδαιότερο ρόλο στη γέννηση μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας είναι η προσωπικότητα του επιχειρηματία. Από την άλλη ο Kizner υποστηρίζει ότι οι επιχειρηματικές ευκαιρίες υπάρχουν στο ευρύτερο περιβάλλον και δε μένει παρά να ανακαλυφθούν από τα άτομα. Ο επιχειρηματίας οδηγεί με αυτό τον τρόπο την αγορά σε κατάσταση ισορροπίας (Mark Twain). Η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας αποτελεί βασικό κίνητρο για το 60% των γυναικών επιχειρηματιών στην Ελλάδα, επίδοση όμως που και πάλι φέρνει τη χώρα στις τελευταίες θέσεις της συγκριτικής κατάταξης. Αντιθέτως, στις Χώρες καινοτομίας και στην Ευρώπη, οι ευκαιρίες αποτελούν βασικό κίνητρο έναρξης επιχειρηματικότητας σε ποσοστό 72,7% και 75,9%, αντίστοιχα. Οι Γυναίκες που οδηγούνται σε επιχειρηματική δραστηριότητα ευκαιρίας βασίζονται στην αναγνώριση ευνοϊκών συνθηκών στο περιβάλλον και στην αγορά που κινούνται. Παράγοντες που τις ωθούν είναι η τάση για ανεξαρτησία, η εκπλήρωση προσωπικών στόχων και προσδοκιών καθώς και η επιθυμία απόκτησης πλούτου, κοινωνικού κύρους και εξουσίας.(Φώκιαλη, 2015)

Μια υπόθεση που μπορεί να γίνει είναι ότι όσο πιο ανεπτυγμένοι είναι οι θεσμοί και οι πολιτικές σε μια χώρα, τόσο λιγότερο έντονο θα είναι το κίνητρο της επιχειρηματικής δραστηριότητας από γυναίκες για λόγους ανάγκης, ή διαφορετικά, τόσο ισχυρότερο θα είναι το κίνητρο της ευκαιρίας. Το ποσοστό της επιχειρηματικότητας ανάγκης που εκδηλώνεται από γυναίκες φαίνεται να εξαρτάται αποφασιστικά από το μέγεθος και την ποιότητα των κοινωνικών παροχών που είναι διαθέσιμες σε μια χώρα. Η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα ή η ανάληψη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων αποτελεί μία βιοποριστική λύση και όχι μια επιλογή αξιοποίησης επιχειρηματικών ευκαιριών, εύρημα το οποίο συνδέεται με τα υψηλά ποσοστά ανεργίας στις γυναίκες.

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Πίνακας 4: Γυναικεία επιχειρηματικότητα ευκαιρίας % επί των γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων.

ΧΩΡΕΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Ιταλία	91,3
Γαλλία	88,3
Σουηδία	86,7
Λετονία	81,3
Ην. Βασίλειο	80,6
Γερμανία	77,6
Χώρες Καινοτομίας	75,9
Ουγγαρία	74,5
Ιρλανδία	74,4
Ευρώπη	72,7
Ρουμανία	72,4
Ισπανία	70,7
Σλοβενία	70,6
Κύπρος	70,5
Βουλγαρία	69,8
Πορτογαλία	67,5
Πολωνία	66,7
Ελλάδα	60,7
Ολλανδία	55,9
Σλοβακία	47,4
Βέλγιο	44,6

Πηγή: GEM, Women's Entrepreneurship 2017/2018Report, Επεξεργασία: IOBE

Το αποτέλεσμα αυτό έχει εξαιρετική σημασία όσον αφορά το σχεδιασμό μέτρων για την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας στη χώρα, δεδομένου ότι η μείωση της επιχειρηματικότητας ανάγκης μπορεί να γίνει με μέτρα που να στοχεύουν στην ενίσχυση της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας των γυναικών.(Grant Thornton, 2020) (IOBE, 2018).

2.2.4 Κλάδοι γυναικείας επιχειρηματικότητας

Στην Ελλάδα οι γυναίκες επιχειρηματίες δραστηριοποιούνται κυρίως στο Χονδρικό και λιανικό εμπόριο και στις Υπηρεσίες, εύρημα το οποίο εντοπίζεται

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

πάντως και στην Ευρώπη και στις Χώρες καινοτομίας. Ωστόσο, αυτό που ξεχωρίζει είναι το ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό στον κλάδο του εμπορίου στην Ελλάδα (42,2%) σε σχέση με τα αντίστοιχα ποσοστά των υπολοίπων χωρών, το οποίο κατατάσσει τη χώρα στις τρεις πρώτες θέσεις μαζί με την Βουλγαρία και την Πορτογαλία. Η θέση αυτή στην κατάταξη δεν αποτελεί θετικό γεγονός για την Γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα. Αντίθετα δείχνει ότι τα εγχειρήματα που υλοποιούνται από γυναίκες απευθύνονται στον τελικό κυρίως καταναλωτή, αφορούν δηλαδή σε δραστηριότητες με σχετικά μικρή αναπτυξιακή δυναμική.

Πίνακας 5: Ποσοστιαία κατανομή της γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ανά χώρα και τομέα οικονομικής δραστηριότητας %.

ΧΩΡΕΣ	Γεωργία& Ορυχεία	Μεταποίηση& Μεταφορές	Χονδρικό& Λιανικό Εμπόριο	ΤΠΕ	Υπηρεσίες
Βέλγιο	6,0	14,3	19,9	2,9	57,4
Βουλγαρία	2,0	9,4	64,2	0,0	24,1
Γαλλία	4,0	8,3	32,3	0,0	55,3
Γερμανία	3,0	12,3	24,1	4,2	56,2
Ελλάδα	11,0	6,9	42,2	0,0	40,1
Ην.Βασίλειο	3,0	3,1	35,2	5,5	52,9
Ιρλανδία	3,0	7,8	29,7	4,4	55,4
Ισπανία	9,0	5,0	36,2	2,7	47,6
Ιταλία	30,0	11,4	15,9	0,0	42,8
Κύπρος	3,0	4,1	37,5	1,3	54,5
Λετονία	21,0	18,2	24,2	0,0	36,7
Ολλανδία	0,0	1,3	25,1	1,6	71,8
Ουγγαρία	8,0	10,4	36,8	3,9	40,6
Πολωνία	13,0	4,7	17,2	1,6	64,0
Πορτογαλία	9,0	6,9	43,7	2,3	38,1
Ρουμανία	20,0	9,0	35,3	6,7	28,8
Σλοβακία	6,0	7,2	20,3	1,4	65,2
Σλοβενία	5,0	10,3	24,7	5,4	55,0
Σουηδία	14,0	6,0	17,2	1,2	61,9
Ευρώπη	9,1	8,9	28,3	2,4	51,4
Χώρες καινοτομίας	6,5	7,4	33,4	2,4	50,3

Πηγή: GEM, Women's Entrepreneurship 2017/2018 Report, **Επεξεργασία:** IOBE

Σημ: Στον κλάδο των Υπηρεσιών περιλαμβάνονται υπηρεσίες κυβερνητικές, υγείας, εκπαίδευσης κοινωνικές καθώς και επαγγελματικές.

Στην Ελλάδα το 2017 η επιχειρηματική πρόθεση των γυναικών δεν ήταν σε καλά επίπεδα. Σημαντικό ρόλο έπαιξε το ασταθές οικονομικό περιβάλλον και οι οικονομικές συνθήκες που επικρατούσαν λόγω της οικονομικής κρίσης που πέρασε η χώρα μας. Οι συνθήκες αυτές δημιούργησαν απογοήτευση και στροφή των γυναικών προς άλλες μορφές απασχόλησης. Η Ελλάδα καταλαμβάνει την τελευταία θέση με μόλις 5,1%, όταν στην Ευρώπη και τις Χώρες καινοτομίας το αντίστοιχο

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

ποσοστό ανέρχεται σε 11,8% και 13,2%, αντίστοιχα. Πρωτοπόρα χώρα στις επιχειρηματικές προθέσεις των γυναικών για το 2017 αναδεικνύεται η Ρουμανία, με 25,1%, ενώ ακολουθούν η Λετονία και η Πολωνία στην περιοχή του 20%.

(ICAP, 2019) (IOBE, 2018).

2.3 Καθιερωμένη Επιχειρηματικότητα

Ένας ακόμα βασικός δείκτης του GEM, ο οποίος αναφέρεται στα άτομα ηλικίας (18-64) που δραστηριοποιούνται για τουλάχιστον 3,5 χρόνια είναι η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα η οποία δίνει μια εικόνα για το επόμενο στάδιο της επιχειρηματικής ενεργοποίησης, ενώ ολοκληρώνει τελικά και το συνολικό επίπεδο επιχειρηματικότητας σε μια χώρα, μαζί βέβαια με αυτούς που διακόπτουν την επιχειρηματική του δραστηριότητα. Οι Γυναίκες δύσκολα μπαίνουν στον επιχειρηματικό <<στίβο>> αλλά όταν εισέλθουν σε αυτόν πετυχαίνουν και καθιερώνονται. Η Ελλάδα το 2018, καταλαμβάνει την 1η θέση μεταξύ των χωρών καινοτομίας, ενώ γενικότερα βρίσκεται στις πρώτες θέσεις παγκοσμίως σε όλες τις μετρήσεις εδώ και 15 χρόνια. Παρά την πτώση που σημειώθηκε το 2018 στο 10,8% από 12,4% το 2017 βρίσκεται ακόμα σε υψηλότερο επίπεδο από τις χώρες καινοτομίας (6,9% το 2018). Συνολικά στην Ελλάδα, το 16,8% του πληθυσμού 18-64 ετών, περίπου 1,1 εκατ. άτομα, έχει κάποια σχέση με την επιχειρηματικότητα, είτε στα αρχικά, είτε σε επόμενα στάδια ανάπτυξης.

Πίνακας 6: Συμμετοχή στην επιχειρηματική δραστηριότητα ανά χώρα (% πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών, 2018).

ΧΩΡΕΣ	Επίδοξοι επιχειρηματίες	Νέοι επιχειρηματίες	Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων	Καθιερωμένοι επιχειρηματίες	Συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα
Αυστρία	6,8	4,4	10,9	6,5	17,0
Βουλγαρία	2,4	3,7	6,0	8,3	14,0
Γαλλία	3,9	2,3	6,1	2,5	8,5
Γερμανία	2,7	2,4	5,0	7,5	12,3
Ελβετία	4,1	3,4	7,4	11,5	18,4
Ελλάδα	4,2	2,3	6,3	10,8	16,8
Ην. Βασίλειο	4,2	4,2	8,2	6,4	14,3
Ιρλανδία	6,5	3,2	9,6	6,8	15,9
Ισπανία	2,7	3,8	6,4	6,1	12,4
Ιταλία	2,7	1,6	4,2	6,4	10,4
Κροατία	5,8	3,9	9,6	4,1	13,5
Κύπρος	1,2	2,7	3,9	6,1	9,7
Λουξεμβούργο	7,1	3,7	10,7	3,4	13,6
Ολλανδία	6,0	6,5	12,3	12,0	23,6
Πολωνία	4,1	1,1	5,2	13,0	18,2
Σλοβακία	9,2	3,1	12,1	4,6	16,3
Σλοβενία	2,8	3,6	6,4	6,8	13,1
Σουηδία	4,6	2,5	6,8	5,3	11,9
Ομάδα Α	9,0	9,4	18,0	10,7	28,1
Ομάδα Β	7,6	9,0	16,2	11,3	26,9
Ομάδα Γ	6,0	4,3	10,1	6,9	16,6

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ομάδα Α: Χώρες Χαμηλού κόστους, Ομάδα Β: Χώρες βελτίωσης αποτελεσματικότητας, Ομάδα Γ: Χώρες καινοτομίας

Πηγή: GEM, Entrepreneurship Monitor, Επεξεργασία στοιχείων: IOBE

Η Καθιερωμένη επιχειρηματικότητα των γυναικών στην Ελλάδα εξαιτίας της υψηλής αυτοαπασχόλησης που υπάρχει στη χώρα καταλαμβάνει την πρώτη θέση όσον αφορά το ποσοστό των γυναικών σε εδραιωμένες επιχειρήσεις συγκριτικά με άλλα χώρες, με 10%, όταν στην Ευρώπη και στις Χώρες καινοτομίας, ο αντίστοιχος δείκτης είναι μόλις 4,7% και 4,4%, αντίστοιχα. Οι γυναίκες επιχειρηματίες στην Ελλάδα απασχολούνται σε εδραιωμένες επιχειρήσεις σε μεγαλύτερο βαθμό από ότι στις άλλες χώρες, και μάλιστα το ποσοστό των γυναικών σε εδραιωμένες επιχειρήσεις, στην Ελλάδα σημειώνει ενίσχυση κατά 3,1 ποσοστιαίες μονάδες σε σχέση με το 2014 (από 7,7%). Ίσως στην Ελλάδα σε αυτό το ποσοστό να υποκρύπτεται και ένα μέρος ανδρικής απασχόλησης, καθώς είναι πιθανό να μην μπορεί τυπικά να εμφανιστεί ο πραγματικός ιδιοκτήτης μιας επιχείρησης για ρυθμιστικούς λόγους (π.χ. Δημόσιος υπάλληλος). (IOBE, 2018) (Grant Thornton, 2020).

Πίνακας7 : Ποσοστό γυναικών σε εδραιωμένες επιχειρήσεις %.

ΧΩΡΕΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Ελλάδα	10,8
Λετονία	6,9
Ρουμανία	5,7
Κύπρος	5,4
Ισπανία	5,1
Ολλανδία	5,0
Πολωνία	4,9
Ευρώπη	4,7
Βουλγαρία	4,6
Χώρες Καινοτομίας	4,4
Γερμανία	4,4
Πορτογαλία	4,2
Ουγγαρία	4,1
Ην. Βασίλειο	4,1
Σλοβακία	4,0
Σλοβενία	3,6
Σουηδία	3,0
Ιρλανδία	3,0
Γαλλία	2,9
Ιταλία	2,6
Βέλγιο	1,6

Πηγή: GEM, Women's Entrepreneurship 2017/2018 Report

2.4 Οικογενειακή Επιχειρηματικότητα.

Σύμφωνα με τον GEM⁵ η οικογενειακή επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων αφορά στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων όπου ο επιχειρηματίας έχει εν μέρει την ιδιοκτησία και τη διαχείριση των νέων δραστηριοτήτων μαζί με μέλη της οικογένειας του ή διαχειρίζεται από κοινού με μέλη της οικογένειάς του την επιχείρησή τους. Στην Ελλάδα το 2018 τουλάχιστον 2 στους 5 επιχειρηματίες αρχικών σταδίων αφορά η οικογενειακή επιχείρηση, ποσοστό που κινείται υψηλότερα από το μέσο όρο των χωρών καινοτομίας. Την διοίκηση της επιχείρησης την έχει κάποιο μέλος της οικογένειας. Για το 12% του πληθυσμού η ίδρυση μιας επιχείρησης αποτελεί μια εύκολη διαδικασία, ενώ σε άλλες χώρες της Ε.Ε το αντίστοιχο ποσοστό φθάνει στο 38% και 40%. Το χαμηλό αυτό ποσοστό εξηγεί κατά κάποιο τρόπο και τα χαμηλά ποσοστά επιχειρηματικότητας στη χώρα σε σύγκριση με πιο ανεπτυγμένες χώρες, καθώς οι χρονοβόρες και υψηλού κόστους διαδικασίες, όπως και η γραφειοκρατία και η επικάλυψη αρμοδιοτήτων μεταξύ των δημοσίων φορέων, αποτελούν εμπόδια στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Η Ελλάδα καταλαμβάνει την 44η θέση ανάμεσα σε 190 χώρες.

Ένας άλλος ανασταλτικός παράγοντας επιχειρηματικής δραστηριότητας αποτελεί ο φόβος επιχειρηματικής αποτυχίας. Στην Ελλάδα ο φόβος της αποτυχίας κινούνταν σε υψηλότερα επίπεδα από τις περισσότερες χώρες που συμμετείχαν στην έρευνα του GEM. Ενδιαφέρον παρουσιάζει η πορεία του δείκτη πριν και μετά την εκδήλωση της κρίσης. Έτσι λοιπόν, μετά το 2009 φαίνεται ο δείκτης να κινείται πλέον ανοδικά, πάνω από το μακροχρόνιο μέσο όρο του, ενώ το 2012, σημειώνει την υψηλότερη τιμή του διαχρονικά στο 73,7%. (ICAP, 2019) (Grant Thornton, 2019)

2.5 Διακοπή της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα.

Η Διακοπή της επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα καταλαμβάνει την πρώτη θέση με 3,5%, πάνω μόνο από Σλοβακία, Ολλανδία και Ρουμανία με 2,3%. Σε αισθητά χαμηλότερα επίπεδα εντοπίζεται ο αντίστοιχος δείκτης στην Ευρώπη και στις Χώρες καινοτομίας. Η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα έχει κυρίως σαν σκοπό της την δημιουργία εισοδήματος, γεγονός που εξηγεί το υψηλό ποσοστό των γυναικών επιχειρηματιών στη χώρα που διακόπτουν τη δραστηριότητά τους σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες. Επίσης το παραπάνω είναι άρρηκτα συνδεδεμένο με το κίνητρο επιχειρηματικότητας.

Οι λόγοι διακοπής ή αναστολής της επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι η έλλειψη κερδοφορίας ή η έλλειψη χρηματοδότησης. Σε αυτή την περίπτωση ο Επιχειρηματίας μπορεί να πουλήσει την επιχείρηση, να αποσυρθεί, ή ακόμα και στραφεί σε κάποια άλλη επενδυτική ευκαιρία ή ακόμα και σε νέες αγορές. Βασικό

⁵ Το Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας του IOBE αποτελεί τον ελληνικό εταίρο του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας (Global Entrepreneurship Monitor -GEM)

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

ρόλο παίζουν η διάθεση χρηματοδοτικών μηχανισμών, το ολοκληρωμένο θεσμικό πλαίσιο, αλλά και η παρουσία ενός βιώσιμου επιχειρηματικού σχεδίου ανάπτυξης. Μία κοινωνία πρέπει να λαμβάνει μέτρα προστασίας σε μια επερχόμενη διακοπή λειτουργίας των επιχειρήσεων(π.χ πρόσφατη κατάσταση Corona - Virus).

Πίνακας 8 : Διακοπή επιχειρηματικής δραστηριότητας (% γυναικείου πληθυσμού, 2016)

ΧΩΡΕΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Ελλάδα	3,5
Σλοβακία	2,3
Ολλανδία	2,3
Ρουμανία	2,3
Κύπρος	2,2
Πολωνία	1,8
Σουηδία	1,7
Χώρες Καινοτομίας	1,6
Ευρώπη	1,5
Βουλγαρία	1,3
Λετονία	1,3
Ουγγαρία	1,2
Ισπανία	1,1
Γαλλία	1,0
Ιρλανδία	1,0
Ην. Βασίλειο	0,9
Γερμανία	0,8
Πορτογαλία	0,8
Σλοβενία	0,7
Βέλγιο	0,6
Ιταλία	0,5

Πηγή: GEM, Women's Entrepreneurship 2017/2018Report

Πίνακας 9: Λόγοι διακοπής ή αναστολής της επιχειρηματικής δραστηριότητας, 2017

ΧΩΡΕΣ	Μη κερδοφόρα Επιχείρηση(%)	Έλλειψη Χρηματοδότησης(%)	Άλλοι λόγοι (%)
Βέλγιο	25	5,8	69,2
Βουλγαρία	69,2	0,0	30,8
Γαλλία	8,5	28,4	63,1
Γερμανία	11,5	5,6	82,9
Ελλάδα	72,7	11,0	16,3
Ην. Βασίλειο	26,2	3,6	70,2
Ιρλανδία	34,4	5,0	60,6
Ισπανία	52	1,2	46,8
Ιταλία	12,7	18,7	68,6
Κύπρος	41,6	17,1	41,3

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Λετονία	39,9	5,3	54,8
Ολλανδία	30,7	2,0	51,5
Ουγγαρία	28,5	20	51,5
Πολωνία	13	17,4	69,6
Πορτογαλία	58,4	19,4	22,2
Ρουμανία	42,5	13,4	44,1
Σλοβακία	45,2	9,7	45,1
Σλοβενία	56,3	0,0	43,7
Σουηδία	21,2	0,0	78,8
Ευρώπη	32,2	9,2	58,7
Χώρες Καινοτομίας	30,9	8,0	61,1

Πηγή: GEM, Women's Entrepreneurship 2017/2018 Report

Σημ: Προσωπικοί λόγοι ή Συνταξιοδότηση

Όπως γίνεται φανερό από τον παραπάνω πίνακα η έλλειψη κερδοφορίας αποτελεί βασικό λόγο διακοπής της επιχειρηματικής δραστηριότητας των γυναικών στην Ελλάδα, εύρημα που εντοπίζεται στις περισσότερες χώρες, με την Ελλάδα ωστόσο να κατέχει την 1η θέση, ενώ ακολουθούν η Βουλγαρία και η Πορτογαλία με ιδιαίτερα ψηλά ποσοστά .

