

**ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟΥ ΟΔΗΓΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗ
ΧΑΡΤΟΓΡΑΦΗΣΗ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΓΡΑΦΗΣ ΤΩΝ
ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ
ΔΥΝΗΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ / ICON WOM-EN**

**Integrating Innovation and Promoting Cluster Organization in
WOMen Enterprises**

April 2019

Priority Axis:	1. Innovation and Competitiveness
Thematic	01-Strengthening research, technological development and innovation
Objectives/Priorities:	SO1.1-Delivering innovation support services and developing clusters across borders to foster competitiveness
Specific Objective:	
Work Package:	WP3
Deliverable:	D3.1.1

Co-financed by Co-Operation Programme

Interreg V/A Greece – Italy (GR-IT) 2014-2020

Πίνακας Περιεχομένων

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	1
A. ΜΕΡΟΣ Α - ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	2
A.1. Σκοπός του Εγχειρίδιου	2
A.2. Η Έννοια της Γυναίκειας Επιχειρηματικότητας	2
A.3. Αναγνώριση Πηγών & Στοιχείων Γυναίκειας Επιχειρηματικότητας	7
A.4. Βασικά Χαρακτηριστικά Γυναίκειας Επιχειρηματικότητας στις Χώρες της Περιοχής Παρέμβασης.....	12
A.4.1. Ελλάδα	12
A.4.2. Ιταλία	27
A.4.3. Συγκριτικός Παρουσίαση Βασικών Δεικτών Ελλάδας, Ιταλίας και Συνόλου Ευρώπης	40
B. ΜΕΡΟΣ Β – ΒΑΣΙΚΟΙ ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΙ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΧΑΡΤΟΓΡΑΦΗΣΗΣ	42
B.1. Προσδιορισμός Ομάδων – Στόχων / Κατηγοριών Επιχειρήσεων	42
B.2. Πηγές ή Τύποι / Είδος Ερευνών Άντλησης Δεδομένων	43
B.3. Μέθοδος Συλλογής Δεδομένων Χαρτογράφησης	56
B.3.1. Βιβλιογραφική Έρευνα	56
B.3.2. Έρευνα Βασιζόμενη σε Διαθέσιμα Στατιστικά Δεδομένα	57
B.3.3. Διακίνηση Ερωτηματολογίων	57
B.3.4. Διενέργεια Συνεντεύξεων	60
B.3.5. Ομάδες Εστίασης.....	63
B.4. Προσδιορισμός Κατηγοριών / Πεδίων Δεδομένων Συλλογής & Καταγραφής Στοιχείων	67
B.4.1. Χαρακτηριστικά Γυναίκειας Επιχειρηματικότητας	67
B.4.2. Ειδικά Προβλήματα Άσκησης Γυναίκειας Επιχειρηματικότητας	75
B.5. Τεχνικές Δειγματοληψίας.....	80
B.5.1. Τυχαία Δειγματοληψία	81
B.5.2. Συστηματική Δειγματοληψία.....	81
B.5.3. Στρωματοποιημένη Δειγματοληψία.....	82
B.5.4. Προτεινόμενη Τεχνική Δειγματοληψίας.....	82
B.6. Μεθοδολογία Επιλογής Μεγέθους Δείγματος	83
B.6.1. Ορισμός Πληθυσμού	83
B.6.2. Μεθοδολογία Υπολογισμού Πληθυσμού	84
Γ. ΜΕΡΟΣ Γ – ΣΥΝΟΨΗ / ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	85
Γ.1. Σύνοψη Μεθοδολογίας Χαρτογράφησης Γυναίκειας Επιχειρηματικότητας & Καταγραφής Προβλημάτων	85
Γ.2. Προτάσεις Αξιοποίησης Δεδομένων	88
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι.....	90
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ.....	101

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Το «Εγχειρίδιο Οδηγιών για τη Χαρτογράφηση της Γυναίκειας Επιχειρηματικότητας και Καταγραφής των Προβλημάτων των Επιχειρηματιών και των Δυνητικών Επιχειρηματιών», συντάχθηκε με σκοπό την πληροφόρηση και καθοδήγηση των εταίρων του έργου «Icon Wom-En» για την υλοποίηση των επιμέρους παραδοτέων αυτών.

Η δομή του εγχειριδίου περιλαμβάνει τις ακόλουθες ενότητες:

Η ενότητα 1 παρέχει το εννοιολογικό πλαίσιο της γυναίκειας επιχειρηματικότητας και αποτυπώνει το προφίλ που συνθέτει τη γυναίκεια επιχειρηματικότητα στις χώρες παρέμβασης (Ελλάδα-Ιταλία)

Η ενότητα 2 παρουσιάζει τις βασικές παραμέτρους και το μεθοδολογικό πλαίσιο για την χαρτογράφηση, η οποία και αποτελεί το κύριο αντικείμενο του εγχειριδίου. Προσδιορίζονται οι ομάδες στόχοι και οι διαθέσιμες πηγές, ενώ αναλύονται οι μέθοδοι, τα εργαλεία και οι τεχνικές προς αξιοποίηση για την Χαρτογράφηση της Γυναίκειας Επιχειρηματικότητας και Καταγραφής των Προβλημάτων των Επιχειρηματιών και των Δυνητικών Επιχειρηματιών, τόσο σε επίπεδο περιφέρειας των περιοχών παρέμβασης, όσο και σε συνάφεια με τους σκοπούς και τα προσδοκώμενα αποτελέσματα του έργου Icon Wom-En.

Η ενότητα 3 περιλαμβάνει τη σύνοψη των παραμέτρων του προτεινόμενου μεθοδολογικού πλαισίου και τις προτάσεις περεταίρω αξιοποίησης των δεδομένων χαρτογράφησης της Γυναίκειας Επιχειρηματικότητας, όπως θα προκύψουν σε περιφερειακό επίπεδο.

ΜΕΡΟΣ Α - ΕΙΣΑΓΩΓΗ

A.1. Σκοπός του Εγχειριδίου

Το παρόν εγχειρίδιο στοχεύει στην παροχή πληροφοριών και καθοδήγησης σε επίπεδο μεθοδολογίας για την εφαρμογή της Χαρτογράφησης της Γυναίκειας Επιχειρηματικότητας και για την καταγραφή των προβλημάτων.

Ειδικότερα, μέσω του εγχειριδίου πραγματοποιείται η καταγραφή και η επισκόπηση με στοιχεία των βασικών χαρακτηριστικών της Γυναίκειας Επιχειρηματικότητας στις χώρες παρέμβασης (Ελλάδα και Ιταλία).

Παράλληλα το εγχειρίδιο θα καταστεί ένα χρήσιμο εργαλείο καθώς θα αποτελέσει το μεθοδολογικό πλαίσιο για την υλοποίηση, από τους εταίρους του έργου Icon Wom-En, του Πακέτου Εργασίας 3 «Χαρτογράφηση της Γυναίκειας Επιχειρηματικότητας», σε περιφερειακό επίπεδο.

Στόχο επίσης του εγχειριδίου αποτελεί και η παράθεση προτάσεων για την περαιτέρω αξιοποίηση των δεδομένων, σε βασικούς τομείς επιπρόσθετης έρευνας οι οποίοι μπορούν να συμβάλουν στην περαιτέρω ανάπτυξη των αποτελεσμάτων του έργου.

A.2. Η Έννοια της Γυναίκειας Επιχειρηματικότητας

Επιχειρηματικότητα ορίζεται ως η ανάληψη κινδύνου και ευθυνών στην διαδικασία του σχεδιασμού και εφαρμογής μιας επιχειρηματικής στρατηγικής ή έναρξης μιας επιχείρησης. Αναφέρεται σε ένα άτομο (ή μια ομάδα ατόμων) το οποίο απασχολείται για την δημιουργία και λειτουργία μιας νέας επιχείρησης **ενώ παράλληλα αναλαμβάνει μιας μορφής ευθύνη για τα ενδεχόμενα ρίσκα.**

Η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας σε μια οικονομία σύμφωνα και με την διεθνή βιβλιογραφία **συμβάλλει στην οικονομική πρόοδο, την κοινωνική ευημερία και την επίτευξη ανάπτυξης** ενώ παράλληλα αποτελεί έναν επιπλέον παράγοντα δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας, αύξησης της ανταγωνιστικότητας και ενίσχυσης της παραγωγικής διαδικασίας.

Στα χαρακτηριστικά της περιλαμβάνονται η **υψηλή ελαστικότητα** όσον αφορά την ανάπτυξη επιχειρησιακών στρατηγικών και η **προσαρμοστικότητα** στις μεταβαλλόμενες συνθήκες. **Ταυτόχρονα οι μικρού μεγέθους επιχειρήσεις (οι οποίες αποτελούν την πλειοψηφία)** παρότι εκτίθενται υψηλότερα σε εξωγενείς αλλαγές, μέσω της εξέλιξης τους παράλληλα με αυτές, **μπορούν να αποτελέσουν παράγοντα σταθεροποίησης της οικονομίας.**

Τέλος είναι άμεσα συνδεδεμένη με την έννοια της καινοτομίας. Μια καινοτόμος επιχείρηση κατέχοντας υψηλότερο επίπεδο τεχνολογίας κατέχει ένα σημαντικό

συγκριτικό πλεονέκτημα σε σχέση με τον ανταγωνισμό. Ο συγκεκριμένος όρος μάλιστα έχει αποκτήσει ιδιαίτερη σημασία και τονίζεται με έμφαση στον διαχωρισμό επιτυχημένων από μη επιτυχημένων επιχειρηματικών προσπαθειών. Βασικοί παράγοντες κλειδιά σε αυτό είναι η διασπαστική καινοτομία (κατηγορία καινοτομίας η οποία δημιουργεί νέα αγορά), δημιουργικότητα, προχωρημένη τεχνολογία, κοινωνική δικτύωση και συμπεριφορά με έμφαση στις εξαγωγές.

Η επιχειρηματικότητα παραδοσιακά ήταν συνδεδεμένη με το αντρικό φύλο και **για αυτό έως και πρόσφατα δεν είχε επιδειχθεί ιδιαίτερο ενδιαφέρον στην διερεύνηση του ρόλου του φύλου** όσον αφορά τα χαρακτηριστικά της έννοιας. **Τα τελευταία είκοσι έτη ο επανακαθορισμός του ρόλου της γυναίκας στον επιχειρηματικό κόσμο οδήγησε στην αύξηση του ενδιαφέροντος για την συγκεκριμένη υποκατηγορία της επιχειρηματικότητας και των επιπλέον προοπτικών που η ανάπτυξή της μπορεί να παρουσιάσει.**

Η ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας είναι υψηλής σημαντικότητας καθώς, παράλληλα με τις παραπάνω ευεργετικές για την οικονομία συνέπειες, **προάγει την χρήση αναξιοποίητης δυναμικής του γυναικείου πληθυσμού, προσφέρει στην καινοτομία, ενισχύει την διαφοροποίηση και μειώνει τις ανισότητες μεταξύ των φύλων.** Έχει παρατηρηθεί ότι τα φύλα αντιλαμβάνονται διαφορετικά την έννοια «επιχειρηματικότητα», συγκεκριμένα οι άντρες επιχειρηματίες εμφανίζουν υψηλότερη συγκέντρωση στο στοιχείο της καινοτομίας, δικτύωσης, αναγνώρισης και παραγωγικότητας ενώ **οι γυναίκες στο συναίσθημα συνεισφοράς στο οικογενειακό εισόδημα, στην κοινωνία, την επίτευξη ανεξαρτησίας από την οικογένεια ή τον σύζυγο τους και παράλληλα την δυνατότητα να συνδυάσουν το εργασιακό περιβάλλον με την οικογενειακή ζωή.** Σύμφωνα με την βιβλιογραφία οι γυναίκες επιχειρηματίες διαχειρίζονται τις επιχειρήσεις τους προάγοντας περισσότερο τις **έννοιες της συνεργασίας, αμοιβαιότητας και επιείκειας, ενώ φαίνεται να είναι περισσότερο σταθερές σε περιόδους ύφεσης.** Έχοντας από νεαρή ηλικία εξοικειωθεί με την έννοια του διπλού ρόλου εμφανίζουν υψηλότερη ανθεκτικότητα **σε συνθήκες πίεσης λόγω της ανάγκης για εύρεση εξισορρόπησης του ρόλο τους στην οικογένεια και την εργασία.** Ένας ακόμα παράγοντας διαφοροποίησης είναι η **διαφορετική συμπεριφορά στην έννοια του κινδύνου σε σχέση με τους άντρες, ιδιαίτερα όσον αφορά τον εξωτερικό δανεισμό ο οποίος μπορεί να μετατραπεί σε παθολογία σε περιόδους κρίσης λόγω της μη δυνατότητας εξυπηρέτησης του.** Παράλληλα λόγω αυτής της μέσης συμπεριφοράς η **δομή των επιχειρήσεων τους δεν στηρίζεται στην άμεση εύρεση έστω και σποραδικής ανάγκης χρηματοδότησης, κάτι το οποίο δυσχεραίνει σε περιόδους ύφεσης και κρίσης με τον τραπεζικό δανεισμό να αυστηροποιεί τα κριτήρια δανειοδότησης.** Βάσει αυτού η γυναικεία επιχειρηματικότητα λόγω της **ανεκτικότητας της σε δυσμενείς συνθήκες μπορεί τις συγκεκριμένες περιόδους να στηρίξει περαιτέρω την τοπική οικονομία διατηρώντας την κερδοφορία της,**

προσφέροντας υπηρεσίες και απασχολώντας μέρος του εργατικού δυναμικού το οποίο εναλλακτικά θα έμενε άνεργο ή ανενεργό.

Συνοψίζοντας κάποιες βασικές διαφοροποιήσεις της επιχειρηματικότητας όσον αφορά την παράμετρο του φύλου, και συγκεκριμένα της γυναίκειας επιχειρηματικότητας σημειώνονται τα κάτωθι¹:

- Οι γυναίκες ξεκινούν επιχειρήσεις για να επιτύχουν **υψηλότερη ευελιξία, ανεξαρτησία και μεγαλύτερη ελευθερία από περιοριστικά εταιρικά περιβάλλοντα**. Παράλληλα επιτυγχάνουν υψηλότερη προσωπική ικανοποίηση διοικώντας την δική τους επιχείρηση και ελέγχοντας την πρόοδο της καριέρας τους καθώς **επιτρέπει υψηλότερη προσαρμοστικότητα στις ανάγκες της οικογενειακής ζωής**.
- Συχνά κίνητρο είναι η **δυσανεμία από την θέση τους στην εργασία σε εταιρικά περιβάλλοντα και η πεποίθηση ότι η καριέρα τους εξελίσσεται σε χαμηλότερο βαθμό από εκείνο που εμφανίζει το αντίθετο φύλο**
- Το μεγαλύτερο ποσοστό των γυναικών **οδηγείται από την διαίσθηση** για την έναρξη και λειτουργία μιας επιχείρησης ενώ των αντρών από την **λογική**
- **Συλλέγουν περισσότερη πληροφόρηση πριν την έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας σχετικά με τις διαδικασίες ίδρυσης, λειτουργίας και διοίκησης μιας επιχείρησης απ' ότι οι άντρες**
- **Εμφανίζουν μικρότερη ροπή προς το ρίσκο και τον εξωτερικό δανεισμό απ' ότι το αντίθετο φύλο**

Σύμφωνα με τον Οργανισμό για την Οικονομική Συνεργασία και Ανάπτυξη (ΟΟΣΑ), μια επιχείρηση για να χωροθετηθεί στην κατηγορία της «γυναίκειας επιχειρηματικότητας» πρέπει να καλύπτει τις εξής προϋποθέσεις:

- 1) Η γυναικεία συμμετοχή είναι σε ποσοστό 51% στο κεφάλαιο της επιχείρησης
- 2) Οι αποφάσεις στρατηγικής σκοπιμότητας να λαμβάνονται από την ιδιοκτήτρια/ιες

Το 2016 προσεγγιστικά 163 εκατομμύρια γυναίκες ξεκινούσαν ή διοικούσαν νέες επιχειρήσεις σε 74 Οικονομίες ανά τον κόσμο ενώ 111 εκατομμύρια διοικούσαν υφιστάμενες επιχειρήσεις². Συγκρίνοντας με το 2010 (104 και 83 εκατομμύρια αντίστοιχα) παρατηρείται η ραγδαία αύξηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας στο σύνολο της παγκόσμιας οικονομίας³.

Στην Ευρώπη η γυναικεία επιχειρηματικότητα **εμφανίζεται σε περιορισμένο βαθμό και η προώθηση της έχει σημαίνουσα θέση στο μελλοντικό αναπτυξιακό πλάνο της ΕΕ**. Με την πάροδο των ετών η ποσοτική ασυμμετρία που εμφανίζεται μεταξύ αντρών

¹ Radović Marković, 2009, Women Entrepreneurs: New Opportunities and Challenges

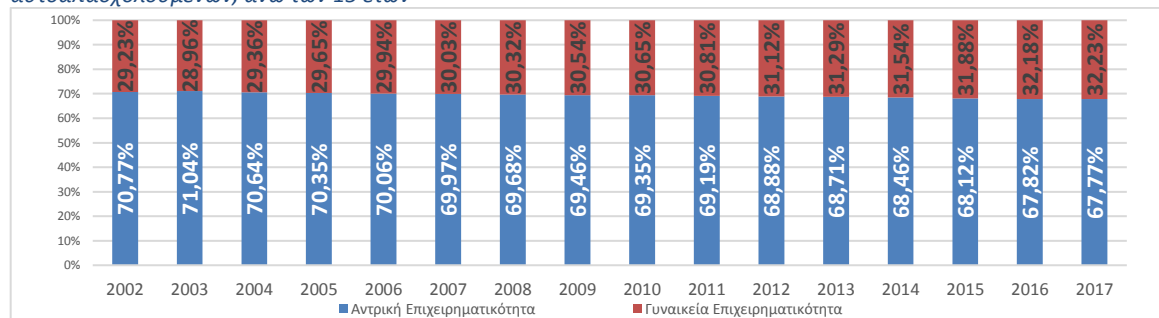
² Global Entrepreneurship Monitor 2016/2017 Report on Women's Entrepreneurship

³ Global Entrepreneurship Monitor (2013). 2012 women's report.

και γυναικών στον τομέα της επιχειρηματικότητας προβλέπεται ότι θα μικρύνει και τα μεγέθη σταδιακά θα συγκλίνουν. Σύμφωνα με αυτό η ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας θα έχει μία σειρά ευεργετικών συνεπειών στο οικονομικό περιβάλλον ενισχύοντας παράλληλα την μακροοικονομική σταθερότητα, μια σημαίνουσα παράμετρο ιδιαίτερα μετά την παγκόσμια οικονομική κρίση του 2008.

Στο διάγραμμα αποτυπώνεται η κατανομή μεταξύ αντρικής και γυναικείας επιχειρηματικότητας στον χρόνο ως ποσοστό της συνολικής επιχειρηματικότητας⁴ σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Η βελτίωση της αναλογίας δεν είναι εμφανής στο χρονικό διάστημα που εξετάζεται (2002-2017) παρότι συνοδεύεται από αύξηση της γενικότερης απασχόλησης του γυναικείου φύλλου παράλληλα με την αύξηση της αυτοαπασχόλησης.

Διάγραμμα 1. Ποσοστό αυτοαπασχολούμενων ανά φύλλο, Ε.Ε. 28, 2002-2017 ως προς το σύνολο των αυτοαπασχολούμενων, άνω των 15 ετών

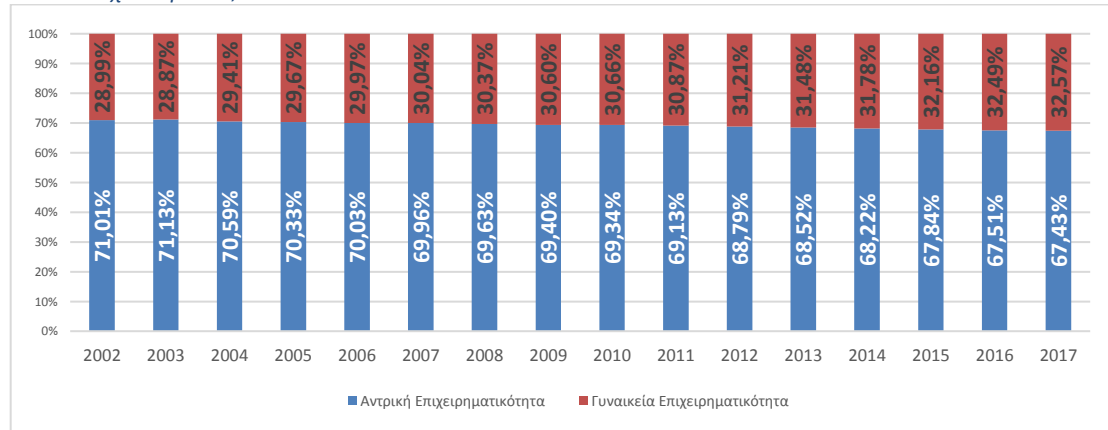


Πηγή: Eurostat (04/19), lfsa_effpt

Η γυναικεία επιχειρηματικότητα αποτελεί το **32,23%** του συνόλου το 2017 από **29,23%** το 2002 ενώ ο αριθμός των γυναικών αυτοαπασχολούμενων αυξήθηκε από 9,1 εκατομμύρια το 2002 σε 10,6 εκατομμύρια το 2017 (**+16,92%**). Η ύπαρξη τάσης είναι περισσότερο εμφανής σε σύγκριση με μεγέθη κοντά στο 1980 όπου η γυναικεία επιχειρηματικότητα περιοριζόταν σε ποσοστά κοντά στο **22%**. Για την ηλικιακή ομάδα 20 έως 64^{ων} ετών τα μεγέθη διαφοροποιούνται ελάχιστα με το ποσοστό των γυναικών να αυξάνεται από **28,99%** το 2002 σε **32,57%** το 2017 και σε απόλυτα μεγέθη από 8,4 εκ. σε 9,9 (**+17,65%**).

⁴ Eurostat, Employment by sex, age, professional status and full-time/part-time (1 000) [lfsa_effpt], σύμφωνα με τα πρότυπα της μελέτης Statistical Data on Women Entrepreneurs in Europe (2014) χρησιμοποιήθηκε το ηλικιακό όριο άνω των 15 ετών. Στην συνέχεια τα δεδομένα θα αφορούν τις ηλικιακές ομάδες 20-64 ετών.

Διάγραμμα 2. Ποσοστό αυτοαπασχολούμενων ανά φύλλο, Ε.Ε. 28, 2002-2017 ως προς το σύνολο των αυτοαπασχολούμενων, 20-64 ετών



Πηγή: Eurostat (04/19), ifsa_efpt

Σημαντική διαφοροποίηση υπάρχει και όσον αφορά τον τύπο της αυτοαπασχόλησης (πλήρους η μερική) όπου οι αυξήσεις δεν είναι μεταξύ τους αναλογικές. Συγκεκριμένα ο αριθμός των αυτοαπασχολούμενων γυναικών μερικής απασχόλησης αυξήθηκε κατά **+43,47%** από 1,9 εκατομ. σε 2,7 την περίοδο 2002-2017 ενώ για την κατηγορία της πλήρους απασχόλησης κατά **+11,41%** από 6,4 εκατομ. σε 7,2. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα η αναλογία μεταξύ αυτοαπασχολούμενων γυναικών πλήρους και μερικής απασχόλησης να βελτιωθεί υπέρ της μερικής απασχόλησης η οποία αύξησε το μερίδιό της **από 22,9% σε 27,7% την περίοδο εξέτασης**.

Τα δεδομένα δεν πρέπει να μας εκπλήσσουν καθώς και όσον αφορά το «χάσμα» μεταξύ αντρικής και γυναικείας επιχειρηματικότητας **αυτό εμφανίζεται μεγαλύτερο στις ανεπτυγμένες οικονομίες (όπως χαρακτηρίζονται οι οικονομίες των χωρών της Ε.Ε.)** με πιθανό λόγο την προτίμηση των γυναικών, ειδικότερα στην αρχή της επαγγελματικής τους σταδιοδρομίας, για τη **μισθωτή εργασία και την αντίστοιχη σταθερότητα** που προσφέρει, κάτι το οποίο **δεν εμφανίζεται στον ίδιο βαθμό σε αναπτυσσόμενες οικονομίες**.

Βασικότερος κλάδος δραστηριοποίησης της γενικής επιχειρηματικότητας είναι το χονδρικό/λιανικό εμπόριο όπου συγκεντρώνεται το 60% της δραστηριότητας τους για τις αναπτυγμένες χώρες έχοντας 16% μεγαλύτερη πιθανότητα να ασχοληθούν με τον συγκεκριμένο κλάδο απ' ότι οι άντρες. Ταυτόχρονα είναι **λιγότερο πιθανό να ασχοληθούν με Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνίας**. Συνολικά **λιγότερο από 2% των γυναικών επιλέγουν άσκηση επιχειρηματικότητας στον συγκεκριμένο κλάδο**, μικρότερο από το ένα τέταρτο της αντίστοιχης αναλογίας για τους άντρες.

Παρότι τα αποτελέσματα των μελετών της διεθνούς βιβλιογραφίας έχουν αποτυπώσει την ύπαρξη ενός «ανώτατου ορίου» το οποίο εμποδίζει τις γυναίκες να αξιοποιήσουν πλήρως τις δυνατότητες τους, **υπάρχουν στοιχεία τα οποία επιβεβαιώνουν ότι οι περισσότερες χώρες έχουν συνειδητοποιήσει το μέγεθος της πιθανής συνεισφοράς στην οικονομία της απασχόλησης των γυναικών σε**

επιχειρηματικές δραστηριότητες και σε τομείς διαφορετικούς από τους οποίους έως τώρα απασχολούνταν ως υπάλληλοι. Αυτό σημαίνει ισοδύναμα ότι η ύπαρξη φραγμών θα έχει αρνητικές επιπτώσεις στην εξέλιξη της ανταγωνιστικότητας, παραγωγικότητας και δυναμικής μεγέθυνσης της οικονομίας.

Η αναγνώριση των δυνατοτήτων της γυναίκειας επιχειρηματικότητας στην παγκόσμια κοινότητα θεωρείται πλέον δεδομένη λόγω της σταδιακής προαγωγής της σε έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες συνεισφοράς της ανάπτυξης σε σειρά χωρών. Η συζήτηση έχει πλέον μεταφερθεί στους τρόπους ενίσχυσης του συγκεκριμένου δυναμικού μέσω της πρόσβασης τους σε χρηματοδοτικούς πόρους, αυξημένες ευκαιρίες μόρφωσης και εκπαίδευσης, δυνατότητα να επηρεάζουν τις αποφάσεις που λαμβάνονται στις κοινότητες τους και αυτονομία στις επαγγελματικές τους αποφάσεις.

A.3. Αναγνώριση Πηγών & Στοιχείων Γυναίκειας Επιχειρηματικότητας

Παρατίθενται οι πηγές και τα στοιχεία Γυναίκειας Επιχειρηματικότητας τα οποία αξιοποιήθηκαν για την καταγραφή των βασικών χαρακτηριστικών και των προβλημάτων/εμποδίων που εμφανίζονται στις χώρες της περιοχής παρέμβασης, σε δυο επίπεδα:

1. Βάσεις δεδομένων άντλησης πρωτογενών (κατόπιν επεξεργασίας) στοιχείων
2. Μελέτες διεθνών φορέων

ΒΑΣΕΙΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΠΡΩΤΟΓΕΝΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ			
ΦΟΡΕΙΣ ΑΝΤΛΗΣΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΦΟΡΕΩΝ	ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΝΑΦΟΡΑΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΔΕΙΚΤΩΝ
Ευρωπαϊκή Στατιστική Υπηρεσία (Eurostat)	Η Eurostat είναι υπηρεσία της Ευρωπαϊκής Ένωσης με κύριο καθήκον την συλλογή και δημοσίευση στατιστικών στοιχείων που αφορούν χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, καθώς και την προώθηση μεθόδων στατιστικής σε κράτη-μέλη ή υποψήφια κράτη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, καθώς και κρατών εντός της Ευρωπαϊκής Ζώνης Ελευθέρων Συναλλαγών (EFTA).	[lfsa_eftpt] UNIT:.,000	Απασχόληση ανά φύλο, ηλικία, επαγγελματική κατάσταση, πλήρης απασχόληση/ημιαπασχόληση
		[lfsa_e2gps] UNIT:.,000	Απασχολούμενοι που έχουν δεύτερη δουλειά ανά φύλο, ηλικία επαγγελματική κατάσταση και στις δύο δουλειές
		[lfsa_esgan2] UNIT:.,000	Αυτοαπασχολούμενοι ανά φύλο, ηλικία και οικονομική δραστηριότητα (NACE Rev. 2)
		[lfsa_igaww] UNIT:.,000	Ανεργός πληθυσμός που δεν αναζητά εργασία ανά φύλο, ηλικία και προθυμία για εργασία
		[lfsa_igar] UNIT:%	Ανεργός πληθυσμός που δεν αναζητά εργασία ανά φύλο, ηλικία και κύριο λόγο μη αναζήτησης εργασίας
		[lfsa_qoe_3a2] UNIT:%	Απασχολούμενοι σε πολύωρες και κύριες εργασίες ανά φύλο, ηλικία, επαγγελματική κατάσταση και απασχόληση
		[lfsa_17csoc] UNIT:.,000	Απασχολούμενοι ανά επαγγελματική κατάσταση, φύλο, επίπεδο μορφωτικών επιτευγμάτων, απασχόληση
		[lfsa_17csna] UNIT:.,000	Απασχολούμενοι ανά επαγγελματική κατάσταση, επίπεδο μορφωτικών επιτευγμάτων, και οικονομική δραστηριότητα.
[lfsa_17psobst] UNIT:.,000	Απασχολούμενοι και οικογενειακές επιχειρήσεις που θα ήθελαν να είναι αυτοαπασχολούμενοι ανά λόγο που δεν προχωρούν σε αυτό και ανά φύλο		

ΒΑΣΕΙΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΠΡΩΤΟΓΕΝΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ			
ΦΟΡΕΙΣ ΑΝΤΛΗΣΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΦΟΡΕΩΝ	ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΝΑΦΟΡΑΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΔΕΙΚΤΩΝ
		[Ifso_17psed] UNIT: ,000	Απασχολούμενοι ανά τρέχουσα και προτιμητέα επαγγελματική κατάσταση, φύλο, επίπεδο μορφωτικών επιτευγμάτων
Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ)	Η ΕΛΣΤΑΤ είναι η εθνική στατιστική υπηρεσία της Ελλάδας και η οποία έχει ως σκοπό τη συστηματική παραγωγή επίσημων στατιστικών, καθώς και τη διενέργεια στατιστικών ερευνών που αφορούν τις δραστηριότητες του ιδιωτικού και δημοσίου τομέα , την δημιουργία δεικτών αξιολόγησης κ.α.	Έρευνα εργατικού Δυναμικού	Η ετήσια Έρευνα Εργατικού Δυναμικού παρέχει πληροφόρηση του πλήθους των αυτοαπασχολούμενων γυναικών υπό συνθήκες σειράς παραμέτρων (περιφέρεια, ηλικία, οικογενειακή κατάσταση κλπ)
Istituto Nazionale di Statistica (Istat)	Το Ιταλικό Εθνικό Ινστιτούτο Στατιστικής (<i>Istituto Nazionale di Statistica; Istat</i>) είναι ο κύριος παραγωγός των επίσημων στατιστικών στην Ιταλία έχοντας ως δραστηριότητες την απογραφή του πληθυσμού, οικονομικές απογραφές και μια σειρά από κοινωνικές, οικονομικές και περιβαλλοντικές έρευνες και αναλύσεις.	Έρευνα εργατικού Δυναμικού	Η ετήσια Έρευνα Εργατικού Δυναμικού παρέχει πληροφόρηση του πλήθους των αυτοαπασχολούμενων γυναικών υπό συνθήκες σειράς παραμέτρων (περιφέρεια, ηλικία, οικογενειακή κατάσταση κλπ)
Global Entrepreneurship Monitor (GEM)	Αποτελεί την πλουσιότερη πηγή πληροφοριών σχετικά με την επιχειρηματική συμπεριφορά και τη στάση των ατόμων, καθώς την επιχειρηματικότητα, δημοσιεύοντας μια σειρά διεθνών, εθνικών και ειδικών θεμάτων σε ετήσια βάση.	Female T.E.A Unit: %	Ποσοστό γυναικών στα αρχικά στάδια της επιχείρησης (Total early-stage Entrepreneurial Activity(TEA))
		Female TEA Necessity (% of TEA females) Unit: %	Total early-stage Entrepreneurial Activity(TEA)/ Ανάγκης
		Female TEA Opportunity(% of TEA females) Unit: %	Total early-stage Entrepreneurial Activity(TEA)/ Ευκαιρίας
		Entrepreneurial Intentions Female Unit: %	Δείκτης επιχειρηματικών προθέσεων

ΒΑΣΕΙΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΠΡΩΤΟΓΕΝΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ			
ΦΟΡΕΙΣ ΑΝΤΛΗΣΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΦΟΡΕΩΝ	ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΝΑΦΟΡΑΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΔΕΙΚΤΩΝ
		Female Established Business Activity Unit: %	Δείκτης Καθιερωμένης επιχειρηματικότητας
		Female Agriculture and Mining Unit: %	Δείκτης Γυναίκειας επιχειρηματικότητας σε πρωτογενή τομέα και ορυχεία
		Female Manufactures and Transportation Unit: %	Δείκτης Γυναίκειας επιχειρηματικότητας σε μεταποιήσεις και μεταφορές
		Female Wholesale/ Retail Unit: %	Δείκτης Γυναίκειας επιχειρηματικότητας σε χονδρικό και λιανικό εμπόριο
		Female % expecting to hire 6+ employees in the next 5 years	Δείκτης Αναμονής για πρόσληψη τα επόμενα 5 χρόνια
Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (Ο.Ο.Σ.Α.)	Ο οργανισμός παρέχει ένα περιβάλλον όπου οι κυβερνήσεις μπορούν να συγκρίνουν εφαρμογές πολιτικής, να βρουν απαντήσεις στα κοινά προβλήματα, να προσδιορίσουν τις καλές πρακτικές και να συντονίσουν τις εσωτερικές και διεθνείς πολιτικές.	Access to training on how to start a business (2013) Unit:%	Δείκτης για την πρόσβαση στην εκπαίδευση σχετικά με τον τρόπο έναρξης εργασίας
		Access to money to start a business (2013) Unit:%	Δείκτης για την πρόσβαση σε κεφάλαιο με σκοπό την έναρξη εργασιακής απασχόλησης
		Share of self-employed who are between 20 and 29 years old (2000-2017) Unit:%	Δείκτης ποσοστού των αυτοαπασχολούμενων που βρίσκονται μεταξύ 20-29
		Attitude towards entrepreneurial risk (2013) Unit:%	Δείκτης συμπεριφοράς απέναντι στον επιχειρηματικό κίνδυνο
		Share of self- employed in the population of employed with tertiary education (2000-2017) Unit:%	Δείκτης ποσοστού των αυτοαπασχολούμενων με τριτοβάθμια εκπαίδευση(από το σύνολο των υπαλλήλων)
		Entrepreneurship at a Glance (2017)	

ΦΟΡΕΙΣ ΔΙΕΝΕΡΓΕΙΑΣ ΜΕΛΕΤΩΝ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΦΟΡΕΩΝ	ΤΙΤΛΟΣ ΜΕΛΕΤΗΣ
Global Entrepreneurship Monitor (GEM)	Αποτελεί την πλουσιότερη πηγή πληροφοριών σχετικά με την επιχειρηματική συμπεριφορά και τη στάση των ατόμων, καθώς την επιχειρηματικότητα, δημοσιεύοντας μια σειρά διεθνών, εθνικών και ειδικών θεμάτων σε ετήσια βάση.	Women's Entrepreneurship 2016/2017 Report
Ευρωβαρόμετρο	Το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο ξεκίνησε τις δικές του δημοσκοπήσεις Ευρωβαρόμετρου. Οι δημοσκοπήσεις αυτές καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα θεμάτων, με έμφαση στις αντιλήψεις και τις προσδοκίες των πολιτών όσον αφορά την ανάληψη δράσης εκ μέρους της ΕΕ, καθώς και στις κύριες προκλήσεις που αντιμετωπίζει η Ένωση.	ENTREPRENEURSHIP IN THE EU AND BEYOND
Ευρωπαϊκή Στατιστική Υπηρεσία (Eurostat)	Η Eurostat είναι υπηρεσία της Ευρωπαϊκής Ένωσης με κύριο καθήκον την συλλογή και δημοσίευση στατιστικών στοιχείων που αφορούν σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, καθώς και την προώθηση μεθόδων στατιστικής σε κράτη-μέλη ή υποψήφια κράτη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, καθώς και κρατών εντός της Ευρωπαϊκής Ζώνης Ελευθέρων Συναλλαγών (EFTA).	Statistical Data on Women Entrepreneurs in Europe
Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE)	Αποτελεί ιδιωτικό, μη κερδοσκοπικό, κοινωφελή, ερευνητικό οργανισμό με σκοπό την προώθηση της επιστημονικής έρευνας για τα τρέχοντα και αναδυόμενα προβλήματα της ελληνικής οικονομίας αλλά και την παροχή αντικειμενικής πληροφόρησης και διατύπωσης προτάσεων, οι οποίες είναι χρήσιμες στη διαμόρφωση πολιτικής.	Ετήσια Έκθεση Επιχειρηματικότητας 2017-2018

A.4. Βασικά Χαρακτηριστικά Γυναίκειας Επιχειρηματικότητας στις Χώρες της Περιοχής Παρέμβασης

Η σημασία της επιχειρηματικότητας στην παγκόσμια Οικονομία οδήγησε στην αύξηση της συμμετοχής του γυναικείου φύλου στο επιχειρήν. Σε γενικές γραμμές οι γυναίκες επιχειρηματίες αποτελούν την μειοψηφία σε σύγκριση με του άντρες, πάρα ταύτα υπάρχουν σημαντικές διαφορές ανάμεσα στις διάφορες χώρες. Προηγούμενες έρευνες θεωρούσαν την επιχειρηματικότητα ως κοινή έννοια στο σύνολο του κόσμου, μια άποψη η οποία όμως άλλαξε τα τελευταία χρόνια όταν σειρά ερευνών **αποκάλυψε σημαντικά διαφορετικά χαρακτηριστικά μεταξύ αναπτυγμένων και αναπτυσσόμενων χωρών**, όπου στις τελευταίες η γυναικεία επιχειρηματικότητα παρουσιαζόταν εντονότερη. Το παραπάνω είναι και το αναμενόμενο αν συλλογιστεί κάποιος την σημασία του οικονομικού και κοινωνικού περιβάλλοντος ως παράγοντες επηρεασμού της απόφασης δημιουργίας νέας επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Άρα η γυναικεία επιχειρηματικότητα επηρεάζεται από σειρά παραγόντων μεταξύ των διαφορετικών χωρών, όπως το φυσικό περιβάλλον, η πολιτική, η θρησκεία και ο πολιτισμός, οι οποίοι τελικά καθορίζουν την συμπεριφορά των γυναικών όσον αφορά στις επιχειρηματικές επιλογές. Αντίστοιχα λόγω διαφορετικών παραμέτρων στις οικονομίες μεταξύ των χωρών, όπως διαφορετικές επιχειρηματικές ευκαιρίες, πρόσβαση σε χρηματοδότηση κ.α. δεν υπάρχει ένα ενιαίο προφίλ για την γυναίκα επιχειρηματία και πρέπει η έρευνα να προχωρήσει σε εξειδίκευση ανά γεωγραφική περιοχή.

Στις επόμενες ενότητες, παρατίθεται η ανάλυση των βασικών χαρακτηριστικών της γυναικείας επιχειρηματικότητας για τις χώρες της περιοχής παρέμβασης, Ελλάδα και Ιταλία.

A.4.1. Ελλάδα

Η χειροτέρευση του μακροοικονομικού περιβάλλοντος στην χώρα είχε ως αποτέλεσμα τον άμεσο και ραγδαίο επηρεασμό της ζήτησης αγαθών και υπηρεσιών, την μείωση των δυνατοτήτων χρηματοδότησης από το τραπεζικό σύστημα, την αβεβαιότητα και ευμεταβλητότητα της παραμέτρου της φορολογίας και την χειροτέρευση μιας ακόμα σειράς παραγόντων που οδήγησαν στην συνακόλουθη αύξηση του ρίσκου για έναν νέο επιχειρηματία.

Σύμφωνα με το Ευρωβαρόμετρο, στην Ελλάδα η τάση προς την επιχειρηματικότητα είναι υψηλότερη από την αντίστοιχη της Ε.Ε. καθώς το 50%⁵ δηλώνει προτίμηση στην αυτοαπασχόληση σε σχέση με την υπαλληλική απασχόληση σε κάποια εταιρεία (στην

⁵ Flash Eurobarometer 354 (2012), Entrepreneurship in the EU and Beyond: Greece Country Report

Ε.Ε. το αντίστοιχο ποσοστό είναι 37%). Αντίστοιχα μόλις το 43% δηλώνει ότι θα προτιμούσε θέση υπαλλήλου σε σύγκριση με 58% για τον μέσο όρο της Ε.Ε.

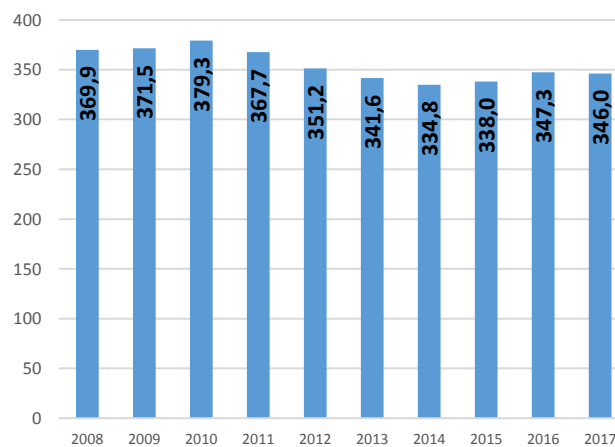
Στην Ελλάδα για το 2017 το σύνολο των απασχολούμενων γυναικών υπολογίστηκε σε **1,57 εκατομμύρια** από τα οποία ποσοστό στο 70% περίπου αφορά μισθωτή εργασία και ποσοστό **23,3% αυτοαπασχολούμενους (με η χωρίς προσωπικό)**. Το υπόλοιπο ποσοστό αφορά την κατηγορία βοηθών στην οικογενειακή επιχείρηση⁶. Η ανάλυση που ακολουθεί αφορά τις κατηγορίες αυτοαπασχολούμενων γυναικών ηλικίας 20-64 ετών με περίοδο εξέτασης τα έτη 2008 έως 2017.

A.4.1.1 Μέγεθος και βασικά χαρακτηριστικά γυναικείας επιχειρηματικότητας

Ο αριθμός των αυτοαπασχολούμενων γυναικών στην Ελλάδα κινείται στάσιμα την περίοδο εξέτασης χωρίς την εμφάνιση συγκεκριμένης τάσης. **Το 2008 το μέγεθος ήταν 369,9 χιλιάδες και το 2017 έφτασε τις 346 χιλιάδες (-6%)**. Τα δεδομένα εμφανίζουν σταθερότητα

στην εξέλιξη τους ως προς τον χρόνο χωρίς να παρατηρείται σημαντικός επηρεασμός την περίοδο της παγκόσμιας χρηματοπιστωτικής κρίσης με την μέση ετήσια μεταβολή να διαμορφώνεται μόλις στο **-0,04%**. Ο αριθμός των αυτοαπασχολούμενων γυναικών εμφάνισε συνεχόμενους αρνητικούς ετήσιους ρυθμούς μεταβολής την περίοδο 2011-2014 με την σταδιακή ανάκαμψη του

Διάγραμμα 3. Απόλυτος αριθμός αυτοαπασχολούμενων γυναικών στην Ελλάδα την περίοδο 2008-2017



Πηγή: Eurostat (04/19), lfsa_eftpt

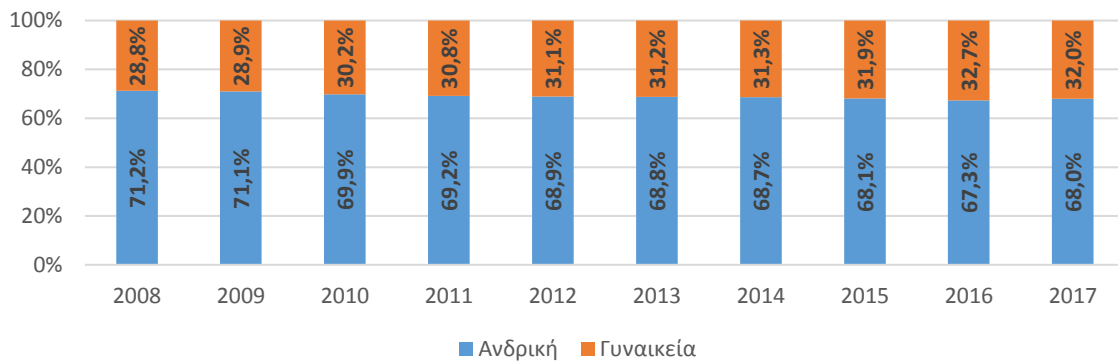
μεγέθους την τριετία 2015-2017. Αντίστοιχα σταθερή δυναμική εντοπίζεται ως προς το **ποσοστό του συνόλου των εργαζόμενων γυναικών** οι οποίες αυτοαπασχολούνται (με η χωρίς υπαλλήλους). Το ποσοστό αυτό το 2008 διαμορφώθηκε σε **20,70%** και το 2017 σε **22,48%** με ασθενή ανοδική δυναμική. Το 2013 το μέγεθος διαμορφώνεται στο **23,92%** για να σταθεροποιηθεί την τελευταία τριετία κοντά στο **22,5%**. Συνδυάζοντας τα παραπάνω δεδομένα παρατηρείται ότι παρότι μειώθηκε ο αριθμός των αυτοαπασχολούμενων σε σχέση με την περίοδο έναρξης της κρίσης **το μερίδιο της αυτοαπασχόλησης στο σύνολο των γυναικών εμφάνισε αύξηση**, αποτελώντας ασθενή ένδειξη τόσο της επιχειρηματικότητας ανάγκης όσο και του **μικρότερου**

⁶ ΕΛΣΤΑΤ, Έρευνα Εργατικού Δυναμικού(2019)

επηρεασμού του αριθμού των αυτοαπασχολούμενων σε σχέση με το αντίστοιχο μέγεθος για την κατηγορία των μισθωτών.

Για την πλήρη αποτύπωση της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα σημαντική κρίνεται και η σύγκριση με την αντρική επιχειρηματικότητα και συγκεκριμένα η κατανομή στο σύνολο της επιχειρηματικότητας μεταξύ των φύλων (όσον αφορά το πλήθος των επιχειρήσεων). Το μερίδιο της γυναικείας επιχειρηματικότητας μεγαλώνει από **28,8% το 2000 σε 32% το 2017** εμφανίζοντας ασθενή αλλά σταθερή αύξηση στο σύνολο της περιόδου εξέτασης.

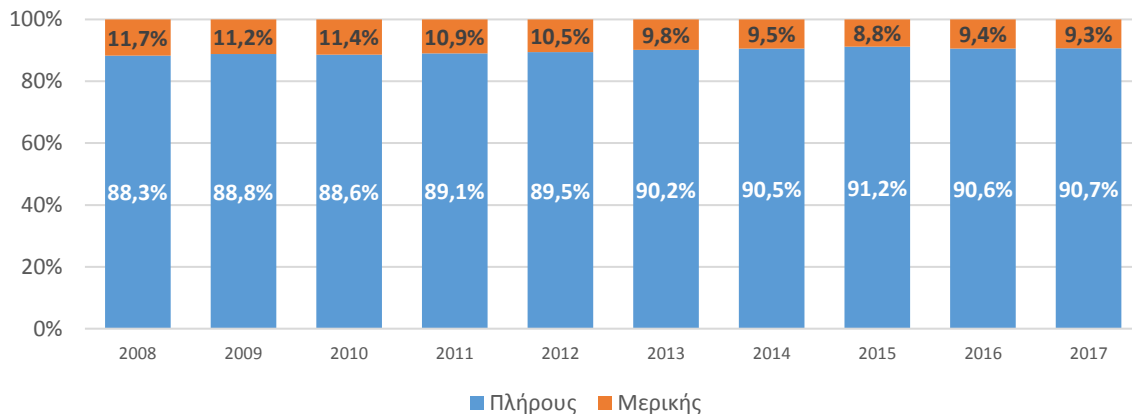
Διάγραμμα 4. Κατανομή (πλήθος) επιχειρηματικότητας μεταξύ των φύλων



Πηγή: Eurostat (04/19),lfsa_eftpt

Από αυτές η συντριπτική πλειοψηφία (**90%**) είναι **πλήρους απασχόλησης και μόλις μια στις δέκα είναι μερικής. Βασικό συμπέρασμα από τα παραπάνω είναι ότι εξαιρετικά μικρό μέρος των εργαζομένων γυναικών καταφεύγουν στην μερική αυτοαπασχόληση ως συμπλήρωμα του εισοδήματός τους.**

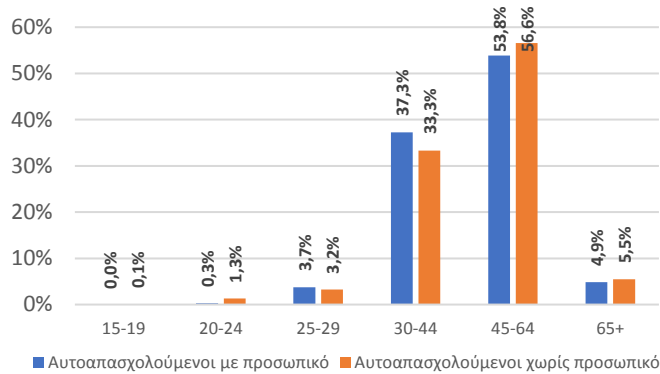
Διάγραμμα 5. Κατανομή (πλήθος) γυναικείας επιχειρηματικότητας μεταξύ πλήρους και μερικής απασχόλησης



Πηγή: Eurostat (04/19),lfsa_eftpt

Κυρίαρχη ηλικία των αυτοαπασχολούμενων γυναικών για το 2017 είναι η κατηγορία **45-64 κατέχοντας το 56%** του συνόλου των αυτοαπασχολούμενων γυναικών για το 2017. Ακολουθεί η κατηγορία **30-44 ετών με 34,1%** και η κατηγορία άνω των **65 ετών με 5,3%**. Η επιχειρηματικότητα στις νεαρότερες ηλικίας λαμβάνει την τελευταία θέση στην κατάταξη με ποσοστό μόλις **4,5%** αθροιστικά για τις κατηγορίες **κάτω των 29 ετών**. Η ηλικιακή κατανομή δεν διαφοροποιείται

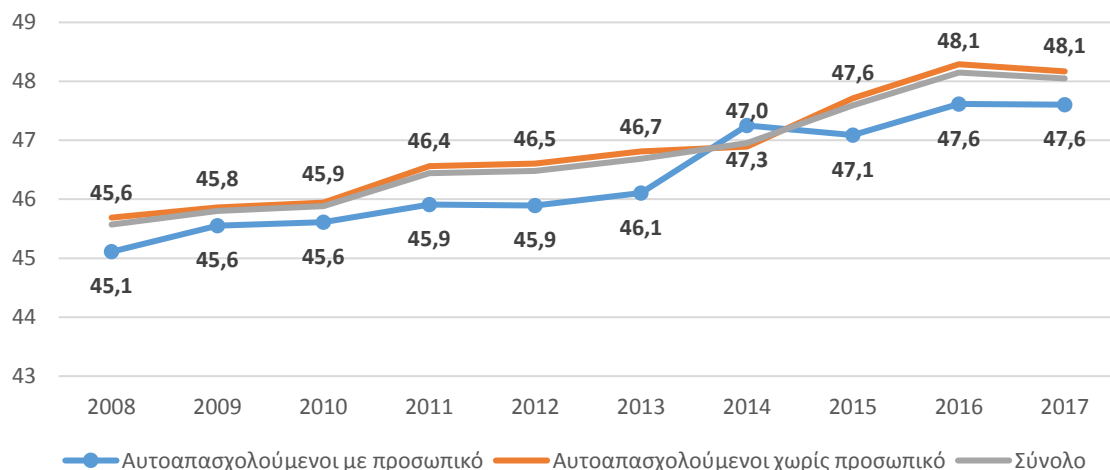
Διάγραμμα 6. Κατανομή (πλήθος) γυναικείας επιχειρηματικότητας ανά ηλικιακή ομάδα και τύπο αυτοαπασχόλησης



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ (2019)

σημαντικά ούτε με την ανακατατάξη της στις κατηγορίες με και χωρίς προσωπικό διατηρώντας αντίστοιχα ποσοστά. Ένα ενδιαφέρον εύρημα από την μελέτη της ηλικιακής κατανομής είναι η συμπεριφορά του σταθμισμένο μέσου ως προς τον χρόνο, δηλαδή η αποτύπωση της ηλικίας της «μέσης» γυναίκας επιχειρηματία. Βάσει των υπολογισμών από τα δεδομένα της ΕΛΣΤΑΤ, **παρατηρείται σαφή «γήρανση»** της γυναικείας επιχειρηματικότητας την περίοδο 2008 έως 2017 με τον μέσο όρο να αυξάνεται από 45,6 έτη το 2008 σε 48 έτη το 2017. Αντίστοιχα για αυτοαπασχολούμενες χωρίς προσωπικό η ηλικία μεταβλήθηκε από 45,7 έτη το 2008 σε 48,1 έτη το 2017 και για τις αυτοαπασχολούμενες με προσωπικό από 45,1 έτη το 2008 σε 47,6 έτη το 2017.

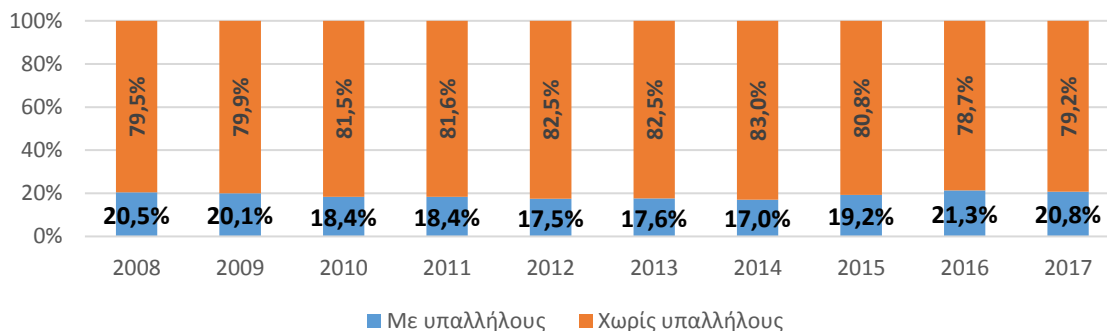
Διάγραμμα 7. Εξέλιξη μεσοσταθμικής ηλικίας γυναικείας επιχειρηματία ανά κατηγορία αυτοαπασχόλησης (με και χωρίς προσωπικό)



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ (2019)

Από την αποτύπωση των δεδομένων της κατανομής του πλήθους μεταξύ γυναικών επιχειρηματιών με και χωρίς υπαλλήλους προκύπτει ότι **το 80% των αυτοαπασχολούμενων γυναικών στην Ελλάδα δεν απασχολούν υπαλλήλους** ενώ **το ποσοστό που απασχολεί υπαλλήλους περιορίζεται κατά μέσο όρο κοντά στο 20%.**

Διάγραμμα 8. Ποσοστιαία κατανομή γυναικείας επιχειρηματικότητας ανά κατηγορία αυτοαπασχόλησης (με και χωρίς προσωπικό) ως προς το σύνολο της γυναικείας επιχειρηματικότητας



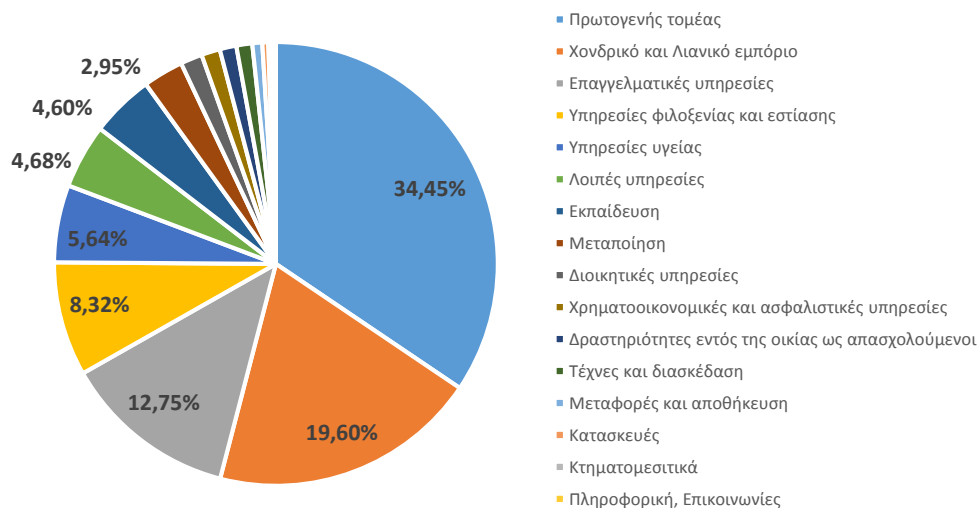
Πηγή: Eurostat (04/19), lfsa_eftpt

A.4.1.2 Κατανομή Γυναικείας Επιχειρηματικότητας ανά Κλάδο Δραστηριότητας

Προχωρώντας στον έλεγχο της κατανομής της γυναικείας επιχειρηματικής δραστηριότητας ανά κλάδο δραστηριότητας⁷ για το 2017 ο Πρωτογενής τομέας αποτελεί το **34,5%** της γυναικείας επιχειρηματικότητας περιλαμβάνοντας αγροτική παραγωγή, δασοκομία και αλιεία. Ο Δευτερογενής τομέας περιορίζεται σε ποσοστό κάτω του 5% ενώ ο Τριτογενής τομέας (παροχής υπηρεσιών) **βρίσκεται σε ποσοστά άνω του 60%**. Στον τριτογενή τομέα υψηλότερη συνεισφορά έχει ο κλάδος του Χονδρικού και Λιανικού εμπορίου με ποσοστό **19,60%** και ακολουθούν οι κλάδοι Επαγγελματικών Υπηρεσιών με **12,75%** και Υπηρεσιών Φιλοξενίας και Εστίασης με **8,32%**. Ακολουθούν οι Υπηρεσίες Υγείας, οι Λοιπές Υπηρεσίες και οι Υπηρεσίες Εκπαίδευσης με τον κάθε επιμέρους κλάδο να περιορίζεται σε ποσοστό κοντά στο 5%. Τελευταίος στην κατάταξη είναι ο κλάδος παροχής Υπηρεσιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών με ποσοστό κοντά στο 0% επιβεβαιώνοντας την μικρή ενασχόληση των γυναικών στην Ελλάδα με τον συγκεκριμένο τομέα.

⁷ Κατηγοριοποίηση κατά την Στατιστική ταξινόμηση των οικονομικών δραστηριοτήτων στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα (N.A.C.E.)

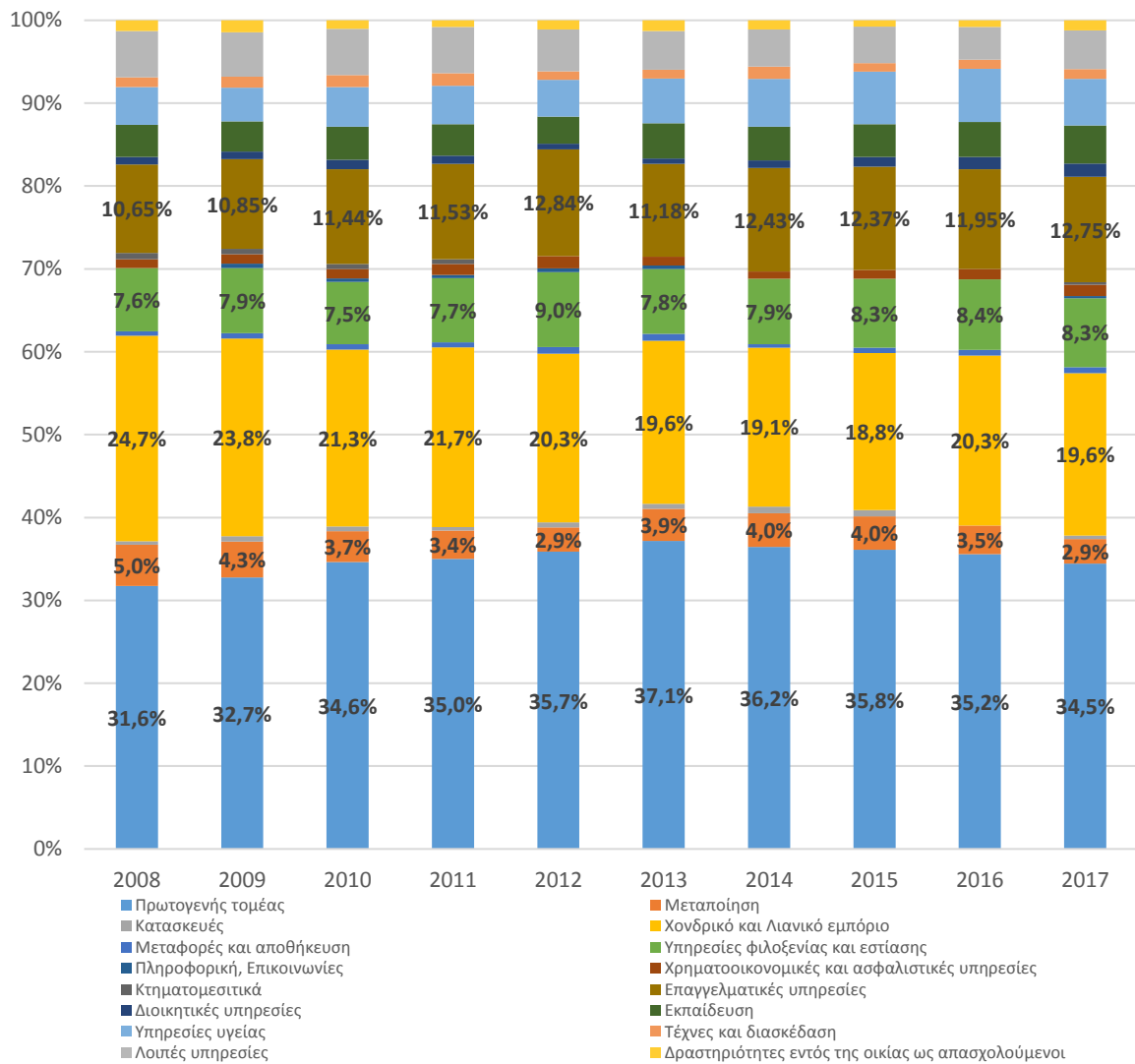
Διάγραμμα 9. Γυναίκεια επιχειρηματικότητα και κατανομή ανά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας 2017



Πηγή: Eurostat (04/19), Ifsa_esgan2

Ελέγχοντας την εξέλιξη της γυναίκειας επιχειρηματικότητας ανά κλάδο ως προς τον χρόνο για την περίοδο 2008-2017 δεν παρατηρούνται σημαντικές διαφοροποιήσεις. Ο Πρωτογενής τομέας αυξάνει το μερίδιο του κατά 2,5 ποσοστιαίες μονάδες (από 31,6% το 2008 σε 34,5% το 2017) ακολουθώντας όμως καθοδική τάση από το 2013 (37,1%) έως το 2017. Ο Δευτερογενής τομέας εμφανίζεται λόγω του μικρού αρχικού μεριδίου σημαντικά επηρεασμένος με τον κλάδο της Μεταποίησης να ακολουθεί σταθερή καθοδική πορεία φτάνοντας το 2,9% το 2017 από 5% το 2008 και ο κλάδος των Κατασκευών παραμένει σταθερός στο 0,4%. **Μείωση εμφανίζει το Χονδρικό και Λιανικό εμπόριο** από 24,7% το 2008 σε 19,6% το 2017, δεδομένης και της υψηλής ευαισθησίας του κλάδου στο μακροοικονομικό περιβάλλον. Σημαντική αύξηση καταγράφουν οι Υπηρεσίες Υγείας κατά 1,1 ποσοστιαίες μονάδες και Επαγγελματικές Υπηρεσίες κατά 2,1% ενώ ο κλάδος των Υπηρεσιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών δεν έχει επιδείξει σημαντικό μερίδιο καθ' όλη την διάρκεια εξέτασης με άνω όριο τιμής το 0,5%.

Διάγραμμα 10. Ποσοστιαία Κατανομή Γυναικείας επιχειρηματικότητας ανά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας (2008-2017)



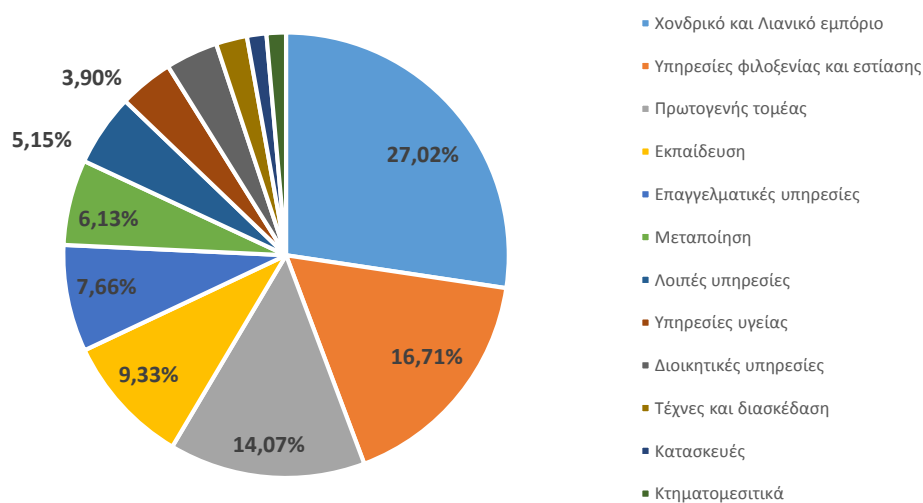
Πηγή: Eurostat (04/19), Ifsa_esgan2

Λόγω της σημαντικότητας της υποκατηγορίας της γυναικείας επιχειρηματικότητας η οποία απασχολεί εργατικό δυναμικό (το οποίο αποτελεί επιπλέον παράγοντα συνεισφοράς στην οικονομία με την καταπολέμηση του φαινομένου της υψηλής ανεργίας, η οποία στην περίπτωση της Ελλάδας αποτελεί έναν από τους βασικότερους μακροοικονομικούς δείκτες) η διαφοροποίηση ανά κλάδο ακολουθήθηκε ξεχωριστά για την συγκεκριμένη κατηγορία επιχειρήσεων.

Ο Πρωτογενής τομέας περιορίζεται για το 2017 σε ποσοστό κοντά στο **14%** ενώ κυρίαρχος είναι ο Τριτογενής τομέας και συγκεκριμένα το **Χονδρικό και Λιανικό εμπόριο με ποσοστό 27%, σχεδόν το ένα τρίτο του συνόλου της γυναικείας επιχειρηματικής δραστηριότητας το οποίο απασχολεί προσωπικό.** Ακολουθεί ο τομέας Υπηρεσιών Φιλοξενίας και Εστίασης με **16,71%**, Εκπαίδευσης με **9,33%** και

Επαγγελματικών Υπηρεσιών με **7,66%**. Ο Δευτερογενής τομέας εμφανίζεται εντονότερα στην συγκεκριμένη κατηγορία με τον κλάδο της Μεταποίησης να συγκεντρώνει το **6,13%** της γυναίκειας επιχειρηματικότητας και τον κλάδο των Κατασκευών να περιορίζεται στο **1,39%**. Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι και σε αυτήν την περίπτωση ο Κλάδος υπηρεσιών **Πληροφορικής και Επικοινωνίας** έχει ουσιαστικά **μηδενική συνεισφορά**.

Διάγραμμα 11. Γυναίκεια επιχειρηματικότητα με υπαλλήλους και κατανομή ανά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας 2017



Πηγή: Eurostat (04/19), ifsa_esgan2

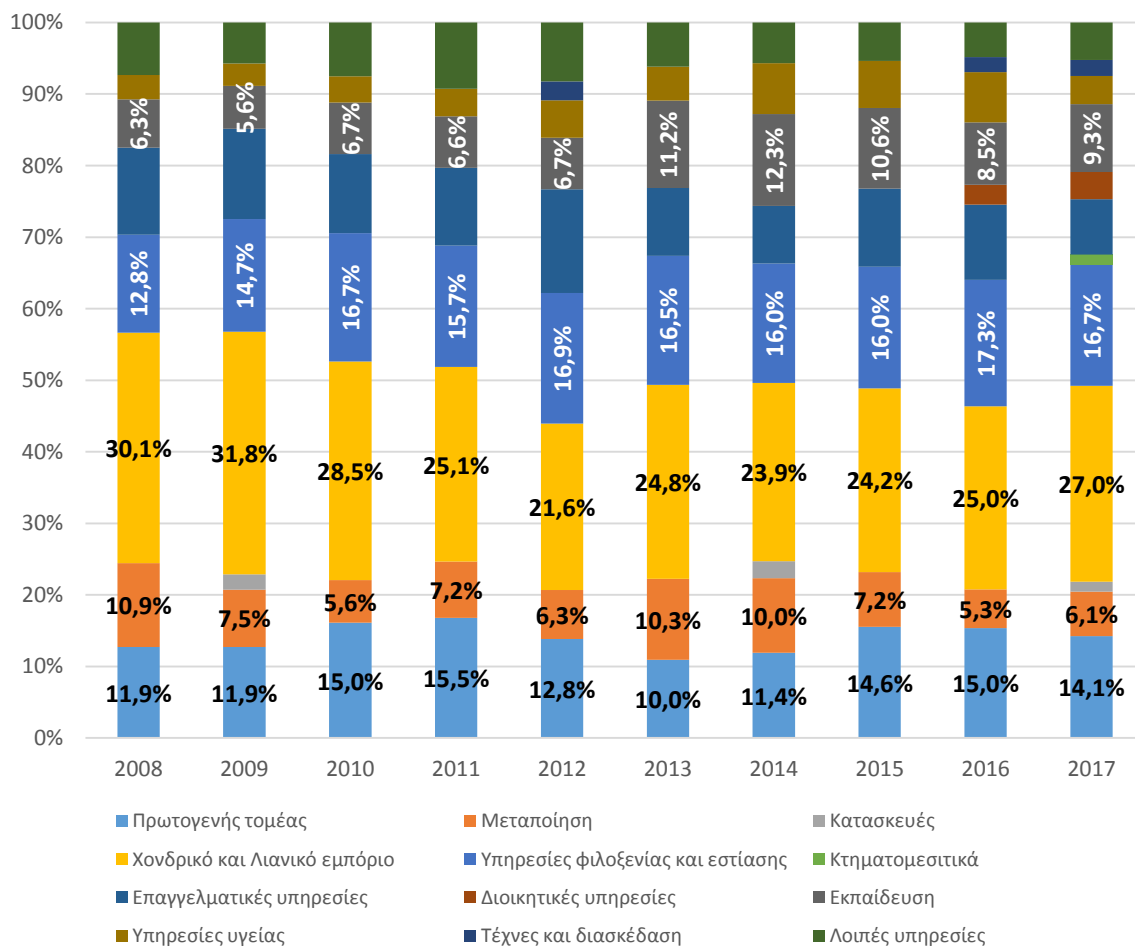
Σε σχέση με το 2008 ο **Πρωτογενής τομέας** αύξησε το μερίδιο του κατά 2,2 ποσοστιαίες μονάδες από 11,9% σε **14,1%**. Ο Δευτερογενής τομέας και συγκεκριμένα ο κλάδος της **Μεταποίησης** δέχτηκε ιδιαίτερα ισχυρό πλήγμα με μια μείωση που φτάνει στο ήμισυ της τιμής που είχε το 2008, από 10,9% σε μόλις **6,1%**. Ο σημαντικότερος κλάδος του Τριτογενή τομέα, αυτός του **Χονδρικού και Λιανικού Εμπορίου** μειώθηκε κατά 3,1 ποσοστιαίες μονάδες από 30,1% το 2008 σε **27%** το 2017. **Μείωση** ακόμα καταγράφουν οι **Επαγγελματικές Υπηρεσίες και οι Υπηρεσίες Τέχνης και Διασκέδασης** ενώ **άνοδο σημείωσαν οι Υπηρεσίες Φιλοξενίας και Εστίασης** (από 12,8% το 2008 σε 16,7% το 2017), **οι Υπηρεσίες Εκπαίδευσης και οι Υπηρεσίες Υγείας**.