2.6 Ποιοτικά Χαρακτηριστικά της γυναικείας Επιχειρηματικότητας.

Τα ποιοτικά χαρακτηριστικά έχουν να κάνουν με στοιχεία που αφορούν τις προοπτικές μεγέθυνσης, τους όρους απασχόλησης, και το βαθμό καινοτομικότητας και εξωστρέφειας του νέου εγχειρήματος. Σημαντικοί παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν την ανάπτυξη της επιχείρησης είναι οι προσωπικές φιλοδοξίες και οι συνθήκες του περιβάλλοντος, όπως η ζήτηση της αγοράς, ο ανταγωνισμός, η διαθεσιμότητα ειδικευμένου εργατικού δυναμικού, καθώς και οι κανονισμοί του εργατικού δικαίου. Όσο υψηλότερο είναι το οικονομικό επίπεδο μιας χώρας τόσο περισσότερο οι γυναίκες επιχειρηματίες επιθυμούν να αναπτύξουν τις επιχειρήσεις τους, όχι μόνο ως προς την επέκταση των δραστηριοτήτων τους και των πωλήσεων τους, αλλά και ως προς τις θέσεις απασχόλησης. Στην Ελλάδα είναι ιδιαίτερα χαμηλά τα ποσοστά των γυναικών επιχειρηματιών που πιστεύουν ότι την επόμενη πενταετία θα δημιουργήσουν πάνω από 6 θέσεις εργασίας . Στη χώρα μας μόλις το 9,5% των γυναικών επιχειρηματιών διαβλέπουν προοπτικές ανάπτυξης, όταν το αντίστοιχο ποσοστό στην Ευρώπη και στις Χώρες καινοτομίας ⁶ ξεπερνά το 23% και το 27%, αντίστοιχα.

⁶ (χώρες καινοτομίας) περιλαμβάνει τις εξής χώρες: Αυστραλία, Ισραήλ, Κατάρ, Ν.Κορέα, Ταιβάν, ΗΑΕ, Ιαπωνία, Πουέρτο Ρίκο, Κύπρος, Εσθονία, Γαλλία, Γερμανία, Ελλάδα, Ιρλανδία, Ιταλία, Λουξεμβούργο, Ολλανδία, Σλοβενία, Ισπανία, Σουηδία, Ελβετία, Ην. Βασίλειο, Καναδάς, ΗΠΑ

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Πίνακας 10: Προοπτικές δημιουργίας άνω των έξι θέσεων απασχόλησης εντός της επόμενης πενταετίας ανά χώρα %.

ΧΩΡΕΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Ρουμανία	49,4
Λετονία	48,5
Ιρλανδία	43,3
Σλοβενία	31,5
Ιταλία	30,9
Κύπρος	29,0
Σλοβενία	28,9
Χώρες Καινοτομίας	27,6
Πολωνία	27,5
Πορτογαλία	26,2
Ην. Βασίλειο	25,7
Ευρώπη	25,3
Ουγγαρία	23,8
Βουλγαρία	20,7
Ολλανδία	15,5
Βέλγιο	13,5
Ισπανία	13,4
Σουηδία	13,3
Γερμανία	11,0
Ελλάδα	9,5

Πηγή: GEM, Women's Entrepreneurship 2017/2018Report

Παρατηρούμε ότι στη Ρουμανία και τη Λετονία οι μισές σχεδόν γυναίκες επιχειρηματίες, προσδοκούν τη δημιουργία τουλάχιστον έξι θέσεων απασχόλησης κάτι το οποίο δείχνει την αναπτυξιακή δυναμική – τουλάχιστον ως προσδοκία - της επιχειρηματικότητας στις συγκεκριμένες χώρες.

Ο Βαθμός καινοτομίας ενός εγχειρήματος έχει να κάνει με το σχεδιασμό και τη δημιουργία βελτιωμένων προϊόντων και υπηρεσιών που γενικά δεν είναι διαθέσιμα στην αγορά. Η καινοτομία επηρεάζεται από πολλούς παράγοντες, όπως το επίπεδο ανταγωνισμού, την διαθεσιμότητα των σύγχρονων τεχνολογιών και γνώσεων, αλλά και από τις απαιτήσεις των πελατών. Καθώς επίσης και από την αντίληψη των επιχειρηματιών σχετικά με το τι θεωρούν καινοτόμο και μοναδικό. Κάτι που είναι καινοτόμο σε μια χώρα σε άλλη αγορά δεν είναι. Η οικονομική ανάπτυξη και οι κοινωνικές δομές διαμορφώνουν τα επίπεδα καινοτομίας. Προϋποθέσεις για την δημιουργία καινοτομίας σε μια αγορά αποτελούν η παρουσία επενδύσεων σε προηγμένες γνώσεις, τα υψηλά επίπεδα τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, οι νομικοί θεσμοί που προστατεύουν τις ιδέες, αλλά και οι απαιτητικοί πελάτες. Στην Ελλάδα μία στις τρεις γυναίκες επιχειρηματίες δήλωσαν ότι παράγουν βελτιωμένα προϊόντα και υπηρεσίες, ποσοστό συγκρίσιμο με την υπόλοιπη Ευρώπη και τις Χώρες καινοτομίας (31,3% αμφότερα).

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Πίνακας 11: Βαθμός καινοτομίας στη γυναικεία επιχειρηματικότητα % επί των γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων.

ΧΩΡΕΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Ολλανδία	43,5
Βέλγιο	43,4
Ιρλανδία	42,1
Κύπρος	37,4
Ην. Βασίλειο	37,4
Ιταλία	35,8
Ρουμανία	31,3
Χώρες Καινοτομίας	30,8
Ελλάδα	29,0
Ευρώπη	27,6
Σλοβακία	27,6
Λετονία	27,2
Γερμανία	26,5
Σουηδία	26,3
Σλοβενία	25,4
Γαλλία	24,6
Ισπανία	24,6
Πολωνία	19,7
Ουγγαρία	16,6
Βουλγαρία	13,8
Πορτογαλία	13,4

Πηγή: GEM, Women's Entrepreneurship 2017/2018 Report, **Επεξεργασία:** IOBE

Βλέπουμε ότι τα υψηλότερα ποσοστά καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών εντοπίζονται στην Ολλανδία και στο Βέλγιο στην περιοχή του 43,5%, ενώ ακολουθεί η Ιρλανδία με 42%. (Grant Thornton, 2019) (ICAP, 2019) (IOBE, 2018)

2.7 Γνώσεις και ικανότητες έναρξης μιας επιχείρησης.

Στην Ελλάδα όπως γίνεται φανερό στον παρακάτω πίνακα το 35,5% των γυναικών εκτιμά ότι διαθέτει τις ικανότητες για την έναρξη μια επιχείρησης, όταν στην Ευρώπη και στις Χώρες καινοτομίας ο εν λόγω δείκτης ανέρχεται σε 35,6% και 34,9%, αντίστοιχα. Πρωτοπόρα χώρα αναδεικνύεται η Πολωνία με 53,7%, ενώ ακολουθούν η Σλοβενία και η Λετονία στην περιοχή του 45%.

Πίνακας 12: Γνώσεις και ικανότητες για έναρξη επιχείρησης (% γυναικείου πληθυσμού, 2017)

ΧΩΡΕΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Πολωνία	53,7
Σλοβενία	45,1
Λετονία	44,7
Κύπρος	43,7

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ην. Βασίλειο	42,3
Ρουμανία	39,1
Σλοβακία	37,4
Πορτογαλία	36,5
Ευρώπη	35,6
Ελλάδα	35,5
Χώρες Καινοτομίας	34,9
Βουλγαρία	34,8
Ιρλανδία	34,6
Γερμανία	30,9
Ουγγαρία	30,0
Γαλλία	29,4
Ολλανδία	27,1
Σουηδία	26,4
Βέλγιο	24,5
Ιταλία	23,5

Ο φόβος της αποτυχίας αποτελεί βασικό εμπόδιο στην έναρξη μιας επιχείρησης και έχει να κάνει κυρίως με την ανησυχία σχετικά με τις νομικές, οικονομικές, και κοινωνικές συνέπειες μιας επιχειρηματικής αποτυχίας, όταν το οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον μιας χώρας είναι ασταθές. Ο φόβος αυτός εντείνεται από την ανάγκη εξασφάλισης της χρηματοδότησης.

2.8 Χρηματοδότηση γυναικείων επιχειρήσεων.

Στην Ελλάδα βασική πηγή χρηματοδότησης για την γυναικεία επιχειρηματικότητα αποτελούν τα μέλη της οικογενείας ή/και οι συγγενείς. Οι γυναίκες επιχειρηματίες στην Ελλάδα διαθέτουν για την υλοποίηση ενός νέου εγχειρήματος το 2^ο υψηλότερο κεφάλαιο, ξεπερνώντας κατά πολύ το μέσο ποσό επένδυσης στην Ευρώπη, αλλά και στις Χώρες της καινοτομίας.

Το ελληνικό <<επιχειρείν>> αποτελεί ακριβή επένδυση, με το μέσο όρο να ανέρχεται στις 22.411\$.

Πίνακας 13: Μέσο ποσό επένδυσης, 2016 % επί των γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων

ΧΩΡΕΣ	Μέσο Ποσό Επένδυσης
Ιταλία	44.822
Πορτογαλία	22.411
Ελλάδα	22.411
Κύπρος	11.206
Χώρες Καινοτομίας	8.538
Ευρώπη	7.298
Ολλανδία	5.603
Ισπανία	5.603

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Σλοβενία	5.603
Γερμανία	5.603
Γαλλία	5.603
Σλοβακία	3.922
Λετονία	3.189
Βουλγαρία	2.685
Πολωνία	2.561
Ρουμανία	2.500
Ιρλανδία	2.241
Βέλγιο	2.200
Σουηδία	1.789
Ουγγαρία	1.073

Πηγή: GEM, Women's Entrepreneurship 2016/2017 Report, **Επεξεργασία:** IOBE

Το πρόβλημα της χρηματοδότησης αποτελεί ένα παγκόσμιο φαινόμενο. Οι γυναίκες επιχειρηματίες αντιμετωπίζουν πρόσθετα εμπόδια όπως η περιορισμένη πρόσβαση σε χρηματοδοτικά εργαλεία, κυρίως στις αναδυόμενες οικονομίες, αλλά και σε λιγότερο βαθμό στις αναπτυσσόμενες οικονομίες. Στην Ελλάδα σχεδόν όλα τα εγχειρήματα (94%) αντλούν ένα μέρος της χρηματοδότησή τους από την οικογένεια, επίδοση που φέρνει την Ελλάδα στην 1η θέση, ενώ ακολουθούν η Κύπρος και η Ολλανδία, με 92% και 85% αντίστοιχα. Το γεγονός ότι βασική πηγή χρηματοδότησης αποτελεί ο στενός οικογενειακός κύκλος αναδεικνύει τελικά τον κεντρικό ρόλο της οικογένειας στην Ελλάδα για την υλοποίηση μιας νέας επιχειρηματικής ιδέας. (ICAP, 2019)(IOBE, 2018)

Κεφ.3 ΓΥΝΑΙΚΕΣ ΑΝΩΤΑΤΑ ΣΤΕΛΕΧΗ

3.1 Γυναίκες Επικεφαλής Επιχειρήσεων στην Ελλάδα

Τα σημαντικότερα κίνητρα που μπορούν να οδηγήσουν τις Γυναίκες να ασχοληθούν με την επιχειρηματικότητα και την καριέρα σε ανώτατο επίπεδο είναι η προσωπική ικανοποίηση και ανάπτυξη (92%) και η επιθυμία τους να αξιοποιήσουν τις εμπειρίες τους (83%).(<https://www.businessnews.g>)

Στην Ελλάδα σε συνολικό δείγμα επιχειρήσεων (34.473), το ποσοστό αυτών που διευθύνονται από γυναίκες-ανώτατα στελέχη ανήλθε σε 24,9% το 2019 (8.577 εταιρείες), ποσοστό αυξημένο συγκριτικά με προηγούμενες αντίστοιχες έρευνες (2018:24,2%, 2017:23,6%, 2016:21,1%,2015:19,6%).Το μεγαλύτερο ποσοστό των εταιρειών που διευθύνονται από γυναίκες εντοπίζεται στις πολύ μικρές ή μικρές επιχειρήσεις. Παρουσιάζονται συγκεντρωτικά ορισμένα βασικά διαρθρωτικά στοιχεία και οικονομικά μεγέθη για τις τρεις (3) παρακάτω ομάδες-εταιρειών.

A. Σύνολο Εταιρειών: Αφορά 34.473 επιχειρήσεις όλων των κλάδων, που έχουν αντληθεί από τη βάση δεδομένων της ICAP Group και έχουν διαθέσιμα οικονομικά στοιχεία της χρήσης 2017-2018.

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Β. Εταιρείες που Διοικούνται από Γυναίκες: Περιλαμβάνονται 8.577 εταιρείες του παραπάνω συνόλου, οι οποίες διοικούνται από γυναίκες (Διευθύνουσα Σύμβουλος, Γενική Διευθύντρια ή Διαχειρίστρια).

Γ. Top 500 LWiB: Αφορά στις 500 μεγαλύτερες εταιρείες βάσει του συνολικού κύκλου εργασιών τους το 2017-2018 (που προέκυψαν από το δείγμα των 8.577 εταιρειών), οι οποίες διοικούνται από Γυναίκες και παρουσιάζονται αναλυτικά στην παρούσα έκδοση (Leading Women in Business).

Στο συνολικό δείγμα εταιρειών (34.473), το ποσοστό των επιχειρήσεων που διευθύνονται από γυναίκες-ανώτατα στελέχη ανέρχεται σε 24,8% (8.467 εταιρείες).

Εστιάζοντας στις «**Top 500**» εταιρείες που διευθύνονται από γυναίκες-ανώτατα στελέχη, διαπιστώνεται ότι το 48,0% (240/500) αυτών αφορά τις εταιρείες με κύκλο εργασιών μεταξύ €10 εκ. και €50 εκ. Ακολουθεί η κατηγορία εταιρειών με πωλήσεις από €2εκ. έως €10 εκ. αποσπώντας αντίστοιχο μερίδιο 44,0%. Γίνεται φανερό ότι η πλειοψηφία των παραπάνω εταιρειών (92,0%) που διευθύνονται από γυναίκες-ανώτατα στελέχη χαρακτηρίζονται, με βάση τα ευρωπαϊκά πρότυπα, ως μικρομεσαίου μεγέθους. Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στους πίνακες 14 και 15, το μεγαλύτερο ποσοστό των εταιρειών που διευθύνονται από γυναίκες διαχρονικά εντοπίζεται στις πολύ μικρές ή τις μικρές επιχειρήσεις (με βάση την επίσημη κατηγοριοποίηση που ακολουθείται στην Ευρωπαϊκή Ένωση).

Πίνακας 14: Κατανομή εταιρειών βάσει συνολικού κύκλου εργασιών (2017-2018)

Κύκλος Εργασιών	Αριθμός Συνόλου Εταιρειών	Αριθμός Εταιρειών που Διοικούνται από Γυναίκες	Συμμετοχή (%) Εταιρειών που Διοικούνται από Γυναίκες στο Σύνολο	Αριθμός Εταιρειών «Top 500 LWiB»
< €2 εκατ. (Micro)	27.660	7.336	26,52	-
€2εκ.-€10 εκ. (Small)	4.993	961	19,25	220
€10 εκ.-€50 εκ. (Medium)	1.433	240	16,75	240
> €50 εκ. (Large)	387	40	10,34	40
Σύνολο	34.473	8.577	24,88	500
				Πηγή: ICAP Databank

Πίνακας 15 : Κατανομή εταιρειών βάσει απασχολούμενου προσωπικού (2017-2018)

Αριθμός Προσωπικού	Αριθμός Συνόλου Εταιρειών	Αριθμός Εταιρειών που Διοικούνται από Γυναίκες	Συμμετοχή (%) Εταιρειών που Διοικούνται από Γυναίκες στο Σύνολο	Αριθμός Εταιρειών «Top 500 LWiB»
1-9 (Micro)	10.397	2.680	25,78	38
10-49 (Small)	7.458	1.606	21,53	205
50-249 (Medium)	1.715	303	17,67	205
>250 (Large)	367	40	10,90	37

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Μ.Δ.	14.536	3.948	27,16	15
Σύνολο	34.473	8.577	24,88	500
ΜΔ: Μη Διαθέσιμα Στοιχεία				Πηγή: ICAP Databank

Παρατηρούμε ότι: όσο αυξάνει το μέγεθος των εταιρειών (βάσει ετήσιου κύκλου εργασιών και προσωπικού), τόσο περισσότερο μειώνεται το ποσοστό συμμετοχής των εταιρειών που διοικούνται από γυναίκες. Η Γεωγραφική κατανομή των εταιρειών «Top 500» στον Ελλαδικό χώρο γίνεται όπως παρακάτω. (ICAP, 2019)

Πίνακας 16 :Κατανομή εταιρειών ανά γεωγραφικό διαμέρισμα (2017-2018)

Πίνακας 16: Γεωγ. Καταν. των <Top> εταιρ.

Γεωγραφικό Διαμέρισμα	Αριθμός Συνόλου Εταιρειών	Αριθμός Εταιρειών που Διοικούνται από Γυναίκες	Συμμετοχή (%) Εταιρειών που Διοικούνται από Γυναίκες στο Σύνολο	Αριθμός Εταιρειών «Top 500 LWiB»
Ήπειρος	592	132	22,30	6
Θεσσαλία	1.141	270	23,66	11
Θράκη	481	100	20,79	4
Κρήτη	1693	448	26,46	26
Μακεδονία	5.362	1.387	25,87	84
Νησιά Αιγαίου	1.116	292	26,16	10
Νησιά Ιονίου	834	248	29,74	8
Πελοπόννησος	1.316	297	22,57	23
Στερεά Ελλάδα/Εύβοια	21.938	5.403	24,63	328
Σύνολο	34.473	8577	24,88	500

Από το παραπάνω πίνακα γίνεται φανερό ότι τα υψηλότερα ποσοστά διεϊδυσσης εταιρειών που διοικούνται από γυναίκες εντοπίζονται: στα Νησιά του Ιονίου (29,7%) στην Κρήτη (26,5%)στα Νησιά Αιγαίου (26,2%)στη Μακεδονία (25,9%).Η μικρότερη συμμετοχή γυναικών εντοπίζεται στη Θράκη (20,8%). (ICAP, 2019)

3.2 Βασικά Χαρακτηριστικά Γυναικών Ανώτατα Στελέχη (προφίλ)

Σύμφωνα με έρευνα της ICAP αυτό που χαρακτηρίζει τις γυναίκες που βρίσκονται στην κορυφή της επιχείρησης είναι η επιμονή και η εργατικότητα σε ποσοστό (60%)των ερωτηθέντων. Οι γυναίκες ανώτατα στελέχη εργάζονται σκληρά. Απασχολούνται κατά μέσο όρο ημερησίως στην εταιρεία τους, πέραν του καθιερωμένου 8ώρου, ενώ το (34%) παραμένουν στο γραφείο τους παραπάνω από 10 ώρες. Χαρακτηριστικό είναι ότι μόνο το 14% εργάζεται λιγότερες από 8 ώρες.