Βάσει των παραπάνω αποτελεσμάτων η γυναίκεια επιχειρηματικότητα η οποία **απασχολεί υπαλλήλους** διαφέρει από το σύνολο της γυναίκειας επιχειρηματικότητας στα εξής:

- Σημαντικά μικρότερη σημασία του Πρωτογενή τομέα καθώς το ποσοστό του περιορίζεται σε 14,1% το 2017 (λιγότερο από το μισό του αντίστοιχου ποσοστού στα συνολικά μεγέθη της επιχειρηματικότητας, το οποίο ανερχόταν στο 34,5%).

- Σημαντικότερη παρουσία του δευτερογενή τομέα (Μεταποίηση και Κατασκευές) η οποία όμως ακολουθεί καθοδική δυναμική την περίοδο εξέτασης
- Ο Τριτογενής τομέα συγκεντρώνει ποσοστά κοντά στο 80% της επιχειρηματικής δραστηριότητας και με σημαντικότερο υποκλάδο στο σύνολο των τομέων το Χονδρικό και Λιανικό Εμπόριο. Παρότι εμφανίζει μείωση του ποσοστού σε σχέση με το 2008 διατηρείται σε υψηλά επίπεδα κοντά στο ένα τέταρτο του συνόλου των γυναικείων δραστηριοτήτων οι οποίες απασχολούν υπαλλήλους.
- Ο τομέας Πληροφορικής και Επικοινωνίας έχει ουσιαστικά μηδενική συμμετοχή και σε αυτήν την περίπτωση.

Διάγραμμα 12. Ποσοστιαία Κατανομή Γυναίκεας επιχειρηματικότητας που απασχολεί υπαλλήλους ανά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας (2008-2017)



Πηγή: Eurostat (04/19), lfsa_esgan2

A.4.1.3 Κατανομή Γυναικείας Επιχειρηματικότητας ανά μορφωτικό επίπεδο

Στον τομέα της μόρφωσης τα διαθέσιμα δεδομένα κατατάσσουν τις αυτοαπασχολούμενες στις εξής κατηγορίες:

- Λιγότερη από πρωτοβάθμια έως κατώτερη δευτεροβάθμια εκπαίδευση
- Ανώτερη δευτεροβάθμια και μεταδευτεροβάθμια εκπαίδευση
- Τριτοβάθμια εκπαίδευση

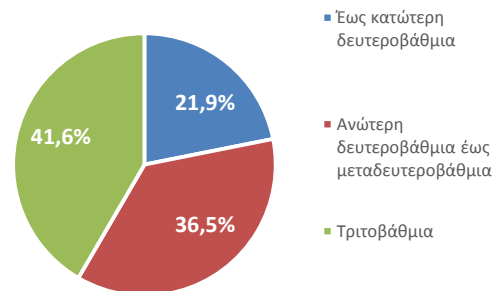
Υπενθυμίζεται ότι η συγκεκριμένη παράμετρος συνδέεται και με την κατάλληλη εκπαίδευση για την έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Οι Ελληνίδες αυτοαπασχολούμενες κατανέμονται σχεδόν ομοιόμορφα μεταξύ των κατηγοριών με τις κατόχους τριτοβάθμιας εκπαίδευσης να αποτελούν το **30,4%**.

Διάγραμμα 13. Κατανομή Γυναικείων Επιχειρηματιών ανά μορφωτικό επίπεδο



Διάγραμμα 14. Κατανομή Γυναικείων Επιχειρηματιών που απασχολούν υπαλλήλους, ανά μορφωτικό επίπεδο



Πηγή: Eurostat (04/19), Ifso_17csoc

Η εικόνα αυτή αλλάζει ραγδαία εξετάζοντας τις γυναίκες επιχειρηματίες οι οποίες απασχολούν υπαλλήλους. Συγκεκριμένα σε αυτήν την περίπτωση **το ποσοστό των αποφοίτων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης** αυξάνεται στο **41,6%**, της ανώτερης δευτεροβάθμιας, έως μεταδευτεροβάθμιας αυξάνεται στο **36,5 %**, ενώ μικραίνει ανάλογα το ποσοστό των επιχειρηματιών με την κατηγορία εκπαίδευσης έως κατώτερη δευτεροβάθμια στο **21,9%**.

Βάσει αυτού υπολογίζεται μια αρχική συσχέτιση του μορφωτικού επιπέδου και της επιχειρηματικότητας με τις γυναίκες επιχειρηματίες με ανώτερο μορφωτικό επίπεδο να αποτελούν των μεγαλύτερο τμήμα των επιχειρηματιών οι οποίες απασχολούν υπαλλήλους στην επιχείρησή τους για την περίπτωση της Ελλάδας.

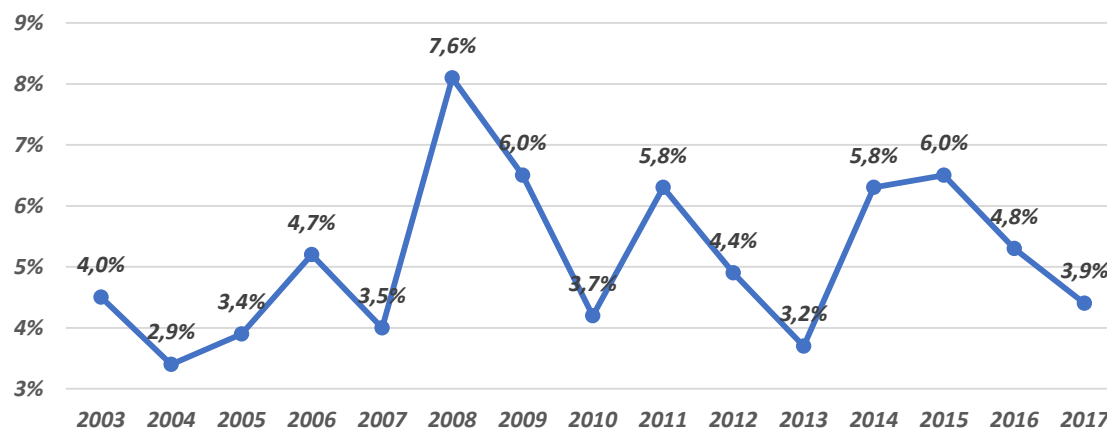
A.4.1.4 Γυναικεία επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων

Πέρα από την Ευρωπαϊκή και Ελληνική Στατιστική υπηρεσία, υψηλής ποιότητας δεδομένα για την γυναικεία επιχειρηματικότητα εμπεριέχονται στο Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας (GEM – Global Entrepreneurship Monitor) με διακριτά δεδομένα για την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων.

Ως επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ορίζεται το σύνολο του πληθυσμού 18-64 ετών, που είτε είναι επίδοξοι επιχειρηματίες είτε νέοι επιχειρηματίες. Με την εισαγωγή του κριτηρίου του φύλου αυτός ο δείκτης αποτελεί **ένα μέτρο της δυναμικής των γυναικών όσον αφορά την συμμετοχή στην επιχειρηματικότητα καθώς διαχρονική αύξηση του μεταφράζεται ως αύξηση του πλήθους των γυναικών που κατευθύνονται σε επιχειρηματική δραστηριότητα.**

Σύμφωνα με μελέτη του IOBE (Ετήσια Έκθεση Επιχειρηματικότητας 2017-2018) στην Ελλάδα το ποσοστό των γυναικών στα αρχικά στάδια επιχειρηματικότητας κυμαίνεται στο **4,8%** για το **2016** και στο **3,9%** για το **2017**, ελαφρώς χαμηλότερα από τον Ευρωπαϊκό μέσο όρο (**6%**)⁸. Συγκριτικά με την τιμή του δείκτη το 2014 (5,8%) **εντοπίζεται χειροτέρευση της συγκεκριμένης δυναμικής, κάτι το οποίο συνδέεται με το δυσμενές οικονομικό και επιχειρηματικό περιβάλλον της χώρας.**

Διάγραμμα 15. Διαχρονική Εξέλιξη Γυναίκειας Επιχειρηματικότητας ανά φύλο (% αντίστοιχου Πληθυσμού), 2003-2017



Πηγή: Global Entrepreneurship Monitor

Ως προς το σύνολο της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων το ποσοστό των γυναικών αυξάνεται από 29% το 2003 σε 40% το 2017, ελαφρώς μειωμένο σε σχέση με 42% το 2016. Ένας παράγοντας ο οποίος φαίνεται να έχει ιδιαίτερη σημασία για αυτό είναι το υψηλό επίπεδο της ανεργίας στις γυναίκες, η δυσκολία εξεύρεσης μισθωτής εργασίας αλλά και η μείωση της απασχόλησης των αντρών που έχει άμεσο επακόλουθο την μείωση του οικογενειακού εισοδήματος στα νοικοκυριά.

⁸ GEM, Women's Entrepreneurship 2016/2017 Report

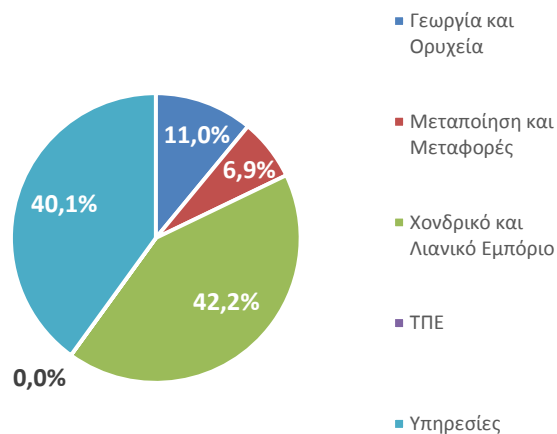
Σχετικά με τα κίνητρα και την διάκριση της γυναικείας επιχειρηματικότητας βάσει αυτών (επιχειρηματικότητα ανάγκης για βιοποριστικούς σκοπούς και επιχειρηματικότητα ευκαιρίας) σημαντικό **κίνητρο στην Ελλάδα για τις γυναίκες είναι, κατά 37,4%** η επιχειρηματικότητα ανάγκης σε σύγκριση με **23,6%** για την Ευρώπη.

Η Ελλάδα **βρίσκεται στις πρώτες τέσσερις θέσεις όσον αφορά την κατηγορία της επιχειρηματικότητας ανάγκης**, γεγονός το οποίο πιθανόν συνδέεται με τα υψηλά ποσοστά ανεργίας στις γυναίκες και την υψηλή δυσκολία εύρεσης εξαρτημένης σχέσης εργασίας. Το συγκεκριμένο ποσοστό εμφανίζεται μειωμένο σε σχέση με το 2014 (42,9%) **αλλά πολύ υψηλότερα από τον Ευρωπαϊκό μέσο**. Αντίστοιχα η **επιχειρηματικότητα ευκαιρίας λαμβάνει τιμή 60,7%**, **αισθητά χαμηλότερα από το 72,7%** του Ευρωπαϊκού μέσου, κατατάσσοντας την χώρα στις τελευταίες θέσεις της συγκριτικής κατάταξης. **Βάσει των παραπάνω η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα μπορεί να αφορά στο μεγαλύτερο μέρος των περιπτώσεων επιχειρηματικότητα ευκαιρίας, αλλά το ποσοστό που καθοδηγεί την επιχειρηματικότητα βάση ανάγκης για βιοποριστικούς σκοπούς είναι πολύ υψηλότερο στην Ελλάδα απ' ότι σε άλλες χώρες της Ευρώπης.**

Η έρευνα του IOBE αναφέρει σχετικά «**μια εύλογη υπόθεση 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. Οι διαπιστώσεις αυτές οδηγούν σε ένα σημαντικό συμπέρασμα: 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**».

Όσον αφορά την κατανομή της γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών **σταδίων ανά τομέα οικονομικής δραστηριότητας το 42,2% αφορά το Χονδρικό και Λιανικό εμπόριο** και το **40,1% την παροχή υπηρεσιών**. Οι Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνίας λαμβάνουν μηδενικό ποσοστό με το 11% να απασχολείται στον Πρωτογενή τομέα και τα Ορυχεία και το υπολειπόμενο 6,9% στην μεταποίηση και τις μεταφορές.

Διάγραμμα 16. Κατανομή Γυναικείας Επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ανά κλάδο (2016)



Λαμβάνοντας υπόψη την ανάλυση που προηγήθηκε ανά κλάδο τα δεδομένα του GEM συμπίπτουν σε μεγάλο βαθμό με τα διαθέσιμα δεδομένα της Eurostat **με τον Τριτογενή τομέα να συνεχίζει να αποτελεί τον σημαντικότερο κλάδο εισροής νέων γυναικών επιχειρηματιών** και να διατηρείται η σημαντική θέση του κλάδου του **Χονδρικού και Λιανικού εμπορίου**.

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

Στον δείκτη των **επιχειρηματικών προθέσεων** (επιθυμία και πρόθεση των γυναικών να προβούν στην υλοποίηση κάποιας επιχειρηματικής ιδέας) η Ελλάδα καταλαμβάνει την τελευταία θέση με μόλις **5,1 % έναντι 11,8% του Ευρωπαϊκού μέσου, για το 2016**. Σε σύγκριση με το **2014 ο δείκτης έχει μειωθεί από 9,4% αποτυπώνοντας την απογοήτευση/χειροτέρευση του κλίματος σχετικά με την έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας από τον γυναικείο πληθυσμό**.

Συνεπώς είναι εξαιρετικά φτωχή η δεξαμενή των δυνητικών επιχειρηματιών που μπορούν να προκύψουν από το υφιστάμενο εργατικό δυναμικό, καθώς φαίνεται να μην αποτελεί μια επιλογή υψηλής προτεραιότητας για τη συντριπτική πλειονότητα των γυναικών.

Πάρα ταύτα υπάρχει ένας υψηλός αριθμός γυναικών οι οποίες ανήκουν στην κατηγορία του μισθωτού ή του απασχολούμενου σε οικογενειακή επιχείρηση και επιθυμούν την αυτοαπασχόληση αλλά εμποδίζονται από συγκεκριμένες παραμέτρους που έχουν σχέση με το συνολικό κλίμα της Οικονομίας. Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα δεδομένα της Eurostat, στην Ελλάδα το συγκεκριμένο δυναμικό φτάνει τις 98,2 χιλιάδες γυναίκες. Αναλύοντας περαιτέρω τα βασικότερα εμπόδια για την μετάβαση από την μισθωτή απασχόληση στην επιχειρηματική δραστηριότητα το **46,5% αναφέρει ως μεγαλύτερο εμπόδιο σε ένα επιχειρηματικό εγχείρημα την**

Οικονομική Ανασφάλεια. Ακολουθούν με **28,4%** οι **δυσκολίες εύρεσης κατάλληλης χρηματοδότησης**, με **8,4%** το **άγχος**, οι **ευθύνες και το ρίσκο** που ακολουθεί η ίδρυση μιας επιχείρησης και με **15,2%** λοιπούς παράγοντες ως αποτρεπτικούς λόγους μετάβασης στην αυτοαπασχόληση.

Σε σχέση με τα ποιοτικά χαρακτηριστικά της γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ελλάδα:

- **Μόλις το 9,5% των γυναικών επιχειρηματιών διαβλέπουν προοπτικές ανάπτυξης με δημιουργία άνω των έξι θέσεων απασχόλησης εντός της επόμενης πενταετίας**, όταν το αντίστοιχο ποσοστό στην Ευρώπη βρίσκεται στο **23%**
- Στον βαθμό **καινοτομίας των προϊόντος** τους, μία στις τρεις γυναίκες επιχειρηματίες δήλωσαν ότι παράγουν **βελτιωμένα προϊόντα και υπηρεσίες**, ποσοστό συγκρίσιμο με την υπόλοιπη Ευρώπη
- Το **41,1% των γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων στην Ελλάδα**, δηλώνει ότι πάνω από το **25% των πωλήσεων τους προέρχεται από ξένους πελάτες**, κατατάσσοντας την χώρα στην 1η θέση με τον **Ευρωπαϊκό μέσο** να αγγίζει το **19%**

Στο πλαίσιο αντίληψης του οικονομικού περιβάλλοντος

- **Μόλις το 11% των γυναικών θεωρεί ότι υπάρχουν ευκαιρίες** για έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας με τον αντίστοιχο δείκτη στην Ευρώπη να διαμορφώνεται στο 35,7 %
- Το **35,5% των γυναικών εκτιμά ότι διαθέτει τις ικανότητες για την έναρξη μια επιχείρησης**, εξαιρετικά κοντά στον Ευρωπαϊκό μέσο (35,6%)

Τέλος στο πλαίσιο της χρηματοδότησης

- Για την έναρξη επιχείρησης στην Ελλάδα **οι γυναίκες επιχειρηματίες διαθέτουν για την υλοποίηση ενός νέου εγχειρήματος το 2ο υψηλότερο κεφάλαιο στο σύνολο των χωρών εξέτασης**, ξεπερνώντας κατά πολύ το μέσο ποσό επένδυσης στην Ευρώπη (με πρώτη την Ιταλία και δεύτερη σε ισοβαθμία την Πορτογαλία).
- **Βασική πηγή χρηματοδότησης αποτελεί ο στενός οικογενειακός κύκλος**, γεγονός που αναδεικνύει τον κεντρικό ρόλο της οικογένειας στην Ελλάδα για την υλοποίηση μιας νέας επιχειρηματικής ιδέας

A.4.1.5 Υφιστάμενες επιχειρήσεις και λόγω διακοπής των δραστηριοτήτων τους

Πέρα από την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων σημαντικό ρόλο παίζει και ο ρόλος των γυναικών στην κατηγορία της **Καθιερωμένης επιχειρηματικότητας**. Ο όρος αυτός αφορά άτομα τα οποία δραστηριοποιούνται σε μια επιχείρηση που λειτουργεί ήδη για τουλάχιστον 3,5 έτη. Λόγω της υψηλής αυτοαπασχόλησης στην

Ελλάδα, η χώρα καταλαμβάνει την πρώτη θέση όσον αφορά το ποσοστό των γυναικών σε καθιερωμένες επιχειρήσεις συγκριτικά με άλλα χώρες με ποσοστό **10%** (ενισχυμένο κατά **3,1** ποσοστιαίες μονάδες σε σχέση με το 2014) όταν στην Ευρώπη ο αντίστοιχος δείκτης είναι μόλις **4,7%**.

Τέλος όσον αφορά στη διακοπή της επιχειρηματικής δραστηριότητας από γυναίκες, η Ελλάδα καταλαμβάνει την πρώτη θέση με 3,5% με τον αντίστοιχο δείκτη στην Ε.Ε. να υπολογίζεται στο 1,5%. **Η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα κυρίως αποσκοπεί στη δημιουργία εισοδήματος, γεγονός που πιθανόν να ερμηνεύει και το υψηλό ποσοστό των γυναικών επιχειρηματιών στη χώρα που διακόπτουν τη δραστηριότητά τους σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες.** Εξάλλου, αυτό σχετίζεται και με το κίνητρο της εκδήλωσης επιχειρηματικότητας, καθώς η επιχειρηματικότητα ανάγκης στις περισσότερες των περιπτώσεων δεν διακρίνεται για τη βιωσιμότητα της, επειδή αποτελεί μια βιοποριστική λύση και όχι μια επιλογή αξιοποίησης επιχειρηματικών ευκαιριών. Στην Ελλάδα ο κυριότερος λόγος διακοπής μιας επιχείρησης είναι κατά 72,7% η έλλειψη κερδοφορίας (στην Ευρώπη το αντίστοιχο ποσοστό κυμαίνεται στο 32,2% ενώ η Ελλάδα είναι πρώτη στην κατάταξη τους συγκεκριμένου λόγου διακοπής επιχειρηματικής δραστηριότητας) ενώ «άλλοι λόγοι⁹» το 16,3%. Το υπόλοιπο 11% αφορά την έλλειψη χρηματοδότησης (9,2% στην Ευρώπη).

⁹ Προσωπικοί λόγοι, συνταξιοδότηση

A.4.2. Ιταλία

Η Ιταλία ανήκει στο σύνολο των χωρών οι οποίες επηρεάστηκαν από την παγκόσμια χρηματοοικονομική κρίση του 2008 με αποτέλεσμα την χειροτέρευση του μακροοικονομικού περιβάλλοντος της χώρας η οποία είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση της ανεργίας, την μείωση της τελικής κατανάλωσης και την χειροτέρευση μιας ακόμα σειράς παραγόντων που οδήγησαν στην συνακόλουθη αύξηση του ρίσκου για έναν νέο επιχειρηματία.

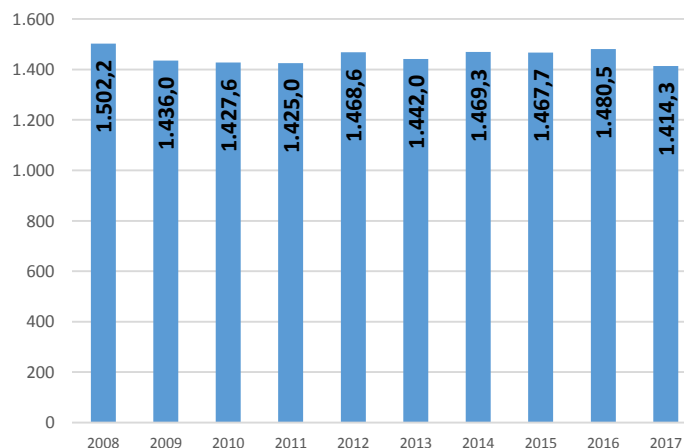
Σύμφωνα με το Ευρωβαρόμετρο, στην Ιταλία η τάση προς την επιχειρηματικότητα είναι υψηλότερη από την αντίστοιχη της Ε.Ε. καθώς το 44%¹⁰ δηλώνει προτίμηση στην αυτοαπασχόληση σε σχέση με την θέση υπαλλήλου σε κάποια εταιρεία (στην Ε.Ε. το αντίστοιχο ποσοστό είναι 37%). Αντίστοιχα μόλις το 49% δηλώνει ότι θα προτιμούσε υπαλληλική θέση σε σύγκριση με 58% για τον μέσο όρο της Ε.Ε.

A.4.2.1 Μέγεθος και βασικά χαρακτηριστικά γυναικείας επιχειρηματικότητας

Στην Ιταλία για το 2017 το σύνολο των απασχολούμενων γυναικών υπολογίστηκε στο **9,67 εκατομμύρια** από τα οποία ποσοστό κοντά στο 83% αφορά μισθωτή εργασία και ποσοστό **14,6%**

αυτοαπασχολούμενους (με ή χωρίς προσωπικό). Το υπόλοιπο ποσοστό αφορά την κατηγορία βοηθών στην οικογενειακή επιχείρηση¹¹.

Διάγραμμα 17. Απόλυτος αριθμός αυτοαπασχολούμενων γυναικών στην Ιταλία την περίοδο 2000-2017



Η ανάλυση που ακολουθεί αφορά τις κατηγορίες αυτοαπασχολούμενων γυναικών ηλικίας 20-64 ετών με περίοδο εξέτασης τα έτη 2008 έως 2017.

Πηγή: Eurostat(04/19),lfsa_eftpt

Ο αριθμός των αυτοαπασχολούμενων γυναικών στην Ιταλία κινείται με ασθενή αρνητική τάση την περίοδο εξέτασης. **Το 2008 το μέγεθος ήταν 1,5 εκ. και το 2017 ανήλθε στα 1,41 εκ. (-6%).** Τα δεδομένα εμφανίζουν σταθερότητα στην εξέλιξη τους ως προς τον χρόνο χωρίς να παρατηρείται σημαντικός επηρεασμός την περίοδο της

¹⁰ Flash Eurobarometer 354 (2012), Entrepreneurship in the EU and Beyond: Italy Country Report

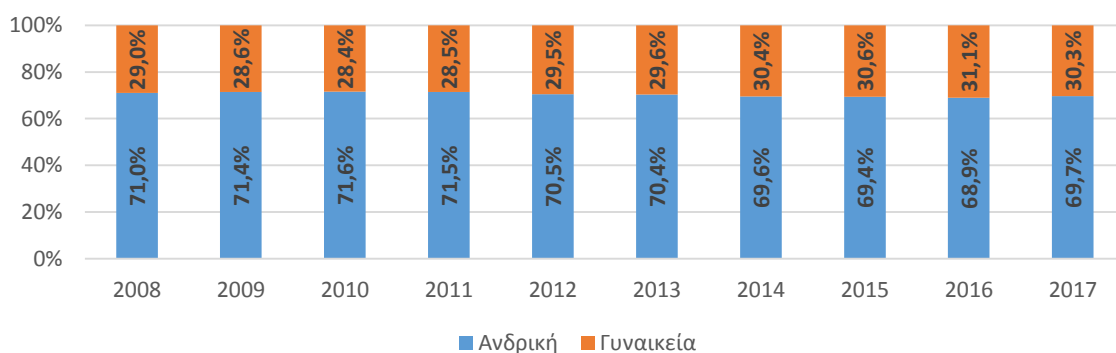
¹¹ ΕΛΣΤΑΤ, έρευνα εργατικού δυναμικού

παγκόσμιας χρηματοπιστωτικής κρίσης με την μέση ετήσια μεταβολή να διαμορφώνεται μόλις στο **-0,7%**.

Ο αριθμός των αυτοαπασχολούμενων γυναικών εμφάνισε συνεχόμενους αρνητικούς ετήσιους ρυθμούς μεταβολής την περίοδο 2008-2015 με εξαίρεση το έτος 2012. Σχετική σταθερότητα εντοπίζεται ως προς το **ποσοστό του συνόλου των εργαζόμενων γυναικών** οι οποίες αυτοαπασχολούνται (με ή χωρίς υπαλλήλους) σε σχέση με το σύνολο της γυναικείας απασχόλησης. Το ποσοστό αυτό το 2008 διαμορφώθηκε σε **16,48%** και το 2017 σε **14,93%** με στάσιμη δυναμική μετά το 2009. Συγκεκριμένα μετά το 2009 και με εξαίρεση το έτος 2017 παρέμεινε σε ποσοστά υψηλότερα του 15%. Συνδυάζοντας τα παραπάνω δεδομένα παρατηρείται ότι παρότι μειώθηκε ο αριθμός των αυτοαπασχολούμενων σε σχέση με την περίοδο προ κρίσης **το μερίδιο της αυτοαπασχόλησης στο σύνολο των γυναικών εμφάνισε σημαντική σταθερότητα**, αποτελώντας ασθενή ένδειξη του **μικρότερου επηρεασμού του αριθμού των αυτοαπασχολούμενων σε σχέση με το αντίστοιχο μέγεθος για την κατηγορία των μισθωτών**.

Για την πλήρη αποτύπωση της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ιταλία σημαντική κρίνεται και η σύγκριση με την αντρική επιχειρηματικότητα και συγκεκριμένα πως κατανέμεται το σύνολο της επιχειρηματικότητας μεταξύ των φύλων (όσον αφορά το πλήθος των επιχειρήσεων). Το μερίδιο της γυναικείας επιχειρηματικότητας μεγαλώνει από **24,7% το 2000 σε 30,3% το 2017** με μια ασθενή αλλά σταθερή αύξηση στο σύνολο της περιόδου εξέτασης.

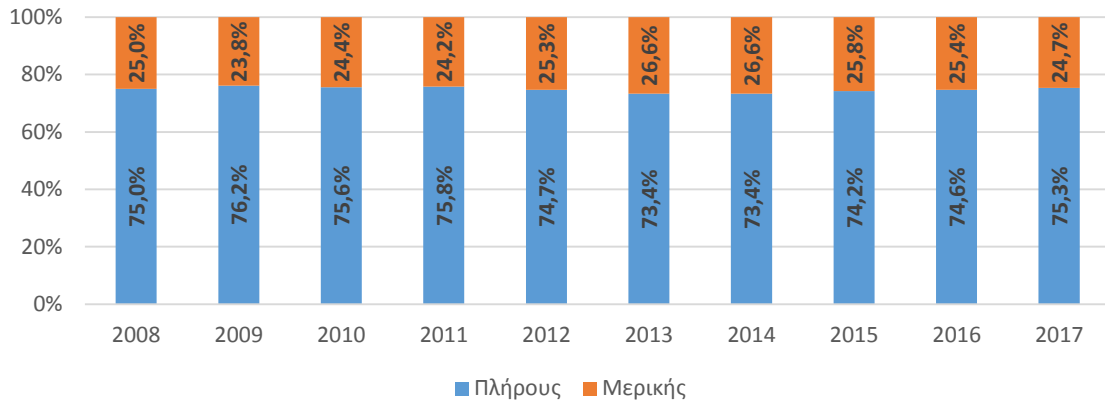
Διάγραμμα 18. Κατανομή (πλήθος) επιχειρηματικότητας μεταξύ των φύλων



Πηγή: Eurostat(04/19),lfsa_eftpt

Από αυτές η πλειοψηφία (**75%**) είναι πλήρους απασχόλησης και μόλις μια στις τέσσερις είναι μερικής. Σημειώνεται ότι η κατανομή του πλήθους της γυναικείας επιχειρηματικότητας μεταξύ πλήρους και μερικής απασχόλησης εμφανίζει σημαντική σταθερότητα την περίοδο εξέτασης.

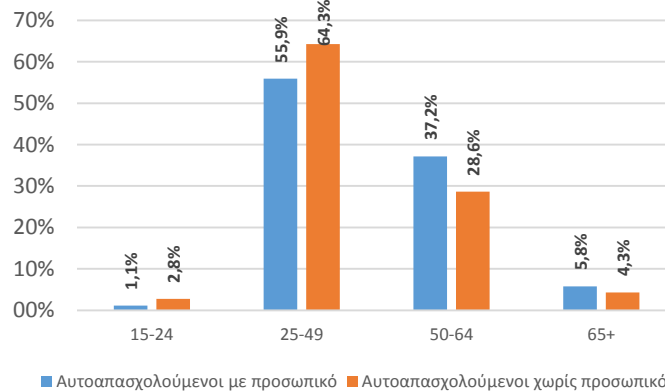
Διάγραμμα 19. Κατανομή (πλήθος) γυναικείας επιχειρηματικότητας μεταξύ πλήρους και μερικής απασχόλησης



Πηγή: Eurostat(04/19),lfsa_eftpt

Κυρίαρχη ηλικία είναι εκείνη της ομάδας **25-49 ετών κατέχοντας το 62,29%** του συνόλου των αυτοαπασχολούμενων γυναικών για το 2017. Ακολουθεί η κατηγορία **50-64 ετών με 30,67%** και η κατηγορία άνω των **65 ετών με 4,66%**. Η **επιχειρηματικότητα στις νεαρότερες ηλικίας (15-24 ετών) λαμβάνει την**

Διάγραμμα 20. Κατανομή (πλήθος) γυναικείας επιχειρηματικότητας ανά ηλικιακή ομάδα και τύπο αυτοαπασχόλησης

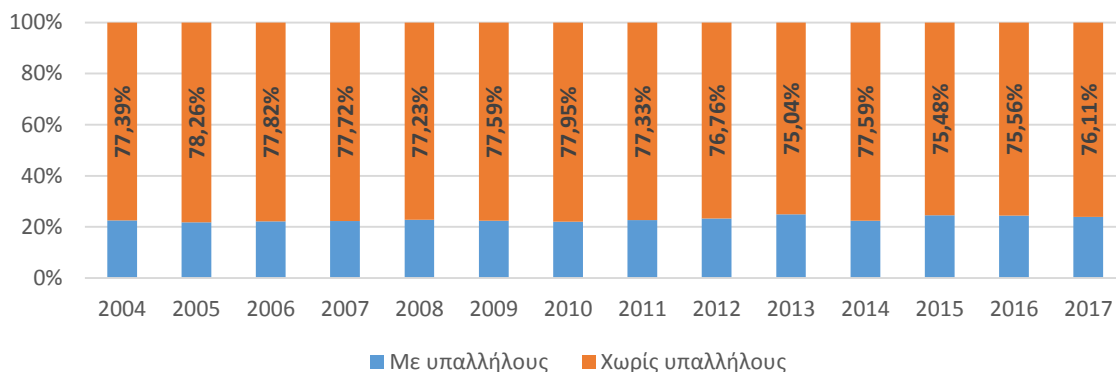


Πηγή: Eurostat(04/19),lfsa_eftpt

τελευταία θέση στην κατάταξη με ποσοστό μόλις 2,39%. Η ηλικιακή κατανομή δεν διαφοροποιείται σημαντικά ούτε με την ανακατάταξη της στις κατηγορίες με και χωρίς προσωπικό διατηρώντας αντίστοιχα ποσοστά.

Η αποτύπωση των δεδομένων της κατανομής του πλήθους μεταξύ γυναικών επιχειρηματιών με και χωρίς υπαλλήλους δείχνει ότι **το 76% των αυτοαπασχολούμενων γυναικών στην Ιταλία δεν απασχολούν υπαλλήλους ενώ το ποσοστό που απασχολεί υπαλλήλους περιορίζεται κατά μέσο όρο κοντά στο 24%**.

Διάγραμμα 21. Ποσοστιαία κατανομή γυναικείας επιχειρηματικότητας ανά κατηγορία αυτοαπασχόλησης (με και χωρίς προσωπικό) ως προς το σύνολο της γυναικείας επιχειρηματικότητας¹²



Πηγή: Eurostat(04/19), ifsa_efpt

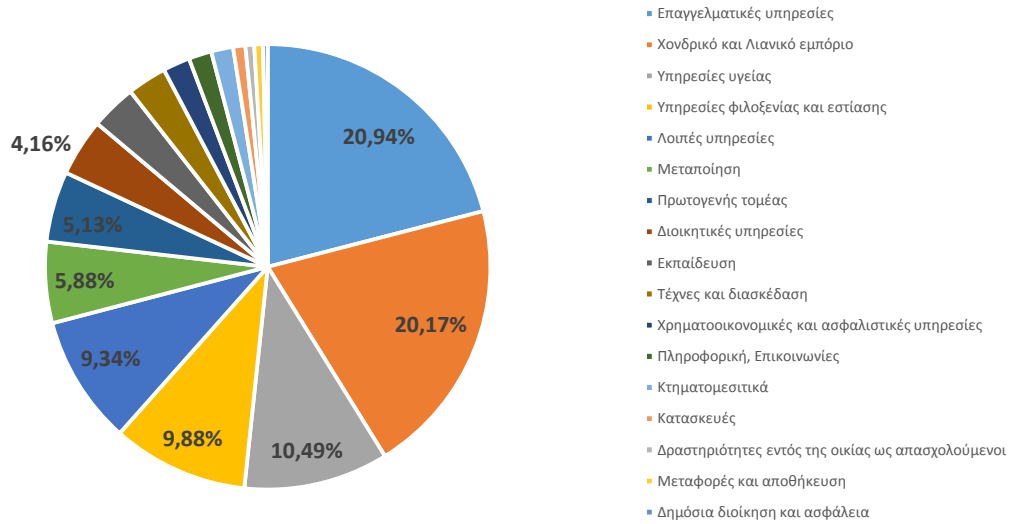
A.4.2.2 Κατανομή Γυναικείας Επιχειρηματικότητας ανά Κλάδο Δραστηριότητας

Προχωρώντας στον έλεγχο της κατανομής της επιχειρηματικής δραστηριότητας ανά κλάδο δραστηριότητας¹³ για το 2017 οι **Επαγγελματικές Υπηρεσίες** αποτελούν το **20,94%** της γυναικείας επιχειρηματικότητας ακολουθούμενες από το **Χονδρικό και Λιανικό εμπόριο** με **20,17%**. Ακολουθούν οι Υπηρεσίες Υγείας (**10,49%**), Υπηρεσίες Φιλοξενίας και Εστίασης (**9,88%**) και Λοιπές Υπηρεσίες (**9,34%**) Ο Δευτερογενής τομέας περιορίζεται σε ποσοστό κάτω του 7% ενώ ο Πρωτογενής τομέας **βρίσκεται σε ποσοστό κοντά στο 5%**. Ο Τριτογενής τομέα παρουσιάζει την συντριπτικά υψηλότερη συνεισφορά ξεπερνώντας το **85% της δραστηριοποίησης της γυναικείας επιχειρηματικότητας**. Χαμηλή είναι η συνεισφορά του κλάδου ΤΠΕ με την Πληροφορική και τις Επικοινωνίες να περιορίζονται στο **1,66%**.

¹² Το συγκεκριμένο χρονικό πλαίσιο επιλέχθηκε λόγω σαφούς ανακολουθίας των δεδομένων μεταξύ 2003 και 2004. Συγκεκριμένα ο αριθμός των αυτοαπασχολούμενων με υπαλλήλους μειώνεται από 617,6 χιλιάδες εργαζόμενους σε μόλις 357,3 χιλιάδες ενώ ο αριθμός των αυτοαπασχολούμενων χωρίς εργαζόμενους διπλασιάζεται από 601,9 χιλιάδες σε 1,22 εκατομμύρια εργαζόμενους. Δεδομένης της πιθανής αλλαγής της μεθοδολογίας την συγκεκριμένη περίοδο προτιμήθηκε το χρονικό διάστημα 2004-2017.

¹³ Κατηγοριοποίηση N.A.C.E λογάρια επεξήγηση

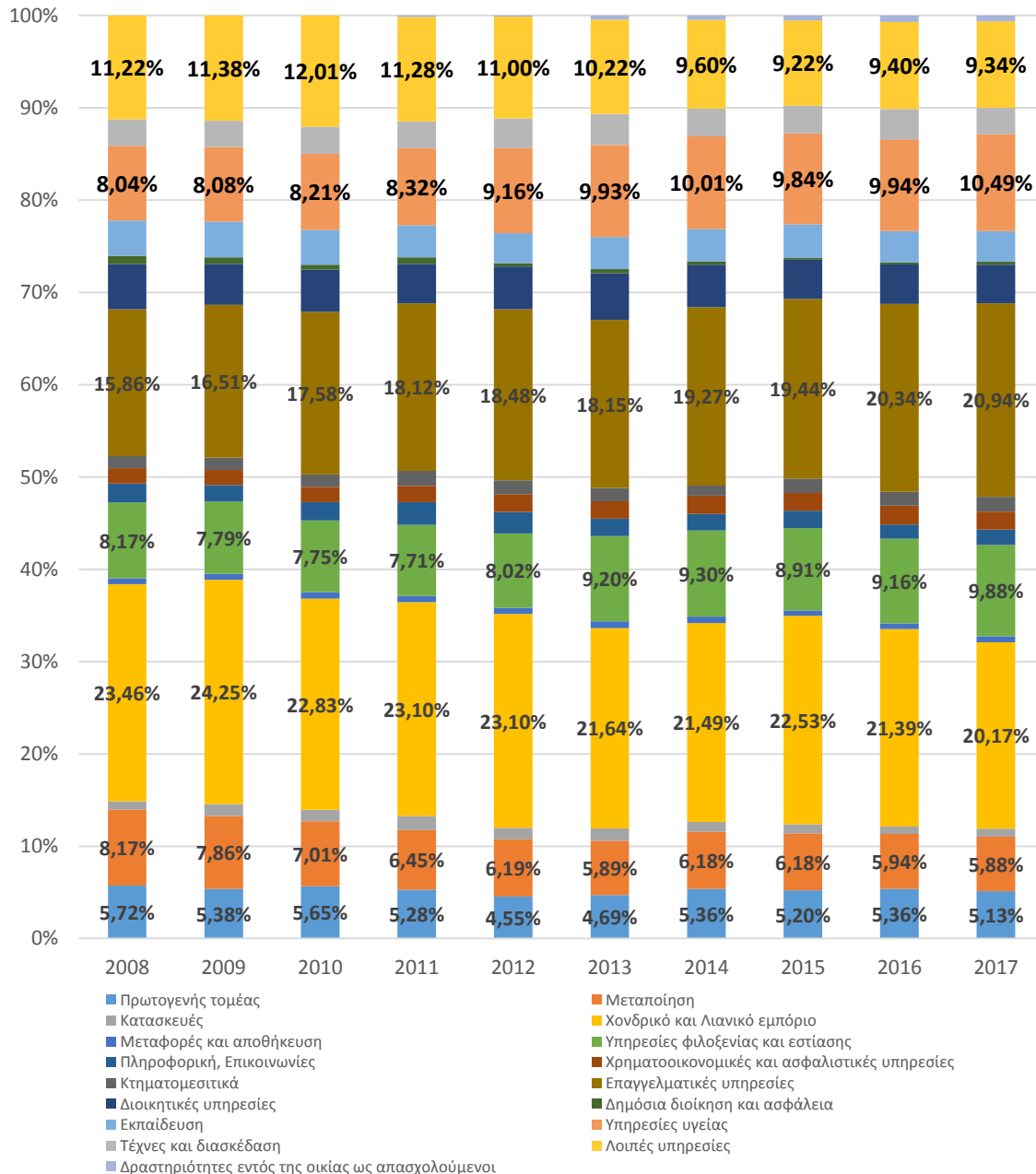
Διάγραμμα 22. Γυναικεία επιχειρηματικότητα και κατανομή ανά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας 2017



Πηγή: Eurostat(04/19),lfsa_esgan2

Ελέγχοντας την εξέλιξη της γυναίκειας επιχειρηματικότητας ανά κλάδο ως προς τον χρόνο για την περίοδο 2008-2017 δεν παρατηρούνται σημαντικές διαφοροποιήσεις. Ο Πρωτογενής τομέας μειώνει το μερίδιο του κατά 0,59 ποσοστιαίες μονάδες (από 5,72% το 2008 σε 5,13% το 2017). Ο Δευτερογενής τομέας εμφανίζεται λόγω του μικρού αρχικού μεριδίου σημαντικά επηρεασμένος με τον κλάδο της Μεταποίησης να ακολουθεί σταθερή καθοδική πορεία φτάνοντας το 5,9% το 2017 από 8,17% το 2008 και τον κλάδο των Κατασκευών να παραμένει σχετικά σταθερός στο 0,9%. **Μείωση εμφανίζει το Χονδρικό και Λιανικό εμπόριο** από 23,46% το 2008 σε 21,39% το 2017, δεδομένης και της υψηλής ευαισθησίας του κλάδου στο μακροοικονομικό περιβάλλον. Σημαντική αύξηση καταγράφουν οι Υπηρεσίες Υγείας κατά 2,5 ποσοστιαίες μονάδες και Επαγγελματικές Υπηρεσίες κατά 5,1% ενώ ο κλάδος των Υπηρεσιών Πληροφορικής και Επικοινωνίας διαμορφώνεται στο 1,66% το 2017 από 2,06% το 2000.

Διάγραμμα 23. Ποσοστιαία Κατανομή Γυναίκειας επιχειρηματικότητας ανά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας (2008-2017)



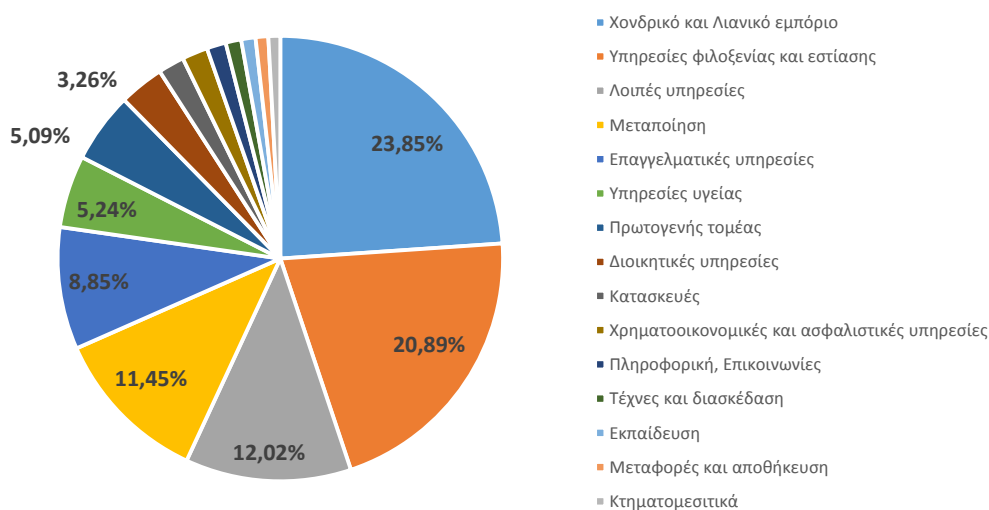
Πηγή: Eurostat(04/19),lfsa_esgan2

Λόγω της σημαντικότητας της υποκατηγορίας της **γυναίκειας επιχειρηματικότητας η οποία απασχολεί εργατικό δυναμικό**, η διαφοροποίηση ανά κλάδο ακολουθήθηκε ξεχωριστά για την συγκεκριμένη κατηγορία επιχειρήσεων.

Ο Πρωτογενής τομέας παραμένει σε ποσοστό κοντά στο **5%** ενώ κυρίαρχος είναι ο Τριτογενής τομέας και συγκεκριμένα το **Χονδρικό και Λιανικό εμπόριο με ποσοστό 23,85%**, σχεδόν το ένα τέταρτο του συνόλου της γυναίκειας επιχειρηματικής δραστηριότητας το οποίο απασχολεί προσωπικό. Ακολουθεί ο τομέας Υπηρεσιών

Φιλοξενίας και Εστίασης με **20,89%**, Λοιπών Υπηρεσιών με **12,02%** και Μεταποίησης με **11,45%**. Οι Επαγγελματικές Υπηρεσίες από την πρώτη θέση στην συνολική γυναικεία επιχειρηματικότητα φτάνουν στην 5^η θέση με ποσοστό **8,85%**. Ο Δευτερογενής τομέας εμφανίζεται εντονότερα στην συγκεκριμένη κατηγορία με τον κλάδο της Μεταποίησης να συγκεντρώνει το **11,45%** της γυναικείας επιχειρηματικότητας και τον κλάδο των Κατασκευών να περιορίζεται στο **1,89%**. Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι και σε αυτήν την περίπτωση ο Κλάδος υπηρεσιών **Πληροφορικής και Επικοινωνίας** έχει αντίστοιχα χαμηλή συνεισφορά (1,39%).

Διάγραμμα 24. Γυναικεία επιχειρηματικότητα με υπαλλήλους και κατανομή ανά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας 2017



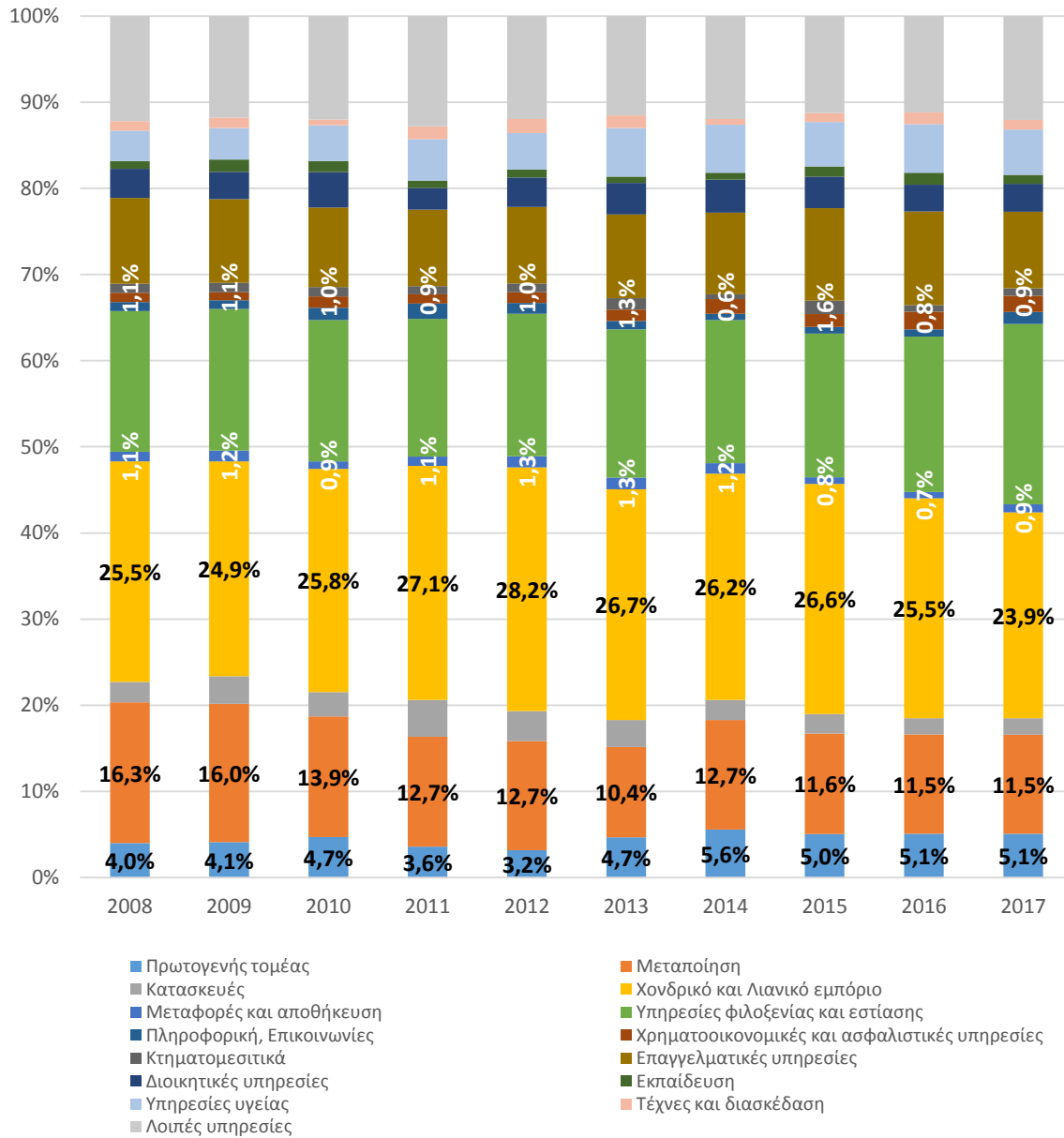
Πηγή: Eurostat(04/19),lfsa_esgan2

Σε σχέση με το 2008 ο **Πρωτογενής τομέας** αύξησε το μερίδιο του κατά 1,11 ποσοστιαίες μονάδες από 3,98% σε **5,09%**. Ο Δευτερογενής τομέας και συγκεκριμένα ο κλάδος της **Μεταποίησης** δέχτηκε ιδιαίτερα ισχυρό πλήγμα με μια μείωση κατά ένα τρίτο από 16,28% το 2008 σε **11,45%** το **2017**. Ο σημαντικότερος κλάδος του Τριτογενή τομέα, αυτός του **Χονδρικού και Λιανικού Εμπορίου** μειώθηκε κατά 1,64 ποσοστιαίες μονάδες από 25,49% το 2008 σε **23,85%** το 2017. **Μείωση** ακόμα εμφάνισαν οι **Επαγγελματικές Υπηρεσίες** ενώ **άνοδο σημείωσαν οι Υπηρεσίες Φιλοξενίας και Εστίασης** (από 16,28% το 2008 σε 20,89% το 2017), οι **Υπηρεσίες Εκπαίδευσης** και οι **Υπηρεσίες Υγείας**. Ο τομέας Πληροφορική και Επικοινωνίες τέλος αυξήθηκε κατά 0,37 ποσοστιαίες μονάδες με το τελικό ποσοστό το 2017 να διαμορφώνεται σε μόλις **1,39%**.

Βάσει των παραπάνω αποτελεσμάτων η γυναικεία επιχειρηματικότητα η οποία απασχολεί υπαλλήλους διαφέρει από το σύνολο της γυναικείας επιχειρηματικότητας στα εξής :

- Σημαντικότερη παρουσία του Δευτερογενή τομέα (Μεταποίηση και Κατασκευές) η οποία όμως ακολουθεί καθοδική δυναμική την περίοδο εξέτασης
- Ο Τριτογενής τομέα συγκεντρώνει ποσοστά κοντά στο 80% της επιχειρηματικής δραστηριότητας και με σημαντικότερο υποκλάδο στο σύνολο των τομέων το Χονδρικό και Λιανικό Εμπόριο. Παρότι εμφανίζει μείωση του ποσοστού σε σχέση με το 2008 διατηρείται σε υψηλά επίπεδα κοντά στο ένα τέταρτο του συνόλου των γυναικείων δραστηριοτήτων οι οποίες απασχολούν υπαλλήλους.
- Ο τομέας Πληροφορικής και Επικοινωνίας εμφανίζεται ενισχυμένος έχοντας όμως ουσιαστικά μηδαμινή συμμετοχή σε σχέση με άλλες δραστηριότητες.

Διάγραμμα 25. Ποσοστιαία Κατανομή Γυναίκειας επιχειρηματικότητας που απασχολεί υπαλλήλους ανά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας (2008-2017)

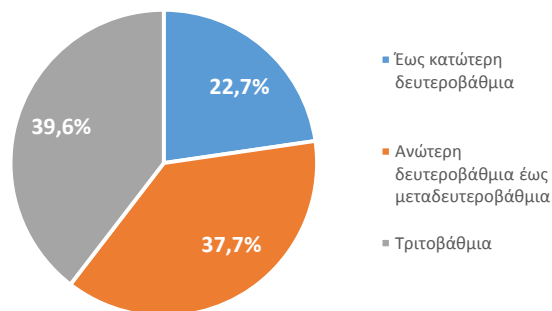


Πηγή: Eurostat(04/19),lfsa_esgan2

A.4.2.3 Κατανομή Γυναίκεας Επιχειρηματικότητας ανά μορφωτικό επίπεδο

Οι Ιταλίδες αυτοαπασχολούμενες κατανέμονται κατά κύριο λόγο στην τριτοβάθμια και ανώτερη δευτεροβάθμια βαθμίδα εκπαίδευσης με το ποσοστό αθροιστικά να φτάνει το **77,3%**. Η εικόνα αυτή αλλάζει ραγδαία λαμβάνοντας τις Γυναίκες επιχειρηματίες οι οποίες απασχολούν υπαλλήλους.

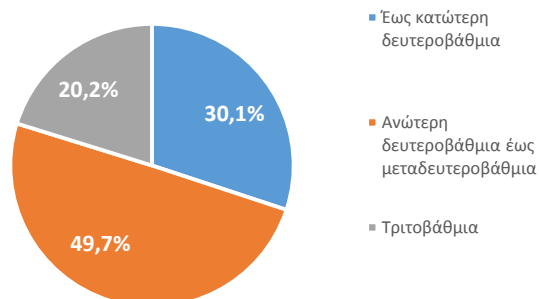
Διάγραμμα 26. Κατανομή Γυναϊκείων Επιχειρηματιών ανά μορφωτικό επίπεδο



Συγκεκριμένα σε αυτήν την περίπτωση το ποσοστό των αποφοίτων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης περιορίζεται στο 20,2%, της ανώτερης δευτεροβάθμιας έως μεταδευτεροβάθμιας αυξάνεται στο **49,7 %** ενώ μικραίνει ανάλογα το ποσοστό των επιχειρηματιών με έως κατώτερη δευτεροβάθμια εκπαίδευση το οποίο διαμορφώνεται στο **30,1%**.

Πηγή: Eurostat(04/19),lfso_17csoc

Διάγραμμα 27. Κατανομή Γυναϊκείων Επιχειρηματιών που απασχολούν υπαλλήλους ανά μορφωτικό επίπεδο



Πηγή: Eurostat(04/19),lfso_17csoc

Η ανώτερη δευτεροβάθμια εκπαίδευση αρκεί για την έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας ενώ η τριτοβάθμια βρίσκεται στην τρίτη και τελευταία θέση με μόλις μία στις πέντε γυναίκες επιχειρηματίες με υπαλλήλους να είναι απόφοιτοι της συγκεκριμένης βαθμίδας εκπαίδευσης.

A.4.2.4 Γυναίκεας επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων

Στην Ιταλία το ποσοστό των γυναικών στα αρχικά στάδια επιχειρηματικότητας κυμαίνεται στο **3.3%** για το **2016**, σημαντικά χαμηλότερα από τον Ευρωπαϊκό μέσο όρο (**6%**)¹⁴.

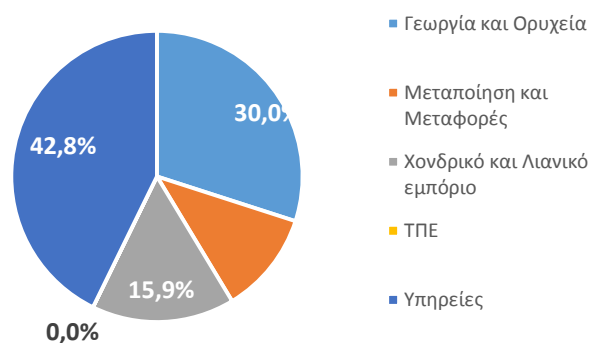
¹⁴ GEM, Women's Entrepreneurship 2016/2017 Report

Σχετικά με τα κίνητρα και την διάκριση της γυναικείας επιχειρηματικότητας βάσει αυτών (επιχειρηματικότητα ανάγκης για βιοποριστικούς σκοπούς και επιχειρηματικότητα ευκαιρίας) το **κίνητρο της ανάγκης στην Ιταλία για τις γυναίκες είναι μόλις 5,9%** σε σύγκριση με **23,6% για την Ευρώπη**. Η Ιταλία **βρίσκεται στην χαμηλότερη θέση όσον αφορά την κατηγορία της επιχειρηματικότητας ανάγκης** ενώ η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας λαμβάνει τιμή **91,3%**, αισθητά υψηλότερα από το **72,7%** του Ευρωπαϊκού μέσου.

Βάσει των παραπάνω η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ιταλία αφορά στην συντριπτική πλειοψηφία των περιπτώσεων επιχειρηματικότητα ευκαιρίας ενώ η επιχειρηματικότητα ανάγκης κινείται σχεδόν σε αμελητέα ποσοστά.

Όσον αφορά την κατανομή της γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ανά τομέα οικονομικής δραστηριότητας μόλις το **15,9%** αφορά το **Χονδρικό και Λιανικό εμπόριο** και το **42,8%** να αφορά την **παροχή υπηρεσιών**. Οι Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνίας λαμβάνουν μηδενικό ποσοστό με το 30% να απασχολείται στον πρωτογενή τομέα και τα ορυχεία και το υπολειπόμενο 11,4% στην μεταποίηση και τις μεταφορές.

Διάγραμμα 28. Κατανομή Γυναικείας Επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ανά κλάδο (2016)



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

Λαμβάνοντας υπόψη την ανάλυση που προηγήθηκε ανά κλάδο τα δεδομένα του GEM συμπίπτουν σε μεγάλο βαθμό με τα διαθέσιμα δεδομένα της Eurostat **με τον τριτογενή τομέα να συνεχίζει να αποτελεί τον σημαντικότερο κλάδο εισδοχής νέων γυναικών επιχειρηματιών** χωρίς όμως να διατηρείται η σημαντική θέση του κλάδου του **Χονδρικού και Λιανικού εμπορίου**. Αντίθετα **το δεύτερο υψηλότερο ποσοστό εντοπίζεται στον Πρωτογενή τομέα** ο οποίος φτάνει το 30% της συνολικής Γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων.

Στον δείκτη των **επιχειρηματικών προθέσεων** (επιθυμία και πρόθεση των γυναικών να προβούν στην υλοποίηση κάποιας επιχειρηματικής ιδέας) η Ιταλία καταλαμβάνει την έκτη θέση από το τέλος με μόλις **7,6 % έναντι 11,8% του Ευρωπαϊκού μέσου**.

Συνεπώς είναι εξαιρετικά φτωχή η δεξαμενή των δυνητικών επιχειρηματιών που μπορούν να προκύψουν από το υφιστάμενο εργατικό δυναμικό, καθώς φαίνεται να μην αποτελεί μια επιλογή υψηλής προτεραιότητας για τη συντριπτική

πλειονότητα των γυναικών. Πάρα ταύτα υπενθυμίζεται ότι υπάρχει ένας υψηλός αριθμός γυναικών οι οποίες ανήκουν στην κατηγορία του μισθωτού ή του απασχολούμενου σε οικογενειακή επιχείρηση και επιθυμούν την αυτοαπασχόληση αλλά εμποδίζονται από συγκεκριμένες παραμέτρους που έχουν σχέση με το συνολικό κλίμα της Οικονομίας. Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα δεδομένα της Eurostat το συγκεκριμένο δυναμικό φτάνει τις 749,6 χιλιάδες γυναίκες με το **50,53%** να αναφέρει ως **μεγαλύτερο εμπόδιο σε ένα επιχειρηματικό εγχείρημα την Οικονομική Ανασφάλεια.** Ακολουθούν με **16,78%** οι **δυσκολίες εύρεσης κατάλληλης χρηματοδότησης**, **13,69%** το **άγχος οι ευθύνες και το ρίσκο** και **5,99%** οι **δυσκολίες κοινωνικής ασφάλισης.** Τέλος το **12,78%** αναφέρει λοιπούς παράγοντες ως λόγους εμπόδισης της μετάβασης στην αυτοαπασχόληση.

Σε σχέση με τα ποιοτικά χαρακτηριστικά της γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ιταλία:

- Το **30,9%** των **γυναικών επιχειρηματιών διαβλέπουν προοπτικές ανάπτυξης με δημιουργία άνω των έξι θέσεων απασχόλησης εντός της επόμενης πενταετίας**, όταν το αντίστοιχο ποσοστό στην Ευρώπη βρίσκεται στο **23%**
- Στον βαθμό **καινοτομίας των προϊόντος** τους πάνω από μία στις τρεις γυναίκες επιχειρηματίες (35,8%) δήλωσαν ότι παράγουν **βελτιωμένα προϊόντα και υπηρεσίες**, ποσοστό συγκρίσιμο με την υπόλοιπη Ευρώπη
- Το **25,8%** των **γυναικών επιχειρηματιών αρχικών σταδίων στην Ιταλία**, δηλώνει ότι πάνω από το **25% των πωλήσεων τους προέρχεται από ξένους πελάτες**, κατατάσσοντας την χώρα στην έβδομη θέση με τον **Ευρωπαϊκό μέσο** να αγγίζει το **19%**

Στο πλαίσιο αντίληψης του οικονομικού περιβάλλοντος

- Το **25,1%** των **γυναικών θεωρεί ότι υπάρχουν ευκαιρίες για έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας με τον αντίστοιχο δείκτης στην Ευρώπη να διαμορφώνεται στο 35,7 %**
- Το **23,5%** των **γυναικών εκτιμά ότι διαθέτει τις ικανότητες για την έναρξη μια επιχείρησης**, αισθητά χαμηλότερα από τον Ευρωπαϊκό μέσο (35,6%) κατατάσσοντας την Ιταλία στην τελευταία θέση

Τέλος στο πλαίσιο της χρηματοδότησης

- Για την έναρξη επιχείρησης στην Ιταλία **οι γυναίκες επιχειρηματίες διαθέτουν για την υλοποίηση ενός νέου εγχειρήματος το υψηλότερο κεφάλαιο στο σύνολο των χωρών εξέτασης**, ξεπερνώντας κατά πολύ το μέσο ποσό επένδυσης στην Ευρώπη και με διπλάσιο κόστος από την 2^η και 3^η στην κατάταξη χώρα.

- **Βασική πηγή χρηματοδότησης αποτελεί ο στενός οικογενειακός κύκλος,** γεγονός που αναδεικνύει τον κεντρικό ρόλο της οικογένειας στην Ιταλία για την υλοποίηση μιας νέας επιχειρηματικής ιδέας

A.4.2.5 Υφιστάμενες επιχειρήσεις και λόγω διακοπής των δραστηριοτήτων τους

Πέρα από την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων σημαντικό ρόλο παίζει και ο ρόλος των γυναικών στην κατηγορία της **Καθιερωμένης επιχειρηματικότητας**. Ο όρος αυτός αφορά άτομα τα οποία δραστηριοποιούνται σε μια επιχείρηση που λειτουργεί ήδη για τουλάχιστον 3,5 έτη. Η Ιταλία καταλαμβάνει την προτελευταία θέση όσον αφορά το ποσοστό των γυναικών σε υφιστάμενες επιχειρήσεις συγκριτικά με άλλα χώρες με ποσοστό **2,6%** όταν στην Ευρώπη ο αντίστοιχος δείκτης είναι **4,7%**.

Τέλος όσον αφορά στη διακοπή της επιχειρηματικής δραστηριότητας, η Ιταλία καταλαμβάνει μια από τις πρώτες θέσεις στην κατηγορία «άλλοι λόγοι¹⁵» με 68,6%. Ακολουθεί η έλλειψη χρηματοδότησης με 18,7% και η έλλειψη κερδοφορίας της επιχείρησης με μόλις 12,7%. Σε σύγκριση με την Ευρώπη η Ιταλία εμφανίζει χαμηλότερη πιθανότητα διακοπής λόγω κερδοφορίας (ο Ευρωπαϊκός μέσος βρίσκεται στο 32,2%) και υψηλότερη πιθανότητα όσον αφορά στην έλλειψη χρηματοδότησης (ο Ευρωπαϊκός μέσος βρίσκεται στο 9,2%).

¹⁵ Προσωπικοί λόγοι, συνταξιοδότηση

A.4.3. Συγκριτικός Παρουσίαση Βασικών Δεικτών Ελλάδας, Ιταλίας και Συνόλου Ευρώπης

Ο πίνακας που ακολουθεί συνοψίζει τους δείκτες που παρουσιάστηκαν στις προηγούμενες ενότητες και αποτυπώνει τις επιμέρους τιμές μεταξύ των χωρών της περιοχής εφαρμογής και σε Ευρωπαϊκό επίπεδο.

ΠΗΓΗ ΔΕΔΟΜΕΩΝ	ΤΙΤΛΟΣ ΔΕΙΚΤΗ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΕΥΡΩΠΗ
GEM (2016)	Γυναίκεια επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων	4,8%	3,3%	6%
	Γυναίκεια επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων - ανάγκης	37,4%	5,9%	23,6%
	Γυναίκεια επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων- ευκαιρίας	60,7%	91,3%	72,7%
	Γυναίκεια επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων στην Γεωργία και τα Ορυχεία	11,0%	30,0%	9,1%
	Γυναίκεια επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων στην Μεταποίηση και τις Μεταφορές	6,9%	11,4%	8,9%
	Γυναίκεια επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων στο Χονδρικό και Λιανικό εμπόριο	42,2%	15,9%	28,3%
	Γυναίκεια επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων στις ΤΠΕ	0,0%	0,0%	2,4%
	Γυναίκεια επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων στις Υπηρεσίες	40,1%	42,8%	51,4%
	Επιχειρηματικές προθέσεις γυναικών	5,1%	7,6%	11,8%
	Ποσοστό γυναικών σε εδραιωμένες επιχειρήσεις	10,8%	2,6%	4,7%
	Διακοπή επιχειρηματικής δραστηριότητας (% γυναικείου πληθυσμού)	3,5%	0,5%	1,5%
	Λόγος διακοπής – Μη κερδοφόρα επιχείρηση	72,7%	12,7%	32,2%
	Λόγος διακοπής -Έλλειψη χρηματοδότησης	11,0%	18,7%	9,2%

ΠΗΓΗ ΔΕΔΟΜΕΩΝ	ΤΙΤΛΟΣ ΔΕΙΚΤΗ	ΕΛΛΑΔΑ	ΙΤΑΛΙΑ	ΕΥΡΩΠΗ
	Λόγος διακοπής -Άλλοι λόγοι	16,3%	68,6%	58,7%
	Προοπτικές δημιουργίας άνω των έξι θέσεων απασχόλησης στην επόμενη πενταετία	9,5%	30,9%	25,3%
	Βαθμός καινοτομίας	30,8%	35,8%	29,0%
	Εξαγωγές άνω του 25% των πωλήσεων	41,1%	25,8%	19,0%
	Επιχειρηματικές ευκαιρίες στο επόμενο εξάμηνο	11,1%	25,1%	35,7%
	Γνώσεις και ικανότητες για έναρξη της επιχείρησης	35,5%	23,5%	35,6%
	Μέσο ποσό επένδυσης για έναρξη επιχείρησης	22.411\$	44.822\$	7.298\$
Eurostat (2017)	Ποσοστό αυτοαπασχολούμενων γυναικών στο σύνολο των αυτοαπασχολούμενων	32%	30,3%	32,57%
	Ποσοστό αυτοαπασχολούμενων γυναικών μερικής απασχόλησης στο σύνολο των αυτοαπασχολούμενων γυναικών	90,69%	75,34%	72,34%
	Ποσοστό αυτοαπασχολούμενων γυναικών με υπαλλήλους προς το σύνολο των αυτοαπασχολούμενων γυναικών	79,2%	76,1%	76,2%

ΜΕΡΟΣ Β – ΒΑΣΙΚΟΙ ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΙ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΧΑΡΤΟΓΡΑΦΗΣΗΣ

Στην Ενότητα προσδιορίζονται και αναλύονται οι βασικοί παράμετροι και τα μεθοδολογικά εργαλεία τα οποία θα αποτελέσουν τη βάση για την εκπόνηση των επιμέρους μελετών χαρτογράφησης και καταγραφής προβλημάτων της γυναίκειας επιχειρηματικότητας, στις διασυνοριακές περιφέρειες εφαρμογής.