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Σχεδόν επτά (7) στις δέκα (10) γυναίκες, εκτός από τη διευθυντική/διοικητική τους θέση, συνδέονται και μετοχικά με την εταιρεία τους. Προκειμένου να ανταποκριθούν στις αυξημένες υποχρεώσεις τους, αλλά και να επιτύχουν τις φιλοδοξίες τους για σταδιοδρομία σε ανώτατο επίπεδο, περιορίζεται ο χρόνος που αφιερώνουν στις οικογενειακές τους υποχρεώσεις. Επιπλέον, η δημιουργία άγχους και στρες θεωρείται ο κυριότερος ανασταλτικός παράγοντας στην επαγγελματική τους ενασχόληση. Η καριέρα βρίσκεται «πολύ» ή «πάρα πολύ» υψηλά στις προτεραιότητες της συντριπτικής πλειοψηφίας των γυναικών που βρίσκονται στο ανώτατο management⁷ (σε ποσοστό 97,6% του δείγματος).

(<https://www.fortunegreece.com>) (IOBE, 2018) (<https://www.economistas.gr>).

Ένα δεύτερο χαρακτηριστικό των γυναικών αποτελεί η ηθική για το (45%) γεγονός που δείχνει ότι οι γυναίκες- ηγέτες λειτουργούν με ακεραιότητα και η λήψη των αποφάσεών τους γίνεται με γνώμονα τις προσωπικές τους αξίες. Διαθέτουν αυτοπεποίθηση σύμφωνα με το (32%) και είναι δημιουργικές για το (41%) των ερωτηθέντων. Κίνητρα τα οποία ωθούν τις γυναίκες στη διεκδίκηση της κορυφής αποτελούν η ικανοποίηση και η προσωπική ανάπτυξη για το (70%) ενώ ακολουθούν η καταξίωση και η αναγνώριση σε ποσοστό (52%). Άλλο κίνητρο αποτελεί η δυνατότητα καινοτομίας για το (47%) των συμμετεχόντων. Ιδιαίτερη σημασία για τις Γυναίκες ανώτατα στελέχη αποτελούν η ισορροπία ανάμεσα σε επαγγελματική και προσωπική ζωή καθώς επίσης και οι ευκαιρίες που τους παρέχει μια υψηλή διοικητική θέση. Αυτό που φάνηκε να μην απασχολεί ιδιαίτερα είναι οι οικονομικές απολαβές. Μόνο το (21%) των ερωτηθέντων επέλεξε τα οικονομικά οφέλη ως κίνητρο για μια υψηλή θέση στην ιεραρχία μιας εταιρείας. (ICAP, 2019)

3.2.1 Εκπαίδευση

Οι γυναίκες που αποτελούν ανώτατα στελέχη σε μια επιχείρηση δίνουν μεγάλη βαρύτητα στην εκπαίδευση, έτσι ώστε να ανταπεξέλθουν στις απαιτήσεις που δημιουργεί το διαρκώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον του σύγχρονου <<επιχειρείν>>⁸. Είναι υψηλού μορφωτικού επιπέδου, το 49% των γυναικών του δείγματος έχουν αποκτήσει μεταπτυχιακό τίτλο σπουδών, ενώ το 37% του δείγματος κατέχει πτυχίο τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Η πλειοψηφία των ερωτηθεισών γυναικών αποτελούν στελέχη με μακρά εμπειρία, καθώς το 67% αυτών κατέχουν θέση ευθύνης για περισσότερα από 10 έτη. Οι γυναίκες επιχειρηματίες έχουν καλύτερη μόρφωση από τους άνδρες, καθώς κατέχουν πτυχία Master, PhDs και Bachelors.

Παρόλο όμως που οι γυναίκες έχουν καλύτερη μόρφωση και αγαπούν τη μάθηση, δεν χρησιμοποιούν αυτές τις αποκτηθείσες γνώσεις για να δημιουργήσουν

⁷ Management :Διαχείριση (ή διαχείριση) είναι η διοίκηση ενός οργανισμού, είτε πρόκειται για επιχείρηση, μη κερδοσκοπική οργάνωση ή κυβερνητικός φορέας. Η Διοίκηση έχει οριστεί και ως διαδικασία τεσσάρων βασικών λειτουργιών, προγραμματισμού ή σχεδιασμού, οργάνωσης, διεύθυνσης και ελέγχου.

⁸ <<Επιχειρείν>>: 1.Σημαίνει το συνδυασμό των συντελεστών παραγωγής με σκοπό τη δημιουργία υλικών αγαθών ή υπηρεσιών.2.Εμπεριέχει το στοιχείο της εισαγωγής και εφαρμογής καινοτομιών.3.Εμπεριέχει το στοιχείο του κινδύνου, που σημαίνει ότι κάθε επιχειρούμενος συνδυασμός συντελεστών παραγωγής μπορεί να αποτύχει στο σκοπό του.

τη δική τους επιχείρηση. Επίσης, το 18,5% των γυναικείων επιχειρήσεων είναι απλές. Η Εθνική Έκθεση της Ένωσης Ελλήνων Εμπορικών Επιμελητηρίων αναφέρει ότι η πλειοψηφία των γυναικείων επιχειρήσεων ασχολούνται με αγαθά και υπηρεσίες. (icap)(sege).

3.3 Διαφορές φύλων σε επίπεδο ηγεσίας

Αν και με την πάροδο του χρόνου έχει συντελεστεί μεγάλη πρόοδος στη γυναικεία επιχειρηματικότητα οι διαφορές ανάμεσα στα φύλα συνεχίζουν να εμμένουν. Οι γυναίκες αμείβονται λιγότερο από τους άνδρες για την παροχή ίδιας εργασίας. Σύμφωνα μάλιστα με στοιχεία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής υπάρχει ένα μισθολογικό χάσμα ύψους 15% μεταξύ ανδρών και γυναικών. Οι Γυναίκες ανώτερα στελέχη κατανοούν καλύτερα τους συναδέλφους τους σύμφωνα με ποσοστό (80%) των ερωτηθέντων (<https://www.epixeiro.gr/>). Είναι περισσότερο επικοινωνιακές σε σχέση με τους άνδρες για το (74%) κάτι το οποίο σημαίνει ότι είναι καλύτερες ακροάτριες. Οι γυναίκες-ηγέτες έχουν αφθονία συναισθηματικής νοημοσύνης. Έχουν αυτογνωσία και είναι σε αρμονία με τα συναισθήματά τους, καθώς και τα συναισθήματα των άλλων.

Η γυναίκα ανώτατο στέλεχος έχει αυξημένη διορατικότητα για το(65%) των ερωτηθέντων, ποσοστό ενισχυμένο σε σχέση με την αντίστοιχη έρευνα του 2016 (53%).(https://www.epixeiro.gr).Οι γυναίκες-ηγέτες διακατέχονται από πνεύμα δημιουργικότητας, είναι επίμονες και εργατικές, ενώ αποτελούν παράδειγμα για τους συναδέλφους τους. Σύμφωνα με την Catalyst, οι γυναίκες λαμβάνουν προαγωγή ανάλογα με τις προηγούμενες επιδόσεις τους και οι άντρες για τις μελλοντικές τους δυνατότητες.

Το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ υπολόγισε το 2017 ότι, δεδομένου του πόσο αργά αλλάζουν τα πράγματα, θα χρειαστούν 217 χρόνια για να γεφυρωθεί το χάσμα μεταξύ των φύλων - παρόλο που οι γυναίκες στον αναπτυγμένο κόσμο είναι τόσο μορφωμένες όσο οι άνδρες και αποτελούν το 47% του παγκόσμιου εργατικού δυναμικού. (<http://www.epixeiro>)

Οι Γυναίκες από την άλλη είναι πιο διστακτικές στην ανάληψη ρίσκου (μόλις 12% δήλωσε ότι υπερτερούν), ενώ φαίνεται ότι είναι και λιγότερο ανταγωνιστικές (15%). Ως εκ τούτου, εμφανίζονται πιο διστακτικές στην ανάληψη πρωτοβουλιών και τη διαχείριση αλλαγών σε σχέση με τους άνδρες (17%).(Grant Thornton, 2019) (<https://www.makthes.gr>). Το σημαντικότερο πρότυπο για τις γυναίκες ανώτατα στελέχη αποτελεί η μητρική/πατρική φιγούρα (39%) ενώ περιορισμένο ρόλο φαίνεται να διαδραματίζει στην επαγγελματική διαδρομή τους ο επαγγελματικός μέντορας (17%) και ο διευθυντής/προϊστάμενος (15%), πρότυπα τα οποία καταγράφουν αρκετά χαμηλότερα ποσοστά. Το γεγονός αυτό έχει σαν αποτέλεσμα την περιορισμένη εφαρμογή και παρουσία ενός μηχανισμού επαγγελματικής καθοδήγησης και στήριξης (μέντορας, ανώτατο στέλεχος, διευθυντής, κτλ.) στη σύγχρονη ελληνική επιχειρηματική πραγματικότητα.

Οι Διακρίσεις ανάμεσα στα δύο φύλα γίνονται ακόμα πιο έντονες όταν πρόκειται για προαγωγή στην καριέρα και τη συμμετοχή στη λήψη ακαδημαϊκών αποφάσεων. Το 2013 οι γυναίκες αποτελούσαν μόλις το 21% των ερευνητών υψηλού επιπέδου (βαθμός Α), ενώ το ίδιο ποσοστό το 2010 ανερχόταν σε 20%. Παρά την πρόοδο που έχει γίνει όσον αφορά το επίπεδο των σπουδών τους τα

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

τελευταία χρόνια, οι γυναίκες είναι πιο λίγες όσο ανεβαίνουν οι βαθμίδες στην ακαδημαϊκή καριέρα. Χαρακτηριστικά το 2014 το ποσοστό των γυναικών που ήταν επικεφαλής σε ανώτατα εκπαιδευτικά ιδρύματα ήταν στο 20%, παρά την αύξηση κατά 4,5% σε σχέση με το 2010, με την Ελλάδα να βρίσκεται κάτω από τον μέσο όρο, με ποσοστό 13,5%. Οι γυναίκες, που συμμετέχουν σε επιστημονικές και διοικητικές επιτροπές, σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι στο 28% (στην Ελλάδα είναι στο 11%) και μόνο το 22% έχει ηγετική θέση σε κάποια επιτροπή (στην Ελλάδα είναι στο 5%). (<https://www.ekt.gr>) (Grant Thornton, 2019) ("She Figures, 2017)

Όσον αφορά στον Τομέα Έρευνας και Καινοτομίας παρά την πρόοδο που έχει γίνει όλα αυτά τα χρόνια, παραμένουν κάποιες ανισότητες λόγω φύλου. Τις τελευταίες δεκαετίες έχει γίνει μεγάλη πρόοδος όσον αφορά τη συμμετοχή των δύο φύλων στην ανώτατη εκπαίδευση. Παλαιότερα το ποσοστό των γυναικών κατόχων διδακτορικού ήταν πολύ χαμηλό, το 2012 οι γυναίκες διδάκτορες αντιπροσώπευαν το 47% στην Ευρωπαϊκή Ένωση, με το ποσοστό αυτό να κυμαίνεται από 40-60% και στις 28 χώρες-μέλη και στην Ελλάδα να είναι στο 44%. Όσον αφορά όμως το αντικείμενο του διδακτορικού, οι διαφορές ανάμεσα στα δύο φύλα εμμένουν. Οι γυναίκες για παράδειγμα που έχουν διδακτορικό στη μηχανική, την παραγωγή ή τις κατασκευές, το 2012 είναι στο 28% του συνόλου. Στον τομέα της επιστήμης και της τεχνολογίας οι γυναίκες συνεχίζουν να είναι λιγότερες από τους άνδρες, με ποσοστό κάτω από το 45% σε περισσότερες από τις μισές χώρες της ΕΕ28. Στην Ελλάδα οι γυναίκες μηχανικοί και επιστήμονες αποτελούν το 2% και 3,4% για τους άνδρες.

Οι γυναίκες που απασχολούνται στο Χώρο της έρευνας συνεχίζουν επίσης, να είναι λιγότερες από τους άνδρες. Το 2011 οι γυναίκες ήταν το 33% των ερευνητών στο σύνολο της ΕΕ-28, αλλά υπήρχαν μεγάλες αποκλίσεις ανά χώρα. Στη Λετονία, για παράδειγμα το ποσοστό των ερευνητριών ανέρχεται στο 52,8%, στην Ελλάδα σε 36,7%, ενώ στο Λουξεμβούργο είναι μόλις 24%. Φαίνεται επίσης, ότι οι γυναίκες στην ΕΕ έχουν πιο δυναμική παρουσία στην ανώτατη εκπαίδευση και σε κυβερνητικούς φορείς, ενώ στις επιχειρήσεις, γυναίκα είναι μόλις μια στους 5 ερευνητές. Στην Ελλάδα οι γυναίκες στην ανώτατη εκπαίδευση αποτελούν μόλις το 35,6%, με τον μέσο όρο της ΕΕ να είναι στο 41%, σε κυβερνητικούς φορείς οι Ελληνίδες ερευνήτριες είναι πάνω από τον μέσο όρο με ποσοστό 48,1% (στην ΕΕ ο μέσος όρος είναι 41,6%), ενώ δυναμική είναι η παρουσία τους και στις ελληνικές επιχειρήσεις με ποσοστό 30,8% (στην ΕΕ ο μέσος όρος είναι 19,7%). Στην Ελλάδα οι ερευνήτριες που εργάζονταν με μερική απασχόληση ήταν στο 3,3% (4,2% για τους άντρες) και όσες είχαν κάνει επισφαλείς συμφωνίες στο 11% (5,3% για τους άντρες). Ταυτόχρονα, οι μισθολογικές διαφορές ανάμεσα σε άνδρες και γυναίκες εμμένουν. Το 2010 ο μέσος όρος της αμοιβής των γυναικών ανά ώρα ήταν 17,9% χαμηλότερος σε σχέση με την αμοιβή των ανδρών, στον τομέα της Έρευνας και Ανάπτυξης και στην Ελλάδα κατά 18% χαμηλότερος. Όσον αφορά τις αιτήσεις χρηματοδότησης σε εθνικά προγράμματα, οι άνδρες τα καταφέρνουν καλύτερα από τις γυναίκες, με ποσοστό επιτυχίας 31,8%, όταν το αντίστοιχο ποσοστό των γυναικών είναι στο 27,4%. (<https://www.ekt.gr>).

Παρά τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες οι εταιρείες που διοικούνται από αυτές παρουσίασαν καλύτερες επιδόσεις σε όλους σχεδόν τους

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

αριθμοδείκτες κερδοφορίας, καθώς και στον δείκτη αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων, σε σύγκριση με το σύνολο των εταιρειών του δείγματος. Επίσης, σε καλύτερα επίπεδα κυμάνθηκε ο δείκτης της γενικής ρευστότητας, αλλά και η σχέση ξένων προς ίδια κεφάλαια, το 2017. Θα πρέπει να επισημανθεί ότι μεταξύ των 500 πιο κερδοφόρων επιχειρήσεων στην Ελλάδα το 2017 με βάση τα αποτελέσματα EBITDA (σχετική έκδοση ICAPGroup: "Business Leaders in Greece"), ποσοστό 9,6% εξ αυτών (48 επιχειρήσεις) διοικούνται από γυναίκες. Οι συνολικές πωλήσεις των προαναφερόμενων 48 εταιρειών ανήλθαν σε περίπου €3,1 δισ. το 2017, καλύπτοντας το 2,9% του κύκλου εργασιών των 500 πιο κερδοφόρων εταιρειών. Με βάση τα παραπάνω ενισχύεται για άλλη μία χρονιά, η άποψη ότι οι γυναίκες-ανώτατα στελέχη των επιχειρήσεων διακρίνονται για την αποτελεσματικότητα της διοίκησής τους, καθώς φαίνεται ότι διαχειρίζονται καλύτερα τα κόστη τους.

Το ποσοστό διείσδυσης των γυναικών στις ανώτατες θέσεις διοίκησης των ελληνικών επιχειρήσεων παρουσιάζει μεν διαχρονική άνοδο τα τελευταία έτη, ωστόσο υστερεί σημαντικά σε σχέση με το ποσοστό που καταλαμβάνουν οι άνδρες. Πρόσφατη έρευνα της Διεθνούς Οργάνωσης Εργασίας (σ.σ. ILO) του ΟΗΕ, σε 13.000 επιχειρήσεις από 70 χώρες, έδειξε ότι τα εταιρικά κέρδη αυξάνονται έως και 20% όταν στις κορυφαίες διοικητικές θέσεις βρίσκονται γυναίκες. «Οι εταιρείες μάλιστα που λειτουργούν με γνώμονα την ισότητα των φύλων στην εργασία αναφέρουν ότι έχουν οφέλη σε επίπεδο δημιουργικότητας, καινοτομίας και φήμης. (ICAP, 2019) (Grant Thornton, 2019). ("She Figures, 2017)

Οι γυναίκες είναι καλοί ηγέτες. Σε μία μελέτη 360° με συμμετέχοντες πάνω από 7000 στελέχη-, οι γυναίκες ξεπέρασαν σε σκορ τους άνδρες σε 12 από τα 16 βασικά ηγετικά χαρακτηριστικά. Όσο πιο ιεραρχικά υψηλός ο ρόλος, τόσο μεγαλύτερο το άνοιγμα της ψαλίδας. Ξεπέρασαν τους άνδρες στην Ανάληψη πρωτοβουλιών, την Προσωπική ανάπτυξη, την Επίδειξη ακεραιότητας και ειλικρίνειας, το Πάθος για παραγωγή αποτελεσμάτων, την Ανάπτυξη τρίτων, την Έμπνευση και παρακίνηση τρίτων, την Οικοδόμηση σχέσεων και στις Ικανότητες συνεργασίας και ομαδικότητας, καθώς επίσης στην Μάχη υπέρ της αλλαγής και της Επίλυσης και ανάλυσης προβλημάτων δημιουργώντας μια Δυναμική επικοινωνία. (<https://www.positivity.gr/>)

3.4 Εμπόδια και φόβοι των γυναικών

Οι οικογενειακές υποχρεώσεις αποτελούν ένα από τα εμπόδια για την ανέλιξη των γυναικών σε ποσοστό 60(%). Το 42% των γυναικών επιχειρηματιών ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 45-54 ετών και το 37% στην ηλικιακή ομάδα 35-44 ετών. Οι Γυναίκες επιχειρηματίες αποφασίζουν να ιδρύσουν δική τους επιχείρηση σε μεγαλύτερες ηλικίες λόγω των οικογενειακών τους υποχρεώσεων (ανατροφή των παιδιών, φροντίδα στο σπίτι κ.λπ.). Όταν τα παιδιά τους είναι αρκετά μεγάλα για να φροντίσουν τον εαυτό τους χωρίς τη συνεχή παρουσία της μητέρας τους και όλα τα μέλη της οικογένειας είναι σε θέση να ασχοληθούν με τα οικιακά ζητήματα, είναι η κατάλληλη στιγμή για τις γυναίκες που επιθυμούν, να ξεκινήσουν την επιχειρηματικότητα(sege). Τα κοινωνικά στερεότυπα αντιμετωπίζουν τη γυναίκα επιχειρηματία με δυσπιστία και καχυποψία, αντιμετωπίζουν τη δυναμική γυναίκα

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

ως αδίστακτη, τη συναισθηματική γυναίκα ως υπέρμετρα ευαίσθητη, την φιλόδοξη γυναίκα ως σκληρή και την φροντίδα της οικογένειας ως αδιαφορία για την καριέρα. (<https://www.epixeiro.gr>). Υψηλό είναι και το ποσοστό των γυναικών που θεωρεί ότι η εταιρική κουλτούρα αποτέλεσε εμπόδιο στην επαγγελματική τους πορεία (50%), ενώ το 42% δηλώνει πως δεν είχε την υποστήριξη από συναδέλφους. Οι δε προκαταλήψεις λόγω φύλου αποτέλεσε ανασταλτικό παράγοντα και επέδρασε αρνητικά στην καριέρα του (42%). Πολλοί επίσης εργοδότες πιστεύουν ακόμη ότι οι γυναίκες δεν μπορούν να αφιερώσουν στην εργασία τους το χρόνο και την ενέργεια που απαιτείται στον ίδιο βαθμό με τους άνδρες, εξαιτίας των οικογενειακών τους υποχρεώσεων. Ακόμη και στις μέρες μας λοιπόν δεν παρέχονται στις γυναίκες οι ίδιες ευκαιρίες με τους άνδρες.

Οι φόβοι και ανησυχίες που απασχολούν την επαγγελματική καθημερινότητα των γυναικών επιχειρηματιών/ανωτάτων στελεχών σχετίζονται κυρίως με εξωγενείς παράγοντες. Η υπερβολική γραφειοκρατία (92%), το περίπλοκο φορολογικό σύστημα (92,1%) αλλά και η ασάφεια (90,7%) στις κυβερνητικές πολιτικές που αφορούν στις επιχειρήσεις, αποτελούν τα κυριότερα προβλήματα επιχειρηματικότητας που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες επιχειρηματίες/ανώτατα στελέχη στην Ελλάδα. Οι μεταβολές του οικονομικού περιβάλλοντος απασχολεί το (74%) αλλά και το φαινόμενο της υπερφορολόγησης το (52%). Η βελτίωση των αποτελεσμάτων της επιχείρησης/διεύθυνσης είναι στόχος που απασχολεί το (48%) των γυναικών. Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι μόλις το 6% των γυναικών του δείγματος ανησυχούν για την απώλεια της θέσης τους και την υποβάθμιση του ρόλου που κατέχουν ή για τη διεύρυνση των ωρών εργασίας. Αν εξαλειφθούν ή περιοριστούν τα προβλήματα αυτά η γυναικεία επιχειρηματικότητα θα ενισχυθεί. Επίσης, θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι οι εταιρείες που διοικούνται από γυναίκες, εμφανίζουν καλύτερες επιδόσεις συγκριτικά με το σύνολο των επιχειρήσεων, γεγονός που αποδεικνύει τις δυνατότητες των Γυναικών. Η Πολιτεία λοιπόν αλλά και οι επιχειρήσεις πρέπει να επενδύσουν και να αξιοποιήσουν ακόμη περισσότερο τη γυναικεία επιχειρηματικότητα, η οποία μπορεί να αποτελέσει την κινητήρια δύναμη για την περαιτέρω ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας. (Φώκιαλη,2015) (ICAP,2019) (GrantThornton,2020) (IOBE,2018) (<https://www.epixeiro.gr>) (Παντελαίου, 2019).

3.4.1 Περιορισμοί που επηρεάζουν την είσοδο των γυναικών στην επιχειρηματικότητα ή / και την ανάπτυξη των επιχειρήσεων τους στη χώρα μας.

Μερικές από τις κύριες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες επιχειρηματίες κατά την ίδρυση και τη λειτουργία μιας επιχείρησης είναι η πρόσβαση στη χρηματοδότηση, η πρόσβαση σε πληροφορίες και κατάρτιση, καθώς επίσης και η πρόσβαση στα δίκτυα για επιχειρηματικούς σκοπούς. Η συμφωνία επιχειρήσεων και οικογενειακών ανησυχιών αποτελεί στόχο των γυναικών που βρίσκονται στην ιεραρχία μιας επιχείρησης, που μαζί με την έλλειψη πρόσβασης σε ευκαιρίες εργασιακής ανάπτυξης αποτελούν σημαντικά εμπόδια στην ανέλιξη των γυναικών στην ιεραρχία. Ειδικότερα, πρόκειται για τον παράγοντα με τη μεγαλύτερη ανισοροπία μεταξύ των δύο φύλων. Οι περιορισμένες ευκαιρίες δικτύωσης και οι οικογενειακές ευθύνες εκτός εργασίας είναι τα πιο πιθανά εμπόδια που πρέπει να ξεπεράσουν στην πορεία τους οι γυναίκες προς την ανάληψη διευθυντικών ρόλων. (Grant Thornton, 2019)(women-in-business-2019) (SEGE)

(<https://www.epixeiro.gr>).

Η χρηματοδότηση και οι πηγές της αποτελεί ένα ακόμα από τα μεγαλύτερα αγκάθια στην έναρξη μιας επιχείρησης από μια γυναίκα ή για ένα ανώτατο στέλεχος. Η Ευρωπαϊκή Ένωση, σε μια προσπάθεια άμβλυνσης των διαφορών, δεν διαχωρίζει πλέον τη γυναικεία από την αντρική επιχειρηματικότητα και δεν έχει «γυναικεία» προγράμματα χρηματοδότησης. Οι κύριες πηγές χρηματοδότησης μιας γυναικείας επιχείρησης δεν είναι τα ευρωπαϊκά προγράμματα αλλά ούτε οι τράπεζες. Οι γυναίκες αναζητούν οικονομική ενίσχυση από το οικείο, στενά οικογενειακό περιβάλλον τους σε ποσοστό 54%, με τους λόγους όμως να μην είναι τόσο προφανείς. Οι γυναίκες διστάζουν να απευθυνθούν σε μια τράπεζα ή σε VCs λόγω έλλειψης αυτοπεποίθησης, λόγω έλλειψης διοικητικών γνώσεων ή λόγω ενστερνισμού των προαναφερθέντων στερεοτύπων. Ακόμα, η αποφυγή ρίσκου, το κακό marketing⁹ που οφείλεται στην έμφυτη αδυναμία να κάνουν networking¹⁰ αλλά και τα κοινωνικά στεγανά είναι τα κυριότερα εμπόδια στην ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας. (<https://www.epixeiro.gr/article/95529>)

Πολλοί ειδικοί σημειώνουν ότι οι περιορισμοί είναι ίδιοι τόσο για τις γυναίκες όσο και για τους άνδρες, η έλλειψη οικονομικών και πληροφοριών σχετικά με τις πηγές χρηματοδότησης και η έλλειψη κυβερνητικής στήριξης προς την επιχειρηματικότητα. Ωστόσο, οι περισσότεροι εμπειρογνώμονες συμφωνούν ότι οι γυναίκες αντιμετωπίζουν επιπλέον εμπόδια, όπως η έλλειψη εμπιστοσύνης λόγω των οικογενειακών στερεοτύπων και της παράδοσης και, ειδικότερα, της διάκρισης έναντι των γυναικών-μητέρων και των δυνητικών μητέρων. (IOBE, 2018)

3.4.2 Πρόσβαση στη Χρηματοδότηση

Επειδή η χρηματοδότηση είναι ένα σημαντικό μέσο για την ανάπτυξη ευκαιριών, η αντιμετώπιση των ιδιαίτερων αναγκών των γυναικών επιχειρηματιών όσον αφορά την πρόσβαση στη χρηματοδότηση πρέπει να αποτελεί μέρος της αναπτυξιακής διαδικασίας. Σε ολόκληρη τη χώρα, οι γυναίκες επιχειρηματίες έχουν χαμηλότερη πρόσβαση στη χρηματοδότηση από ό,τι οι άνδρες επιχειρηματίες. Αυτό είναι ιδιαίτερα προβληματικό για τις γυναίκες επιχειρηματίες που θέλουν να αναπτύξουν τις επιχειρήσεις τους. Δεν είναι μόνο οι έρευνες που δείχνουν ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες είναι λιγότερο πιθανό να έχουν πάρει δάνειο, αλλά οι όροι δανεισμού δεν είναι το ίδιο ευνοϊκοί για τις γυναίκες όσο για τους άνδρες επιχειρηματίες. Πολλές μελέτες δείχνουν ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες είναι πιθανότερο να αντιμετωπίσουν υψηλότερα επιτόκια. Θα πρέπει να εξασφαλίσουν μεγαλύτερο μερίδιο του δανείου (βραχυπρόθεσμα δάνεια).

Η πρόσβαση στη χρηματοδότηση των γυναικών περιορίζεται από χρηματοοικονομικούς και μη χρηματοοικονομικούς φραγμούς όπως η δυσπιστία για την αξιοπιστία των γυναικών, η οποία έχει σαν αποτέλεσμα οι γυναίκες να αντιμετωπίζουν έλλειψη οικονομικού κεφαλαίου. Οι εγγυήσεις που απαιτούνται για

⁹ Marketing είναι μία διαδικασία *management* μέσω της οποίας τα αγαθά και οι υπηρεσίες προωθούνται προς τον πελάτη.

¹⁰ Networking: η ανταλλαγή πληροφοριών ή υπηρεσιών μεταξύ ατόμων, ομάδων ή ιδρυμάτων *συγκεκριμένα* : η καλλιέργεια παραγωγικών σχέσεων για απασχόληση ή επιχείρηση

το δανεισμό των χρημάτων είναι μεγαλύτερες από τις οικονομικές δυνατότητες των γυναικών, με αποτέλεσμα οι γυναίκες να οδηγούνται σε μικρότερες επιχειρήσεις και σε βραδύτερη ανάπτυξη, με υψηλότερο ποσοστό αποτυχίας και χαμηλότερη απόδοση κερδών από τις ανδρικές επιχειρήσεις. Η έλλειψη πρόσβασης σε παραγωγικούς παράγοντες και η χαμηλή χρήση ανεπίσημων χρηματοπιστωτικών δικτύων από τις γυναίκες μπορεί να οδηγήσει σε αρνητική αξιολόγηση για το επιχειρηματικό προφίλ των γυναικών. Προφίλ το οποίο έχει να κάνει με τις συνθήκες στο ευρύτερο επιχειρηματικό περιβάλλον που μπορεί να επηρεάσουν διαφορετικά τις επιχειρήσεις των γυναικών και των ανδρών (π.χ. το νομικό και ρυθμιστικό περιβάλλον ή την ποιότητα της διαθέσιμης υποδομής), τα προσωπικά χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών (π.χ. διαφορές στην εκπαίδευση ή στη διοίκηση), καθώς επίσης τις αυξημένες οικογενειακές υποχρεώσεις, οι οποίες περιορίζουν τη δυνατότητα για συνεχή δικτύωση, ενημέρωση/κατάρτιση και γενικά για δραστηριότητες που μπορούν να βοηθήσουν στην ανάπτυξη και βελτίωση της επιχείρησης. Ενδεικτικά, σύμφωνα με στοιχεία της Eurostat, το 2016 οι ευθύνες φροντίδας παιδιών και ενηλίκων στέρησαν την είσοδο στην αγορά εργασίας στην Ευρωπαϊκή Ένωση σε ποσοστό 30,7% για τις γυναίκες (αύξηση 3,2 μονάδων από το 2011) και μόλις 4,3% για τους άνδρες (αύξηση 0,9 μονάδας από το 2011) της ηλικιακής ομάδας 20-64 ετών. Τα αντίστοιχα ποσοστά για την Ελλάδα είναι 25,5% για τις γυναίκες και 1,6% για τους άνδρες. (El.wikibooks.org)(Grant Thornton, 2019) (women-in-business-2019)(SEGE)(IOBE, 2018).

3.4.3 Πρόσβαση σε επιχειρηματικά κεφάλαια στην Ελλάδα

Η πρόσβαση σε επιχειρηματικά κεφάλαια στην Ελλάδα παραμένει πολύ δύσκολη. Σε όλους τους συναφείς δείκτες, συμπεριλαμβανομένων των νέων για τη χρηματοδότηση επιχειρηματικών αγγέλων και τη χρηματοδότηση ιδίων κεφαλαίων για νέες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις, η χώρα κατατάσσεται πολύ κάτω από τον μέσο όρο της ΕΕ. Συνοπτικά, η πρόσβαση στη χρηματοδότηση, ιδίως για τις γυναίκες, παραμένει ένα από τα σημαντικότερα ζητήματα για τις ελληνικές επιχειρήσεις, ιδίως υπό το πρίσμα της επιβολής περιορισμών μεταφοράς κεφαλαίου το 2015. Εξακολουθεί να μην υπάρχει ενιαία υπηρεσία χρηματοδότησης. Υπάρχει επείγουσα ανάγκη για βελτιωμένη πρόσβαση σε κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου, ιδίως με τη μορφή χρηματοδότησης επιχειρηματικών κεφαλαίων και επιχειρηματικών αγγέλων. Ο σχεδιασμός και η εφαρμογή μέτρων που θα βελτιώσουν τη διαθεσιμότητα αυτών των μορφών χρηματοδότησης θεωρούνται τομείς περαιτέρω βελτίωσης. Τέλος, τα μέτρα που θα ενθαρρύνουν τις επενδύσεις και θα διευκολύνουν τη μετατροπή των χρεών σε ίδια κεφάλαια θεωρούνται επίσης σημαντικά.

3.5 Τρόποι -Πηγές χρηματοδότησης

3.5.1 «Ατυποι επενδυτές» (informal investors).

Σύμφωνα με την Παγκόσμια Τράπεζα, το 70% των γυναικών επιχειρηματιών μικρομεσαίων επιχειρήσεων στις αναπτυσσόμενες χώρες δεν μπορούν να λάβουν οικονομική στήριξη από τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, με αποτέλεσμα οι επιχειρήσεις τους να παρουσιάζουν συνολικό οικονομικό έλλειμμα της τάξης των

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

300 δις το έτος. Μία άλλη κατηγορία του πληθυσμού που σχετίζεται με την επιχειρηματικότητα είναι οι λεγόμενοι «άτυποι επενδυτές» (informal investors). Πρόκειται για άτομα που υποκαθιστούν επίσημους χρηματοδοτικούς μηχανισμούς. Ο ρόλος της στενής οικογένειας είναι καθοριστικός στην Ελλάδα και οριοθετεί τη σχέση άτυπου επενδυτή και αποδέκτη της χρηματοδότησης το 69,0% αφορούν άτομα του στενότερου οικογενειακού κύκλου και ακόμα ένα 15,5% σχέσεις του ευρύτερου οικογενειακού κύκλου. Έτσι συνολικά ένα συντριπτικό 85% των «άτυπων επενδυτών» είναι απλώς μέλη του στενότερου ή ευρύτερου οικογενειακού κύκλου, που ίσως και υπό την ψυχολογική πίεση της υψηλής ανεργίας αποφασίζουν να χρηματοδοτήσουν ένα εγχείρημα που ξεκινά κάποιο μέλος της στενής οικογένειας. Σύμφωνα με στοιχεία του IOBE, οι «άτυποι επενδυτές» στην Ελλάδα είναι γυναίκες, σε ποσοστό υπερδιπλάσιο από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο (55,5% έναντι 26,8%). (SEGE) (IOBE, 2018)) (Grant Thornton, 2019)

3.5.2 Επενδυτές επιχειρηματικού αγγέλου

Οι επενδυτές του αγγέλου είναι χρηματοδότηση ιδίων κεφαλαίων. Ένας επενδυτής αγγέλου είναι ένα άτομο υψηλής αξίας που χρησιμοποιεί την προσωπική του διαθέσιμη χρηματοδότηση και κάνει τη δική του απόφαση για την πραγματοποίηση της επένδυσης. Οι επενδυτές Angel επενδύουν σε μικρές επιχειρήσεις ή επιχειρηματίες. Οι επενδυτές κεφαλαίων αγγέλου μπορούν να είναι μια εφάπαξ επένδυση για να βοηθήσουν την επιχείρηση να προωθήσει ή να συνεχίσει να εισφέρει χρήματα για να στηρίξει και να μεταφέρει την εταιρεία μέσα από τα δύσκολα πρώιμα στάδια της. Οι επενδυτές αγγέλου επιδιώκουν να έχουν απόδοση της επένδυσής τους για μια περίοδο 3-8 ετών. Κατά συνέπεια, εξετάζουν αν η επιχείρησή σας μπορεί να ικανοποιήσει ορισμένα κριτήρια από την αρχή. Ο πραγματικός εσωτερικός ρυθμός απόδοσης για ένα επιτυχημένο χαρτοφυλάκιο για επενδυτές αγγέλου κυμαίνεται από 20% έως 30%. Οι επενδυτικές πηγές χρηματοδότησης όπως οι τράπεζες δεν είναι συνήθως διαθέσιμες για τέτοιες επιχειρηματικές δραστηριότητες. Αυτό κάνει τις επενδύσεις αγγέλου τέλειες για επιχειρηματίες που εξακολουθούν να αγωνίζονται οικονομικά κατά τη διάρκεια της φάσης εκκίνησης της επιχείρησής τους. Οι επιχειρηματικοί άγγελοι έχουν τους ίδιους σκοπούς και τα ίδια χαρακτηριστικά σε όλες τις χώρες επειδή αναπτύχθηκαν στην εποχή της παγκοσμιοποίησης και της τεχνολογίας και έτσι τα ερεθίσματα ήταν κοινά σε όλους.

Η βασική διαφορά των επιχειρηματικών αγγέλων στην Ελλάδα δεν είναι στις επενδύσεις που πραγματοποιούν, αλλά στο περιβάλλον όπου λειτουργούν. Το επιχειρηματικό περιβάλλον στην Ελλάδα δεν είναι διατεθειμένο να δεχτεί επιχειρηματικούς αγγέλους. Οι επενδυτές αγγέλου στην Ελλάδα αντιμετωπίζονται με καχυποψία. Επιπλέον, υπάρχει έλλειψη κατάλληλων πληροφοριών σχετικά με τους επιχειρηματικούς αγγέλους. Οι περισσότεροι επιχειρηματίες, καθώς και νέοι άνθρωποι με επιχειρηματικές ιδέες, δεν γνωρίζουν καν την ύπαρξή τους. Επιπλέον, το φορολογικό σύστημα δεν ευνοεί τις επενδύσεις αυτές.

3.6 Δράσεις τόνωσης της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην ΕΛΛΑΔΑ

Το ΕΕΔΕΓΕ(Εθνικό Επιμελητηριακό Δίκτυο Ελληνίδων Γυναικών Επιχειρηματιών) συνεργάζεται με φορείς έχοντας ως σκοπό την αποτύπωση της παρουσίας των γυναικών στον εργασιακό χώρο, των εμποδίων και των προκλήσεων που αντιμετωπίζουν. Οργανώνεται επίσης ομάδα εργασίας με τη σύμπραξη άλλων φορέων γυναικείας επιχειρηματικότητας για τη δημιουργία πολιτικών. Σκοπός είναι να τονιστεί σε κάθε ευκαιρία ότι η γυναικεία επιχειρηματικότητα πρέπει να βρεθεί στο επίκεντρο μιας εθνικής στρατηγικής για την ανάπτυξη. Πρέπει λοιπόν η Πολιτεία να δώσει κίνητρα για να αυξηθεί το ποσοστό του γυναικείου πληθυσμού που δραστηριοποιείται επιχειρηματικά. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί εάν ακολουθήσουμε επιτυχημένα παραδείγματα άλλων χωρών. Η Αυστραλία, για παράδειγμα, κατάφερε να αυξήσει το ποσοστό των εισηγμένων στο χρηματιστήριο εταιρειών που διοικούνται από γυναίκες στο 30% το 2018, από 19,4% το 2015. Είναι η πρώτη χώρα στον κόσμο που καταφέρνει κάτι τέτοιο και μάλιστα χωρίς θεσμική παρέμβαση, χωρίς δηλαδή να υπάρχει κάποιος νόμος που να υποχρεώνει τις εταιρείες να υιοθετήσουν το μέτρο της ποσόστωσης. Η Νορβηγία ήταν η πρώτη χώρα που εφάρμοσε το μέτρο της υποχρεωτικής ποσόστωσης 40% πριν από δέκα χρόνια, ενώ έχει αναλάβει σημαντικές πρωτοβουλίες ήδη από το 2003. Στο Βέλγιο, στην Ιταλία και στη Γαλλία έχει θεσπιστεί το μέτρο της ποσόστωσης και οι επιχειρήσεις που δεν συμμορφώνονται απειλούνται με πρόστιμα. Εξαλείφοντας την ανισότητα στην εργασία, οι χώρες αυτές διαθέτουν πιο κερδοφόρες επιχειρήσεις. Όπως προκύπτει από πρόσφατη έρευνα της Διεθνούς Οργάνωσης Εργασίας (ILO) του ΟΗΕ, σε 13.000 επιχειρήσεις από 70 χώρες, τα εταιρικά κέρδη αυξάνονται έως και 20% όταν στις κορυφαίες διοικητικές θέσεις βρίσκονται γυναίκες. Οι εταιρείες μάλιστα που λειτουργούν με γνώμονα την ισότητα των φύλων στην εργασία αναφέρουν ότι έχουν οφέλη σε επίπεδο δημιουργικότητας, καινοτομίας και φήμης. (<https://www.makthes.gr>) (SEGE) (women-in-business-2019)

«Χάρτα Διαφορετικότητας»

Ιδρύθηκε στην Ελλάδα το 2018 και αποτελεί πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την προώθηση της διαφορετικότητας στις ελληνικές επιχειρήσεις. Στόχος της είναι να λειτουργήσει ως μέσο δέσμευσης για την εφαρμογή της ισότητας και της διαφορετικότητας σε κάθε εργασιακό περιβάλλον στην Ελλάδα. Βασικός σκοπός της Χάρτας Διαφορετικότητας είναι η δημιουργία ενός καλύτερου εργασιακού περιβάλλοντος για όλους. Στη χώρα μας υπάρχουν σημαντικά περιθώρια βελτίωσης όσον αφορά την ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και την είσοδο των γυναικών σε υψηλές διοικητικές θέσεις. Η σύμπλευση της Ελλάδας με την πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής -έστω και καθυστερημένα αφού είμαστε η 23η χώρα που υπογράφει τη Χάρτα Διαφορετικότητας για επιχειρήσεις και οργανισμούς- είναι εξαιρετικά κρίσιμη.