B.1. Προσδιορισμός Ομάδων – Στόχων / Κατηγοριών Επιχειρήσεων

Ο καθορισμός των ομάδων στόχου αφορά σημαντική παράμετρο της υλοποίησης των μελετών χαρτογράφησης. Αναγνωρίζοντας την φύση και τους στόχους του έργου, οι ομάδες στόχου αφορούν τόσο την γυναικεία επιχειρηματικότητα, όπως προσδιορίζεται μέσω της ύπαρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας, όσο και από τις γυναίκες που απασχολούνται σε επιχειρήσεις και οι οποίες δύναται να επιχειρήσουν.

Για τους σκοπούς προσδιορισμού των παραπάνω επιχειρήσεων, προτείνεται η επιλογή των κατηγοριών επιχειρήσεων να αφορά στις ακόλουθες παραμέτρους:

1. Επιλογή επιχειρήσεων σύμφωνα με τον ορισμό της γυναίκειας επιχειρηματικότητας από τον ΟΟΣΑ, βάσει του οποίου για να ανήκει μια επιχείρηση στην παραπάνω κατηγορία πρέπει να τηρεί τις εξής προϋποθέσεις:
 - Η γυναικεία συμμετοχή είναι σε ποσοστό 51% στο κεφάλαιο της επιχείρησης
 - Οι αποφάσεις στρατηγικής σκοπιμότητας να λαμβάνονται από την ιδιοκτήτρια/ιες
2. Επιλογή επιχειρήσεων σύμφωνα με την νομική μορφή. Οι επιχειρήσεις θα αφορούν το σύνολο των νομικών μορφών:
 - α. ατομική επιχείρηση,
 - β. εμπορική εταιρεία (Ανώνυμη Εταιρία, Εταιρία Περιορισμένης Ευθύνης, Ομόρρυθμη Εταιρία ή Ετερόρρυθμη Εταιρία, Ι.Κ.Ε),
 - γ. συνεταιρισμός,
 - δ. Κοινωνικές Συνεταιριστικές Επιχειρήσεις (Κοιν.Σ.Επ.) του ν. 4430/2016 (Α' 205), Αγροτικοί Συνεταιρισμοί (ΑΣ), Ομάδες Παραγωγών (ΟΠ), Αγροτικές Εταιρικές Συμπράξεις (ΑΕΣ) του ν. 4384/2016 (Α' 78),
3. Επιλογή επιχειρήσεων σύμφωνα με το μέγεθος τους, όπως αυτό ορίζεται στη Σύσταση της Επιτροπής 2003/361/ΕΚ. Ειδικότερα οι επιχειρήσεις θα αφορούν σε Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις (δεν θα περιλαμβάνονται Μεγάλες Επιχειρήσεις), ήτοι
Πολύ μικρές επιχειρήσεις: οι επιχειρήσεις που απασχολούν λιγότερους από δέκα εργαζόμενους και των οποίων ο ετήσιος κύκλος εργασιών ή το ετήσιο σύνολο ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 2 εκατομμύρια ευρώ.

Μικρές επιχειρήσεις: οι επιχειρήσεις που απασχολούν λιγότερους από 50 εργαζόμενους και των οποίων ο ετήσιος κύκλος εργασιών ή το ετήσιο σύνολο ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 10 εκατομμύρια ευρώ.

Μεσαίες επιχειρήσεις: οι επιχειρήσεις εκείνες που απασχολούν λιγότερους από 250 εργαζόμενους και των οποίων ο ετήσιος κύκλος εργασιών δεν υπερβαίνει τα 50 εκατομμύρια ευρώ ή το ετήσιο σύνολο ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 43 εκατομμύρια ευρώ.

4. Επιλογή επιχειρήσεων σύμφωνα με τον κλάδο δραστηριοποίησης, σύμφωνα με την ταξινόμηση ΣΤΑΚΩΔ'08 και με έμφαση στην RIS της κάθε περιφέρειας.

B.2. Πηγές ή Τύποι / Είδος Ερευνών Άντλησης Δεδομένων

Παρατίθενται οι πηγές και τα στοιχεία τα οποία προτείνεται να αξιοποιηθούν ως εργαλεία, ανά είδος έρευνας, για την άντληση δεδομένων καταγραφής των βασικών χαρακτηριστικών και των προβλημάτων/εμποδίων που εμφανίζονται σε περιφερειακό επίπεδο παρέμβασης στη γυναικεία επιχειρηματικότητα

Η παράθεση των πηγών στους επόμενους πίνακες πραγματοποιείται στα ακόλουθα επίπεδα:

1. Βάσεις δεδομένων άντλησης πρωτογενών (κατόπιν επεξεργασίας) στοιχείων
2. Μελέτες διεθνών φορέων
3. Βιβλιογραφικές αναφορές
4. Φορείς υποστήριξης, προώθησης και λειτουργίας γυναικείας επιχειρηματικότητας

ΒΑΣΕΙΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΠΡΩΤΟΓΕΝΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ			
ΦΟΡΕΙΣ ΑΝΤΛΗΣΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΦΟΡΕΩΝ	ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΝΑΦΟΡΑΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΔΕΙΚΤΩΝ
Ευρωπαϊκή Στατιστική Υπηρεσία (Eurostat)	Η Eurostat είναι υπηρεσία της Ευρωπαϊκής Ένωσης με κύριο καθήκον την συλλογή και δημοσίευση στατιστικών στοιχείων που αφορούν χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, καθώς και την προώθηση μεθόδων στατιστικής σε κράτη-μέλη ή υποψήφια κράτη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, καθώς και κρατών εντός της Ευρωπαϊκής Ζώνης Ελευθέρων Συναλλαγών (EFTA).	[lfsa_eftpt] UNIT:;000	Απασχόληση ανά φύλο, ηλικία, επαγγελματική κατάσταση, πλήρης απασχόληση/ημιαπασχόληση
		[lfsa_e2gps] UNIT:;000	Απασχολούμενοι που έχουν δεύτερη δουλειά ανά φύλο, ηλικία επαγγελματική κατάσταση και στις δύο δουλειές
		[lfsa_esgan2] UNIT:;000	Αυτοαπασχολούμενοι ανά φύλο, ηλικία και οικονομική δραστηριότητα (NACE Rev. 2)
		[lfsa_igaww] UNIT:;000	Ανεργός πληθυσμός που δεν αναζητά εργασία ανά φύλο, ηλικία και προθυμία για εργασία
		[lfsa_igar] UNIT:%	Ανεργός πληθυσμός που δεν αναζητά εργασία ανά φύλο, ηλικία και κύριο λόγο μη αναζήτησης εργασίας
		[lfsa_qoe_3a2] UNIT:%	Απασχολούμενοι σε πολύωρες και κύριες εργασίες ανά φύλο, ηλικία, επαγγελματική κατάσταση και απασχόληση
		[lfsa_17csoc] UNIT:;000	Απασχολούμενοι ανά επαγγελματική κατάσταση , φύλο, επίπεδο μορφωτικών επιτευγμάτων , απασχόληση
		[lfsa_17csna] UNIT:;000	Απασχολούμενοι ανά επαγγελματική κατάσταση, επίπεδο μορφωτικών επιτευγμάτων , και οικονομική δραστηριότητα.
[lfsa_17psobst] UNIT:;000	Απασχολούμενοι και οικογενειακές επιχειρήσεις που θα ήθελαν να είναι αυτοαπασχολούμενοι ανά λόγο που δεν προχωρούν σε αυτό και ανά φύλο		

ΒΑΣΕΙΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΠΡΩΤΟΓΕΝΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ			
ΦΟΡΕΙΣ ΑΝΤΛΗΣΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΦΟΡΕΩΝ	ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΝΑΦΟΡΑΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΔΕΙΚΤΩΝ
		[lfso_17psed] UNIT:;,000	Απασχολούμενοι ανά τρέχουσα και προτιμητέα επαγγελματική κατάσταση, φύλο, επίπεδο μορφωτικών επιτευγμάτων
Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ)	Η ΕΛΣΤΑΤ είναι η εθνική στατιστική υπηρεσία της Ελλάδας και η οποία έχει ως σκοπό τη συστηματική παραγωγή επίσημων στατιστικών, καθώς και τη διενέργεια στατιστικών ερευνών που αφορούν τις δραστηριότητες του ιδιωτικού και δημοσίου τομέα , την δημιουργία δεικτών αξιολόγησης κ.α.	Έρευνα εργατικού Δυναμικού	Η ετήσια Έρευνα Εργατικού Δυναμικού παρέχει πληροφόρηση του πλήθους των αυτοαπασχολούμενων γυναικών υπό συνθήκες σειράς παραμέτρων (περιφέρεια, ηλικία, οικογενειακή κατάσταση κλπ)
Istituto Nazionale di Statistica (Istat)	Το Ιταλικό Εθνικό Ινστιτούτο Στατιστικής (<i>Istituto Nazionale di Statistica; Istat</i>) είναι ο κύριος παραγωγός των επίσημων στατιστικών στην Ιταλία έχοντας ως δραστηριότητες την απογραφή του πληθυσμού, οικονομικές απογραφές και μια σειρά από κοινωνικές, οικονομικές και περιβαλλοντικές έρευνες και αναλύσεις.	Έρευνα εργατικού Δυναμικού	Η ετήσια Έρευνα Εργατικού Δυναμικού παρέχει πληροφόρηση του πλήθους των αυτοαπασχολούμενων γυναικών υπό συνθήκες σειράς παραμέτρων (περιφέρεια, ηλικία, οικογενειακή κατάσταση κλπ)
Global Entrepreneurship Monitor (GEM)	Αποτελεί την πλουσιότερη πηγή πληροφοριών σχετικά με την επιχειρηματική συμπεριφορά και τη στάση των ατόμων, καθώς την επιχειρηματικότητα, δημοσιεύοντας μια σειρά διεθνών, εθνικών και ειδικών θεμάτων σε ετήσια βάση.	Female T.E.A Unit: %	Ποσοστό γυναικών στα αρχικά στάδια της επιχείρησης (Total early-stage Entrepreneurial Activity(TEA))
		Female TEA Necessity (% of TEA females) Unit: %	Total early-stage Entrepreneurial Activity(TEA)/ Ανάγκης
		Female TEA Opportunity(% of TEA females) Unit: %	Total early-stage Entrepreneurial Activity(TEA)/ Ευκαιρίας
		Entrepreneurial Intentions Female Unit: %	Δείκτης επιχειρηματικών προθέσεων

ΒΑΣΕΙΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΠΡΩΤΟΓΕΝΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ			
ΦΟΡΕΙΣ ΑΝΤΛΗΣΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΦΟΡΕΩΝ	ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΝΑΦΟΡΑΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΔΕΙΚΤΩΝ
		Female Established Business Activity Unit: %	Δείκτης Καθιερωμένης επιχειρηματικότητας
		Female Agriculture and Mining Unit: %	Δείκτης Γυναίκεας επιχειρηματικότητας σε πρωτογενή τομέα και ορυχεία
		Female Manufactures and Transportation Unit: %	Δείκτης Γυναίκεας επιχειρηματικότητας σε μεταποιήσεις και μεταφορές
		Female Wholesale/ Retail Unit: %	Δείκτης Γυναίκεας επιχειρηματικότητας σε χονδρικό και λιανικό εμπόριο
		Female % expecting to hire 6+ employees in the next 5 years	Δείκτης Αναμονής για πρόσληψη τα επόμενα 5 χρόνια
Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (Ο.Ο.Σ.Α.)	Ο οργανισμός παρέχει ένα περιβάλλον όπου οι κυβερνήσεις μπορούν να συγκρίνουν εφαρμογές πολιτικής, να βρουν απαντήσεις στα κοινά προβλήματα, να προσδιορίσουν τις καλές πρακτικές και να συντονίσουν τις εσωτερικές και διεθνείς πολιτικές.	Access to training on how to start a business (2013) Unit:%	Δείκτης για την πρόσβαση στην εκπαίδευση σχετικά με τον τρόπο έναρξης εργασίας
		Access to money to start a business (2013) Unit:%	Δείκτης για την πρόσβαση σε κεφάλαιο με σκοπό την έναρξη εργασιακής απασχόλησης
		Share of self-employed who are between 20 and 29 years old (2000-2017) Unit:%	Δείκτης ποσοστού των αυτοαπασχολούμενων που βρίσκονται μεταξύ 20-29
		Attitude towards entrepreneurial risk (2013) Unit:%	Δείκτης συμπεριφοράς απέναντι στον επιχειρηματικό κίνδυνο
		Share of self- employed in the population of employed with tertiary education (2000-2017) Unit:%	Δείκτης ποσοστού των αυτοαπασχολούμενων με τριτοβάθμια εκπαίδευση(από το σύνολο των υπαλλήλων)

ΒΑΣΕΙΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΠΡΩΤΟΓΕΝΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ			
ΦΟΡΕΙΣ ΑΝΤΛΗΣΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΦΟΡΕΩΝ	ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΝΑΦΟΡΑΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΔΕΙΚΤΩΝ
		Entrepreneurship at a Glance (2017)	
World Bank Group	Η Παγκόσμια Τράπεζα είναι διεθνές χρηματοπιστωτικό ίδρυμα το οποίο παρέχει οικονομική και τεχνική βοήθεια σε αναπτυσσόμενες χώρες για αναπτυξιακά έργα (π.χ. δρόμοι, γέφυρες, σχολεία) με στόχο τη μείωση της φτώχειας.	Time required to start a business, female Unit: days	Χρόνος που απαιτείται για την έναρξη μιας επιχείρησης
		Cost of business start-up procedures, female Unit: % of GNI per capita	Κόστος διαδικασιών έναρξης μιας επιχείρησης
		Start-up procedures to register a business, female Unit: number	Διαδικασίες εκκίνησης για την εγγραφή της επιχείρησης
		New business density Unit: new registrations per 1,000 people ages 15-64	Πυκνότητα επιχειρήσεων (15-64 ετών)
Διεθνής Οργάνωση Εργασίας	Η Διεθνής Οργάνωση Εργασίας (ILO) είναι ένας οργανισμός των Ηνωμένων Εθνών που έχει ως αποστολή την ενίσχυση της κοινωνικής δικαιοσύνης και την προώθηση της αξιοπρεπούς εργασίας με τον καθορισμό διεθνών κανόνων εργασίας	Unemployment rate	Ποσοστό Ανεργίας
		Employment-to-population ratio	Ποσοστό απασχόλησης προς πληθυσμό
		Youth NEET rate	Ο δείκτης NEET αναφέρεται στους νέους που δεν σπουδάζουν, ούτε εκπαιδεύονται, ούτε εργάζονται.
ICAP	Η ICAP καινοτόμες λύσεις σε ένα ευρύ φάσμα επιχειρηματικών προκλήσεων.	findbiz.gr	Τα δεδομένα είναι διαθέσιμα σε επίπεδο νομικής εκπροσώπησης .
Γενικό Εμπορικό Μητρώο	Αποτελεί ενιαίο πλαίσιο οργάνωσης, ενημέρωσης και χρήσης των μητρώων της δημόσιας διοίκησης	Βάση δεδομένων Γ.Ε.ΜΗ.	Τα δεδομένα είναι διαθέσιμα σε επίπεδο μετοχικής σύνθεσης και νομικής εκπροσώπησης .
Περιφερειακά Επιμελητήρια	Σκοπός των Επιμελητηρίων είναι η προστασία και ανάπτυξη του εμπορίου, της βιομηχανίας, της βιοτεχνίας και των επαγγελματιών στην περιφέρειά τους.		

ΒΑΣΕΙΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΠΡΩΤΟΓΕΝΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ			
ΦΟΡΕΙΣ ΑΝΤΛΗΣΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΦΟΡΕΩΝ	ΔΕΙΚΤΕΣ ΑΝΑΦΟΡΑΣ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΔΕΙΚΤΩΝ
Εθνικό Επιμελητηριακό Δίκτυο Ελληνίδων Γυναικών Επιχειρηματιών (Ε.Ε.Δ.Ε.Γ.Ε.)	Στο πλαίσιο της Ένωσης Ευρωπαϊκών Επιμελητηρίων και της Κεντρικής Ένωσης Ελληνικών Επιμελητηρίων, το Ε.Ε.Δ.Ε.Γ.Ε. στοχεύει στην ενίσχυση της επιχειρηματικότητας των γυναικών στη χώρα. Επομένως, το επιμελητήριο αποσκοπεί στην εξάλειψη των επαγγελματικών στερεοτύπων που σχετίζονται με τις γυναίκες στην ελληνική οικονομία και τις βοηθά να έχουν πρόσβαση στη βοήθεια να επιτύχουν καλύτερη ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής, αλλά και να διευκολύνουν την πρόσβασή τους σε οικονομικά προσιτή επαγγελματική κατάρτιση και εξειδικευμένες συμβουλές και υποστήριξη.		

ΜΕΛΕΤΕΣ ΔΙΕΘΝΩΝ ΦΟΡΕΩΝ		
ΦΟΡΕΙΣ ΔΙΕΝΕΡΓΕΙΑΣ ΜΕΛΕΤΩΝ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΦΟΡΕΩΝ	ΤΙΤΛΟΣ ΜΕΛΕΤΗΣ
Global Entrepreneurship Monitor (GEM)	Αποτελεί την πλουσιότερη πηγή πληροφοριών σχετικά με την επιχειρηματική συμπεριφορά και τη στάση των ατόμων, καθώς την επιχειρηματικότητα, δημοσιεύοντας μια σειρά διεθνών, εθνικών και ειδικών θεμάτων σε ετήσια βάση.	Women's Entrepreneurship 2016/2017 Report
Ευρωβαρόμετρο	Δημοσκοπήσεις που καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα θεμάτων, με έμφαση στις αντιλήψεις και τις προσδοκίες των πολιτών όσον αφορά την ανάληψη δράσης εκ μέρους της ΕΕ, καθώς και στις κύριες προκλήσεις που αντιμετωπίζει η Ένωση.	Entrepreneurship in the EU and beyond
Ευρωπαϊκή Στατιστική Υπηρεσία (Eurostat)	Η Eurostat είναι υπηρεσία της Ευρωπαϊκής Ένωσης με κύριο καθήκον την συλλογή και δημοσίευση στατιστικών στοιχείων που αφορούν σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, καθώς και την προώθηση μεθόδων στατιστικής σε κράτη-μέλη ή υποψήφια κράτη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, καθώς και κρατών εντός της Ευρωπαϊκής Ζώνης Ελευθέρων Συναλλαγών (ΕFTA).	Statistical Data on Women Entrepreneurs in Europe

ΜΕΛΕΤΕΣ ΔΙΕΘΝΩΝ ΦΟΡΕΩΝ		
ΦΟΡΕΙΣ ΔΙΕΝΕΡΓΕΙΑΣ ΜΕΛΕΤΩΝ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΦΟΡΕΩΝ	ΤΙΤΛΟΣ ΜΕΛΕΤΗΣ
World Bank Group	Η Παγκόσμια Τράπεζα είναι διεθνές χρηματοπιστωτικό ίδρυμα το οποίο παρέχει οικονομική και τεχνική βοήθεια σε αναπτυσσόμενες χώρες για αναπτυξιακά έργα (π.χ. δρόμοι, γέφυρες, σχολεία) με στόχο τη μείωση της φτώχειας.	Women, Business and the Law (2019)
Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE)	Αποτελεί ιδιωτικό, μη κερδοσκοπικό, κοινωφελή, ερευνητικό οργανισμό με σκοπό την προώθηση της επιστημονικής έρευνας για τα τρέχοντα και αναδυόμενα προβλήματα της ελληνικής οικονομίας αλλά και την παροχή αντικειμενικής πληροφόρησης και διατύπωσης προτάσεων, οι οποίες είναι χρήσιμες στη διαμόρφωση πολιτικής.	Ετήσια Έκθεση Επιχειρηματικότητας 2017-2018
Παρατηρητήριο Ισότητας των Φύλων της ΓΓΙΦ	Το Παρατηρητήριο της ΓΓΙΦ παρακολουθεί την εφαρμογή των πολιτικών ισότητας και περιλαμβάνει στατιστικά δεδομένα, μεταδεδομένα και δείκτες που σχετίζονται με τις πολιτικές ισότητας των δύο φύλων.	Women's Entrepreneurship

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ	
ΤΙΤΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ/ΕΡΕΥΝΑΣ	ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ
I Gidarakou "Women's Entrepreneurship in Rural Greece" International Journal of Business and Management, 2015 - Citeseer	Μελέτη της γυναίκειας επιχειρηματικότητας σε αγροτικές περιοχές της Ελλάδας σε επίπεδο ατομικής επιχείρησης και συνεταιρισμών. Η έρευνα παρέχει πληροφόρηση για την μορφή και τα προβλήματα των συγκεκριμένων επιχειρήσεων όπως και πιθανών τομέων παρέμβασης για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας.
Pappas, M.A.; Drigas, A.S.; Papagerasimou, Y.; Dimitriou, H.; Katsanou, N.; Papakonstantinou, S.; Karabatzaki, Z. Female Entrepreneurship and Employability in the Digital Era: The Case of Greece. J. Open Innov. Technol. Mark. Complex. 2018, 4, 15	Εξετάζει την σημασία του τομέα Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνίας (ΤΠΕ) στην γυναικεία απασχόληση και επιχειρηματικότητα αποτυπώνοντας την παρούσα κατάσταση, αναγνωρίζοντας συγκεκριμένες ανάγκες και προτείνοντας εκπαιδευτικές λύσεις. Η συγκεκριμένη έρευνα πραγματοποιήθηκε με την μέθοδο συλλογής και ανάλυσης δεδομένων ερωτηματολογίων και αποτύπωσε συγκεκριμένες ελλείψεις της γυναίκειας επιχειρηματικότητας στον τομέα ΤΠΕ.
Argyroui A; Charitakis S. Gender equality in employment utilizing female social entrepreneurship in Greece. University of Oslo Faculty of Law Legal Studies Research paper no.2017-06	Αποτύπωση του νομικού πλαισίου για την γυναικεία επιχειρηματικότητα και αναφορά εμποδίων σχετικά με την πρόσβαση των γυναικών στην απασχόληση.
Fiona Eva Bakas , (2017)," Community resilience through entrepreneurship: the role of gender ", Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy, Vol. 11	Διερεύνηση της συσχέτισης της γυναίκειας επιχειρηματικότητας όσον αφορά την προσφορά στην τοπική κοινωνία παρουσία εξωγενών σοκ (οικονομικές κρίσεις, περίοδοι ύφεσης).

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ	
ΤΙΤΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ/ΕΡΕΥΝΑΣ	ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ
International Conference for Entrepreneurship, Innovation and Regional Development (2017) – conference proceedings	Το paper «Exploring the gender gap in entrepreneurial efficacy and intention in GREECE» η οποία πραγματοποιήθηκε με την μέθοδο συλλογή δεδομένων ερωτηματολογίων.
Garg, Sonu & Agarwal, Parul. (2017). Problems and Prospects of Woman Entrepreneurship – A Review of Literature. IOSR Journal of Business and Management. 19. 55-60.	Ανασκόπηση της βιβλιογραφικής έρευνας της γυναικείας επιχειρηματικότητας όσον αφορά τις προοπτικές ανάπτυξης και τα προβλήματα τα οποία εμφανίζονται σε αυτή.
Spyros J. Vliamos, Nickolaos G. Tzeremes .Factors Influencing Entrepreneurial Process and Firm Start-Ups: Evidence from Central Greece Journal of the Knowledge Economy, 2012, Volume 3, Number 3, Page 250	Έρευνα μέσω ερωτηματολογίου στην Κεντρική Ελλάδα για την εύρεση των παραγόντων που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα.
Giotopoulos, I, Vettas, N. Economic crisis and export-oriented entrepreneurship: Evidence from Greece. Manage Decis Econ. 2018; 39: 872– 878	Χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας η οποία ασκεί εξαγωγική δραστηριότητα. Επεξεργασία μικροδεδομένων από την βάση δεδομένων του Global Entrepreneurship monitor για την περίοδο 2008-2014. Παρουσίαση και ανάλυση δημογραφικών και ποιοτικών χαρακτηριστικών των επιχειρηματιών.
Paolini P, Modaffari G. Female Owned Innovative Startups in Italy: Status Quo and Implications, Administrative Sciences, 2018, vol. 8, issue 4, 1-3	Αποτύπωση του ερευνητικού ενδιαφέροντος για την γυναικεία καινοτόμα επιχειρηματικότητα και χαρακτηριστικά αυτών (μικρό μέγεθος και χαμηλές κεφαλαιακές ανάγκες σε σύγκριση με το αντίθετο φύλο).
Mari, Michela & Poggesi, Sara & De Vita, Luisa. (2014). Italian women entrepreneurs: An empirical investigation.	Αποτύπωση της υπάρχουσας κατάστασης της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ιταλία βάσει δημογραφικών χαρακτηριστικών, ανθρώπινου κεφαλαίου, κινήτρων, περιβάλλοντος και ισορροπίας εργασιακής και οικογενειακής ζωής τα οποία περισσότερο επηρεάζουν την απόδοση των επιχειρήσεων αυτών.
Ferri, L.; Ginesti, G.; Spanò, R.; Zampella, A. Exploring the Entrepreneurial Intention of Female Students in Italy. J. Open Innov. Technol. Mark. Complex. 2018, 4, 27.	Εξέταση της προοπτικής της επιχειρηματικότητας από φοιτήτριες στην Ιταλία. Η έρευνα διενεργήθηκε μέσω ερωτηματολογίων με επεξεργασία και παρουσίαση των αποτελεσμάτων.
Paoloni, P.; Serafini, G. Female Entrepreneurship in Perspective: A Methodological Issue. Adm. Sci. 2018, 8, 67.	Εξέταση της γυναικείας επιχειρηματικότητας ως ξεχωριστής παραμέτρου εξέτασης της έννοιας της επιχειρηματικότητας και του αν αποτελεί παράμετρο η οποία πρέπει να εξεταστεί όσον αφορά κοινωνικές η φυσικές παραμέτρους.
Ester P, Roman A., A Generational Approach to Female Entrepreneurship in Europe (2017) NO 3-4 (2017): JOURNAL OF WOMEN'S ENTREPRENEURSHIP AND EDUCATION	Αποτύπωση της διαχρονικής πορείας της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ευρωπαϊκή Ένωση και στο σύνολο των χωρών της. Παραγωγή σημαντικών συμπερασμάτων για την δυναμική εξέλιξη

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ	
ΤΙΤΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ/ΕΡΕΥΝΑΣ	ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ
	του μεγέθους διαχρονικά (1980 έως πλέον πρόσφατα). Εξαγωγή ποσοτικών συμπερασμάτων για Ελλάδα και Ιταλία.
Rinaldi A, Tagliacruzchi G, "Women Entrepreneurs in Italy: a prosopographic Study" DEMB Working Paper Series 2018	Διαχρονική αποτύπωση του προφίλ της γυναίκας επιχειρηματία στην Ιταλία από τα μέσα του 20 ^{ου} αιώνα έως το 2016.
Francesca Maria Cesaroni & Annalisa Sentuti (2016) Economic crisis, women entrepreneurs and bank loans: some empirical evidence from Italy, Economic Research-Ekonomiska Istraživanja, 29:1, 1050-1061	Εμπειρική μελέτη στην Ιταλία με την εισαγωγή της παραμέτρου του φύλου στις αιτήσεις παροχής τραπεζικού δανεισμού στην Ιταλία. Έλεγχος της ύπαρξης διαφοροποίησης όσον αφορά τις συνθήκες δανεισμού με την εισαγωγή της παραμέτρου του φύλου.
Sara Poggesi, Michela Mari, Luisa Vita, What's new in female entrepreneurship research? Answers from the literature, International Entrepreneurship and Management Journal, 2016, Volume 12, Number 3, Page 735	Ανασκόπηση της διεθνούς βιβλιογραφίας και έρευνας όσον αφορά τις παραμέτρους που πρέπει να λαμβάνονται υπόψιν για την διερεύνηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Η έρευνα έγινε με περαιτέρω ανάλυση δημοσιευμένων ερευνών και των συμπερασμάτων που αυτές παρουσίασαν.
Ting-Ling Lin, Tzu-Ying Lu, Mei-Chen Hsieh, Heng-Yih Liu, "From Conception to Start-Up: Who and What Affect Female Entrepreneurship", Contemporary Management Research, Vol.14, No.4, pp. 253-276, 2018.	Εξέταση παραμέτρων που επηρεάζουν την γυναικεία επιχειρηματικότητα από την σύλληψη της ιδέας έως και την αρχική της εφαρμογή. Βάσει αυτού οι ερευνητές εξάγουν ένα προφίλ της γυναικείας επιχειρηματία το οποίο αποτυπώνει σημαντικές ελλείψεις όσον αφορά στην χρηματοδότηση από τον τραπεζικό τομέα όπως και την εμπειρία στην διοίκηση επιχειρήσεων.
Fafaliou I, Salamouris I, Analyze Female Entrepreneurship: Evidence from Greece, International Journal of Economics & Business Administration pp. 21-38 Volume II, Issue (1), 2014	Αποτύπωση των χαρακτηριστικών της γυναικείας επιχειρηματικότητας με διερεύνηση μέσω ερωτηματολογίων.
Mirjana Radovic-Markovic, 2013. "Female Entrepreneurship: Theoretical Approaches," Journal of Women's Entrepreneurship and Education, Institute of Economic Sciences, issue 1-2, pages 1-9.	Θεωρητικές προσεγγίσεις της έννοιας της γυναικείας επιχειρηματικότητας και παρουσίαση αυτών

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ, ΠΡΩΘΗΣΗΣ & ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	
ΦΟΡΕΙΣ	ΠΕΔΙΟ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ
ΕΘΝΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ	
Ένωση Γυναικών Ελλάδας	Η Ένωση Γυναικών Ελλάδας είναι μια μαζική γυναικεία Μη Κυβερνητική Οργάνωση εθνικής εμβέλειας. Αγωνίζεται για την κατάργηση των κοινωνικών ανισοτήτων και την εξάλειψη κάθε μορφής διάκρισης κατά των γυναικών. Στοχεύει στην κατοχύρωση των κεκτημένων δικαιωμάτων των γυναικών, αλλά και στη διεύρυνσή τους, στην καταπολέμηση της ενδοοικογενειακής βίας και στην εναρμόνιση της οικογενειακής και επαγγελματικής ζωής τους, με την υιοθέτηση συγκεκριμένων μέτρων και τη δημιουργία υποδομών από την πολιτεία
Σύνδεσμος Γυναικών Επιχειρηματιών Ελλάδος (Σ.Ε.Γ.Ε.)	Ο Σ.Ε.Γ.Ε. είναι μία Μη Κυβερνητική Οργάνωση (ΜΚΟ), με πανελλήνιο μη κερδοσκοπικό χαρακτήρα και απευθύνεται στις γυναίκες που ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα.
Γυναικείος Διαβαλκανικός Επιχειρηματικός Φορέας	Ο Γυναικείος Διαβαλκανικός Επιχειρηματικός Φορέας δημιουργήθηκε από τη συνεργασία του Συνδέσμου Γυναικών Επιχειρηματιών Ελλάδος (Σ.Ε.Γ.Ε.), του Δήμου Θεσσαλονίκης και του Βιομηχανικό Επιμελητήριο Θεσσαλονίκης (ΒΕΘ).
Ελληνική Εταιρεία Διοικήσεως Επιχειρήσεων (ΕΕΔΕ) – Τομέας Γυναικών Μάνατζερ και Επιχειρηματιών (ΤΟΓΜΕ)	Αποσκοπεί στη διεύρυνση της γυναικείας παρουσίας στο χώρο του Μάνατζμεντ και των επιχειρήσεων. Αποστολή του ΤΟΓΜΕ είναι να συμβάλλει έμπρακτα στην προώθηση, ανάδειξη και καθιέρωση στην Ελλάδα όσο το δυνατό περισσότερων γυναικών επιχειρηματιών και ανωτέρων και ανωτάτων στελεχών επιχειρήσεων και οργανισμών καθώς και την βελτίωση της ανταγωνιστικότητάς τους
Σύνδεσμος Βιομηχανιών Βορείου Ελλάδος (Σ.Β.Β.Ε.)	Ο Σύνδεσμος Βιομηχανιών Ελλάδος (ΣΒΕ), μέλος του Ευρωπαϊκού Δικτύου Υποστήριξης Επιχειρήσεων Enterprise Europe Network – Hellas, σε συνεργασία με τα μέλη του προγράμματος «Business Mentors» έχει δημιουργήσει δίκτυο υποστήριξης γυναικείας επιχειρηματικότητας που έχει ως στόχο να παρέχει σε γυναίκες οι οποίες έχουν πρόσφατα ξεκινήσει επιχειρηματική δραστηριότητα, συμβουλές και καθοδήγηση από έμπειρους μέντορες που είναι και οι ίδιοι εδραιωμένοι και επιτυχημένοι επιχειρηματίες στο χώρο τους.
Ομοσπονδία Ελληνικών Συνδέσμων Νέων Επιχειρηματιών (Ο.Ε.Σ.Υ.Ν.Ε.)	Η ΟΕΣΥΝΕ μάχεται για τη βελτίωση της οικονομικής και κοινωνικής παρουσίας της ελληνικής Νεανικής Επιχειρηματικότητας στο Παγκόσμιο Οικονομικό Χάρτη αλλά και για την Ισότητα στον συγκεκριμένο τομέα μέσα από δράσεις (π.χ. Ένωση για την Απασχολούμενη Γυναίκα)
Κέντρο Στήριξης της Απασχόλησης και της Επιχειρηματικότητας των Γυναικών - ΕΡΓΑΝΗ	Το Κέντρο Εργάνη σαν στόχο έχει την προώθηση της γυναικείας απασχόλησης και επιχειρηματικότητας και την υποστήριξη των γυναικών στην αγορά εργασίας.
iforU Greek Mentoring Network: Μη Κερδοσκοπική Οργάνωση για την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας	Στόχος του είναι η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας μέσα από Mentoring και Networking.
Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας και προώθησης γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα	Το ΚΕΘΙ ενεργοποιείται δυναμικά στην προώθηση της ισότητας των φύλων σε όλους τους τομείς της κοινωνικής, πολιτικής, πολιτισμικής και οικονομικής ζωής, με κύριο στόχο την εξάλειψη των έμφυλων διακρίσεων και ανισοτήτων. Διεξάγει έρευνες, εκπονεί μελέτες και πραγματοποιεί εθνικά και ευρωπαϊκά προγράμματα δράσης σε θέματα ισότητας των φύλων.