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η Κομισιόν¹¹ υποστηρίζει το μέτρο της ποσόστωσης φύλου βάσει της οποίας το 40% των μη εκτελεστικών διευθυντών μιας επιχείρησης πρέπει να είναι γυναίκες. Με το μέτρο της ποσόστωσης αναγκάζουμε τις επιχειρήσεις όχι να προσλάβουν γυναίκες που δεν διαθέτουν τα απαραίτητα προσόντα, αλλά να επανεξετάσουν τις στρατηγικές προσλήψεων και να δουν αν λειτουργούν με προκαταλήψεις. Επίσης μακροπρόθεσμα ο ρόλος των γυναικών θα ενισχυθεί αν τα μέτρα και οι νόμοι που εφαρμόζονται προωθούν συνολικά τη διαφορετικότητα, αντί να εστιάζουν αποκλειστικά στη σύνθεση των διοικητικών συμβουλίων βάσει φύλου. Παράλληλα, θα πρέπει η Πολιτεία να αναλάβει πρωτοβουλίες για την υιοθέτηση κοινών συστημάτων αξιολόγησης και την παροχή αμοιβών χωρίς διακρίσεις. (Grant Thornton, 2019) <https://www.makthes.gr>

3.6.1 Προτάσεις τόνωσης της γυναικείας, επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα.

Μια σημαντική διαφοροποίηση της Ελλάδας με άλλες χώρες της Ευρώπης, όπως το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γαλλία, η Γερμανία και η Ισπανία (πρωτότυπα χωρών), είναι το είδος των επιχειρήσεων που οι επιχειρηματικοί άγγελοι είναι πρόθυμοι να χρηματοδοτήσουν και η ποικιλομορφία των σχεδίων. Επιπλέον, πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση σε στρατηγικούς τομείς όπως ο τουρισμός, το εμπόριο, η γεωργία και η τεχνολογική καινοτομία η οποία αποτελεί βασικό κριτήριο χρηματοδότησης. Η Ελλάδα έχει ήδη αρχίσει να εξετάζει τα ευρωπαϊκά μοντέλα ομαδοποίησης, αλλά προσπαθεί επίσης να επεκτείνει τις δραστηριότητές της σε στρατηγικούς τομείς όπου ορισμένοι από αυτούς είναι οι σημαντικότεροι τομείς για την οικονομία της χώρας.

Για την τόνωση της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα θα πρέπει να δημιουργηθεί ένα φιλικό και ευέλικτο επιχειρηματικό περιβάλλον με ενθάρρυνση της γυναικείας επιχειρηματικότητας και απλούστευση των σχετικών διαδικασιών. Να ενισχυθεί η συμμετοχή των γυναικών στον τομέα της έρευνας και καινοτομίας. Να γίνουν απλούστερες οι διαδικασίες σύστασης και λειτουργίας των επιχειρήσεων. Να αρθούν εμπόδια (θεσμικά, διοικητικά, χρηματοδότησης κ.α.) τα οποία δυσχεραίνουν την επιχειρηματική δραστηριότητα. Η στήριξη των υφιστάμενων γυναικείων επιχειρήσεων να γίνει με την εισαγωγή νέων τεχνολογιών, υιοθέτηση καινοτομιών, προώθηση της εξωστρέφειας και δικτύωση με συμβουλευτικές υπηρεσίες. Να ενισχυθούν οι γυναικείες πρωτοβουλίες σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο στους κλάδους του τουρισμού και της παραγωγής πολιτιστικών αγαθών και υπηρεσιών και να γίνει χρήση διαφημιστικής εκστρατείας για την γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα. Οι σημερινές συνθήκες αποτελούν τροχοπέδη για την υλοποίηση όλων των παραπάνω προτάσεων. Όμως, όπως έλεγε και ο Περικλής «οι άριστοι των ανθρώπων αναδεικνύονται από τα έργα τους» και οι Ελληνίδες διαθέτουν φαντασία και ρεαλιστικές επιδιώξεις, δημιουργικότητα και δυναμισμό προκειμένου να γίνουν επιτυχημένες

¹¹ Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (αγγλικά: *European Commission*, γαλλικά: *Commission européenne*, αναφέρεται συχνά ως Κομισιόν) είναι θεσμικό όργανο της [Ευρωπαϊκής Ένωσης](#), με απώτερο σκοπό την προστασία των κοινοτικών συμφερόντων των κρατών μελών της Ένωσης. Ιδρύθηκε το [1951](#)

επιχειρηματίες και να κατακτήσουν μία από τις πρώτες θέσεις επιτυχίας στις διεθνείς συγκρίσεις. (<https://www.career.tuc.gr>)([El.wikibooks.org](http://el.wikibooks.org))

3.7 Ενώσεις και προγράμματα που προωθούν την Γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.

1. (SEVPDE)

Η Ομοσπονδία Επιχειρήσεων και Βιομηχανιών της Πελοποννήσου και της Δυτικής Ελλάδας (SEVPDE), σε συνεργασία με άλλες Εταίρους-Συνεργάτες (εντός και εκτός Ελλάδας), καταβάλλουν μεγάλες προσπάθειες για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και την ταυτόχρονη διάδοση των γυναικών Επιχειρηματικών Αγγέλων. Η προσπάθεια αυτή είναι σε συνεργασία με την Ελληνική Ένωση Γυναικών Επιχειρηματιών (Σ.Ο.Ε.Ε.) και παρόλο που η διαδικασία βρίσκεται σε πολύ πρώιμο στάδιο, οι προοπτικές ανάπτυξης είναι μεγάλες. Οι ενώσεις που υποστηρίζουν και προωθούν τη γυναικεία επιχειρηματικότητα έχουν τις γνώσεις, την τεχνογνωσία και το κατάλληλο δίκτυο για την προώθηση του θεσμού των επιχειρηματικών αγγέλων

2.(Γ.Γ.Ι.Φ)

Γενική Γραμματεία Ισότητας των Φύλων έχει συμπεριλάβει στο Εθνικό Σχέδιο Δράσης για την Ισότητα των Φύλων 2016-2020, στοχευμένες δράσεις για :

- Την προώθηση της αρχής της ισότητας στις επιχειρήσεις.
- Την ενθάρρυνση της γυναικείας επιχειρηματικότητας (γενικότερα, αλλά και ειδικότερα στην κοινωνική και αλληλέγγυα οικονομία).
- Τη βελτίωση της θέσης των γυναικών στον αγροτικό τομέα.
- Την συμφιλίωση οικογενειακής και επαγγελματικής ζωής.

3. (HeBAN)

Ένας ελληνικός μη κερδοσκοπικός οργανισμός, ο οποίος είναι ήδη ενεργός και εδραιωμένος για να αντιμετωπίσει το χάσμα στο ελληνικό οικοσύστημα και παρέχει επαρκή χρηματοδότηση και τεχνογνωσία σε καινοτόμες νεοσύστατες επιχειρήσεις στα πρώτα στάδια τους, είναι το Ελληνικό Δίκτυο Επιχειρηματικών Αγγέλων (**HeBAN**). Το HeBAN είναι το Εθνικό Μέλος του EBAN (Ευρωπαϊκή Εμπορική Ένωση Επιχειρηματικών Αγγέλων, Χρηματοστηριακών Αμοιβαίων Κεφαλαίων και άλλων αγορών πρώιμης φάσης) και του Εθνικού Ομίλου GBAN (Global Business Angels Network). Η HeBAN δημιουργήθηκε για να αντιμετωπίσει το χάσμα στο ελληνικό οικοσύστημα, παρέχοντας επαρκή χρηματοδότηση και τεχνογνωσία σε καινοτόμες νεοσύστατες επιχειρήσεις στα αρχικά στάδια. Το Ελληνικό Δίκτυο Επιχειρηματικών Αγγέλων προέβλεψε τη δημιουργία μιας εθνικής πλατφόρμας για τη συμμετοχή και τη συνεργασία των ενδιαφερομένων μερών.

4. Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Γυναικών Ελλάδος

Ο Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Γυναικών Ελλάδος (ΣΕΓΕ) είναι ένας μη κυβερνητικός και μη κερδοσκοπικός οργανισμός για γυναίκες που ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα. Είναι μέλος της Επιτροπής Εμπορίου & Ανάπτυξης του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου (ΠΟΕ), του Συνδέσμου Βιομηχανιών Βορείου Ελλάδος (ΣΒΒΕ), του Συνδέσμου Γυναικών Επιχειρηματιών της

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Μεσογείου (FAEME), ενώ αρκετά μέλη του συμμετέχουν στις διοικήσεις Επιμελητηρίων. Συνεργάζεται με υπουργεία, κοινωνικούς φορείς, επαγγελματικές και μη κυβερνητικές οργανώσεις σε τοπικό και ευρωπαϊκό επίπεδο για την προώθηση των συμφερόντων των γυναικών που ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα. Ο ΣΕΓΕ παρέχει στις γυναίκες επιχειρηματίες της Ελλάδας το περιβάλλον για να αναπτύξουν τις επιχειρήσεις τους, προάγει τη νεανική επιχειρηματικότητα, βελτιώνει την αναγνωρισιμότητα των επιτευγμάτων τους στις επιχειρήσεις τους και προωθεί την ανάπτυξη των γυναικείων επιχειρήσεων μέσα από την έρευνα και τη πληροφόρηση. Ο ΣΕΓΕ προάγει τη δεοντολογία και την ηθική στην άσκηση της επαγγελματικής δραστηριότητας των γυναικών, ενώ συγχρόνως αναλαμβάνει πρωτοβουλίες που αποδεικνύουν τη συναίσθηση της κοινωνικής του ευθύνης. Ο ΣΕΓΕ δημιουργήθηκε με στόχο τη δικτύωση όλων των γυναικών επιχειρηματιών. Τη συλλογική αντιμετώπιση των δυσκολιών και εμποδίων που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες-επιχειρηματίες σήμερα, τις εμπορικές συνεργασίες και τη δικτύωση με ανάλογους φορείς των κρατών-μελών της Ε.Ε., έτσι ώστε να έχουν μια σφαιρική προσέγγιση στα προβλήματα που αντιμετωπίζουν και ακόμη, για να είναι περισσότερο οργανωμένες και να αντεπεξέρχονται στον ανταγωνισμό και στις ανάγκες του επαγγελματικού και κοινωνικού εκσυγχρονισμού.

5. Σύνδεσμος Επιχειρηματιών Γυναικών της Μεσογείου (ΑFAEMME)

Σκοπός του ΑFAEMME είναι να συνδέσει τις Ενώσεις και τους Συνδέσμους των γυναικών επιχειρηματιών και στελεχών των μεσογειακών χωρών και να τις εκπροσωπήσει στην προσπάθειά τους να προωθήσουν και να συντονίσουν τις δραστηριότητές τους με κοινό σκοπό σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

6. Portal ενημέρωσης για τη γυναίκα επιχειρηματία

Το **business woman.gr** είναι το πρώτο ελληνικό ηλεκτρονικό περιοδικό για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα με στόχο την άμεση ενημέρωση και αξιόπιστη πληροφόρηση όλων των ενδιαφερομένων επαγγελματιών, στελεχών και επιχειρηματιών γυναικών. Δημιουργήθηκε από μια ομάδα γυναικών επιχειρηματιών, με στόχο την εξοικείωση της σύγχρονης γυναίκας επιχειρηματία με τη συνεχώς εξελισσόμενη τεχνολογία. Πρόθεσή του είναι να φέρει σε επαφή τις επιχειρηματίες με καταξιωμένους επιστήμονες και ειδικούς στο χώρο των επιχειρήσεων και παράλληλα, να τις ενημερώσουν υπεύθυνα και λεπτομερειακά για προγράμματα, υπηρεσίες και πηγές που θα δώσουν τη δυνατότητα να εξοικονομήσουν χρόνο και χρήμα. Το **businesswoman.gr** είναι ένα εργαλείο επικοινωνίας μέσω του οποίου συζητούνται θέματα κοινού ενδιαφέροντος και ανταλλάσσονται απόψεις με γυναίκες-επιχειρηματίες στην Ελλάδα και σε όλο τον κόσμο. Καλύπτει πολύπλευρα τις ανάγκες πληροφόρησης της σύγχρονης γυναίκας επιχειρηματία χωρίς να είναι εξαρτημένο από συλλόγους, ομάδες ειδικών συμφερόντων ή άλλους φορείς.

7. Portal ενημέρωσης για τη γυναίκα επιχειρηματία από την Ευρωπαϊκή Ένωση

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

8. Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας και προώθησης γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα

Το Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας (Κ.Ε.Θ.Ι.) λειτουργεί υπό την εποπτεία και χρηματοδότηση της Γενικής Γραμματείας Ισότητας του Υπουργείου Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης. Μερικοί από τους βασικούς στόχους ανάπτυξης των δραστηριοτήτων του Κ.Ε.Θ.Ι. είναι η διεξαγωγή κοινωνικής έρευνας σε θέματα ισότητας των φύλων, η τεκμηρίωση και παροχή πληροφόρησης στην απασχόληση, επιχειρηματικότητα και κοινωνική ένταξη, η υποστήριξη γυναικών για την προώθηση στην αγορά εργασίας, κ.ά. Γενικότερα στο Κ.Ε.Θ.Ι. λειτουργούν Κέντρα Πληροφόρησης και Συμβουλευτικής Γυναικών για την απασχόληση, την επιχειρηματικότητα και την κοινωνική ένταξη στην Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Πάτρα, Ηράκλειο και Βόλο.

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

Το Εθνικό Επιμελητηριακό Δίκτυο Ελληνίδων Γυναικών Επιχειρηματιών είναι ένα κίνημα γυναικών επαγγελματιών που ξεκίνησε πριν δύο χρόνια στις Βρυξέλλες και απλώνεται σε ολόκληρη την Ευρώπη με στόχο την ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και την υλοποίηση των αποφάσεων της Λισαβόνας. Το Δίκτυο τίθεται στη διάθεση των γυναικών επιχειρηματιών, μελών των Ελληνικών Επιμελητηρίων, καθώς και εκείνων που θέλουν να ενταχθούν στην παραγωγή και κηρύσσει τον πόλεμο κατά της γυναικείας ανεργίας, της απαξίωσης και της ένταξης των γυναικών στις εφεδρείες των παραγωγικών τάξεων. Στόχοι του Δικτύου 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, και η συμμετοχή των γυναικών στις παραγωγικές μονάδες και στα κέντρα λήψης αποφάσεων.

3.7.1 Προγράμματα γυναικείας επιχειρηματικότητας

Τα προγράμματα "Ενίσχυσης Γυναικείας Επιχειρηματικότητας" αποσκοπούν στην ανάπτυξη, υποστήριξη και προώθηση της επιχειρηματικότητας των γυναικών που επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά, αξιοποιώντας τις γνώσεις, την κατάρτιση και τα ταλέντα τους. Στα πλαίσια αυτού του ενδιαφέροντος εντάσσονται τα παρακάτω προγράμματα και κοινοτικές πρωτοβουλίες.

1. Πρόγραμμα "Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας"

Το έργο "Ενίσχυσης Γυναικείας Επιχειρηματικότητας" αποσκοπεί στην ανάπτυξη, υποστήριξη και προώθηση της Επιχειρηματικότητας στις γυναίκες μέσω χρηματοδοτικών ενισχύσεων για τη δημιουργία νέων και βιώσιμων μικρομεσαίων επιχειρήσεων στους τομείς της μεταποίησης και των υπηρεσιών με έμφαση στην περιφερειακή ανάπτυξη και τοπική οικονομία. Εντάσσεται στο Μέτρο του Επιχειρηματικού Προγράμματος "Ανταγωνιστικότητα" του Υπουργείου Ανάπτυξης.

2. Πρόγραμμα "Επιχορήγηση για την παροχή Ολοκληρωμένων Παρεμβάσεων υπέρ των γυναικών"

Το έργο "Επιχορήγηση για την παροχή Ολοκληρωμένων Παρεμβάσεων υπέρ των γυναικών", εντάσσεται στο Μέτρο του Επιχειρησιακού Προγράμματος "Απασχόληση & Επαγγελματική Κατάρτιση" του Υπουργείου Απασχόλησης και Κοινωνικής Προστασίας στο πλαίσιο του Γ' ΚΠΣ. Από το πρόγραμμα αυτό, όπου τελικός δικαιούχος είναι η Γενική Γραμματεία Ισότητας (ΓΓΙ) και Επιστημονικός Σύμβουλος το Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας (Κ.Ε.Θ.Ι.), αναμένεται να ωφεληθούν συνολικά πάνω από 9.000 γυναίκες σε ολόκληρη τη χώρα κατά το χρονικό διάστημα 2004-2006.

3. Κοινοτική Πρωτοβουλία EQUAL

Στη Κοινοτική Πρωτοβουλία EQUAL εντάσσεται το επιχειρησιακό πρόγραμμα "Γυναικεία Επιχειρηματικότητα και Διαπεριφερειακό Σύστημα Υποστήριξης στην Κοινωνική Οικονομία – DIONI II", το οποίο συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο και το Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικών Ασφαλίσεων.

4. Κοινοτική Πρωτοβουλία LEADER+

Η Κοινοτική Πρωτοβουλία LEADER (Liaisons Entre Actions pour le Développement des Economies Rurales) αποτελεί τη σπουδαιότερη πρωτοβουλία της Κοινότητας η οποία συμβάλλει στην προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας στις λιγότερο ευνοημένες περιοχές της ελληνικής υπαίθρου (ορεινές και μειονεκτικές), όπου και εφαρμόζεται.

5. Κοινοτική Πρωτοβουλία NOW

Η Κοινοτική Πρωτοβουλία NOW "Νέες Επαγγελματικές Ευκαιρίες για τις Γυναίκες" (New Opportunities for Women) έχει διαπιστωθεί ότι αποτέλεσε ένα αποτελεσματικό εργαλείο για την επαγγελματική κατάρτιση των γυναικών. Η Πρωτοβουλία NOW παρακινεί τις γυναίκες να μετασχηματίσουν τις ικανότητές τους στη μορφή μικρών επιχειρήσεων σε ατομική ή συλλογική βάση. Έχει διευκολύνει και έχει παράσχει τη δυνατότητα σε ομάδες γυναικών να συμμετάσχουν σε μια μεγάλη κλίμακα πρωτοβουλιών και συνεργασιών.

Goldman Sachs 10,000 Women - The Women Entrepreneurs Opportunity Facility (“WEOF”)

Πρόκειται για μια παγκόσμια πρωτοβουλία που ξεκίνησε το 2008 και παρέχει στις γυναίκες επιχειρηματίες ανά τον κόσμο στήριξη για την υλοποίηση νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων, μέσω προγραμμάτων επιχειρηματικής και διοικητικής εκπαίδευσης, καθοδήγησης και δικτύωσης, αλλά και πρόσβασης σε χρηματοδοτικά κεφάλαια. Στόχος είναι η προώθηση της οικονομικής ανάπτυξης και η βιωσιμότητα των νέων επιχειρηματικών εγχειρημάτων, καθώς αναδεικνύει και το ρόλο της γυναικείας επιχειρηματικότητας στις αναπτυξιακές στρατηγικές μιας χώρας. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσω δράσεων και συνεργασιών μεταξύ φορέων πολιτικής και χρηματοδοτικών ιδρυμάτων. Μέσω της συγκεκριμένης δράσης, και σε την συνεργασία με το International Finance Corporation, μέλος της Παγκόσμιας Τράπεζας, έχουν επενδυθεί πάνω από \$1 δισεκ. σε γυναίκες επιχειρηματίες σε αναδυόμενες αγορές, ξεπερνώντας κατά πολύ τον αρχικό στόχο της χρηματοδότησης,(\$0,6 δισεκ.). Η παροχή κεφαλαίων αποτιμάται στο \$1 δισεκ. και αφορά στην υλοποίηση νέων επενδύσεων από γυναίκες εν δυνάμει επιχειρηματίες από 26 χώρες, συμπεριλαμβανομένων μερικών από τις φτωχότερες και πληγείσες από τις συγκρούσεις χώρες. Επίσης, μέσω της πρωτοβουλίας, χρηματοδοτήθηκαν μεταξύ άλλων και 10 συμβουλευτικά προγράμματα σε εννέα χώρες συνολικής αξίας \$4,3 εκατ. Η εν λόγω δράση έχει ενισχύσει μέχρι στιγμής (5/2018) 50.000 γυναίκες επιχειρηματίες με χρηματοδοτικά κεφάλαια, ενώ έχει ως στόχο να φτάσει τις 100.000 γυναίκες επιχειρηματίες σε 10 χρόνια.(<https://www.career.tuc.gr>) (El.wikibooks.org)(<https://www.isotita.imegseev.gr>).

ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Το δεύτερο μέρος της εργασίας αναφέρεται σε έρευνα για την γυναικεία επιχειρηματικότητα σε τοπικό επίπεδο. Περιλαμβάνει αποτελέσματα τα οποία εξήχθησαν βάση ερωτηματολογίων καθώς επίσης και συνέντευξη από μέλος του ΣΕΓΕ. Στην έρευνα συμμετείχαν γυναίκες που ξεκίνησαν επιχειρηματική δραστηριότητα και δημιούργησαν τη δική τους επιχείρηση ή έχουν αναλάβει οικογενειακές επιχειρήσεις. Η έρευνα διεξήχθη σε γυναίκες που έκαναν έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας (30 άτομα) και ξεκίνησαν την επιχείρησή τους αρκετά έτη πριν από τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου. Στόχος της έρευνας ήταν να διαγνωσθεί το επίπεδο επιχειρηματικού πνεύματος ,τα εμπόδια που συνάντησαν στην έναρξη της επιχειρηματικής τους διαδρομής, την επιθυμητή επαγγελματική κατάσταση και κυρίως εάν η επιχειρηματική τους κίνηση ήταν απόρροια μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας που εντόπισαν ή οδηγήθηκαν εκεί από ανάγκη. Η έρευνα διεξήχθη με τη χρήση ερωτηματολογίου κλειστών ερωτήσεων στο οποίο κλήθηκαν να απαντήσουν οι γυναίκες επιχειρηματίες. Το ερωτηματολόγιο αποτελούνταν από δέκα έξι(16) ερωτήσεις εκ των οποίων οι δύο είναι ανοικτού τύπου (το ερωτηματολόγιο παρατίθεται στο παράρτημα). Οι απαντήσεις κωδικοποιήθηκαν και εξήχθησαν τα τελικά αποτελέσματα.

ΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

ΕΝΟΤΗΤΑ 1^Η : ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

1.1 ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Σύμφωνα με το παρακάτω γράφημα παρατηρείται ότι το 17% του δείγματος δραστηριοποιείται στον Πρωτογενή Τομέα, το 12% στο Δευτερογενή και το 71% στον Τριτογενή Τομέα .

ΓΡΑΦΗΜΑ 1: ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ



1.2 ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Όσον αφορά την προέλευση της επιχείρησης το μεγαλύτερο ποσοστό 50% δημιουργήθηκε από αυτές προσωπικά, ακολουθεί ένα 33% που ακολουθεί την οικογενειακή επιχείρηση και το 17% προκύπτει εξαγορά ή συγχώνευση όπως φαίνεται στο γράφημα που ακολουθεί.

ΓΡΑΦΗΜΑ2 :ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ



1.3 ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΝΑΣΧΟΛΗΣΗ

Σύμφωνα με το παρακάτω γράφημα το μεγαλύτερο ποσοστό(67%) των γυναικών έχουν δουλέψει σε παρόμοια επιχείρηση με την δική τους ενώ το 33% όχι.

ΓΡΑΦΗΜΑ 3: ΠΡΟΪΓΟΥΜΕΝΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ



1.4 ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Στο γράφημα που ακολουθεί το μεγαλύτερο ποσοστό (43%) απασχολεί και άλλα άτομα, ακολουθεί το 34% που είναι αυτοαπασχολούμενες και τέλος το 23% αποτελείται από μέλη της οικογένειας.

ΓΡΑΦΗΜΑ 4: ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ



1.5 ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

Το 83% των επιχειρήσεων στην πόλη της Πρέβεζας (σύμφωνα πάντα με το δείγμα) Απασχολεί από 1 έως 5 άτομα ενώ το 17% από 5 έως 10 άτομα.

ΓΡΑΦΗΜΑ 5: ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

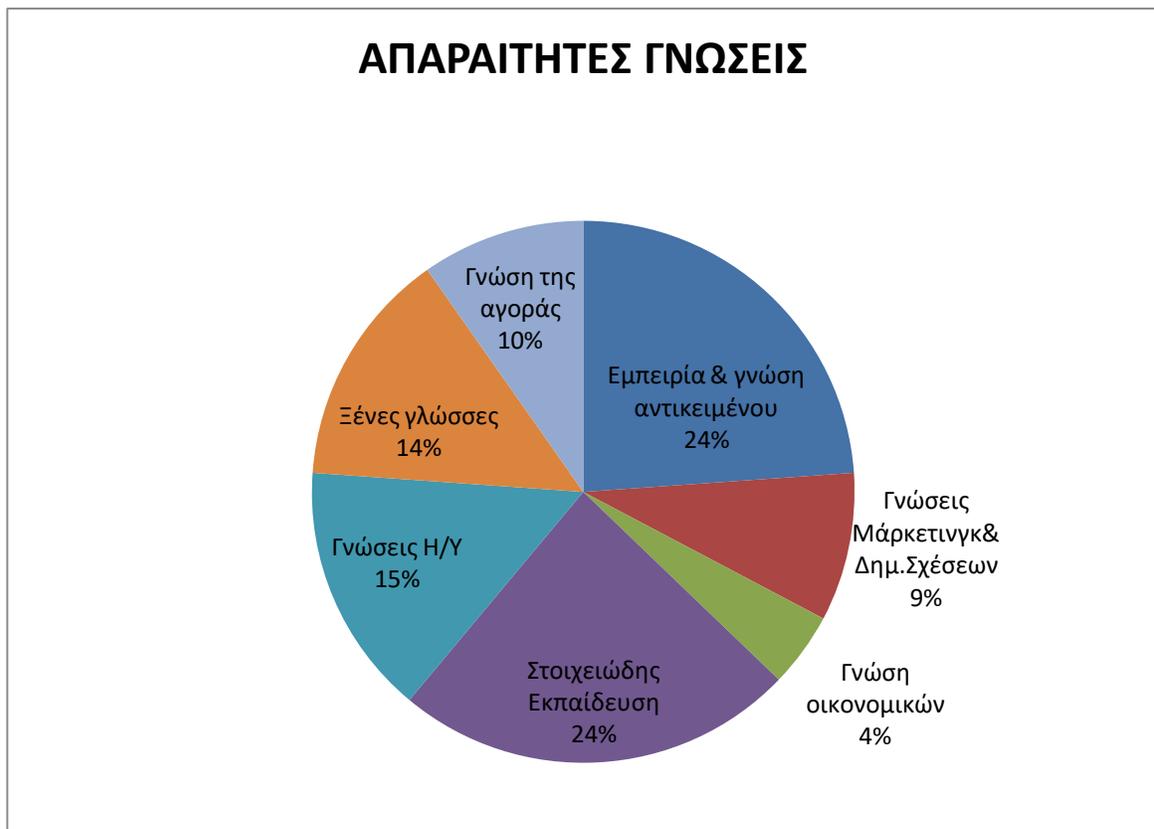


ΕΝΟΤΗΤΑ 2^Η : ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ ΦΥΛΟ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

2.1 ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ

Οι γυναίκες επιχειρηματίες γνωρίζουν πως χρειάζεται να έχουν κάποιες γνώσεις ώστε να πετύχουν στον εργασιακό χώρο. Το μεγαλύτερο ποσοστό 24% απάντησε ότι είναι απαραίτητη η εμπειρία, η γνώση του αντικειμένου και η στοιχειώδης εκπαίδευση. Το 15% οι γνώσεις Η/Υ, το 14% οι ξένες γλώσσες, το 10% η γνώση της αγοράς, το 9% οι γνώσεις Μάρκετινγκ και το 4% η γνώση Οικονομικών.

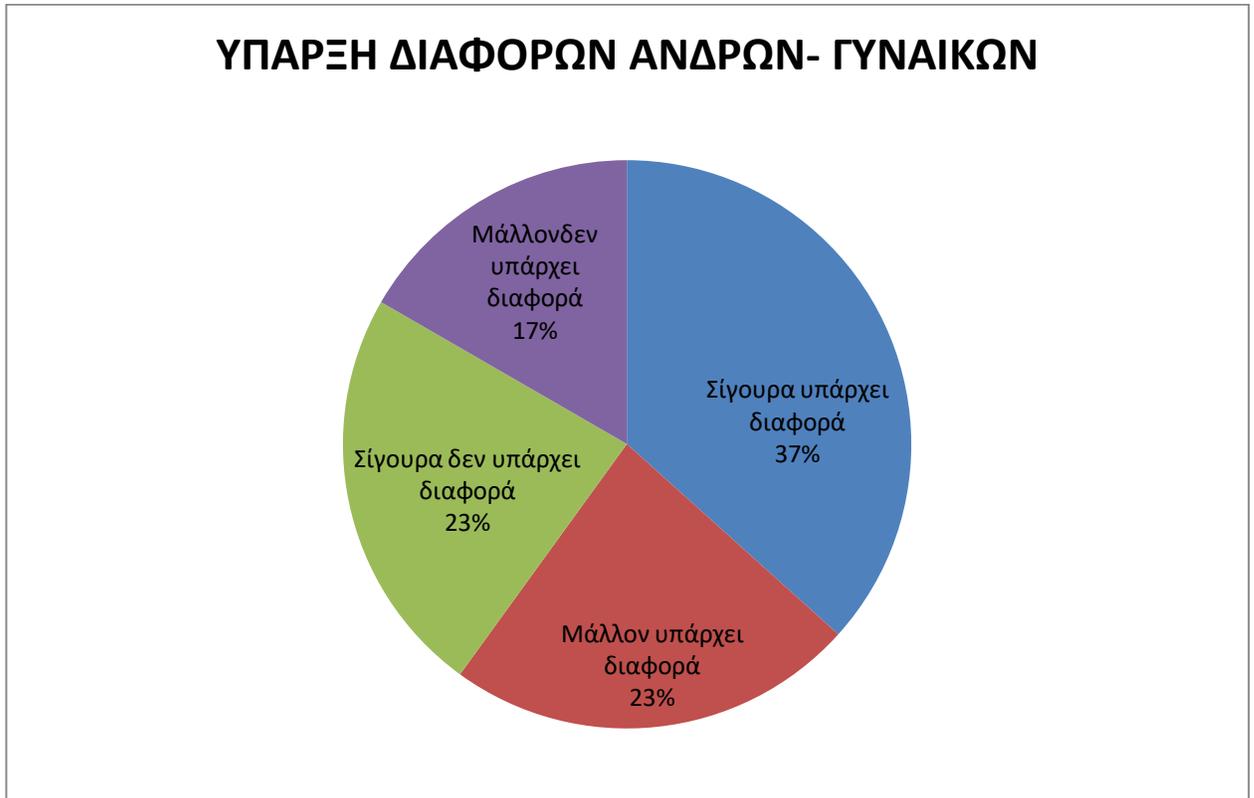
ΓΡΑΦΗΜΑ 6: ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ



2.2 ΥΠΑΡΞΗ ΔΙΑΦΟΡΩΝ ΑΝΔΡΩΝ- ΓΥΝΑΙΚΩΝ

Οι γυναίκες επιχειρηματίες κλήθηκαν να απαντήσουν αν πιστεύουν πως υπάρχουν διαφορές μεταξύ ανδρών και γυναικών και σύμφωνα με το παρακάτω γράφημα προκύπτει πως το 37% πιστεύει πως σίγουρα υπάρχει διαφορά ενώ το 23% πως μάλλον υπάρχει διαφορά. Το 23% πιστεύει πως σίγουρα δεν υπάρχει διαφορά, ενώ το 17% πως μάλλον δεν υπάρχει.

ΓΡΑΦΗΜΑ7:ΥΠΑΡΞΗ ΔΙΑΦΟΡΩΝ



2.3 ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΑΝΔΡΩΝ –ΓΥΝΑΙΚΩΝ

Σύμφωνα με το παραπάνω γράφημα οι γυναίκες επιχειρηματίες εξέφρασαν την άποψη τους για το αν υπάρχουν διαφορές μεταξύ αντρών και γυναικών, ενώ τώρα θα παρατηρήσουμε ποιες είναι αυτές οι διαφορές. Καταρχήν μεγάλο είναι το ποσοστό (73%) των γυναικών που πιστεύουν οι οικογενειακές υποχρεώσεις τις επιβαρύνουν σε σχέση με τους άνδρες. Το 67% πιστεύει πως σημαντική διαφορά υπάρχει στον τρόπο σκέψης και εργασίας. Το 60% εντοπίζει έλλειψη χρόνου και το 33% προκατάληψη σε βάρους τους.

ΓΡΑΦΗΜΑ 8:ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΑΝΔΡΩΝ- ΓΥΝΑΙΚΩΝ



ΕΝΟΤΗΤΑ 3^Η : ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

3.1 ΛΟΓΟΙ ΕΝΑΡΞΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Οι γυναίκες επιχειρηματίες κλήθηκαν να αναφέρουν τους λόγους που τις οδήγησαν να ανοίξουν δική τους επιχείρηση. Παρατηρείται μια σχετική ποικιλομορφία, καταρχήν το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος 63% προτίμησε να ανοίξει δική του επιχείρηση διότι ήθελε να συνεισφέρει οικονομικά στην οικογένεια. Ακολουθεί με ποσοστό 43% η αδυναμία εύρεσης εργασίας. Με 33% ακολουθεί η συνέχιση της οικογενειακής επιχείρησης και η επιχειρηματική ευκαιρία. Πολύ μικρότερα είναι τα ποσοστά των γυναικών που είτε ήθελαν να ξεφύγουν από το σπίτι (10%) είτε είχαν πολύ ελεύθερο χρόνο και ήθελαν να τον αξιοποιήσουν (10%).

ΓΡΑΦΗΜΑ9:ΛΟΓΟΙ ΕΝΑΡΞΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ



3.2 ΕΠΙΘΥΜΗΤΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

Στην συνέχεια οι γυναίκες ρωτήθηκαν αν θα επέλεγαν να είναι εργαζόμενες ή επιχειρηματίες και όσον αφορά την επιλογή τους γίνεται φανερό από το παρακάτω γράφημα πως σημαντικό είναι το ποσοστό των γυναικών (73%) που θα επέλεγαν να είναι επιχειρηματίες ενώ μόλις το ποσοστό (27%) των γυναικών θα επέλεγαν να είναι εργαζόμενες.

ΓΡΑΦΗΜΑ 10:ΕΠΙΘΥΜΗΤΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΚΑΤΑΣ



3.3 ΛΟΓΟΙ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Στη συνέχεια αναλύονται οι λόγοι για τους οποίους οι γυναίκες θα επέλεγαν να είναι επιχειρηματίες. Το 83% των γυναικών θέλουν να είναι επιχειρηματίες επειδή ήθελαν να δημιουργήσουν το δικό τους περιβάλλον, και λόγω ανεργίας, το 67% για να έχουν καλύτερο εισόδημα, και προσωπική ανεξαρτησία, το 33% των γυναικών συνεχίζουν την οικογενειακή επιχείρηση καθώς αποτελεί και ευνοϊκότερο οικονομικό περιβάλλον.

ΓΡΑΦΗΜΑ11:ΛΟΓΟΙ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤ



3.4 ΓΝΩΣΗ ΙΔΡΥΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Το επόμενο γράφημα απεικονίζει το πόσο καλά γνώριζαν οι γυναίκες τις ενέργειες που έπρεπε να κάνουν για να ξεκινήσουν την επιχείρησή τους. Παρατηρείται πως το 27% είχε αρκετά καλή γνώση των ενεργειών ενώ το 40% είχε καλή γνώση. Ακολουθεί το 23% των γυναικών που γνώριζαν σε μέτριο επίπεδο τις ενέργειες ίδρυσης της επιχείρησης ενώ μόλις το 10% των γυναικών δεν γνώριζαν καθόλου την διαδικασία

ΓΡΑΦΗΜΑ12:ΓΝΩΣΕΙΣ ΙΔΡΥΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

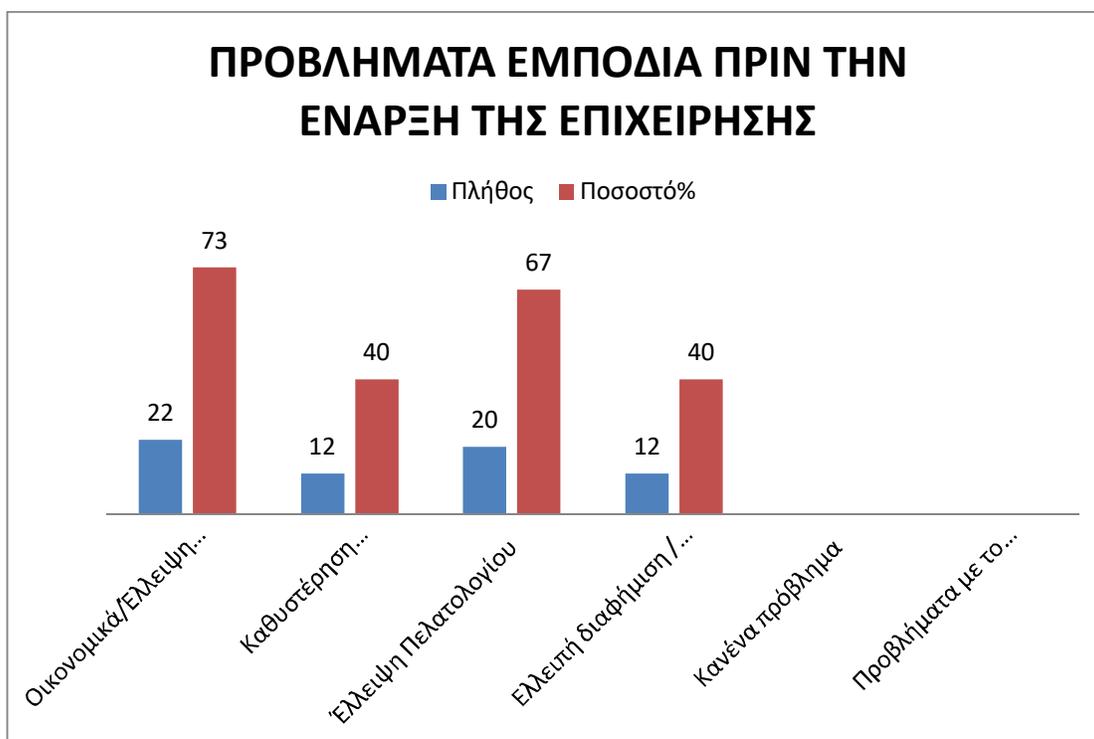


ΕΝΟΤΗΤΑ 4^Η ΠΟΡΕΙΑ / ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

4.1 ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ / ΕΜΠΟΔΙΑ ΠΡΙΝ ΤΗΝ ΕΝΑΡΞΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Στη συνέχεια οι γυναίκες κλήθηκαν να απαντήσουν για τα προβλήματα/εμπόδια που αντιμετώπισαν πριν την έναρξη της επιχείρησής τους. Παρατηρείται πως τρία ήταν τα σημαντικότερα προβλήματα που αντιμετώπισαν οι γυναίκες. Αρχικά η έλλειψη ρευστότητας με 73%, ακολουθεί η έλλειψη πελατολογίου με 67% και με 40% η ελλιπή διαφήμιση και γραφειοκρατία.