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ, ΠΡΩΘΗΣΗΣ & ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	
ΦΟΡΕΙΣ	ΠΕΔΙΟ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ
Γενική Συνομοσπονδία Εργατών Ελλάδος (ΓΣΕΕ)	Η ΓΣΕΕ διαθέτει την Γραμματεία Γυναικών/ Ισότητας η οποία ασχολείται με την ενίσχυση της συλλογικής φωνής των γυναικών και υπερασπίζεται δυναμικά τα θέματα διακρίσεων στην εργασία
Γενική Συνομοσπονδία Επαγγελματιών Βιοτεχνών Εμπόρων Ελλάδας (ΓΣΕΒΕΕ)	Το Γραφείο Ισότητας ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ στοχεύει, μέσα από μια σειρά δράσεων που υλοποιεί, στην αύξηση της συμμετοχής των γυναικών στα κέντρα λήψης αποφάσεων (συνδικαλιστικά όργανα όλων των βαθμίδων - Σωματεία, Ομοσπονδίες – θεσμούς εκπροσώπησης).
Σύνδεσμος Επιχειρήσεων και Βιομηχανιών (ΣΕΒ)	Ο ΣΕΒ, με γνώμονα τη δημιουργία συνθηκών κατάλληλων για χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξη, συμμετέχει ενεργά στην προώθηση της ισότητας των φύλων και της διασφάλισης ίσων ευκαιριών.
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ	
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ	
Αγροτικός Χειροτεχνικός συνεταιρισμός Γυναικών Πέτας Άρτας	Αντικείμενο δραστηριότητας είναι η παρασκευή παραδοσιακών προϊόντων (γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, ζυμαρικά).
Αγροτικός Γυναικείος Συνεταιρισμός Παραποτάμου	Αντικείμενο δραστηριότητας είναι η παρασκευή παραδοσιακών προϊόντων (γλυκά ταψιού, ζυμαρικά).
Γυναικείος Αγροτικός Βιοτεχνικός και Οικοτεχνικός συνεταιρισμός Παραμυθιάς «Οι Σουλιώτισσες»	Αντικείμενο δραστηριότητας είναι τόσο η παρασκευή παραδοσιακών προϊόντων όπως ζυμαρικά (χυλοπίτες, τραχανά), γλυκά του κουταλιού (κεράσι, πορτοκάλι), ορεκτικά όσο και η κατασκευή ειδών χειροτεχνίας και οικοτεχνίας.
Συνεταιριστική Γυναικών Παραποτάμου Παπαγεωργίου & Σία ΟΕ	Αντικείμενο δραστηριότητας είναι η παρασκευή παραδοσιακών προϊόντων (πίτες, γλυκά ταψιού) και η παροχή υπηρεσιών τροφοδοσίας.
Αγροτικός Γυναικείος Ηπειρωτικός Συνεταιρισμός - Η Γης	Αντικείμενο δραστηριότητας είναι η παρασκευή παραδοσιακών προϊόντων (γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, ζυμαρικά, πίτες), παρέχει επίσης και υπηρεσίες τροφοδοσίας.
Αγροτικός Γυναικείος Συνεταιρισμός Θεσπρωτικού - Η μικρή Λάκκα Σούλι	Αντικείμενο δραστηριότητας είναι η παρασκευή παραδοσιακών προϊόντων (γλυκά κουταλιού, ζυμαρικά, πίτες, αρτοσκευάσματα). Δραστηριοποιείται και στην λειτουργία καφέ-ζαχαροπλαστείο.
Αγροτικός Γυναικείος Συνεταιρισμός Γυμνότου	Αντικείμενο δραστηριότητας είναι η παρασκευή παραδοσιακών προϊόντων (γλυκά κουταλιού, αρτοσκευάσματα) και η περισυλλογή αρωματικών φυτών.

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ, ΠΡΩΘΗΣΗΣ & ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΠΕΔΙΟ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ	
ΦΟΡΕΙΣ	
Αγροτικός Οικοτεχνικός Συνεταιρισμός Γυναικών Βίγλας	Αντικείμενο δραστηριότητας είναι η δημιουργία χειροτεχνημάτων (παραδοσιακών στολών).
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ	
Γυναικείος Αγροτικός Συνεταιρισμός Κουλιωμένου – Οι Μελισσιώτισσες	Αντικείμενο δραστηριότητάς είναι η παρασκευή παραδοσιακών προϊόντων (γλυκά κουταλιού, αρτοσκευάσματα), λάδι, κρασί, τυρί, μέλι, αρωματικά φυτά.
Γυναικείος Εμπορικός Βιοτεχνικός Συναιτερισμός Π.Ε. –Αλκυόνες	Αντικείμενο δραστηριότητάς είναι η παραγωγή παραδοσιακών στολών και τουριστικών ειδών ένδυσης.
Αγροτικός, Βιοτεχνικός και Οικοτεχνικός Συνεταιρισμός « Παλαιοκαστρίτσα»	Αντικείμενο δραστηριότητάς είναι η παρασκευή αγροτικών προϊόντων
Αγροτικός Οικοτεχνικός Συνεταιρισμός Παλίνης - AGROFILOXENIA	Αντικείμενο δραστηριότητας είναι η παρασκευή παραδοσιακών προϊόντων (γλυκά κουταλιού, παστέλι, μπαρμπούλε, συκομαΐδα, αμυγδαλωτά). Δραστηριοποιείται και στην λειτουργία αγροτουριστικών καταλυμάτων και καφενείου.
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	
Συνεταιρισμός Γυναικών Ναυπάκτου (ΣΥΝΠΕ)	Αντικείμενο δραστηριότητας είναι η παρασκευή παραδοσιακών προϊόντων (γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, λικέρ, ζυμαρικά) και μέλι.
Αγροτουριστικός Βιοτεχνικός Οικοτουριστικός Συνεταιρισμός «Η Αιτωλική Γη»	Αντικείμενο δραστηριότητας είναι η Παρασκευή παραδοσιακών προϊόντων όπως γλυκά του κουταλιού , μαρμελάδες και ζυμαρικών
Αγροτικός , Βιοτεχνικός και Οικοτεχνικός Συνεταιρισμός Θεοσιέων- Αιτωλίας Ποιήματα	Αντικείμενο δραστηριότητας είναι η παρασκευή παραδοσιακών προϊόντων (γλυκά κουταλιού, μαρμελάδες, λικέρ, ζυμαρικά).
Γυναικείος Συνεταιρισμός Δήμου Αιγείρας	Αντικείμενο δραστηριότητας είναι η παρασκευή παραδοσιακών προϊόντων (γλυκά κουταλιού, ζυμαρικά).

ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΙ ΦΟΡΕΙΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ, ΠΡΩΘΗΣΗΣ & ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	
ΦΟΡΕΙΣ	ΠΕΔΙΟ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ
Αγροτικός, Οικοτεχνικός και Βιοτεχνικός Συνεταιρισμός Θυρρείου – Το Θύρρειο	Αντικείμενο δραστηριότητας είναι η παρασκευή παραδοσιακών προϊόντων (ζυμαρικά, γλυκά κουταλιού, λικέρ, πίτες, γλυκά ταψιού).

B.3. Μέθοδος Συλλογής Δεδομένων Χαρτογράφησης

Η συλλογή ακριβούς και συστηματικής πληροφόρησης για τις παραμέτρους ενδιαφέροντος αποτελεί την κρισιμότερη παράμετρο για την διερεύνηση (στατιστική ή μη) των χαρακτηριστικών του πληθυσμού ενδιαφέροντος. Οι μέθοδοι οι οποίες εξετάζονται στην παρούσα ενότητα αφορούν **τρεις κατηγορίες έρευνας και τις αντίστοιχες υποκατηγορίες αυτών:**

1. Βιβλιογραφική έρευνα

2. Ποσοτική έρευνα

- Έρευνα βασιζόμενη σε υπάρχοντα στατιστικά δεδομένα
- Διακίνηση Ερωτηματολογίων

3. Ποιοτική έρευνα

- Διενέργεια συνεντεύξεων
- Ομάδες εστίασης

Στην συνέχεια αναλύεται η κάθε μια από τις παραπάνω μεθόδους, εξετάζονται τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα εκάστης μεθόδου και αναφέρεται ο προτεινόμενος πληθυσμός αναφοράς ανά είδος μεθόδου συλλογής δεδομένων.

B.3.1. Βιβλιογραφική Έρευνα

Σε μια βιβλιογραφική έρευνα οι απαντήσεις στα ερωτήματα δίνονται χωρίς την συλλογή εμπειρικών δεδομένων αλλά μέσα από την κριτική ανάλυση άλλων, σχετικών με το θέμα, δημοσιευμένων εργασιών (εμπειρικών μελετών, θεωρητικών μελετών ή, ακόμα, και άλλων βιβλιογραφικών ερευνών), δηλαδή συνοψίζοντας, ταξινομώντας, συγκρίνοντας και συνθέτοντας υλικό που έχει ήδη δημοσιευθεί.

Η διενέργεια βιβλιογραφικής έρευνας (μαζί με την διενέργεια ποσοτικής ανάλυσης από υπάρχουσες πρωτογενείς πηγές δεδομένων η οποία αναλύεται στην επόμενη παράγραφο) **είναι μια διαδικασία η οποία δεν απαιτεί συλλογή αλλά μόνο επεξεργασία συμπερασμάτων της υπάρχουσας βιβλιογραφίας.**

Αυτή απαρτίζεται από:

- Διερεύνησης υπάρχουσας βιβλιογραφίας και συμπερασμάτων
- Διερεύνηση δεδομένων στα οποία στηρίχτηκαν οι βιβλιογραφικές αναφορές (εφόσον τα δείγματα αυτά είναι διαθέσιμα)

Παρότι η συγκεκριμένη μορφή έρευνας είναι χρήσιμη στην μελέτη αθροιστικών παραμέτρων της οικονομίας καθώς στηρίζεται σε προγενέστερη έρευνα, με την εξέταση περισσότερο στοχευμένων συνόλων η υποκατηγοριών των παραμέτρων που

εξετάζονται, η διεθνής βιβλιογραφία περιορίζεται και αντίστοιχα περιορίζεται και ο αριθμός των διαθέσιμων ερευνών και πηγών δεδομένων. Παράλληλα λόγω της υψηλής ποιοτικής και ποσοτικής διαφοροποίησης της παραμέτρου ενδιαφέροντος (γυναικεία επιχειρηματικότητα) με την εισαγωγή του γεωγραφικού προσδιορισμού (διαφορετικά χαρακτηριστικά σε επίπεδο χώρας/περιφέρειας) **η συγκεκριμένη μορφή έρευνας μπορεί να οδηγήσει μόνο σε κατευθυντήριες για την διεξαγωγή των υπόλοιπων μεθόδων.**

Προτεινόμενος πληθυσμός αναφοράς: Βιβλιογραφία όσον αφορά τα βασικά χαρακτηριστικά, τα προβλήματα και την κατανομή σε κλάδους της γυναικείας επιχειρηματικότητας.

B.3.2. Έρευνα Βασιζόμενη σε Διαθέσιμα Στατιστικά Δεδομένα

Η διαδικασία αυτή αφορά την περιγραφική, στατιστική και Οικονομική ανάλυση των διαθέσιμων πρωτογενών πηγών δεδομένων για το μέγεθος ενδιαφέροντος εάν και εφόσον έχουν συλλεχθεί από τις στατιστικές υπηρεσίες της χώρας ή από άλλες πηγές.

Προτεινόμενος πληθυσμός αναφοράς: Σύνολο διαθέσιμων πηγών δεδομένων για την γυναικεία επιχειρηματικότητα από τις αρμόδιες στατιστικές υπηρεσίες (ΕΛΣΤΑΤ, ISTAT, Eurostat) και λοιπές πηγές δεδομένων από άλλους φορείς (Global Entrepreneurship Monitor)

B.3.3. Διακίνηση Ερωτηματολογίων

Μια έρευνα πεδίου μέσω της διακίνησης ερωτηματολογίων στον πληθυσμό αναφοράς συλλέγει συγκεκριμένες πληροφορίες προς ανάλυση και ερμηνεία από τον ερευνητή. Η συγκεκριμένη μεθοδολογία στηρίζεται στην επιλογή κατάλληλου δείγματος του πληθυσμού αναφοράς και στηρίζεται στις αρχές της στατιστικής για την περαιτέρω ποσοτική ανάλυση των διαθέσιμων δεδομένων (υπό τον περιορισμό του μεγέθους του δείγματος και δεδομένου ότι λήφθηκε με τρόπο που εξασφαλίζει την αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος).

Η δομή του ερωτηματολογίου πρέπει να είναι τέτοια ώστε να είναι δυνατή η παροχή συγκεκριμένης πληροφορίας μέσω περιγραφικής ανάλυσης ή σε δεύτερο στάδιο η συμπερίληψη του δείγματος σε ένα συγκεκριμένο υπόδειγμα έρευνας το οποίο θα εκτιμά την σημαντικότητα συγκεκριμένης σειράς παραμέτρων προς εξέταση.

Για την συλλογή δεδομένων του ερωτηματολογίου είναι δυνατή η χρήση των εξής μεθόδων:

1. Έρευνα μέσω διαδικτύου (web based) ή/και με χρήση social media (π.χ. επικοινωνία με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, συμπλήρωση συγκεκριμένης ηλεκτρονικής φόρμας)

2. Τηλεφωνική έρευνα

Οι τηλεφωνικές έρευνες προσφέρουν αρκετά πλεονεκτήματα, όπως καλύτερες πιθανότητες για αποσαφήνιση των δεδομένων, μικρότερες αποχωρήσεις (πιθανότητες κάποιος να μην ολοκληρώσει την έρευνα μόλις ξεκινήσει) και μεγαλύτερο βαθμό ελέγχου της διαδικασίας.

Τα μειονεκτήματα περιλαμβάνουν το μεγαλύτερο κόστος για τη διεξαγωγή και την υψηλότερη πιθανότητα παρουσίασης δυνητικών σφαλμάτων (πολυάριθμες μελέτες έχουν δείξει ότι όταν ένας ερωτώμενος μιλάει σε ένα άτομο, μπορεί να μην είναι τόσο ειλικρινής, οι απόψεις του να επηρεάζονται ακόμη και από τον τόνο του ερευνητή και το χρονικό διάστημα που διαρκούν είναι μεγαλύτερο από την εναλλακτική της web based συλλογής δεδομένων).

Εναλλακτικά μια web-based έρευνα παραμένει μια εφικτή επιλογή, όντας λιγότερο δαπανηρή, ενώ παρέχει συνήθως ένα μεγαλύτερο τελικό σύνολο δεδομένων.

Από την άλλη μεριά, αν και η μεγάλη πλειοψηφία των χρηστών χρησιμοποιεί το Διαδίκτυο, το ποσοστό που συμμετέχει οικειοθελώς σε διαδικτυακές έρευνες, είναι σχετικά μικρό.

Μελέτες που συνέκριναν δείγματα που προέκυψαν από έρευνες που τα δεδομένα τους συλλέχθηκαν μέσω διαδικτύου και μέσω τηλεφωνικών συνεντεύξεων έδειξαν ότι οι ερωτηθέντες σε απευθείας σύνδεση είναι πιο πιθανό να είναι γυναίκες, νεότεροι, πιο μορφωμένοι και με υψηλότερα εισοδήματα ενώ τείνουν να έχουν περισσότερες τεχνολογικές γνώσεις.

Λαμβάνοντας υπόψιν τη γενική δομή του ερωτηματολογίου και τις πληροφορίες που θα απαιτηθούν (γυναικεία επιχειρηματικότητα), μπορούμε να συμπεράνουμε ότι η τάση για αύξηση των δυνητικών σφαλμάτων αποτελεί σημαντικό πρόβλημα σε μια web based έρευνα καθώς υποεκτιμά το μέγεθος της επιχειρηματικότητας το οποίο δεν έχει κατάλληλες τεχνολογικές γνώσεις.

Εφόσον η έρευνα πραγματοποιηθεί μέσω διαδικτύου, αναφορικά με το πιθανότερα χαμηλότερο ποσοστό ανταπόκρισης και τα δυνητικά σφάλματα, θεωρείται σκόπιμη η εφαρμογή των κάτωθι:

- Αν η έρευνα πραγματοποιείται μέσω διευθύνσεων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (email addresses), η υπενθύμιση για την ολοκλήρωση της έρευνας μεταξύ 3 έως 7 ημερών μετά την αρχική πρόσκληση μπορεί να αυξήσει τα ποσοστά ανταπόκρισης
- Μπορεί να απαιτηθεί μεγαλύτερη δειγματοληψία για να εξασφαλιστεί το επιθυμητό πλήθος των δεδομένων.

Συνοψίζοντας την διαδικασία μέσω ερωτηματολογίων, αυτή μεθοδολογικά απαρτίζεται από τα κάτωθι βήματα:

- Σκοπός της διενέργειας της έρευνας (εξέταση γυναίκειας επιχειρηματικότητας)
- Ορισμός του μεγέθους του δείγματος, της διαδικασίας δειγματοληψίας και της μεθόδου συλλογής δεδομένων που θα χρησιμοποιηθούν
- Μελέτη της υπάρχουσας βιβλιογραφίας για την σύνταξη των περιεχομένων του ερωτηματολογίου
- Σχεδιασμός ερωτηματολογίου
- Διενέργεια πιλοτικής εφαρμογής του ερωτηματολογίου σε περιορισμένο αριθμό ερωτώμενων για αποσαφήνιση ερωτημάτων, αναπροσαρμογή διατύπωσης ερωτήσεων, προσαρμογή επιλογών απαντήσεων και λοιπές αλλαγές
- Οριστικοποίηση ερωτηματολογίου
- Διενέργεια συλλογής δεδομένων μέσω του οριστικοποιημένου ερωτηματολογίου
- Συλλογή και επεξεργασία των δεδομένων
- Παραγωγή συμπερασμάτων και παρουσίαση αποτελεσμάτων

Τέλος η δομή του ερωτηματολογίου πρέπει να συμφωνεί με κάποιες συγκεκριμένες αρχές/κατευθύνσεις :

- Η διατύπωση των ερωτήσεων πρέπει να είναι τέτοια ώστε να ερμηνεύονται το ίδιο από τον κάθε ερωτώμενο
- Η διατύπωση των ερωτήσεων πρέπει να είναι σύντομη, συγκεκριμένη και να μην απαιτείται υψηλό επίπεδο μόρφωσης για την κατανόηση τους
- Πρέπει να προσφέρουν μεγάλο αριθμό επιλογών ως απάντηση για να είναι δυνατή η διαφοροποίηση των απόψεων των ερωτώμενων
- Πρέπει να δίνεται η δυνατότητα παροχής επιπλέον πληροφόρησης από τον ερωτώμενο (με την συμπερίληψη της απάντησης «άλλο» και συμπλήρωσης αυτής)
- Αποφυγή πολλαπλών ερωτημάτων εντός της ίδιας ερώτησης για την διαφοροποίηση των δεδομένων
- Αποφυγή ερωτήσεων οι οποίες μπορούν να φέρουν σε δύσκολη θέση των ερωτώμενων
- Αποφυγή υποθετικών ερωτήσεων εφόσον αυτό είναι δυνατόν

Οι ερωτήσεις μπορεί να είναι ανοικτού ή κλειστού τύπου. Οι ανοικτού τύπου ερωτήσεις δεν περιέχουν προκαθορισμένο τύπο απάντησης. Οι κλειστού τύπου

αντίθετα είναι ερωτήσεις που η απάντηση τους βασίζεται σε πολλαπλή επιλογή από προκαθορισμένο σύνολο πιθανών απαντήσεων.

Προτεινόμενος πληθυσμός αναφοράς: Η έρευνα πεδίου βάσει ερωτηματολογίων προτείνεται να χρησιμοποιηθεί στον πληθυσμό των γυναικών επιχειρηματιών με την εξαγωγή κατάλληλου δείγματος από τον πληθυσμό αναφοράς. Η αποσαφήνιση του αναγκαίου μεγέθους του δείγματος θα καθοριστεί στο τμήμα της ανάλυσης των τεχνικών δειγματοληψίας.

B.3.4. Διενέργεια Συνεντεύξεων

Η διενέργεια συνεντεύξεων αφορά την μέθοδο της συλλογής δεδομένων με κατά πρόσωπο διενέργεια συνέντευξης από αντιπροσωπευτικό δείγμα του πληθυσμού εξέτασης. Ο σκοπός της συγκεκριμένης διαδικασίας ποιοτικών δεδομένων (μη αριθμητικών) οδηγεί στην διερεύνηση των χαρακτηριστικών και της φύσης της ανθρώπινης συμπεριφοράς, εμπειρίας και κατανόησης στο αντικείμενο της συνέντευξης. Βγαίνοντας από τα κλειστά όρια ενός ερωτηματολογίου δίνεται η δυνατότητα στον ερωτώμενο να διατυπώσει όπως εκείνος κρίνει καλύτερα την απάντηση του και να αποσαφηνίσει πληροφόρηση η οποία θα «χανόταν» στην περίπτωση της εναλλακτικής του ερωτηματολογίου με την ομαδοποίηση και ενσωμάτωση της σε κάποια συγκεκριμένη, αλλά περιοριστική ως προς την απάντηση της, ερώτηση.

Η διενέργεια συνέντευξης μπορεί να γίνει με τους κάτωθι τρόπους:

1. Δομημένη συνέντευξη: συγκεκριμένη δομή και σειρά ερωτήσεων. Ο ερωτών μπορεί να παρέμβει επεξηγώντας καλύτερα την διατύπωση της ερώτησης και ζητώντας από τον ερωτώμενο να προσφέρει περισσότερη πληροφόρηση αν θεωρηθεί ότι η απάντηση του δεν είναι πλήρης
2. Ημι-δομημένη συνέντευξη: σειρά συγκεκριμένων ερωτήσεων με ελευθερία από τον ερωτών να αναδιατυπώσει την ερώτηση και να αλλάξει την σειρά των ερωτήσεων
3. Εις βάθος συνέντευξη: χωρίς συγκεκριμένη δομή, κατάλληλη για συλλογή περίπλοκων δεδομένων με υψηλότερη συχνότητα απαντήσεων που στηρίζονται στην άποψη του ερωτώμενου
4. Συνέντευξη ομάδων εστίασης

Δεδομένου ότι το τελευταίο αναλύεται ξεχωριστά στην επόμενη παράγραφο, η ακόλουθη ανάλυση αφορά τις τρεις παραπάνω μορφές διενέργειας συνέντευξης.

Η διενέργεια συνεντεύξεων επιτρέπει στον ερευνητή:

- Την συλλογή πληροφοριών με υψηλότερη κατανόηση των απαντήσεων

- Λόγω του ότι είναι πιο προσωπική εμφανίζουν υψηλότερα επίπεδα ανταπόκρισης από ότι τα ερωτηματολόγια
- Επιτρέπει μεγαλύτερο έλεγχο στην σειρά και ροή των ερωτήσεων
- Ο ερωτών μπορεί να προσαρμόσει την διατύπωση των ερωτήσεων στον ερωτώμενο

Ταυτόχρονα όμως λόγω της υψηλής ποιοτικής φύσης των δεδομένων είναι δύσκολη η ποσοτική ανάλυση και η παραγωγή στατιστικών συμπερασμάτων. Παράλληλα λόγω του υψηλότερου κόστους, η συλλογή δεδομένων περιορίζεται σε μικρότερο αριθμό δείγματος απ' ότι μπορεί να κριθεί ως στατιστικά αναγκαίο και η αποδελτίωση της πληροφορίας (σε περίπτωση απόπειρας ποσοτικής ανάλυσης) μπορεί να εισάγει υψηλό βαθμό σφαλμάτων και μεροληψίας.

Για την περίπτωση του έργου ICON-WOMEN προτείνεται η χρήση ημι-δομημένων συνεντεύξεων. Οι ημι-δομημένες συνεντεύξεις αποτελούν τη συνηθέστερη επιλογή στην ποιοτική έρευνα και περιλαμβάνουν μερικές καθοριστικές ερωτήσεις ή, αλλιώς, ερωτήσεις-κλειδιά που αφ' ενός βοηθούν τους ερευνητές να προσδιορίσουν ευκολότερα τις πλέον σημαντικές ερευνητικές περιοχές που πρέπει να προσεγγίσουν και αφ' ετέρου δίνουν το περιθώριο τόσο στους συμμετέχοντες όσο και στους ερευνητές να επεκταθούν και να μελετήσουν το ερευνητικό ερώτημα σε μεγαλύτερο βάθος. Οι ερευνητές με τις ημι-δομημένες συνεντεύξεις καθοδηγούν έως έναν βαθμό τους συμμετέχοντες, διευκολύνοντάς τους έτσι σημαντικά, καθώς επικεντρώνονται στο ερευνητικό ερώτημα και έχουν και τη δυνατότητα να επεκταθούν. Με τον τρόπο αυτόν, η συνέντευξη είναι ευέλικτη και μπορεί να οδηγήσει στην εύρεση πληροφοριών που είναι σημαντικές για τους συμμετέχοντες, αλλά δεν είχαν γίνει αντιληπτές από τους ερευνητές πριν από τη διεξαγωγή της συνέντευξης.

Συνοψίζοντας την διαδικασία μέσω συνεντεύξεων, αυτή μεθοδολογικά απαρτίζεται από τα κάτωθι βήματα:

- Διερεύνηση της διεθνούς βιβλιογραφίας για αποσαφήνιση των ερωτημάτων της δομημένης ή ημιδομημένης συνέντευξης
- Καθορισμός του πληθυσμού αναφοράς και επιλογή του κατάλληλου δείγματος
- Επικοινωνία με τους φορείς που θα συμπεριληφθούν στο δείγμα για:
 - Σκοπό και μεθοδολογία της έρευνας
 - Αναμενόμενους κινδύνους και πιθανά οφέλη
 - Ελευθερία επιλογής για την συμμετοχή και την δυνατότητα αποχώρησης από τη συνέντευξη σε οποιαδήποτε χρονική στιγμή
 - Τρόπο διαφύλαξης ανωνυμίας και προσωπικών δεδομένων

- Στοιχεία επικοινωνίας του ερευνητή όπου οι συμμετέχοντες μπορούν να απευθυνθούν σχετικά με λοιπά ερωτήματα για την μελέτη
- Κατόπιν της αρχικής επικοινωνίας του πληθυσμού ακολουθεί η αρχική αποστολή του ερωτηματολογίου της συνέντευξης για παροχή σχολίων σχετικά με την βελτίωση της δομής, αναδιατύπωση ερωτήσεων η συμπερίληψη ερωτημάτων τα οποία δεν συμπεριλήφθηκαν στο αρχικό ερωτηματολόγιο
- Οριστικοποίηση του ερωτηματολογίου
- Επικοινωνία με τους φορείς για τον καθορισμό της ημερομηνίας και του χώρου συνέντευξης
- Συλλογή δεδομένων μέσω της διενέργειας των συνεντεύξεων
- Ανάλυση των δεδομένων, εξαγωγή συμπερασμάτων και παρουσίαση των αποτελεσμάτων

Τέλος η δομή της συνέντευξης πρέπει να συμφωνεί με κάποιες συγκεκριμένες αρχές/κατευθύνσεις :

- Η διατύπωση των ερωτήσεων πρέπει να είναι τέτοια ώστε να ερμηνεύονται το ίδιο από τον κάθε ερωτώμενο
- Η διατύπωση των ερωτήσεων πρέπει να είναι σύντομη, συγκεκριμένη και να μην απαιτείται υψηλό επίπεδο μόρφωσης για την κατανόηση τους
- Οι ερωτήσεις είναι ανοικτού τύπου επιτρέποντας τις ευμεγέθεις απαντήσεις και πληροφόρηση
- Αποφυγή πολλαπλών ερωτημάτων εντός της ίδιας ερώτησης για την διαφοροποίηση των δεδομένων
- Αποφυγή ερωτήσεων οι οποίες μπορούν να φέρουν σε δύσκολη θέση των ερωτώμενο
- Αποφυγή υποθετικών ερωτήσεων εφόσον αυτό είναι δυνατόν
- Η διαδοχή των ερωτήσεων να αυξάνει και την πολυπλοκότητα τους (απλούστερες ερωτήσεις πριν από περισσότερο πολύπλοκα ερωτήματα)

Προτεινόμενος πληθυσμός αναφοράς: Για την διενέργεια των συνεντεύξεων και λόγω της ποιοτικής φύσης των δεδομένων προτεινόμενος πληθυσμός είναι οι Φορείς ενίσχυσης γυναίκειας επιχειρηματικότητας και τα αντίστοιχα επιχειρηματικά δίκτυα.

B.3.5. Ομάδες Εστίασης

Οι ομάδες εστίασης (focus groups) αποτελούν μια συνηθισμένη μέθοδο συλλογής δεδομένων στην ποιοτική έρευνα, στην οποία μια ομάδα ατόμων συζητά για ένα συγκεκριμένο ερευνητικό θέμα υπό την εποπτεία, την οργάνωση και την καθοδήγηση ενός συντονιστή ή, αλλιώς, διαμεσολαβητή. Δηλαδή η διενέργεια συνέντευξης/ συζήτησης σε ομάδες εστίασης είναι η μεθοδολογία δομημένης συζήτησης με σκοπό την ενίσχυση του διαλόγου και της παραγωγής συγκεκριμένων συμπερασμάτων στα πλαίσια αυτής της ομάδας.

Ο ερωτών αναφέρει συγκεκριμένες ερωτήσεις και λαμβάνει σειρά απαντήσεων από τους συμμετέχοντες συλλέγοντας τις σκέψεις και απόψεις τους επί του θέματος. Ταυτόχρονα δίνεται η ευκαιρία του ελέγχου της σύγκλισης ή απόκλισης των απόψεων για ένα συγκεκριμένο θέμα όπως και των απαντήσεων οι οποίες εμφανίζονται με μεγαλύτερη συχνότητα στους ερωτώμενους. Ταυτόχρονα η διενέργεια συνέντευξης σε μια ομάδα εστίασης μπορεί να οδηγήσει σε εμπλουτισμό των απαντήσεων των συμμετεχόντων και της παροχής υψηλότερης πληροφόρησης μέσω της μεταξύ τους αλληλεπίδρασης. Η διεξαγωγή των ομάδων εστίασης μοιάζει πάρα πολύ με τη διεξαγωγή των συνεντεύξεων που προαναφέρθηκε, με την καθοριστική όμως διαφορά ότι κάθε συνέντευξη είναι ατομική, συμμετέχει δηλαδή ένα άτομο και ο ερευνητής, ενώ σε μια ομάδα επικέντρωσης συμμετέχει μια ομάδα ατόμων και ο συντονιστής.

Η συζήτηση του συντονιστή με τα άτομα της ομάδας εστίασης καταγράφεται πάντοτε με δημοσιογραφικό κασετόφωνο και σε ορισμένες περιπτώσεις μαγνητοσκοπείται με κάμερα σε video και στη συνέχεια ο συντονιστής καταγράφει με τη μορφή κειμένου, λέξη προς λέξη, όσα ειπώθηκαν, έτσι ώστε να μειωθεί το σφάλμα και να υπάρχει ένα ασφαλές και μόνιμο αρχείο των συνεντεύξεων.

Συνοψίζοντας την διαδικασία μέσω συνεντεύξεων σε ομάδες εστίασης, αυτή μεθοδολογικά απαρτίζεται από τα κάτωθι βήματα:

- Διερεύνηση της διεθνούς βιβλιογραφίας για αποσαφήνιση των ερωτημάτων της συζήτησης
- Καθορισμός του πληθυσμού αναφοράς και επιλογή του κατάλληλου δείγματος
- Η επιλογή των ατόμων που θα δημιουργήσουν μια ομάδα εστίασης χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή από την πλευρά των ερευνητών, έτσι ώστε να αποφευχθούν τα σφάλματα και να προκύψει μια εποικοδομητική συζήτηση
- Οι ερευνητές είναι αναγκαίο να λαμβάνουν υπ' όψη τους τη σχετική ποικιλομορφία πριν από τη διεξαγωγή της ομάδας εστίασης, έτσι ώστε να μπορούν να προβλέψουν έως έναν βαθμό την αλληλεπίδραση των συμμετεχόντων και κατ' επέκταση και την επιτυχία ή όχι της συζήτησης

- Επικοινωνία με τους φορείς που θα συμπεριληφθούν στο δείγμα για:
 - Σκοπό και μεθοδολογία της έρευνας
 - Αναμενόμενους κινδύνους και πιθανά οφέλη
 - Ελευθερία επιλογής για την συμμετοχή και την δυνατότητα αποχώρησης από τη συνέντευξη σε οποιαδήποτε χρονική στιγμή
 - Τρόπο διαφύλαξης ανωνυμίας και προσωπικών δεδομένων δεδομένης της ομαδικής διενέργειας της συνέντευξης/συζήτησης
 - Το όνομα και τα στοιχεία του ερευνητή όπου οι συμμετέχοντες μπορούν να απευθυνθούν σχετικά με λοιπά ερωτήματα για την μελέτη
- Κατόπιν της αρχικής επικοινωνίας ακολουθεί η αρχική αποστολή του ερωτηματολογίου της συζήτησης για παροχή σχολίων σχετικά με την βελτίωση της δομής, αναδιατύπωση ερωτήσεων η συμπερίληψη ερωτημάτων τα οποία δεν συμπεριλήφθηκαν στο αρχικό ερωτηματολόγιο
- Οριστικοποίηση του περιεχομένου της συνέντευξης
- Επικοινωνία με τους φορείς για τον καθορισμό της κοινής ημερομηνίας και του χώρου συνέντευξης
- Συλλογή δεδομένων μέσω της διενέργειας των συνεντεύξεων
- Ανάλυση των δεδομένων, εξαγωγή συμπερασμάτων και παρουσίαση των αποτελεσμάτων

Προτεινόμενος πληθυσμός αναφοράς:

- 1) Για την διενέργεια των συνεντεύξεων και λόγω της ποιοτικής φύσης των δεδομένων προτεινόμενος πληθυσμός είναι οι Φορείς ενίσχυσης γυναικείας επιχειρηματικότητας και αντίστοιχα επιχειρηματικά δίκτυα
- 2) Ομάδες γυναικών επιχειρηματιών στους κλάδους ενδιαφέροντος του έργου

Στην συνέχεια παρουσιάζεται συγκεντρωτικός πίνακας με την αποτύπωση των βασικών χαρακτηριστικών των προαναφερόμενων μεθόδων συλλογής δεδομένων , καθώς και ο πιθανός πληθυσμός αναφοράς.