ΓΡΑΦΗΜΑ13:ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΕΜΠΟΔΙΑ



4.2 ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ / ΕΜΠΟΔΙΑ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Οι γυναίκες επιχειρηματίες εκτός από τα εμπόδια πριν την έναρξη της επιχείρησης αντιμετώπισαν και κατά τη λειτουργία της. Σύμφωνα με το παρακάτω γράφημα το μεγαλύτερο ποσοστό 67% εντοπίζεται στις πολλές ώρες εργασίας και στη μειωμένη πελατεία. Ακολουθεί το άγχος για το αποτέλεσμα με 60%. Το 40% έχει πρόβλημα με τις νέες τεχνολογίες. Το 23% προβληματίζεται στην προσέγγιση πελατών και το Μάρκετινγκ

ΓΡΑΦΗΜΑ14:ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΕΜΠΟΔΙΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ



4.3 ΒΑΘΜΟΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΟΡΕΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Όσον αφορά το βαθμό ικανοποίησης των γυναικών επιχειρηματιών από την επιχείρηση τα αποτελέσματα έχουν ως εξής:

Το 57% είναι μέτρια ικανοποιημένες, το 33% πολύ και το 10% πάρα πολύ.

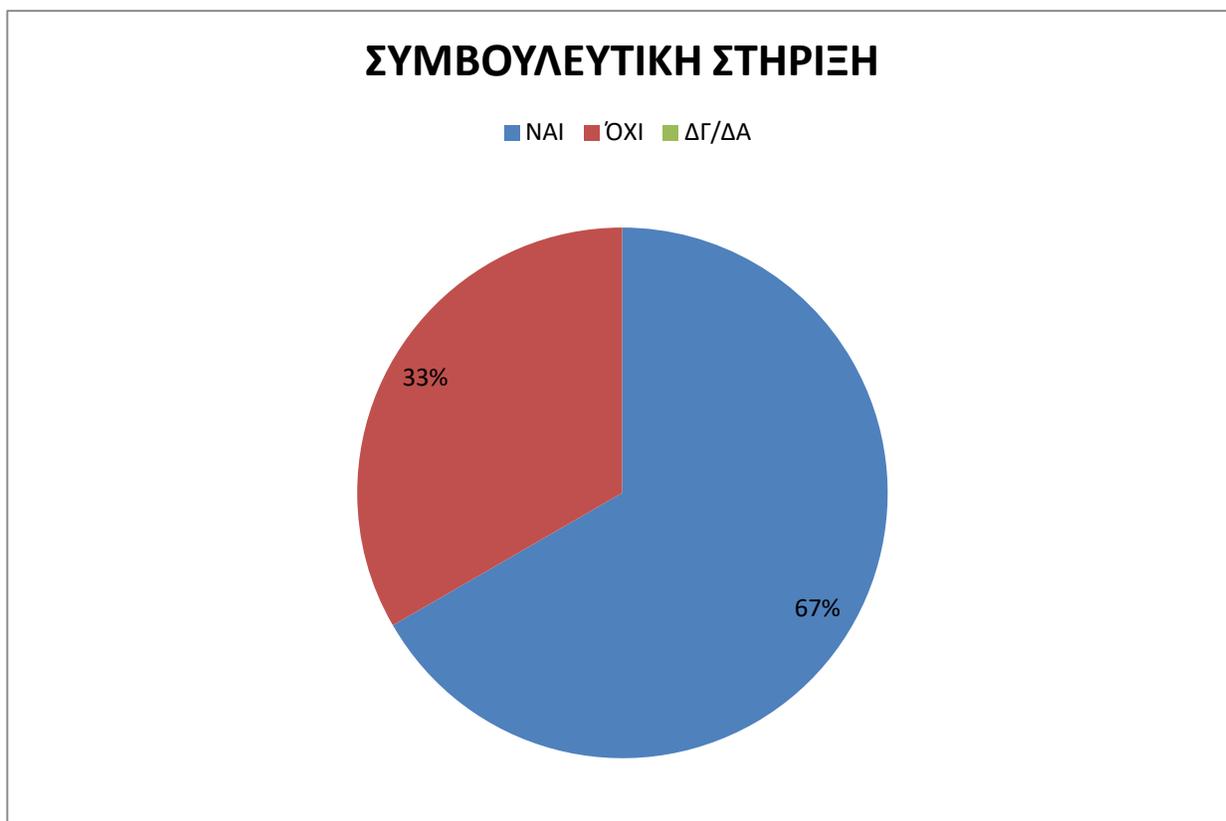
ΓΡΑΦΗΜΑ15:ΒΑΘΜΟΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ



4.4 ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ ΣΤΗΡΙΞΗ

Όπως προκύπτει από το παρακάτω γράφημα το μεγαλύτερο ποσοστό (67%) του δείγματος έχει κάποιο άτομο/φορέα που μπορεί να συμβουλευτεί ενώ πολύ μικρότερο είναι το ποσοστό (33%) του δείγματος το οποίο δεν συμβουλευτήκε κανένα.

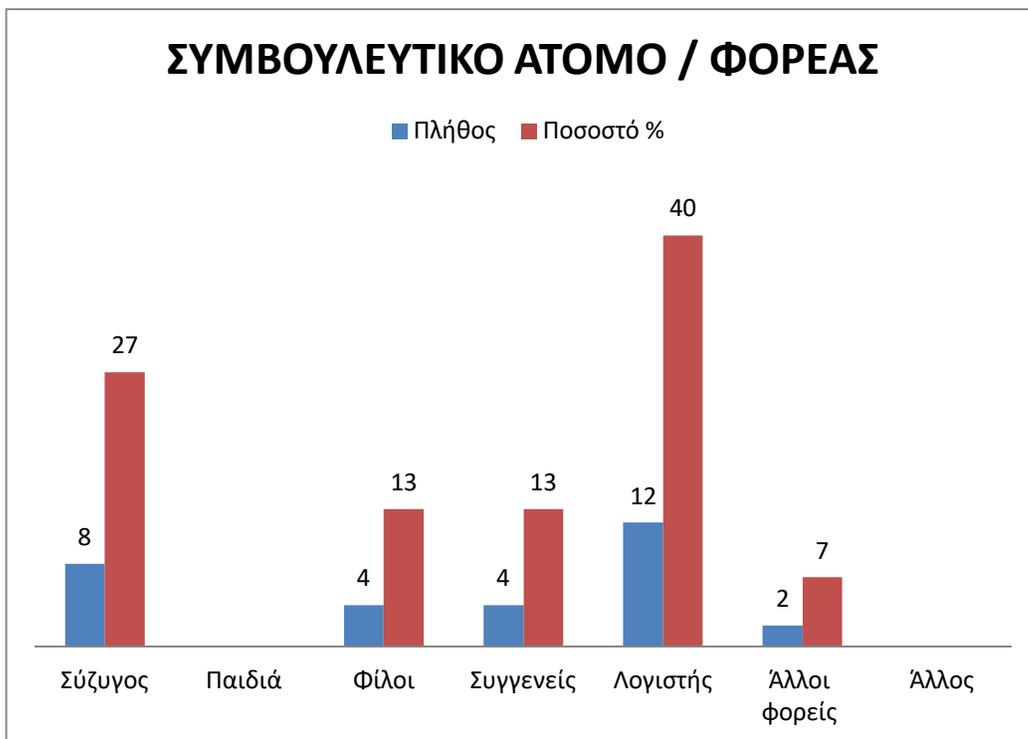
ΓΡΑΦΗΜΑ16:ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ ΣΤΗΡΙΞΗ



4.5 ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟ ΑΤΟΜΟ / ΦΟΡΕΑΣ

Όσον αφορά τα άτομα ή τούς φορείς που συμβουλευτήκαν οι γυναίκες παρατηρούμε ότι το 40% του δείγματος συμβουλευεται τον λογιστή του, ενώ το 27% συμβουλευεται τον σύζυγο του. Ακολουθεί το 13% που παίρνει συμβουλές από τους συγγενείς και φίλους του. Τέλος, οι γυναίκες επιχειρηματίες σε ποσοστό 7% συμβουλευονται τους συναδέλφους τους, τα περιοδικά, την περιφέρεια και τους συλλόγους.

ΓΡΑΦΗΜΑ17:ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟ ΑΤΟΜΟ /ΦΟΡΕΑΣ



ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΜΕΛΛΟΥΣ ΤΟΥ ΣΕΓΕ (Σαββίδου Αναστασία)

1. Ποιος είναι χώρος στον οποίο δραστηριοποιείστε?

Δραστηριοποιούμαι στον χώρο της Κλωστοϋφαντουργίας. Είμαι μέτοχος και εργαζόμενη σε πλεκτήριο ελαστικών υφασμάτων. Επίσης είμαι από το 2003 μέλος στον Σύνδεσμο Επιχειρηματιών Γυναικών Ελλάδος (ΣΕΓΕ) και από το 2012 μέλος στο Δ.Σ.

2. Τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η μικρομεσαία επιχείρηση είναι πολλά. Ωστόσο, υπάρχουν διαφορές μεταξύ ανδρών και γυναικών επιχειρηματιών;

Οι περισσότερες διαφορές έχουν σχέση με τον χαρακτήρα και την συμπεριφορά του επιχειρηματία. Συνήθως, από την εμπειρία μου, οι άνδρες ως περισσότερο ορθολογιστές λειτουργούν με την λογική και τα δεδομένα των καταστάσεων. Οι γυναίκες από την άλλη, έχουν αυξημένη ενσυναίσθηση και αυτό διακρίνεται εύκολα στον τρόπο διοίκησης της επιχείρησής τους, αλλά και την διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού.

3. Από τη δική σας εμπειρία, ποιες είναι οι μεγαλύτερες προκλήσεις που έχει να αντιμετωπίσει η γυναίκα επιχειρηματίας;

Κατά την γνώμη μου η δυσπιστία με την οποία αντιμετωπίζεται η γυναίκα επιχειρηματίας από τους άλλους, είναι η μεγαλύτερη πρόκληση. Ειδικά όταν δραστηριοποιείται σε ανδροκρατούμενο χώρο, οφείλει να επικεντρωθεί περισσότερο σε αυτό που θέλει να πετύχει και να μην αναλώνεται στο να πείσει για τις ικανότητες ή για τις προθέσεις της. Είναι σαν η δική της κλίμακα ανέλιξης να ξεκινάει κάτω από το μηδέν, ενώ των ανδρών κανονικά από το μηδέν.

4. Ποια είναι σήμερα τα σημαντικότερα εμπόδια και προβλήματα που αντιμετωπίζει μια γυναίκα στην επαγγελματική της ανέλιξη στην χώρα μας;

Η επιφυλακτικότητα με την οποία αντιμετωπίζεται ακόμη και σήμερα η ικανότητα, η δυναμική και η αποτελεσματικότητα μιας γυναίκας σε σχέση με τον άνδρα.

5. Τι θα παροτρύνετε τις νέες γυναίκες επιχειρηματίες;

Να ενημερώνονται διαρκώς για κάθε τι. Η πληροφόρηση τρέχει και δεν μπορεί να μένει καμία πίσω. Να συμμετέχουν σε φορείς υποστηρικτικούς για την γυναικεία επιχειρηματικότητα και να είναι έτσι σε θέση, να αντιληφθούν άμεσα, αυτό που χρειάζονται σε κάθε περίπτωση. Η παρατήρηση και η εγρήγορση είναι από τα βασικά χαρακτηριστικά που πρέπει να έχουν οι επιχειρηματίες.

6. Η γυναικεία σκέψη και το ταλέντο παραμένουν αναξιοποίητα στο χώρο των επιχειρήσεων; Η τύχη είναι καθοριστικός παράγοντας;

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Αντιθέτως, αν χρησιμοποιηθούν σωστά και με έξυπνη προβολή , είναι τα δυνατά σημεία, που θα κάνουν την διαφορά στον χώρο των επιχειρήσεων. Η τύχη όπως σε όλες τις περιπτώσεις φυσικά και βοηθάει , αλλά δεν είναι ποτέ αρκετή και διαρκείας!

7.Τελικά μία γυναίκα μπορεί να τα κάνει όλα; Μπορεί να έχει οικογένεια, να φροντίζει τον εαυτό της και να κάνει παράλληλα καριέρα;

Μια γυναίκα μπορεί να κάνει όλα, όσα θεωρεί η ίδια απαραίτητα για τον εαυτό της και για την καριέρα της. Αυτό που έχει σημασία είναι να ξεκαθαρίσει ποια είναι τα δικά της θέλω και οι προτεραιότητες και να μην επηρεάζεται από τα στερεότυπα των «επιτυχημένων γυναικών» της κοινωνίας στην οποία ζει.

8.Ποιο το επίπεδο εκπαίδευσης των γυναικών επιχειρηματιών?:

- α) μερική δευτεροβάθμια,
- β) δευτεροβάθμια,
- γ) τριτοβάθμια και
- δ) μεταπτυχιακό ή διδακτορικό επίπεδο.

Σήμερα πλέον όλο και περισσότερες γυναίκες επιχειρηματίες έχουν:

- γ) τριτοβάθμια εκπαίδευση

9.Ποια η ηλικία των γυναικών όταν ξεκινούν την επιχειρηματικότητα?

- α) 18-24,
- β) 25-34,
- γ) 35-44
- δ) 45-54

- β) 25-34,

10.Ποιοι οι λόγοι που οδηγούν τις γυναίκες στην επιχειρηματικότητα?

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η ανεύρεση εργασίας. Η επιθυμία να ασχοληθούν με αντικείμενο που τις ενδιαφέρει και αγαπούν. Η επιθυμία να αξιοποιήσουν κάποια δεξιότητα ή ταλέντο τους.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας κατέχει σημαντική θέση για το μέλλον της ελληνικής οικονομίας, καθώς οι συνθήκες έχουν ωριμάσει για μια πιο ενεργή συμμετοχή των γυναικών στην επιχειρηματικότητα.

Οι γυναίκες σήμερα έχουν ενισχύσει τον ρόλο τους στην κοινωνία, κατέχουν πανεπιστημιακούς τίτλους, βασίζονται στις δικές τους δυνάμεις και ικανότητες ξεφεύγοντας από την οικογενειακή απομόνωση και προσπαθούν να συνδυάσουν την οικογενειακή με την επαγγελματική ζωή και έτσι υποστηρίζουν στο μέγιστο την παραγωγικότητα της ελληνικής οικονομίας.

Οι γυναίκες συνήθως δεν ξεκινούν μια επιχειρηματική προσπάθεια τόσο για την απόκτηση κέρδους, αλλά περισσότερο για να ικανοποιήσουν εγγενείς στόχους, όπως είναι η ανεξαρτησία και η ευελιξία στο συνδυασμό οικογενειακών και εργασιακών υποχρεώσεων. Οι γυναίκες επιχειρηματίες είναι περισσότερο πιθανό από τους άνδρες να θέσουν λιγότερο φιλόδοξα όρια επιχειρηματικής ανάπτυξης που προκύπτουν από τη μεγαλύτερη ανησυχία που έχουν για τους κινδύνους που μπορεί να χαρακτηρίζει μια επιχειρηματική πορεία με υψηλούς αναπτυξιακούς στόχους. Γενικότερα, έχει βρεθεί από εμπειρικές μελέτες ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες αποστρέφονται σε υψηλότερο βαθμό τον κίνδυνο σε σχέση με τους άνδρες επιχειρηματίες. Παρόλο που υπάρχει σημαντική άνοδος του ποσοστού γυναικείας επιχειρηματικότητας, η θέση των γυναικών ως επιχειρηματιών απέχει πολύ από το να θεωρείται ίση με εκείνη των ανδρών. Δυστυχώς, αυτό είναι ένα επίμονο χαρακτηριστικό της ελληνικής οικονομίας της αγοράς που έχει ως βάση τις μακροχρόνιες διακρίσεις λόγω φύλου. Αναμφισβήτητα, υπάρχουν περισσότερες ευκαιρίες ειδικά για τις μορφωμένες γυναίκες να γίνουν επιχειρηματίες, ακόμη και στους κυριαρχούντες τομείς των ανδρών, καθώς οι προκαταλήψεις κατά των αυτοαπασχολούμενων γυναικών έχουν μειωθεί σε κάποιο επίπεδο.

Οι δυσκολίες πρόσβασης σε χρηματοδοτικούς πόρους, ειδικά σε ότι αφορά την πρόσβαση σε δανεισμό και μετοχικό κεφάλαιο, είναι ο βασικότερος ίσως λόγος για τις σχετικά χαμηλές αναπτυξιακές προοπτικές και επιδόσεις των γυναικών επιχειρηματιών. Ο χρηματοδοτικός αποκλεισμός, σε συνδυασμό με άλλες μορφές αποκλεισμού, όπως ο αποκλεισμός από την αγορά εργασίας ή ο κοινωνικός αποκλεισμός, έχουν ως συνέπεια έναν μεγαλύτερο αρνητικό αντίκτυπο της οικονομικής κρίσης στη γυναικεία επιχειρηματικότητα σε σύγκριση με τους άνδρες ιδρυτές επιχειρήσεων. Επίσης, αξίζει να σημειωθεί πως σε περιόδους κρίσης, οι γυναίκες είναι πιο πιθανό να εμπλακούν σε δραστηριότητες αυτοαπασχόλησης ή σε χαμηλής ποιότητας επιχειρηματικές προσπάθειες σε σύγκριση με τους άνδρες, εξαιτίας πιο περιορισμένων επιλογών που έχουν.

Σήμερα, περισσότερο από ποτέ, στην Ελλάδα, προκειμένου να υποστηριχθεί η γυναικεία επιχειρηματικότητα, υπάρχει ανάγκη προώθησης καινοτόμων προϊόντων και εφαρμογών με συγκριτικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα και εξωστρεφή προσανατολισμό, σε συνδυασμό με την ανάγκη προσέλκυσης

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

επενδυτικών κεφαλαίων από τις εγχώριες και παγκόσμιες αγορές. Τα καλά νέα είναι ότι οι επιτυχείς εταιρείες εξακολουθούν να εγκαθίστανται, οι επιχειρηματικές ιδέες συνεχίζουν να χρηματοδοτούνται και οι απαιτήσεις των επιχειρηματιών έχουν «προσγειωθεί» σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια. Επιπλέον, παρατηρούμε ότι υπάρχουν πολλά διαθέσιμα κεφάλαια που αναζητούν μια επένδυση. Τα κακά νέα είναι ότι ο διεθνής πλούτος έχει «χαθεί» τα τελευταία χρόνια, ο ρυθμός των επενδύσεων ιδιωτικών κεφαλαίων έχει επιβραδυνθεί σημαντικά και οι Άγγελοι έχουν λιγότερα κεφάλαια για να επενδύσουν. Στην Ελλάδα, η χρηματοδότηση με αυτόν τον τρόπο δεν είναι πολύ διαδεδομένη, ειδικά για τις γυναίκες επενδυτές και τις γυναίκες επιχειρηματίες. Η υψηλή ανεργία στις γυναίκες και οι δυσκολίες εύρεσης εξαρτημένης εργασίας φαίνεται πως οδηγούν τις Ελληνίδες στην επιχειρηματικότητα περισσότερο από ότι σε ευρωπαϊκές χώρες και τις χώρες καινοτομίας.