ΕΙΔΟΣ ΜΕΘΟΔΟΥ	ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	ΠΙΘΑΝΟΣ ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΑΝΑΦΟΡΑΣ
Βιβλιογραφική έρευνα	<ul style="list-style-type: none"> Διερεύνηση βιβλιογραφίας στο αντικείμενο και την ομάδα ενδιαφέροντος εφόσον υπάρχει Περιοριστική λόγω των ιδιαίτερων ομάδων ενδιαφέροντος του έργου 	<p>Βασικά χαρακτηριστικά και υπάρχοντα προβλήματα γυναικείας επιχειρηματικότητας</p> <p>Υπάρχουσα βιβλιογραφία με αντικείμενο την γυναικεία επιχειρηματικότητα και διερεύνηση χαρακτηριστικών και παραμέτρων επηρεασμού αυτής.</p>
Έρευνα βασιζόμενη σε υπάρχοντα στατιστικά δεδομένα	<ul style="list-style-type: none"> Στατιστική ανάλυση βάσει των υπαρχόντων δεδομένων Περιοριστική όσον αφορά την ύπαρξη δεδομένων για τις παραμέτρους ενδιαφέροντος 	<p>-Γυναικεία επιχειρηματικότητα και αυτοαπασχόληση σε επίπεδο Χώρας και επίπεδο Περιφέρειας (βασικά χαρακτηριστικά)</p> <p>-Ανάλυση πρωτογενών δεδομένων έρευνας εργατικού δυναμικού στατιστικών υπηρεσιών για παροχή περισσότερο εξειδικευμένων συμπερασμάτων (επίπεδο Χώρας και Περιφέρειας)</p> <p>-Επεξεργασία πρωτογενών δεδομένων βάσης Global Entrepreneurship Monitor και παραγωγή τάσεων και δυναμικών συμπεριφορών για την γυναικεία επιχειρηματικότητα</p>
Έρευνα πεδίου και ερωτηματολόγια	<ul style="list-style-type: none"> Οι ποιοτικές απαντήσεις μπορούν να ποσοτικοποιηθούν λαμβάνοντας αριθμητικές τιμές Λόγω των ποσοτικών μεθόδων είναι ευκολότερα στην ανάλυση τους Επιτρέπουν μεγαλύτερο μέγεθος δείγματος λόγω της ευκολότερης διενέργειας τους σε σχέση με τις συνεντεύξεις Τα αποτελέσματα είναι μετρήσιμα και άρα συγκρίσιμα με άλλες αντίστοιχες μελέτες Επιτρέπουν περιγραφική στατιστική ανάλυση των αποτελεσμάτων 	<p>-Η έρευνα πεδίου βάσει ερωτηματολογίων προτείνεται να χρησιμοποιηθεί στον πληθυσμό των γυναικών επιχειρηματιών με την εξαγωγή κατάλληλου δείγματος από τον πληθυσμό αναφοράς.</p>
Συνεντεύξεις	<ul style="list-style-type: none"> Διενέργεια συνεντεύξεων δια ζώσης ή μέσω τηλεφωνικής επικοινωνίας Δομημένη ή ημι-δομημένη μορφή συνέντευξης Υψηλής σημασία είναι η διατύπωση των ερωτήσεων. Είναι αναγκαίο να είναι συγκεντρωμένη, ξεκάθαρη ως προς την 	<p>-Για την διενέργεια των συνεντεύξεων και λόγω της ποιοτικής φύσης των δεδομένων πιθανός πληθυσμός είναι οι Φορείς ενίσχυσης γυναικείας επιχειρηματικότητας και αντίστοιχα επιχειρηματικά δίκτυα</p>

ΕΙΔΟΣ ΜΕΘΟΔΟΥ	ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	ΠΙΘΑΝΟΣ ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΑΝΑΦΟΡΑΣ
Ομάδες εστίασης	<p>κατανόηση και να επιτρέπει ελευθερία στην μορφή της απάντησης</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ανήκουν κατά κύριο λόγο στο τμήμα της ποιοτικής έρευνας • Διενέργεια συνεντεύξεων σε συγκεκριμένες ομάδες οι οποίες φέρουν συγκεκριμένο χαρακτηριστικό • Συγκέντρωση πληροφόρησης με συνδυασμό διαφορετικών οπτικών και απόψεων • Κωδικοποίηση απαντήσεων σε συγκεκριμένες κατηγορίες και θεματική τους ανάλυση 	<p>-Για την διενέργεια των συνεντεύξεων και λόγω της ποιοτικής φύσης των δεδομένων πιθανός πληθυσμός είναι οι Φορείς ενίσχυσης γυναικείας επιχειρηματικότητας και αντίστοιχα επιχειρηματικά δίκτυα</p> <p>-Διενέργεια συνεντεύξεων μπορεί να πραγματοποιηθεί και σε ομάδες γυναικών επιχειρηματιών στους κλάδους ενδιαφέροντος του έργου</p>

B.4. Προσδιορισμός Κατηγοριών / Πεδίων Δεδομένων Συλλογής & Καταγραφής Στοιχείων

B.4.1. Χαρακτηριστικά Γυναίκειας Επιχειρηματικότητας

Στην παρούσα ενότητα παρουσιάζεται η καταγραφή των χαρακτηριστικών παραμέτρων της γυναίκειας επιχειρηματικότητας όπως προέκυψε από την μελέτη της διεθνούς βιβλιογραφίας και την εξέταση των διαθέσιμων πηγών δεδομένων. Συγκεκριμένα **παρουσιάζεται ομαδοποιημένα η καταγραφή των χαρακτηριστικών τα οποία κρίνονται απαραίτητα για την ορθή χαρτογράφηση της γυναίκείας επιχειρηματικότητας** όπως και των προβλημάτων που εμφανίζονται κατά τα διάφορα στάδια της επιχείρησης, από την αρχική λήψη της απόφασης έως την ίδρυση και την μετέπειτα λειτουργία αυτής. Αυτά αφορούν από τα βασικά χαρακτηριστικά της επιχείρησης και τον κλάδο δραστηριοποίησης της έως και τον εντοπισμό πιθανών ελλείψεων και ανεπαρειών της επιχειρηματία από το επίπεδο εκπαίδευσης έως την εύρεση πηγών χρηματοδότησης. Η μελέτη και ανάλυση των παραπάνω δεδομένων γίνεται συνδυαστικά υπό συνθήκη των βασικών χαρακτηριστικών τα οποία ορίζουν αυτόματα συγκεκριμένες υπο-ομάδες επιχειρηματιών (όπως επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, καθιερωμένη επιχειρηματικότητα, επιχειρηματικότητα ανάγκης η ευκαιρίας, κλάδο δραστηριοποίησης κ). **Ο ορισμός των παραμέτρων δεν είναι a priori περιοριστικός** καθώς επιτρέπει την εισαγωγή/ αφαίρεση πεδίων για την συλλογή των δεδομένων της χαρτογράφησης.

Στην συνέχεια αναλύονται τα χαρακτηριστικά/παράμετροι καταγραφής, ομαδοποιημένα σύμφωνα με την κατηγορία πληροφόρησης που προσφέρουν:

B.4.1.1 Βασικά χαρακτηριστικά

Τα βασικά χαρακτηριστικά για την δημιουργία του προφίλ της γυναίκας επιχειρηματία είναι τα κάτωθι:

ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΣ	ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΕΠΙΛΟΓΗΣ
Ηλικιακή ομάδα	Η παράμετρος αυτή έχει σημαίνουσα σημασία για τον προσδιορισμό της νεανικής επιχειρηματικότητας, της μέσης ηλικίας της γυναίκας επιχειρηματία και της συσχέτισης της παραμέτρου της ηλικίας με άλλα χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας (π.χ. κλάδο δραστηριοποίησης).
Μορφωτικό επίπεδο	Πλήθος ερευνών έχει δείξει συσχέτιση του μορφωτικού επιπέδου και της επιχειρηματικότητας. Υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο αυξάνει τις πιθανότητες εκπαίδευσης σε τομείς «κλειδιά» για την επιχειρηματικότητα όπως οι γνώσεις λειτουργίας και διοίκησης της επιχείρησης, η προώθηση των προϊόντων, η ανάπτυξη στρατηγικών marketing και η εξοικείωση με τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνίας.

ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΣ	ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΕΠΙΛΟΓΗΣ
Οικογενειακή κατάσταση	Δεδομένου ότι στις βασικότερες παραμέτρους επηρεασμού της γυναίκειας επιχειρηματικότητας περιλαμβάνεται η Οικογένεια και οι αντίστοιχες οικογενειακές υποχρεώσεις η συμπερίληψη της παραμέτρου κρίνεται απαραίτητη. Επιτρέπει την διεξαγωγή συμπερασμάτων για την συσχέτιση των οικογενειακών υποχρεώσεων με παραμέτρους όπως ο κλάδος δραστηριοποίησης, οι ώρες απασχόλησης κ.α.
Αριθμός παιδιών	Ο αριθμός παιδιών σχετίζεται με την παράμετρο των οικογενειακών υποχρεώσεων (σε 2 ^ο επίπεδο ανάλυσης) και δύναται να χρησιμοποιηθεί ως δείκτης για το ύψος των απαιτήσεων της οικογένειας, το βάρος των οποίων είθισται να επιβαρύνει κυρίως το γυναικείο φύλο. Ταυτόχρονα μπορεί να αξιοποιηθεί για την εξαγωγή συμπερασμάτων για συγκεκριμένες υπο-ομάδες γυναικείων επιχειρηματιών (π.χ. διαζευγμένες/χήρες με συγκεκριμένο αριθμό τέκνων μπορεί να εμφανίζουν διαφοροποιημένα χαρακτηριστικά).
Πλήρης/Μερική απασχόληση	Η διαφοροποίηση της πλήρους από την μερική απασχόληση ενέχει σημαντικότητα εν μέρει στα κίνητρα της επιχειρηματικότητας. Αντίστοιχα σε συνδυασμό με την κλαδική διάσταση της επιχειρηματικότητας προσφέρει πληροφόρηση για τον τύπο των δραστηριοτήτων ανά επιλογή απασχόλησης.
Κύρια δραστηριότητα (εάν είναι μερικής απασχόλησης)/Προηγούμενη δραστηριότητα (εάν είναι πλήρους απασχόλησης)	Η κύρια δραστηριότητα για τις αυτοαπασχολούμενες μερικής απασχόλησης ενσωματώνει την πληροφόρηση για τις δραστηριότητες που επιτρέπουν άσκηση γυναίκειας επιχειρηματικότητας. Η προηγούμενη δραστηριότητα για τις επιχειρηματίες πλήρους απασχόλησης εμπεριέχει πληροφόρηση για την μετάβαση τους από υπαλληλικές θέσεις στην επιχειρηματικότητα.
Προηγούμενη συμμετοχή σε επιχειρηματική δραστηριότητα	Επιτρέπει την εκτίμηση του πλήθους των γυναικείων επιχειρηματιών που είχαν προηγούμενη επιχειρηματική δραστηριότητα όπως και την συσχέτιση του κλάδου στον οποίο δραστηριοποιούνταν με τον κλάδο τρέχουσας δραστηριοποίησης
Χαρακτηριστικά που πρέπει να έχει μια γυναίκα επιχειρηματίες	Αποτελείται από μια λίστα χαρακτηριστικών που πρέπει να παρουσιάζει μια γυναίκα επιχειρηματίας για να αναλάβει το εν λόγω εγχείρημα και για να λειτουργήσει επιτυχημένα την επιχείρησή της. Αυτά περιλαμβάνουν (χωρίς να περιορίζονται) την ανάληψη ρίσκου, την αυτοπεποίθηση, την εμπειρία, την δημιουργικότητα και τις καινοτόμες ιδέες.
Αριθμός ετών λειτουργίας της επιχείρησης	Η συγκεκριμένη παράμετρος αποτελεί το κριτήριο για τον διαχωρισμό της επιχειρηματικότητας μεταξύ <ul style="list-style-type: none"> • Επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων • Καθιερωμένης επιχειρηματικότητας Και την περαιτέρω διερεύνηση των χαρακτηριστικών της κάθε κατηγορίας με την εξέταση των υπόλοιπων παραμέτρων.
Αριθμός έμμισθου προσωπικού στην επιχείρηση	Επιτρέπει την ανάλυση του αριθμού απασχολούμενων και άρα των δυνατοτήτων προώθησης της απασχόλησης και μείωσης της

ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΣ	ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΕΠΙΛΟΓΗΣ
	ανεργίας μέσω της ανάπτυξης της γυναίκειας επιχειρηματικότητας. Συνδέεται επίσης και με τον κλάδο δραστηριότητας και την ενίσχυση της απασχόλησης που μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα.
Ετήσιος τζίρος της επιχείρησης	Η παράμετρος του μεγέθους της επιχείρησης όσον αφορά το σύνολο των εσόδων της και σύνδεση της με τις υπόλοιπες παραμέτρους.
Μέσος όρος ημερήσιας εργασίας	Απαιτήσεις ημερήσιας απασχόλησης της επιχειρηματία και απαιτήσεις της γυναίκειας επιχειρηματικότητας μέσα στο τρέχον ανταγωνιστικό περιβάλλον.
Περιοχή δραστηριοποίησης της επιχείρησης	Περιοχή στην οποία η επιχείρηση διαθέτει τα προϊόντα/υπηρεσίες της. Λαμβάνεται υπόψη η δραστηριοποίηση σε τοπικό, εθνικό η διεθνές επίπεδο μέσω επίτευξης εξαγωγών.

B.4.1.2 Κλαδική διάσταση

Η κατανομή της επιχειρηματικότητας μεταξύ των τομέων οικονομικής δραστηριότητας (Πρωτογενή, Δευτερογενή, Τριτογενή) και σε 2^ο επίπεδο ανά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας, εμφανίζει υψηλές διακυμάνσεις όσον αφορά το μερίδιο του κάθε κλάδου ανά γεωγραφική περιοχή. Για την ορθή και πλήρη χαρτογράφηση της γυναίκειας επιχειρηματικότητας στις περιοχές παρέμβασης του έργου είναι σημαντική η αποτύπωση της κατανομής στους κλάδους δραστηριότητας. Αυτό αναμένεται να αποτυπώσει τους κλάδους υψηλότερης συγκέντρωσης της γυναίκειας επιχειρηματικότητας και σε συνδυασμό με τις υπόλοιπες παραμέτρους να εμφανίσει τους λόγους ελκυστικότητας των συγκεκριμένων κλάδων αλλά και τα αίτια για τα οποία άλλοι κλάδοι εμφανίζουν εξαιρετικά μικρή συμμετοχή. Λόγω όμως της αθροιστικότητας των συγκεκριμένων κλάδων και της υψηλής διαφοροποίησης των επιχειρήσεων που περιλαμβάνονται σε αυτούς κρίνεται αναγκαία και η κατηγοριοποίηση της επιχείρησης σε 3^ο επίπεδο ανάλυσης, ήτοι σε συγκεκριμένο τομέα επιχειρηματικής δραστηριότητας.

ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΣ	ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΕΠΙΛΟΓΗΣ
Κλάδος οικονομικής δραστηριότητας της επιχείρησης	Η επιλογή των Κλάδων οικονομικής δραστηριότητας γίνεται με την κατηγοριοποίηση που ακολουθεί η Στατιστική ταξινόμηση των οικονομικών δραστηριοτήτων στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα (NACE) με προσαρμογές σύμφωνα με την διεθνή βιβλιογραφία για την γυναίκεια επιχειρηματικότητα.
Συγκεκριμένος τομέας δραστηριότητας επιχείρησης	Η επιλογή αυτή δίνει επίπεδο πληροφόρησης σε 3 ^ο επίπεδο της οικονομικής δραστηριότητας που ακολουθεί η επιχείρηση αναφέροντας π.χ. συγκεκριμένες κατηγορίες επαγγελματικών υπηρεσιών όσον αφορά την παροχή επαγγελματικών υπηρεσιών (π.χ. υπηρεσίες ευεξίας, λογιστικές υπηρεσίες κ.α.)

B.4.1.3 Κίνητρα δραστηριοποίησης

Τα κίνητρα δραστηριοποίησης διαχωρίζονται σε 1^ο επίπεδο ανάλυσης σε επιχειρηματικότητα ανάγκης και επιχειρηματικότητα ευκαιρίας. Η επιχειρηματικότητα ανάγκης αφορά την άσκηση επιχειρηματικότητας για βιοποριστικούς λόγους λόγω ανυπαρξίας εναλλακτικών μορφών απασχόλησης και όχι λόγω της εύρεσης επενδυτικής ευκαιρίας από την επιχειρηματία. Η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας αντίθετα αφορά στην άσκηση επιχειρηματικότητας λόγω αναγνώρισης και εκμετάλλευσης κατάλληλης επενδυτικής ευκαιρίας. Λόγω της υψηλής αθροιστικότητας των συγκεκριμένων κατηγοριών καθώς σειρά πιθανών αιτιών μπορούν να εντάσσονται σε κάθε μια από τις παραπάνω κατηγορίες προτείνεται και η συλλογή δεδομένων σε 2^ο επίπεδο με την συγκεκριμενοποίηση του λόγου που αποτέλεσε κίνητρο δραστηριοποίησης, χωρίς αυτοί οι λόγοι να είναι αλληλοαποκλειόμενοι.

ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΣ	ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΕΠΙΛΟΓΗΣ
Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας/ Επιχειρηματικότητα ανάγκης	Διαχωρισμός μεταξύ των δυο βασικών κατηγοριών κινήτρων για την άσκηση της επιχειρηματικότητας.
Συγκεκριμένο αίτιο άσκησης επιχειρηματικής δραστηριότητας	Το συγκεκριμένο σύνολο δεδομένων (και άρα χαρακτηριστικών των κινήτρων για άσκηση επιχειρηματικότητας) συγκεκριμενοποιούν τον λόγο που το κίνητρο για την επιχειρηματική δραστηριότητα εντάσσεται σε κάποια από τις παραπάνω κατηγορίες. Σε αυτό το σύνολο περιλαμβάνονται συγκεκριμένες κατηγορίες επιχειρηματικότητας ανάγκης όπως η απόλυση, η αδυναμία εξεύρεσης εργασίας κ.α. και κατηγορίες επιχειρηματικότητας ευκαιρίας όπως η αξιοποίηση των γνώσεων και της πρότερης εμπειρίας της επιχειρηματία, η συνέχιση οικογενειακής επιχείρησης, η αξιοποίηση επιχειρηματικής ευκαιρίας κ.α. οδηγώντας σε πληρέστερη κατανόηση και χαρτογράφηση των κινήτρων.

B.4.1.4 Κεφαλαιακές ανάγκες και χρηματοδότηση

Οι κεφαλαιακές ανάγκες κατά την έναρξη της δραστηριότητας, οι πηγές της χρηματοδότησης όπως και η εξυπηρέτηση των τρεχουσών λειτουργικών εξόδων αποτελούν σημαντικές παραμέτρους οι οποίες συνδέονται και με τον κλάδο δραστηριοποίησης της επιχείρησης. Η κλαδική κατανομή μπορεί να συνδέεται άμεσα με την δυσκολία εξεύρεσης πόρων για δραστηριοποίηση σε άλλους κλάδους υψηλότερων κεφαλαιακών απαιτήσεων.

ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΣ	ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΕΠΙΛΟΓΗΣ
Αρχικό κεφάλαιο για την έναρξη της επιχείρησης	Οι απαιτήσεις στο αρχικό κεφάλαιο έναρξης μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας διαφοροποιούνται εξαιρετικά ανάλογα τον κλάδο και την χώρα/Περιφέρεια. Στις χώρες των περιοχών παρέμβασης σύμφωνα με τα στοιχεία του Global Entrepreneurship monitor για το 2016 εμφανίζονται οι υψηλότερες αρχικές κεφαλαιακές απαιτήσεις για την έναρξη

	επιχειρηματικής δραστηριότητας (Ιταλία και Ελλάδα). Λόγω της θέσης των χωρών στην κατάταξη των περιοχών εξέτασης αυξάνεται η σημαντικότητα της καταγραφής της συγκεκριμένης παραμέτρου καθώς μπορεί να αποτελέσει σημαντικό παράγοντα αποθάρρυνσης εν δυνάμει επιχειρηματιών.
Πηγή αρχικού κεφαλαίου	Σύμφωνα με την βιβλιογραφική έρευνα που πραγματοποιήθηκε όπως και από τα αποτελέσματα που έχουν παρουσιάσει μελέτες βασισμένες στα δεδομένα του Global Entrepreneurship Monitor η γυναίκα επιχειρηματικότητα στηρίζεται σε υψηλό ποσοστό στην οικογένεια ως πηγή εύρεσης αρχικού κεφαλαίου για την επένδυση. Αυτό μπορεί να αποτελέσει ένα από τα αίτια της χαμηλότερης συχνότητας εμφάνισης της επιχειρηματικής δραστηριότητας σε συγκεκριμένους κλάδους.
Τραπεζικός δανεισμός της επιχείρησης	Η δυνατότητα χρηματοδότησης μέσω τραπεζικού δανεισμού της γυναίκειας επιχειρηματικότητας αποτελεί ένα άλλο σημαντικό αντικείμενο εξέτασης της διεθνούς βιβλιογραφίας. Η συμπερίληψη των αποτελεσμάτων δανειακών αιτημάτων (εάν και εφόσον έγιναν από τις επιχειρήσεις) αποτελούν μια κρίσιμη και σημαντική συλλογή δεδομένων για την χαρτογράφηση και τις δυνατότητες των γυναικείων επιχειρηματιών να διατηρούν μια βιώσιμη και υπό ανάπτυξη επιχείρηση.

B.4.1.5 Εκπαίδευση

Πέρα από το μορφωτικό επίπεδο, το επίπεδο εκπαίδευσης σε συγκεκριμένες κατηγορίες ενδιαφέροντος που σχετίζονται με την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία, έχει σημαντικό ρόλο στην λειτουργία και μετέπειτα πορεία μιας επιχείρησης. Οι γνώσεις διοίκησης και marketing/προώθησης των υπηρεσιών και προϊόντων είναι τομείς οι οποίοι μπορούν να εξασφαλίζουν την βιωσιμότητα της επιχείρησης ενώ οι γνώσεις τεχνολογιών πληροφορικής δύναται να ενισχύσουν την περαιτέρω πορεία της, μέσω ενσωμάτωσης νέων τεχνολογιών τόσο στην εσωτερική της λειτουργία όσο και στις συναλλαγές με το αγοραστικό κοινό. Από τις μέχρι τώρα έρευνες που διενεργήθηκαν για την γυναίκα επιχειρηματικότητα παρουσιάστηκαν σημαντικές ελλείψεις σε αυτές τις κατηγορίες εκπαίδευσης όπως η αδυναμία ανάπτυξης αποτελεσματικών επιχειρηματικών στρατηγικών και στρατηγικών προώθησης και διαφήμισης των παραγόμενων προϊόντων/υπηρεσιών. Η παράλληλη εξέταση των παραπάνω με ενέργειες κατάρτισης μέσω προγραμμάτων εκπαίδευσης, δίνουν την δυνατότητα αποτύπωσης τόσο των ελλείψεων σε απαραίτητες γνώσεις της σύγχρονης γυναίκας επιχειρηματία όσο και του μεγέθους βελτίωσης που επιτυγχάνεται μέσω των προγραμμάτων αυτών.

ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΣ	ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΕΠΙΛΟΓΗΣ
Διοίκηση Επιχειρήσεων	Επαρκή εκπαίδευση στην διοίκηση επιχειρήσεων και συσχέτιση με τις υπάρχουσες διοικητικές ικανότητες των γυναικείων επιχειρηματιών.
Marketing/Προώθηση	Επαρκή γνώση τεχνικών marketing και προώθησης των προϊόντων/υπηρεσιών ώστε να είναι δυνατή η επίτευξη

	σταθερού μεριδίου στην τρέχουσα ανταγωνιστική αγορά. Έλεγχος των δυνατοτήτων των γυναικών επιχειρηματιών για την ανάπτυξη επιχειρηματικού πλάνου προώθησης και διαφήμισης.
Τεχνολογίες Πληροφορικής	Γνώσεις τεχνολογιών πληροφορικής και των δυνατοτήτων που αυτές προσφέρουν στην εσωτερική λειτουργία της επιχείρησης αλλά και στις συναλλαγές με το αγοραστικό κοινό. Ενσωμάτωση τέτοιων τεχνολογιών εισάγουν συχνά την παράμετρο της καινοτομίας και προσφέρουν ένα σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.
Συμμετοχή σε προγράμματα εκπαίδευσης και κρινόμενο αποτέλεσμα αυτών	Συμμετοχή σε προγράμματα κατάρτισης σε τομείς ενδιαφέροντος της γυναικείας επιχειρηματικότητας όπως αποτυπώθηκαν παραπάνω. Αποτύπωση τόσο του επιπέδου παρακολούθησης των συγκεκριμένων προγραμμάτων όσο και της κρινόμενης από την επιχειρηματία αποτελεσματικότητας αυτών.
Ενδιαφέρον για μελλοντική συμμετοχή σε προγράμματα εκπαίδευσης	Αποτύπωση του ενδιαφέροντος της επιχειρηματία για συμμετοχή σε προγράμματα εκπαίδευσης για την επαρκή κατάρτιση σε τομείς ενδιαφέροντος των επιχειρήσεων τους.

Β.4.1.6 Προβλήματα που εμποδίζουν την απόφαση άσκησης επιχειρηματικής δραστηριότητας/ την έναρξη/ την λειτουργία της επιχειρηματικής δραστηριότητας

Το παρακάτω σύνολο δεδομένων αφορά τις εν δυνάμει επιχειρηματίες, την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων και την καθιερωμένη επιχειρηματικότητα αντίστοιχα. Συγκεκριμένα εξετάζονται τα προβλήματα/εμπόδια τα οποία εμφανίζονται στην γυναικεία επιχειρηματικότητα κατά την λήψη της απόφασης για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας, κατά τα αρχικά στάδια έναρξης/ίδρυσης της επιχείρησης, όπως και κατά τη λειτουργία της. Η αποτύπωση των παραπάνω, μπορεί να οδηγήσει στους παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν αρνητικά την επιχειρηματικότητα σε κάθε ένα από αυτά τα στάδια αλλά και στον προσδιορισμό των μέτρων που πρέπει να ληφθούν για την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας.

ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΣ	ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΕΠΙΛΟΓΗΣ
Ανεπάρκεια θεσμών και φορέων στήριξης επιχειρηματικότητας	Οι θεσμοί και οι φορείς στήριξης επιχειρηματικότητας είναι αρμόδιοι για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας από τα αρχικά στάδια μέχρι την λειτουργία της επιχείρησης. Ανεπάρκεια ή ανυπαρξία τέτοιων οργανισμών μπορεί να αποθαρρύνει την έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας όπως και την μετέπειτα λειτουργία της.
Οικογενειακό περιβάλλον	Το οικογενειακό περιβάλλον και υποχρεώσεις αποτελούν όπως αναφέρθηκε και παραπάνω μια σημαντική παράμετρο για την γυναικεία επιχειρηματικότητα. Δυσμενές οικογενειακό περιβάλλον μπορεί να αποθαρρύνει εν δυνάμει επιχειρηματίες αλλά και να περιορίσει την ενασχόληση με την επιχειρηματική δραστηριότητα των τρεχουσών επιχειρηματιών.

ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΣ	ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΕΠΙΛΟΓΗΣ
Γραφειοκρατία	Οι περίπλοκες και χρονοβόρες γραφειοκρατικές διαδικασίες μπορούν να αποθαρρύνουν την ανάληψη επιχειρηματικών εγχειρημάτων όπως και την συνέχιση της λειτουργίας των επιχειρήσεων.
Έλλειψη δομών συμβουλευτικής	Η έλλειψη δομών συμβουλευτικής για την ενημέρωση της κατάστασης της αγοράς και την πληροφόρηση της επιχειρηματία για το εγχείρημα της όπως και τους τρόπους αντιμετώπισης προβλημάτων για την λειτουργία της δημιουργεί σημαντικό έλλειμμα πληροφόρησης. Η συγκεκριμένη παράμετρος συνδέεται και με την ανεπάρκεια θεσμών και φορέων στήριξης επιχειρηματικότητας.
Έλλειψη ενημέρωσης/ πληροφόρησης	Η ενημέρωση και πληροφόρηση για θέματα και ευκαιρίες γυναίκειας επιχειρηματικότητας όπως προγράμματα κατάρτισης, ευνοϊκές ρυθμίσεις και λοιπά προγράμματα ενίσχυσης επιχειρηματικότητας.
Έλλειψη φορέων κατάρτισης/ εξειδίκευσης	Η αναγνώριση των ελλείψεων εκπαίδευσης είναι αναγκαίο να συνοδεύεται από την ύπαρξη κατάλληλων φορέων κατάρτισης οι οποίοι θα βελτιώσουν το επίπεδο γνώσεων στις κατηγορίες ενδιαφέροντος της επιχειρηματία. Η έλλειψη τέτοιων φορέων διατηρεί την συγκεκριμένη έλλειψη και άρα δυσχεραίνει την θέση της επιχειρηματία κατά την λειτουργία της επιχείρησης.
Έλλειψη εμπειρίας	Έχει παρατηρηθεί ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες έχουν μικρότερο βαθμό εμπειρίας απ' ότι οι άντρες. Η έλλειψη εμπειρίας στον τομέα ενασχόλησης μπορεί να αποτελέσει σημαντικό πρόβλημα καθώς αυξάνει το ρίσκο, την αβεβαιότητα ενώ μειώνει την αυτοπεποίθηση της επιχειρηματία στο συγκεκριμένο εγχείρημα.
Έλλειψη επαγγελματικής δικτύωσης	Οι συνεργασίες μεταξύ των επιχειρήσεων, η επαγγελματική δικτύωση και η γνώση της λειτουργίας της αγοράς από την πλευρά της προσφοράς καθίσταται αναγκαία στο σημερινό ανταγωνιστικό περιβάλλον για την λειτουργία μιας επιχείρησης.
Έλλειψη χρηματοδότησης/ δυσκολία ανεύρεσης	Η αδυναμία χρηματοδότησης ή η δυσκολία ανεύρεσης αυτών (πέρα του τραπεζικού δανεισμού) αποτελεί όπως αναφέρθηκε παραπάνω κρίσιμο παράγοντα για την έναρξη της λειτουργίας της επιχείρησης όπως και της μετέπειτα λειτουργίας της.
Δυσκολία τραπεζικού δανεισμού	Η παράμετρος εντάσσεται στην αδυναμία χρηματοδότησης συγκεκριμένα μέσω του τραπεζικού συστήματος.
Νομοθετικά εμπόδια	Το νομικό πλαίσιο πρέπει να ενθαρρύνει την επιχειρηματικότητα. Αν το παραπάνω είναι περίπλοκο μπορεί να αποθαρρύνει την επιχειρηματικότητα ενώ καθιστά περαιτέρω αναγκαία την ύπαρξη θεσμών και φορέων επιχειρηματικότητας όπως και δομών συμβουλευτικής.
Ασταθές νομικό πλαίσιο	Ένα μεταβαλλόμενο νομικό πλαίσιο αποτελεί παράγοντα αστάθειας για την οικονομία και την οικονομική δραστηριότητα οδηγώντας σε αύξηση της αβεβαιότητας για την μακροχρόνια πορεία της επιχείρησης.

ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΣ	ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΕΠΙΛΟΓΗΣ
Υψηλός ανταγωνισμός	Σε περιοχές οι οποίες επλήγησαν από την οικονομική κρίση και με τον επακόλουθο περιορισμό της αγοράς αυξήθηκε ο ανταγωνισμός στην πλειοψηφία των κλάδων της οικονομίας.

B.4.1.7 Αντίληψη ως προς την προκατάληψη λόγω φύλου

Αφορά συλλογή πληροφοριών για την προκατάληψη που έχουν αντιμετωπίσει οι εν ενεργεία επιχειρηματίες, όπως και η συλλογή των αντίστοιχων πληροφοριών για την άποψη των εν δυνάμει επιχειρηματιών για την πιθανή προκατάληψη που θα αντιμετωπίσουν. Η κοινή χρήση των παραμέτρων μεταξύ εν δυνάμει και εν ενεργεία επιχειρηματικότητας επιτρέπει την σύγκριση μεταξύ πραγματοποιηθείσας προκατάληψης και αντίληψης για αυτήν.

ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΣ	ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΕΠΙΛΟΓΗΣ
Επαγγελματικό δίκτυο	Αφορά το επαγγελματικό δίκτυο και τις συνεργασίες τις επιχείρησης με άλλες ανά κλάδο. Η ύπαρξη επιχειρηματικού δικτύου δεν αποκλείει άλλωστε την ύπαρξη προκατάληψης λόγω φύλου.
Οικογενειακό περιβάλλον	Το άμεσο οικογενειακό περιβάλλον της επιχειρηματία
Κοινωνικό περιβάλλον	Το κοινωνικό περιβάλλον της επιχειρηματία όπως το ορίζει η ίδια (φίλοι, γνωστοί, κοινωνικές γνωριμίες)
Τράπεζικα ιδρύματα	Την δυνατότητα τραπεζικού δανεισμού και την άποψη της επιχειρηματία αν η παράμετρος του φύλου οδηγεί σε διαφοροποίηση της συμπεριφοράς από το τραπεζικό σύστημα
Προμηθευτές	Προκατάληψη που μπορεί να αντιμετωπίσει λόγω φύλου από τους προμηθευτές της επιχείρησης (ανάλογα και τον κλάδο/τύπο της επιχείρησης)
Αποδοχή από την αγορά	Δεδομένης της αναλογικά μικρότερης συμμετοχής των γυναικών στην επιχειρηματικότητα είναι πιθανή η προκατάληψη και η διάκριση αυτών από την αγορά, ιδιαίτερα σε κλάδους όπου η ανδρική συμμετοχή είναι σημαντικά υψηλότερη της γυναικείας.

B.4.1.8 Γνώμη για την τρέχουσα κατάσταση των παραμέτρων επηρεασμού της επιχειρηματικότητας

Τελικό σύνολο παραμέτρων είναι οι πιθανές «λύσεις» στους παράγοντες αποθάρρυνσης η δυσχέραισης της επιχειρηματικότητας. Βάσει αυτού γίνεται και η αποτύπωση της άποψης των ίδιων των επιχειρηματιών (εν δυνάμει και εν λειτουργία επιχειρήσεων) για την υπάρχουσα κατάσταση αλλά και τις κινήσεις που πρέπει να γίνουν ώστε να ενισχυθεί περισσότερο η γυναικεία επιχειρηματικότητα.

ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΣ	ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΕΠΙΛΟΓΗΣ
Ενημέρωση και πληροφόρηση για προγράμματα που ευνοούν την γυναικεία επιχειρηματικότητα	Ύπαρξη προγραμμάτων ενίσχυσης γυναικείας επιχειρηματικότητας και γνώση για την ύπαρξη τους από τις γυναίκες επιχειρηματίες

Δομές συμβουλευτικής και καθοδήγησης γυναίκειας επιχειρηματικότητας	Τρέχουσα κατάσταση δομών συμβουλευτικής και καθοδήγησης και κατά πόσο είναι ικανοποιημένες εφόσον αναζητήσαν τέτοια πληροφόρηση
Ανάπτυξη δικτύων γυναίκειας επιχειρηματικότητας	Υπάρχουσα δίκτυα γυναίκειας επιχειρηματικότητας και κατά πόσο ενισχύουν πραγματικά τις συνεργασίες και την προώθηση των προϊόντων/υπηρεσιών
Εκπαιδευτικά/επιμορφωτικά σεμινάρια στη γυναικεία επιχειρηματικότητα	Ύπαρξη και επίπεδο κατάρτισης των υπαρχόντων εκπαιδευτικών/ επιμορφωτικών προγραμμάτων και σεμιναρίων σε τομείς εκπαίδευσης που αφορούν την γυναίκα επιχειρηματία
Επιδοτήσεις ή ευνοϊκή δανειοδότηση	Ύπαρξη επιδοτήσεων η ευνοϊκών παραμέτρων δανειοδότησης για την κάλυψη των χρηματοδοτικών αναγκών
Ευνοϊκές ρυθμίσεις & παροχή κινήτρων από το Κράτος για ανάπτυξη γυναίκειας	Άποψη για τις κρατικές κινήσεις που γίνονται για την γυναικεία επιχειρηματικότητα.

B.4.1.9 Άποψη για την μακροχρόνια πορεία της επιχείρησης

Τέλος προτείνεται η συμπερίληψη παραμέτρων οι οποίες θα αποτυπώνουν την άποψη της επιχειρηματία για την μακροχρόνια πορεία της επιχείρησης αποτελώντας και μια εκτίμηση του κλίματος στον συγκεκριμένο κλάδο δραστηριοποίησης.

ΠΑΡΑΜΕΤΡΟΣ	ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗ ΕΠΙΛΟΓΗΣ
Αισιοδοξία	Η οπτική της επιχειρηματία για την μακροχρόνια πορεία της επιχείρησης της. Η εξέταση της πρέπει να γίνει σε συσχέτιση με άλλα βασικά χαρακτηριστικά της γυναίκειας επιχειρηματικότητας όπως και σε επίπεδο κλάδου αποκαλύπτοντας βελτίωση κλίματος για τις γυναίκες επιχειρηματίες και περαιτέρω δυναμική και ευκαιρίες ανάπτυξης.
Πιθανότητα πρόσληψης έμμοισθού προσωπικού στα επόμενα πέντε έτη	Η δυνατότητα της επιχείρησης να δημιουργήσει περαιτέρω θέσεις εργασίας μέσα στα επόμενα πέντε έτη, παράμετρος η οποία συνδέεται και με την προηγούμενη.