Στην Ελλάδα μια γυναίκα έχει περισσότερες πιθανότητες να διακόψει τη λειτουργία της επιχείρησής της συγκριτικά με άλλες χώρες της Ευρώπης και τις χώρες καινοτομίας, λόγω χαμηλής κερδοφορίας. Η Πολιτεία θα πρέπει να κατανοήσει την σπουδαιότητα της ενίσχυσης και προώθησης υψηλού δυναμικού γυναικείας επιχειρηματικότητας και να υποστηρίξει ενεργά την ανάπτυξή της. Αυτό θα επιτευχθεί εάν εξαλειφθεί κάθε θεσμικός/νομικός περιορισμός που αφορά τις ίσες ευκαιρίες ανδρών-γυναικών στην απασχόληση, ενισχυθούν οι δομές στήριξης/ενημέρωσης των γυναικών και διευκολυνθεί η πρόσβαση των γυναικών, τόσο σε προγράμματα κατάρτισης και εκπαίδευσης όσο και σε πόρους (χρηματοδότηση). 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.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ

"She Figures, 2017. Σημαντική Πρόσδος Για Τις Γυναίκες Στον Τομέα Της Έρευνας Και Καινοτομίας, αλλά Οι Ανισίες Εμ. [Online] www.ekt.gr. Διαθέσιμο στο: <<http://www.ekt.gr/el/news/20539>> [Πρόσβαση στις 11 Μαΐου 2020].

Ζέζα, Δ., 2019. *Δήμητρα & Εκατερίνα Ζέζα: Το «εταιρείν», Γυναικεία προσθήκη*. [online] [Makthes.gr](http://www.makthes.gr). Διατίθεται στη διεύθυνση: <<https://www.makthes.gr/dimitra-ekaterina-zeza-to-epicheirein-gynaikeia-grothesi-212223>> [Πρόσβαση στις 17 Απριλίου 2019].

Κουνελάκη-Εφραϊμογλου, Σ., 2019. *Κίνητρα Για Το Γυναικείο επιχειρήσεων Ζητεί Η Σ. Κουνελάκη Εφραϊμογλου*. [online] [Makthes.gr](http://www.makthes.gr). Διατίθεται στη διεύθυνση: <<https://www.makthes.gr/kinitra-gia-to-gynaikeio-epicheirein-zitei-is-koynenaki-efraimogloy-221503>> [Πρόσβαση στις 8 Ιουνίου 2019].

Μπεκίρη, Π., 2020. *Τελικά απο Γυναικείο επιχειρησισαρείν; | Πηνελόπη Μπεκίρη - Office4you.Gr*. [online] Πηνελόπη Μπεκίρη - [Office4you.gr](http://www.office4you.gr) Διατίθεται στη διεύθυνση: <<http://www.office4you.gr/news/gunekeio-epixeirein/>> [Πρόσβαση στις 8 Σεπτεμβρίου 2020].

Ζαρωτιάδου, Μ., 2018. *Τελικά απο Γυναικείο επιχειρησισαρείν;*. [online] [epixeiro.gr](http://www.epixeiro.gr) | Η ικανότητα στο προσκήνιο. Διατίθεται στη διεύθυνση: <<https://www.epixeiro.gr/article/95529>> [Πρόσβαση στις 29 Απριλίου 2020].

Παντελαίου, Σ., 2019. *Γυναικεία διακρίσεις: Κινησιές Δύναμη Για την ένωση Της Ελληνικής Οικονομίας [Συνέντευξη]*. [online] [epixeiro.gr](http://www.epixeiro.gr) | Η ικανότητα στο προσκήνιο. Διατίθεται στη διεύθυνση: <<https://www.epixeiro.gr/article/102468>> [Πρόσβαση στις 29 Απριλίου 2020].

Προπόνηση θετικότητας. 2020. *Η Κρίση Των Φύλων Στην Ηγεσία (Και Ο Ρόλος Του Mentoring) - Positivity Coaching*. [online] Διατίθεται στη διεύθυνση: <<https://www.positivity.gr/h-krisi-ton-fylon-stin-igesia-ke-o-rol-os-tou-mentoring/>> [Πρόσβαση στις 28 Απριλίου 2020].

ΕΚΤ. 2020. *Γυναίκες Εξεήτριες Στο Προσκήνιο*. [online] Διατίθεται στη διεύθυνση: <<https://www.ekt.gr/el/magazines/features/20923#heading1>> [Πρόσβαση στις 27 Απριλίου 2020].

Career.tuc.gr. 2020. *Γραφείο Διασύνδεσης & Σταδιοδρομίας: Γυναικεία Επιχειρηματικότητα*. [online] Available at: <<https://www.career.tuc.gr/el/epicheirimatikotita/themata-epicheirimatikotitas/gynaikeia-epicheirimatikotita/>> [Accessed 22 April 2020].

Ντζαφερη, Έ., 2020. *Γυναικεία Επιχειρηματικότητα Στην Ελλάδα - Προκλήσεις Και Ευκαιρίες / Επιχειρηματικότητα*. [online] MAXMAG | Πολιτισμός, Τέχνες, Διασκέδαση, Ομορφιά. Available at: <<https://www.maxmag.gr/epichirimatikotita/gynaikeia-epicheirimatikotita-stin-ellada-prokliseis-kai-eykairies/>> [Accessed 22 April 2020].

User, S., 2018. *Φορείς Ενασχόλησης Με Τη Γυναικεία Επιχειρηματικότητα Και Ενίσχυση Των Γυναικών Επιχειρηματιών*. [online] ΓΡΑΦΕΙΟ ΙΣΟΤΗΤΑΣ ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ. Available at: <<https://www.isotita.imegseev.gr/index.php/el/foreis>> [Accessed 23 April 2020].

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Fortunegreece.com. 2020. *Οι γυναίκες γυναικείες εναλλαγές Το άνοιρύν* | *Fortunegreece.Com* . [online] Διατίθεται στη διεύθυνση: <<https://www.fortunegreece.com/article/i-ginekes-allazoun-to-epichirin/>> [Πρόσβαση στις 25 Απριλίου 2020].

Fortunegreece.com. 2020. *Ποιο απο Το Προφίλ Των Γυναικες χρωματισμός / Ανώτατων Στελεχών Εν Ελλάδα* | *Fortunegreece.Com* . [online] Διατίθεται στη διεύθυνση: <<https://www.fortunegreece.com/article/pio-ine-to-profil-ton-ginekon-epichirimationanotaton-stelechon-stin-ellada/>> [Πρόσβαση στις 27 Απριλίου 2020].

2020. [online] Διατίθεται στη διεύθυνση: <https://www.economistas.gr/koinonia/20498_gynaikes-anotata-stelehon-oraria-amoibes-kai-tropoi-anelixi> [Πρόσβαση στις 27 Απριλίου 2020]. *8**

(Καζάς και Grant Thornton, 2019)

Καζάς, Β. και Grant Thornton, 2019. *Στο 22% Υποχώρησε Το Ποσοστό Των Ελληνίδων Που Κατέ δια Ανώτερες Διοικητικές Θέσεις Το 2019 - Emeagr* . [online] emeagr. Διατίθεται στη διεύθυνση: <<https://emea.gr/epicheiriseis/563490/%CF%83%CF%84%CE%BF-22-%CF%85%CF%80%CE%BF%CF%87%CF%8E%CF%81%CE%B7%CF%83%CE%B5-%CF%84%CE%BF-%CF%80%CE%BF%CF%83%CE%BF%CF%83%CF%84%CF%8C-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD%CE%AF%CE%B4/>> [Πρόσβαση στις 9 Μαρτίου 2019].

(Τσιρώνη, 2019)

Τσιρώνη, Χ., 2019. *Grant Thornton: Μόνο Το 15% Των επιλύσεις Ηγείται Από Γυναίκες Στελέχη Στον Ρόλο Της Διευθύνουσας Συμβούλου* . [online] epixeiro.gr || Η ικανότητα στο προσκήνιο. Διατίθεται στη διεύθυνση: <<https://www.epixeiro.gr/article/117181>> [Πρόσβαση στις 29 Απριλίου 2020].

ΗΛΕΚΤΟΝΙΚΑ ΒΙΒΛΙΑ

Grant Thornton, 2019. *Γυναικείο Επιχειρείν: Σχεδιασμός Ένα Σχέδιο Δράσης* . [ebook] Διατίθεται στη διεύθυνση: <<https://www.grantthornton.global/en/insights/women-in-business-2019/women-in-business-report-2019/>> [Πρόσβαση στις 29 Απριλίου 2020].

El.wikibooks.org. 2020. *Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα Στην Ελλάδα - Βικιβιβλία*. [online] Available at: <https://el.wikibooks.org/wiki/%CE%97_%CE%B3%CF%85%CE%BD%CE%B1%CE%B9%CE%BA%CE%B5%CE%AF%CE%B1_%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1_%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD_%CE%95%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1%#%CE%A6%CE%BF%CF%81%CE%B5%CE%AF%CF%82_%CE%B3%CF%85%CE%BD%CE%B1%CE%B9%CE%BA%CE%B5%CE%AF%CE%B1%CF%82_%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1%CF%82> [Accessed 23 April 2020].

ICAP, 2019. *Σταδιακή Εν Χρήση Της Θέσης Των Γυναικών Ανώτατων Στελεχών* . [ebook] Διατίθεται στη διεύθυνση:

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

<https://www.icap.gr/Documents/ICAP_Meleti2_Female_entrepreneurship_Oct2019.pdf>
[Πρόσβαση στις 27 Απριλίου 2020].

ICAP, 2019. *Μελέτη Της Icap Για εμφάνιση Γυναικεία ικανότητα*. [ebook] Διατίθεται στη διεύθυνση: <<https://www.icap.gr/Default.aspx?id=11311&nt=146&lang=1>> [Πρόσβαση στις 27 Απριλίου 2020].

Τριχοπούλου, Α., 2017. *Γυναικεία επιχειρηματικότητα κίνητρα και αντικίνητρα*. [ebook] Available at: <<http://epixeirein.rosili.gr/media/1114/sample.pdf>> [Accessed 23 April 2020].

Μπαμπάσης, Ε., 2016. «*Επιχειρηματική Εκπαίδευση, Κίνητρα Και Πολιτισμικό Υπόβαθρο*». [ebook] Available at: <<http://hs.phs.uoa.gr/images/diatrives/81.pdf>> [Accessed 22 April 2020].

ΚΑΚΟΥΡΗΣ, Α., 2008. *Μορφές Επιχειρηματικότητας*. [ebook] Available at: <<https://docplayer.gr/145702293-Morfes-epiheirimatikotitas.html>> [Accessed 22 April 2020].

ΕΥΣΤΡΑΤΟΓΛΟΥ, Α., 2016. «*ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ*». [ebook] Available at: <<https://docplayer.gr/43327243-A-e-i-peiraia-t-t-tmima-logistikis-kai-hrimatooikonomikis-simeioseis-gia-to-mathima-epiheirimatikotita.html>> [Accessed 22 April 2020].

Twain, M., 2016. *ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ ΕΥΚΑΙΡΙΑ*. [ebook] Available at: <https://www.esofia.net/sites/default/files/indicative-capital/endeiktiko_kefalαιο_3.pdf> [Accessed 22 April 2020].

ΚΟΡΡΕΣ, Γ., 2015. *Επιχειρηματικότητα Και Ανάπτυξη*. [ebook] Available at: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=2ahUKewj7kb3ervzoAhWmxMQBHXLkAXoQFjABegQIARAB&url=https%3A%2F%2Frepository.kallipos.gr%2Fbitstream%2F11419%2F693%2F1%2FKorres_all.pdf&usq=AOvVaw10EVnUpt9eNRVHLkp eKqI0> [Accessed 22 April 2020].

ΚΟΡΡΕΣ, Γ., 2016. *Επιχειρηματικότητα Στην Ε.Ε. Και Στην Ελλάδα*. [ebook] Available at: <https://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/691/1/%CE%9A%CE%B5%CF%86%CE%B1%CC%81%CE%BB%CE%B1%CE%B9%CE%BF_9.pdf> [Accessed 22 April 2020].

Κορρές, Ζαρίφης, 2001. *διάσταση και Κοινωνία*. [ebook] Διατίθεται στη διεύθυνση: <https://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/696/1/%CE%9A%CE%B5%CF%86%CE%B1%CC%81%CE%BB%CE%B1%CE%B9%CE%BF_2_.pdf> [Πρόσβαση στις 26 Απριλίου 2020].

Grant Thornton, 2020. *Γυναικείο Επιχειρείν 2020*. [ebook] Available at: <https://www.grant-thornton.gr/globalassets/_markets_/grc/media/diversity--inclusion/women-in-business-report-2020_final_gr.pdf> [Accessed 22 April 2020].

Ετήσια Έκθεση διάπλασης 2017-2018: Λιγότερο Νέα Εγχειρήματα, Βελ χρωματικές Προοπτικές Απαιτείται χρήση. [ebook] Διατίθεται στη διεύθυνση: <http://iobe.gr/docs/research/RES_02_21112018_REP_GR.pdf> [Πρόσβαση στις 23 Απριλίου 2020].

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Φώκιαλη, Π., 2015. Χρήση απαιτήσεων και Φύλο . [ebook] Διατίθεται στη διεύθυνση: <https://mke.aegean.gr/files/2014/09/thematika__8F.pdf> [Πρόσβαση στις 25 Απριλίου 2020].

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΓΥΝΑΙΚΩΝ

Ερωτηματολόγιο Διερεύνησης των εμποδίων που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες επιχειρηματίες και των ευκαιριών που προσφέρονται για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα.

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ	
ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ (προαιρετικό)	
ΈΤΟΣ ΓΕΝΝΗΣΗΣ	
ΠΟΛΗ/ΧΩΡΙΟ	
ΗΜ/ΝΙΑ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗΣ ΠΑΡΟΝΤΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ	
ΕΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	
ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	
ΕΙΔΟΣ / ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	

1. Σε ποιο αντικείμενο δραστηριοποιείται η επιχείρησή σας;

Πρωτογενής Τομέας Δευτερογενής Τομέας Τριτογενής Τομέας

2. Για ποιους λόγους έχετε “ανοίξει” δική σας επιχείρηση;
(επιλέξτε έως 2 απαντήσεις)

- Επειδή βρήκα μια επιχειρηματική ευκαιρία
- Επειδή δεν μπορούσα να βρω εργασία
- Επειδή πήρα κάποια επιδότηση
- Ήθελα να ξεφύγω από το σπίτι
- Είχα πολύ ελεύθερο χρόνο και ήθελα να τον αξιοποιήσω
- Είναι οικογενειακή επιχείρηση
- Άλλο _____
- ΔΓ /ΔΑ

3. Εάν μπορούσατε να διαλέξετε μεταξύ εργαζόμενης και επιχειρηματία, τι θα διαλέγατε?

Εργαζόμενη Επιχειρηματίας ΔΓ/ΔΑ

4. Γιατί προτιμάτε να είστε επιχειρηματίας; (επιλέξτε όσες απαντήσεις νομίζετε ότι σας εκφράζουν)

- Για προσωπική ανεξαρτησία
- Γιατί βρήκα μία επαγγελματική ευκαιρία
- Γιατί θέλω να δημιουργήσω δικό μου περιβάλλον
- Για καλύτερο εισόδημα
- Έλλειψη θέσεων εργασίας
- Ήθελα να συνεχίσω την οικογενειακή επιχείρηση
- Είναι ευνοϊκό το οικονομικό περιβάλλον
- Άλλο _____
- ΔΓ/ΔΑ

5. Πόσο καλά γνωρίζατε τις ενέργειες που έπρεπε να κάνετε για να ξεκινήσετε την επιχείρησή σας;

- | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Αρκετά καλά | Καλά | Μέτρια | Καθόλου | ΔΓ /ΔΑ |
| <input type="checkbox"/> |

6. Το προσωπικό της επιχείρησής σας αποτελείται από :

- | | | | |
|---------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Μόνο από εμένα
(Αυτοαπασχολούμενη) | Μέλη της οικογένειας | Άλλο προσωπικό | ΔΓ /ΔΑ |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

7. Ποια προβλήματα/εμπόδια αντιμετωπίσατε πριν την έναρξη της επιχείρησής σας; (επιλέξτε όσες απαντήσεις νομίζετε ότι σας εκφράζουν)

- Οικονομικά / Έλλειψη ρευστότητας
- Έλλειψη Πελατολογίου
- Καθυστέρηση διαδικασιών/ Γραφειοκρατία
- Ελλιπή Διαφήμιση/ Μάρκετινγκ
- Προβλήματα με το κοινωνικό και οικογενειακό περιβάλλον
- Κανένα Πρόβλημα

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

 ΔΓ/ΔΑ

8. Ποια προβλήματα/εμπόδια αντιμετωπίζετε κατά τη λειτουργία της επιχείρησής σας; (επιλέξτε όσες απαντήσεις νομίζετε ότι σας εκφράζουν)

-  Καθυστέρηση παραγγελιών
-  Προβλήματα με προμηθευτές
-  Έλλειψη ρευστότητας
-  Μειωμένη πελατεία
-  Πολλές ώρες εργασίας
-  Άγχος για το αποτέλεσμα
-  Διαφήμιση / Μάρκετινγκ
-  Προσέγγιση πελατών
-  Νέες τεχνολογίες/ προϊόντα/ ιδέες
-  Λάθος τόπος εγκατάστασης
-  ΔΓ/ΔΑ
-  Κανένα πρόβλημα

9. Είστε ικανοποιημένη από τη μέχρι τώρα πορεία της επιχείρησής σας;

-  Πάρα πολύ
-  Πολύ
-  Μέτρια
-  Λίγο
-  Καθόλου
-  ΔΓ/ΔΑ

10. Έχετε δουλέψει σε παρόμοια επιχείρηση στο παρελθόν;

ΝΑΙ ΟΧΙ ΔΓ /ΔΑ

11. Έχετε κάποιο άτομο ή φορέα που μπορείτε να συμβουλευτείτε;

ΝΑΙ ΟΧΙ ΔΓ /ΔΑ

12. Αν ΝΑΙ

-  Σύζυγος
-  Παιδιά
-  Φίλοι
-  Συγγενείς
-  Λογιστής

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

✚ Άλλοι φορείς _____

✚ Άλλος _____

13. Η επιχείρησή σας :

✚ Έχει προέλθει από συγχώνευση /εξαγορά

✚ Δημιουργήθηκε από εσάς προσωπικά

✚ Είναι οικογενειακή επιχείρηση

14. Ποιες πιστεύετε ότι είναι οι γνώσεις που θα πρέπει να έχει μία γυναίκα επιχειρηματίας; (επιλέξτε όσες απαντήσεις νομίζετε ότι σας εκφράζουν)

✚ Εμπειρία και γνώση αντικειμένου

✚ Γνώσεις Μάρκετινγκ & Δημοσίων σχέσεων

✚ Γνώσεις Οικονομικών

✚ Στοιχειώδης Εκπαίδευση

✚ Γνώσεις Η/Υ

✚ Ξένες γλώσσες

✚ Γνώση της αγοράς

15. Πιστεύετε ότι υπάρχουν διαφορές μεταξύ ανδρών και γυναικών επιχειρηματιών;

✚ Σίγουρα ΝΑΙ

✚ Μάλλον ΝΑΙ

✚ Σίγουρα ΌΧΙ

✚ Μάλλον ΌΧΙ

✚ Δεν υπάρχουν διαφορές

16. Εάν Ναι, ποιες πιστεύεται ότι είναι αυτές οι διαφορές;

✚ Τρόπος σκέψης & εργασίας

✚ Προκατάληψη για τις Γυναίκες

✚ Οικογενειακές υποχρεώσεις εκτός εργασίας

✚ Έλλειψη χρόνου .

ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