B.4.2. Ειδικά Προβλήματα Άσκησης Γυναίκειας Επιχειρηματικότητας

Η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας είναι απαραίτητη για την επίτευξη Οικονομικής μεγέθυνσης και συνακόλουθης Ανάπτυξης, ως ένας εκ των θεμέλιων λίθων μιας ορθά δομημένης ανταγωνιστικής οικονομίας. Όπως αναφέρθηκε στο προηγούμενο τμήμα, έως και πρόσφατα η επιχειρηματικότητα αφορούσε σχεδόν στο σύνολο της το ανδρικό φύλο. Τις τελευταίες δεκαετίες όμως η συμμετοχή των γυναικών στο επιχειρείν έχει αυξηθεί ραγδαία και παρότι το χάσμα μεταξύ των φύλων στον τομέα της επιχειρηματικότητας παραμένει σημαντικό, η μέχρι τώρα πορεία του επιβεβαιώνει την σμίκρυνση του και την πιθανή μακροχρόνια σύγκλιση των μεγεθών. Για να επιτευχθεί αυτό απαιτείται ο σταδιακός μετασχηματισμός της κοινωνίας και των δυσκολιών που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες τόσο κατά την έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας όσο και στην μετέπειτα πορεία

εξυπηρέτησης των αναγκών μιας επιχείρησης, ώστε αυτή να καταστεί βιώσιμη. Αυτό απαιτεί την ταυτοποίηση των προβλημάτων/εμποδίων τα οποία αναφέρονται στην παράμετρο του φύλου και των αιτιών που τα δημιουργούν ώστε να ευρεθούν σαφείς τρόποι αντιμετώπισης και εξάλειψής τους.

B.4.2.1 Οικογένεια και Οικογενειακές Υποχρεώσεις

Η οικογένεια παίζει κρίσιμο ρόλο στην ζωή κάθε ανθρώπου και συνηθίζει να συνοδεύεται με υψηλότερες υποχρεώσεις εάν το άτομο αυτό είναι γυναίκα. Αποτελεί πηγή ηθικής και συναισθηματικής υποστήριξης, μπορεί να ενθαρρύνει και να υποστηρίξει ψυχολογικά μια νέα επιχειρηματία στα αρχικά της βήματα ενώ σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία, αποτελεί πηγή χρηματοδότησης για μεγάλο μέρος της γυναικείας επιχειρηματικότητας¹⁶. Σειρά ερευνών έχει δείξει ότι η οικογένεια έχει σημαντικότερο ρόλο στην γυναικεία επιχειρηματικότητα απ' ότι στην αντρική¹⁷.

Αντίστοιχα η υποστήριξη και κατανόηση από την οικογένεια μπορεί να βοηθήσει στην αντιμετώπιση των οικογενειακών και παράλληλα επαγγελματικών υποχρεώσεων μιας γυναίκας και να ενισχύσει την αυτοπεποίθηση της κατά την άσκηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Σε αυτό μπορεί να υπάρξει ως εμπόδιο η στερεοτυπική εικόνα της γυναίκας «νοικοκυράς» και να αποτελέσει τροχοπέδη στην όποια προσπάθεια άσκησης επαγγελματικής δραστηριότητας. Η προώθηση της σύγχρονης γυναίκας «καριέρας» έρχεται σε αντιπαράθεση με αυτό το στερεότυπο αλλά για να ενισχύσει την επιχειρηματική προσπάθεια της πρέπει να συνάδει και με τις ισορροπίες στο οικογενειακό της περιβάλλον. Για την αντιμετώπιση του στερεοτύπου σημαντική είναι και η προβολή της γυναικείας επιχειρηματικότητας από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και ο αντίστοιχος επηρεασμός της κοινής γνώμης.

Σήμερα οι γυναίκες ακόμα έχουν το κύριο βάρος της ευθύνης των εργασιών στον σπίτι και στην φροντίδα των παιδιών ενώ η μη ύπαρξη εναλλακτικών εγκαταστάσεων (π.χ. παιδικοί σταθμοί) μπορεί να αποτελέσει μονόδρομο αποκόπτοντας την διέξοδο τους στην επιχειρηματικότητα.

Η παράμετρος της οικογένειας μπορεί επίσης να επηρεάσει και τις γυναίκες κατά την επιλογή της άσκησης της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Λόγω οικογενειακών υποχρεώσεων, οι γυναίκες συνηθίζουν να επιλεγούν εργασίες που αποφέρουν μικρό οικονομικό όφελος με αποτέλεσμα να μην έχουν μια καλή οικονομική βάση προκειμένου να ανταπεξέλθουν στην ανάπτυξη της επιχείρησής τους. Ταυτόχρονα δεν πρέπει να παραγνωρίζεται η περίοδος «παύσης» λόγω εγκυμοσύνης και φροντίδας των τέκνων, που αποτελεί τμήμα της ζωής των

¹⁶ Global Entrepreneurship Monitor 2016/2017 Women's Report

¹⁷ Jennifer E. Jennings and Megan S. McDougald, «Work-Family Interface Experiences and Coping Strategies: Implications for Entrepreneurship Research and Practice» The Academy of Management Review Vol. 32, No. 3 (Jul., 2007), pp. 747-760

περισσότερων γυναικών και η οποία ανακόπτει και περιορίζει την επαγγελματική τους δραστηριότητα. Μάλιστα θεωρείται ότι το παραπάνω αποτελεί έναν από τους κύριους λόγους που οι γυναίκες δεν ανελίσσονται σε θέσεις διοίκησης όσο το αντίθετο φύλο, ενώ αυτός ο περιορισμός ταυτόχρονα οδηγεί σε περιορισμό του εισοδήματος τους και μετέπειτα χρήσης αποταμιευμένου κεφαλαίου για την δημιουργία δικιάς τους επιχείρησης.

Βάσει των παραπάνω η παράμετρος της Οικογένειας και των Οικογενειακών Υποχρεώσεων αποτελεί έναν από τους καθοριστικούς παράγοντες στην απόφαση μιας γυναίκας να συμμετάσχει στο επιχειρείν με δυνατότητες να συμβάλει θετικά (παροχή κεφαλαίου, υποστήριξη) ή αρνητικά (στερεοτυπική θέση της γυναίκας, πατριαρχική δομή οικογένειας, αποθάρρυνση επαγγελματικής δραστηριότητας).

B.4.2.2 Έλλειψη Κεφαλαίου – Δυνατότητα Εύρεσης Χρηματοδότησης

Τα κυριότερα χρηματοοικονομικά προβλήματα που μπορεί να παρουσιάσει μια εν δυνάμει επιχείρηση συνδέονται με την έλλειψη επαρκούς χρηματοδότησης, τις δυσκολίες έγκρισης δανείων από τον τραπεζικό τομέα και την απουσία γνώσης για την ύπαρξη πιθανών εναλλακτικών πηγών χρηματοδότησης. Την περίοδο της Παγκόσμιας χρηματοοικονομικής κρίσης παρατηρήθηκε μια μείωση των διαθέσιμων κεφαλαίων για την δανειοδότηση των επιχειρήσεων, λόγω της πορείας της Οικονομίας και της ευάλωτης θέσης στις οποίες περιήλθε το τραπεζικό σύστημα. Το παραπάνω σε συνδυασμό με την αύξηση της αβεβαιότητας για την πορεία της οικονομίας και την μείωση της ζήτησης (και άρα παραγωγής) οδήγησαν στον επανακαθορισμό των δανειακών αναγκών των επιχειρήσεων στις νέες συνθήκες.

Εισάγοντας την παράμετρο του φύλου στο δυσμενές συνολικό περιβάλλον, έχει παρατηρηθεί ότι κατά την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας **οι γυναίκες ξεκινούν μια επιχείρηση με χαμηλότερο κεφάλαιο απ' ότι το αντίθετο φύλο** με κάποιες έρευνες να φέρουν τις κεφαλαιακές ανάγκες των γυναικών στο ένα τρίτο των αντίστοιχων κεφαλαιακών αναγκών των αντρών¹⁸.

Έτσι όσον αφορά την αναζήτηση κεφαλαίων οι γυναίκες:

- Ξεκινούν με χαμηλότερο αρχικό Κεφάλαιο απ' ότι οι άντρες¹⁹
- Είναι λιγότερο πιθανό να αναζητήσουν κεφάλαια από εξωτερικές πηγές²⁰

¹⁸ Carter, S. Gender and Enterprise. In Enterprise and Small Business: Principles, Practice and Policy; Prentice Hall:London, UK, 2000.

¹⁹ Alsos, G. A., Isaksen, E. J., & Ljunggren, E. (2006). New Venture Financing and Subsequent Business Growth in Men- and Women-Led Businesses. Entrepreneurship Theory and Practice, 30(5), 667–686.

²⁰ Christina Constantinidis, Annie Cornet & Simona Asandei (2006) Financing of women-owned ventures: The impact of gender and other owner -and firm-related variables, Venture Capital, 8:2, 133-157

- Κατά την άσκηση της επιχειρηματικότητας είναι πιο πιθανό να καταφύγουν σε προσωπικά δάνεια (από οικογενειακό και φιλικό περιβάλλον)²¹
- Ένα μεγάλο τμήμα της γυναικείας επιχειρηματικότητας απασχολείται στους κλάδους του Χονδρικού και Λιανικού Εμπορίου και των Υπηρεσιών. Οι συγκεκριμένοι κλάδοι έχουν κατά μέσο όρο μικρότερες κεφαλαιακές ανάγκες από άλλους κλάδους, τόσο κατά την έναρξη όσο και κατά την λειτουργία τους
- Οι γυναικείες επιχειρήσεις είναι κατά κύριο λόγο μικρότερες και νεότερες των επιχειρήσεων του αντίθετου φύλου. Ως αποτέλεσμα το ρίσκο δανεισμού σε μια τέτοια επιχείρηση είναι μεγαλύτερο από την πλευρά του τραπεζικού τομέα.

Τα παραπάνω έρχονται σε συμφωνία με την επικρατούσα πεποίθηση ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες αποφεύγουν την ανάληψη υψηλών κινδύνων (ρίσκου) τόσο κατά την έναρξη όσο και κατά την διάρκεια της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Τα χαρακτηριστικά αυτά εφόσον ισχύουν, αιτιολογούν και την υψηλότερη ανθεκτικότητα της γυναικείας επιχειρηματικότητας κατά περιόδους ύφεσης και έλλειψης δανειακών κεφαλαίων. Η χαμηλότερη έκθεση τους στον τραπεζικό δανεισμό μπορεί να αποτελέσει προτέρημα για την γυναικεία επιχειρηματικότητα οδηγώντας στην υψηλότερη ανθεκτικότητα σε περιόδους κρίσης και την συνακόλουθη στήριξη της οικονομίας τις συγκεκριμένες χρονικές περιόδους.

Πάρα ταύτα δεν υπάρχει μια ευρέως αποδεκτή εξήγηση σχετικά με την διαφοροποίηση μεταξύ αντρικής και γυναικείας επιχειρηματικότητας όσον αφορά την πρόσβαση σε κεφάλαια για την έναρξη και την μετέπειτα λειτουργία της επιχείρησης και κάθε εξέταση πρέπει να λαμβάνει υπόψη την γεωγραφική περιοχή στην οποία η έρευνα πραγματοποιείται και σειρά κοινωνικοοικονομικών παραγόντων.

B.4.2.3 Επάρκεια γνώσεων, Εμπειρία και Εκπαίδευση

Έχει παρατηρηθεί ότι οι άντρες επιχειρηματίες έχουν υψηλότερο επίπεδο εμπειρίας, γνώσης της αγοράς και υψηλότερη τάση ενσωμάτωσης νέων τεχνολογιών στην εργασία τους. Η έλλειψη γνώσεων της λειτουργίας της αγοράς αλλά και η ανεπαρκής εκπαίδευση επηρεάζουν αρνητικά την θέση της επιχείρησης στο ανταγωνιστικό περιβάλλον και εμποδίζουν την ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών στην λειτουργία της. Η εκπαίδευση και το επίπεδο μόρφωσης παίζει σημαντικό ρόλο σε αυτήν την διαφοροποίηση, ιδιαίτερα αν αναλογιστεί κανείς ότι σύμφωνα με τα δεδομένα του ΟΟΣΑ η πλειοψηφία των γυναικών επιλέγει περισσότερο θεωρητικές και ανθρωπιστικές επιστήμες παρά θετικές επιστήμες και επιστήμες τεχνολογίας. Λαμβάνοντας ως δεδομένο ότι οι εργασίες στην επιχειρηματικότητα «έντασης τεχνολογίας» απαιτούν γνώσεις και εκπαίδευση στα μαθηματικά, τις φυσικές

²¹ Coleman, Susan and Robb, Alicia, (2009), A comparison of new firm financing by gender: evidence from the Kauffman Firm Survey data, Small Business Economics, 33, issue 4, p. 397-411

επιστήμες και την μηχανική²² συμπεραίνεται η αναντιστοιχία γνώσεων που παρατηρείται στην παράμετρο του φύλου.

Αυτή η απουσία επαρκούς μόρφωσης και τεχνικής εκπαίδευσης έχει ως αποτέλεσμα την εμφάνιση μιας σειράς δυσκολιών για την γυναικεία επιχειρηματικότητα όπως:

- Αδυναμία ανάπτυξης αποτελεσματικών στρατηγικών προώθησης και διαφήμισης των παραγόμενων προϊόντων, οδηγώντας την γυναικεία επιχειρηματικότητα στο να κινείται στα πλαίσια αυτού του συγκριτικού μειονεκτήματος.
- Το υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης της διοίκησης αποτελεί σημαντικό παράγοντα στην λειτουργία της επιχείρησης όσον αφορά την εξωστρέφεια της και την εξαγωγική δραστηριότητα που εμφανίζει
- Η έλλειψη γνώσης οδηγεί σε μείωση της αυτοπεποίθησης και της αποφασιστικότητας της επιχειρηματία
- Συγκέντρωση της γυναικείας επιχειρηματικότητας στους τομείς λιανικού εμπορίου, υπηρεσιών υγείας και εκπαίδευσης

Λόγω αυτής της έλλειψης είναι σημαντική η συμμετοχή γυναικών επιχειρηματιών σε εκπαιδευτικά προγράμματα και σεμινάρια σχετικά με την επιχειρηματικότητα και την λειτουργία των επιχειρήσεων τους. **Η μη συμπλήρωση της έλλειψης εκπαίδευσης και εμπειρίας, από τέτοια εκπαιδευτικά προγράμματα, οδηγεί σε περιορισμό των διοικητικών δυνατοτήτων των γυναικών επιχειρηματιών. Το αποτέλεσμα είναι οι γυναίκες επιχειρηματίες να είναι λιγότερο αποδοτικές όσον αφορά την εκτέλεση διάφορων επιχειρηματικών λειτουργιών, όπως ο σχεδιασμός, η προώθηση, η ευαισθητοποίηση του εργατικού δυναμικού και ο έλεγχος και συντονισμός της επιχείρησης.**

B.4.2.4 Έλλειψη Δικτύωσης/Επιχειρηματικών δικτύων

Ένας ακόμα παράγοντας ο οποίος θεωρείται ότι επηρεάζει την επιχειρηματικότητα υπέρ του αντρικού φύλου είναι η ύπαρξη δικτύωσης και λοιπές κοινωνικές σχέσεις στο επιχειρηματικό περιβάλλον. Οι μικρότερες σε μέγεθος γυναικείες επιχειρήσεις λόγω και του κεφαλαιακού περιορισμού τους δεν ξοδεύουν αντίστοιχα ποσά με το αντίθετο φύλο σε διαφήμιση και προώθηση των προϊόντων και των υπηρεσιών τους όπως και σε διαδικασίες δικτύωσης στο επιχειρηματικό περιβάλλον.

B.4.2.5 Τύπος επιχειρηματικότητας (ανάγκης η ευκαιρίας)

Όσον αφορά τα κίνητρα για την έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας, η έρευνα έχει καταλήξει ότι **όσο μεγαλύτερη η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας τόσο μικρότερη η πιθανότητα εξαγωγικής δραστηριότητας για μια νέα επιχείρηση.** Έτσι άτομα τα οποία αναλαμβάνουν επιχειρηματική δραστηριότητα λόγω ανάγκης (λόγο πιθανής προτίμησης από

²² Μ. Καραμεσίνη, Η. Ιωακείμoglou (2003) «Προσδιοριστικοί Παράγοντες του Μισθολογικού Χάσματος μεταξύ Ανδρών και Γυναικών»

την εναλλακτική της ανεργίας) ενισχύουν το σύνολο της επιχειρηματικότητας όσον αφορά το πλήθος των διαθέσιμων επιχειρήσεων αλλά δεν εξασφαλίζουν την βιωσιμότητα τους.

Ταυτόχρονα η επιλογή της επιχειρηματικότητας ως εναλλακτική της ανεργίας εξαρτάται και από την θέση που έχει η ιδέα της επιχειρηματικότητας στην κοινωνία και την πεποίθηση ότι αποτελεί μια σωστή εναλλακτική επιλογή σε σχέση με την έναρξη αναζήτησης μισθωτής εργασίας. **Οι επιχειρηματίες ανάγκης εντοπίζουν μεγαλύτερες δυσκολίες στην εύρεση κεφαλαίου, κατάλληλης τεχνολογίας και λοιπών πόρων ενώ κατά μέσο όρο οι δυνατότητες αυτών των επιχειρήσεων όσον αφορά την στήριξη της οικονομίας είναι περιορισμένες λόγω του κινήτρου δημιουργίας τους.**

B.4.2.6 Κυβερνητικό πλαίσιο/ νομοθετικά εμπόδια

Η κυβερνητική βοήθεια είναι ένας από τους κύριους παράγοντες επηρεασμού δημιουργίας μιας επιχείρησης ιδιαίτερα στα στάδια της δημιουργίας της ενώ αντίθετα ένα περιοριστικό θεσμικό πλαίσιο και η απουσία κυβερνητικής στήριξης (όπως με την παροχή εκπαιδευτικών προγραμμάτων) μπορεί να αποτελέσει τροχοπέδη στην ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας, ιδιαίτερα για το γυναικείο φύλο το οποίο παρουσιάζει κατά μέσο όρο ελλείψεις στην κατάλληλη εκπαίδευση και εμπειρία.

Η ύπαρξη κατάλληλων προγραμμάτων υποβοήθησης της επιχειρηματικότητας εξαρτάται άμεσα και από την γνώση της ύπαρξης τους από τον επιχειρηματία το οποίο συνδέεται και με το θέμα δικτύωσης της επιχείρησης με αντίστοιχες επιχειρήσεις του κλάδου και το σύνολο της αγοράς. Σημαντικό ρόλο σε αυτό έχουν οι θεσμοί και φορείς στήριξης της επιχειρηματικότητας.

Τέλος η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στηρίζεται σε ένα σταθερό και αναπτυσσόμενο οικονομικό περιβάλλον το οποίο ορίζει η εκάστοτε κυβερνητική πολιτική. **Συνεπώς, το ευμετάβλητο περιβάλλον και η εισαγωγή παραμέτρων αστάθειας όπως το ασταθές φορολογικό πλαίσιο, η επιδείνωση του οικονομικού κλίματος, η γραφειοκρατική διαδικασία για την έναρξη μιας επιχείρησης κ.α. αποτελούν παράγοντες αποθάρρυνσης της ανάληψης επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.**

B.5. Τεχνικές Δειγματοληψίας

Οι τεχνικές δειγματοληψίας διακρίνονται σε δύο κατηγορίες, τη δειγματοληψία με πιθανότητες ή αντιπροσωπευτική δειγματοληψία και τη δειγματοληψία χωρίς πιθανότητες ή δειγματοληψία κρίσης. Η δειγματοληψία με πιθανότητα γίνεται σύμφωνα με τους νόμους των πιθανοτήτων, είναι ελεγχόμενη ως προς τις παραμέτρους της και δίνει τη δυνατότητα να γενικευτούν τα συμπεράσματα που εξάγονται από ένα δείγμα (αντιπροσωπευτικό δείγμα). Η δειγματοληψία χωρίς πιθανότητα γίνεται σε περιπτώσεις που δεν είναι εφικτή η δειγματοληψία με πιθανότητα και ξεφεύγει από το αντικείμενο του παρόντος έργου για αυτό δεν ακολουθεί περαιτέρω αναφορά σε αυτή.

Στη κατηγορία των τεχνικών δειγματοληψίας με πιθανότητα, περιλαμβάνονται οι εξής τεχνικές:

1. **Τυχαία δειγματοληψία**
2. **Συστηματική δειγματοληψία**
3. **Στρωματοποιημένη δειγματοληψία**

Η κάθε μια από τις παραπάνω τεχνικές δειγματοληψίας αναλύονται στις επόμενες ενότητες.

B.5.1. Τυχαία Δειγματοληψία

Η τυχαία δειγματοληψία πραγματοποιείται με την a priori υπόθεση ότι κάθε μέλος του πληθυσμού έχει την ίδια πιθανότητα να συμπεριληφθεί στο δείγμα.

Για να εφαρμοστεί η τυχαία δειγματοληψία, τα στοιχεία του στατιστικού πληθυσμού πρέπει να είναι καταγραμμένα σε έναν κατάλογο (δειγματοληπτικό πλαίσιο) από τον οποίο θα πραγματοποιηθεί η επιλογή. Η επιλογή πραγματοποιείται με τυχαίο τρόπο μέχρι να σχηματιστεί πλήθος ίσο με το μέγεθος του δείγματος που επιθυμούμε να έχουμε.

Η χρήση της απλής, τυχαίας δειγματοληψίας δεν οδηγεί στη απαραίτητα στην δημιουργία αντιπροσωπευτικού δείγματος. Το δείγμα μπορεί να μην περιέχει τμήματα του πληθυσμού τα οποία είναι κρίσιμα και δεν εξασφαλίζεται ότι υπάρχει αντιπροσωπευτικότητα ως προς τα χαρακτηριστικά ενδιαφέροντος. Ως επακόλουθο των παραπάνω η συγκεκριμένη μέθοδος δειγματοληψίας δεν έχει το μικρότερο σφάλμα εκτίμησης, σε αντίθεση με άλλες μεθόδους, αλλά παρουσιάζει σχετική ευκολία στη εφαρμογή της.

B.5.2. Συστηματική Δειγματοληψία

Η συστηματική δειγματοληψία περιλαμβάνει την επιλογή του δείγματος από το δειγματοληπτικό πλαίσιο σε κανονικά διαστήματα. Η επιλογή της πρώτης παρατήρησης πραγματοποιείται τυχαία και οι επόμενες παρατηρήσεις επιλέγονται ανά προκαθορισμένα διαστήματα βάση της θέσης τους ως προς το δείγμα σε σχέση με την αρχική παρατήρηση. Τα βήματα που πρέπει να ακολουθούνται είναι τα εξής: Υποθέτετε ότι ο συνολικός πληθυσμός εμφανίζει μέγεθος N , όπου τα στοιχεία του είναι καταγραμμένα σε μια λίστα και φέρουν αρίθμηση με αύξοντα αριθμό. Στη συνέχεια, διαιρείτε το σύνολο των στοιχείων του δειγματοληπτικού πλαισίου (δηλαδή το μέγεθος του πληθυσμού), με το μέγεθος του δείγματος n . Το αποτέλεσμα (στρογγυλοποιημένο) είναι το βήμα επιλογής των υποκειμένων της έρευνας. Επιλέγεται ένας τυχαίος αριθμό x , ανάμεσα στο ένα και το N/n . Το άτομο που αντιστοιχεί στο συγκεκριμένο αύξοντα αριθμό είναι το πρώτο στοιχείο του δείγματος. Στη συνέχεια, επιλέγεται το άτομο με αύξοντα αριθμό $x+N/n$, μετά το άτομο με αριθμό $x+2N/n$, κ.ο.κ. Το τελευταίο άτομο που θα επιλεγεί θα είναι το $x+(n-1)N/n$. Με αυτόν τον τρόπο επιλέγονται τα στοιχεία από το δειγματοληπτικό πλαίσιο.

Για να επιτευχθεί αναλογική αντιπροσώπευση του πληθυσμού στο δείγμα, θα πρέπει να έχει προηγηθεί ταξινόμηση της λίστας του δειγματοληπτικού πλαισίου ως προς το

χαρακτηριστικό που θεωρείται το πιο σημαντικό για τη στρωματοποίηση του πληθυσμού. Η συστηματική δειγματοληψία μοιάζει με την τυχαία δειγματοληψία, όταν δεν υπάρχει συγκεκριμένη σειρά στο δειγματοληπτικό πλαίσιο. Η συστηματική δειγματοληψία ενδείκνυται σε περιπτώσεις όπου ο πληθυσμός είναι πλήρως και λεπτομερώς καταγραμμένος σε μορφή καταλόγου.

B.5.3. Στρωματοποιημένη Δειγματοληψία

Εάν ο πληθυσμός που εξετάζεται δεν είναι αρκετά ομοιογενής, τότε η τυχαία δειγματοληψία μπορεί να μην είναι οδηγήσει σε αντιπροσωπευτικό δείγμα. Η στρωματοποιημένη δειγματοληψία σχεδιάστηκε για να εξασφαλίσει την αντιπροσώπευση κάθε τμήματος του πληθυσμού, τη μείωση του σφάλματος εκτίμησης και την ύπαρξη ικανού αριθμού υποκειμένων που προέρχονται από υποπληθυσμούς. Για την εφαρμογή της είναι απαραίτητο ένα δειγματοληπτικό πλαίσιο. Η διαδικασία για την εφαρμογή της μεθόδου είναι η εξής: Ο πληθυσμός χωρίζεται σε στρώματα (strata) και στη συνέχεια επιλέγονται επιμέρους δείγματα με τυχαία ή συστηματική δειγματοληψία από κάθε στρώμα. Τα στρώματα αποτελούνται από όσο το δυνατόν περισσότερο ομοιογενείς ομάδες στοιχείων του πληθυσμού ως προς κάποια χαρακτηριστικά ενδιαφέροντος.

Υπάρχουν δύο είδη στρωματοποιημένης δειγματοληψίας. Η αναλογική στρωματοποιημένη δειγματοληψία και η μη αναλογική στρωματοποιημένη δειγματοληψία. Με την αναλογική δειγματοληψία, σε κάθε στρώμα επιλέγεται δείγμα έτσι ώστε η αναλογία του μεγέθους του δείγματος στο στρώμα προς το μέγεθος του συνολικού δείγματος να είναι ίση με την αναλογία του μεγέθους του πληθυσμού του στρώματος προς το μέγεθος του συνολικού πληθυσμού. Με αυτόν τον τρόπο επιτυγχάνεται να είναι το συνολικό δείγμα μια αναλογική μικρογραφία του πληθυσμού. Με τη μη αναλογική στρωματοποιημένη δειγματοληψία επιλέγουμε το μέγεθος του δείγματος και συχνά διατηρούμε το ίδιο μέγεθος σε κάθε στρώμα.

B.5.4. Προτεινόμενη Τεχνική Δειγματοληψίας

Ως προτεινόμενη μέθοδος δειγματοληψίας προτείνεται η **αναλογική στρωματοποιημένη δειγματοληψία**. Βάσει αυτού Ο πληθυσμός χωρίζεται σε στρώματα (strata) και στη συνέχεια επιλέγονται επιμέρους δείγματα με απλή, τυχαία δειγματοληψία η συστηματική δειγματοληψία από κάθε στρώμα. Τα στρώματα αποτελούνται από όσο το δυνατόν περισσότερο ομοιογενείς ομάδες στοιχείων του πληθυσμού ως προς κάποια χαρακτηριστικά. Η στρωματοποίηση προτείνεται να πραγματοποιηθεί με το κριτήριο του κλάδου δραστηριότητας της επιχείρησης.

Βάσει του παραπάνω τα αναγκαία βήματα διενέργειας της συλλογής των δεδομένων είναι τα κάτωθι:

- Διαχωρισμός του συνολικού πληθυσμού ανά περιοχή ενδιαφέροντος (Περιφέρεια/Επαρχία) και ανά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας των γυναικών επιχειρηματιών
- Εξαγωγή του μεριδίου κάθε κλάδου οικονομικής δραστηριότητας από υπάρχουσες πηγές δεδομένων (Ελληνική και Ιταλική στατιστική υπηρεσία με επεξεργασία των πρωτογενών δεδομένων)
- Κατανομή του συνολικού πλήθους του απαραίτητου δείγματος ανά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας
- Διενέργεια τυχαίας η συστηματικής δειγματοληψίας ανά υποσύνολο του κάθε δείγματος σε επίπεδο κλάδου
- Συλλογή και στατιστική επεξεργασία των δεδομένων
- Παρουσία των αποτελεσμάτων

B.6. Μεθοδολογία Επιλογής Μεγέθους Δείγματος

B.6.1. Ορισμός Πληθυσμού

Ως πληθυσμός για την έρευνα πεδίου με τον διαμοιρασμό ερωτηματολογίων ορίζεται το σύνολο της γυναικείας επιχειρηματικότητας²³ στις περιοχές ενδιαφέροντος του έργου.

Αυτές είναι οι :

- Περιφέρεια Δυτικές Ελλάδος (προσεγγιστικά 22.857 επιχειρήσεις)
- Περιφέρεια Ιονίων Νήσων (προσεγγιστικά 7.633 επιχειρήσεις)
- Περιφέρεια Ηπείρου (προσεγγιστικά 11.632 επιχειρήσεις)
- Επαρχία του Μπάρι (προσεγγιστικά 38.159 επιχειρήσεις)

Για την διενέργεια της κάθε μιας μελέτης χαρτογράφησης, το μέγεθος του δείγματος υπολογίζεται βάσει των κάτωθι παραμέτρων:

- Διάστημα εμπιστοσύνης 95 %
- Περιθώριο σφάλματος 6 %

Βάσει του παραπάνω το δείγμα, ανά Περιφέρεια εφαρμογής, το οποίο πρέπει να ληφθεί είναι 260 συμπληρωμένα ερωτηματολόγια ανά Περιφέρεια.

Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζονται τα αναγκαία μεγέθη δείγματος υπολογίζοντας 95% διάστημα εμπιστοσύνης και συγκεκριμένα περιθώρια σφάλματος.

²³ Ως πλήθος γυναικείων επιχειρηματιών/επιχειρήσεων λαμβάνεται ο αριθμός των γυναικών αυτοαπασχολούμενων με η χωρίς εργατικό δυναμικό

Περιθώριο Σφάλματος	1%	3%	5%	6%	10%
Μέγεθος δείγματος	6.500	1.000	380	260	100

B.6.2. Μεθοδολογία Υπολογισμού Πληθυσμού

Για τον υπολογισμό του πληθυσμού των αυτοαπασχολούμενων γυναικών στις περιοχές ενδιαφέροντος του έργου χρησιμοποιήθηκαν τα εξής δεδομένα:

Για την Ελλάδα:

- Πρωτογενή δεδομένα έρευνας εργατικού δυναμικού της ΕΛΣΤΑΤ (ανά φύλο, Περιφέρεια, Απασχόληση και συντελεστής στάθμισης τριμήνου)
- Εξαγωγή κατανομής των αυτοαπασχολούμενων γυναικών του δείγματος της ΕΛΣΤΑΤ ανά Περιφέρεια βάσει των πρωτογενών δεδομένων
- Αναγωγή του συνολικού αριθμού των αυτοαπασχολούμενων γυναικών, ανά Περιφέρεια, όπως προκύπτει για από την προσαρμογή του συντελεστή στάθμισης τριμήνου στο έτος

Για την Ιταλία:

- Συλλογή συνολικού αριθμού απασχολούμενων και εργαζομένων/υπαλλήλων κατά NUT3 από την βάση δεδομένων απασχόλησης της Eurostat
- Υπολογισμός του συνολικού αριθμού επιχειρηματιών από την αφαίρεση των παραπάνω μεγεθών (σύνολο δυο φύλων)
- Αναγωγή με την χρήση του ποσοστού γυναικείας επιχειρηματικότητας σε σχέση συνολική επιχειρηματικότητα όπως παρατηρείται σε επίπεδο χώρας

ΜΕΡΟΣ Γ – ΣΥΝΟΨΗ / ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Παρουσιάζεται η σύνοψη της μεθοδολογίας Χαρτογράφησης Γυναίκειας Επιχειρηματικότητας & Καταγραφής Προβλημάτων και οι προτάσεις αξιοποίησης των παραγόμενων δεδομένων και αποτελεσμάτων.

Γ.1. Σύνοψη Μεθοδολογίας Χαρτογράφησης Γυναίκειας Επιχειρηματικότητας & Καταγραφής Προβλημάτων

Η περιφερειακή διάσταση και διασπορά της γυναίκειας επιχειρηματικότητας οδηγεί στην ανάγκη λήψης δείγματος το οποίο θα καθοριστεί βάσει των ειδικών περιοχών ενδιαφέροντος της έρευνας. Στόχος είναι να συγκεντρωθεί «αντιπροσωπευτικό» δείγμα του πληθυσμού αναφοράς, ο οποίος μεταβάλλεται ανάλογα με το μεθοδολογικό εργαλείο που θα χρησιμοποιηθεί (στην περίπτωση των ερωτηματολογίων αφορά το σύνολο της γυναίκειας επιχειρηματικότητας στις περιοχές αναφοράς και στην περίπτωση διενέργειας συνεντεύξεων/ομάδων εστίασης σε φορείς και δομές ενίσχυσης της γυναίκειας επιχειρηματικότητας).

Για την επίτευξη του στόχου, προτείνεται η πραγματοποίηση ποσοτικής έρευνας σε δείγμα επιχειρήσεων οι οποίες ελέγχονται μετοχικά και διοικούνται από γυναίκες και ποιοτικής έρευνας σε φορείς και δομές ενίσχυσης της γυναίκειας επιχειρηματικότητας. Τα ευρήματα της έρευνας σε συνάρτηση με την αξιοποίηση δευτερογενών πηγών (άντληση μακρο-οικονομικών και μικρο-οικονομικών στοιχείων), θα χρησιμοποιηθούν για την χαρτογράφηση των βασικών περιφερειακών χαρακτηριστικών και των σημαντικότερων κατηγοριών προβλημάτων της γυναίκειας επιχειρηματικότητας ενώ θα αποτυπώσουν παράλληλα και την αντίληψη των ίδιων των επιχειρηματιών (εν δυνάμει και εν ενεργεία) και των φορέων για την ύπαρξη προκατάληψης λόγω φύλου.

Η διερεύνηση δευτερογενών πηγών δεδομένων (βιβλιογραφικών, μελετητικών) δύναται να λειτουργήσει επικουρικά της έρευνας πεδίου καθορίζοντας τόσο το περιεχόμενο των δεδομένων που δύναται να συλλέξει όσο και των συμπερασμάτων στα οποία η διενέργεια της θα οδηγήσει. Τέλος με την σύγκριση των αποτελεσμάτων αυτών με τα αντίστοιχα αποτελέσματα που παρουσιάζονται στη διεθνή βιβλιογραφία, θα αποτυπωθούν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των περιοχών ενδιαφέροντος (γεωγραφικός προσδιορισμός) και η σημαντικότητα τους.

Στην συνέχεια παρατίθεται συνοπτικά τα μεθοδολογικά βήματα έρευνας πεδίου.

1. Σχεδιασμός έρευνας πεδίου

Η έρευνα δύναται να πραγματοποιηθεί με τη χρήση των ακόλουθων βασικών εργαλείων:

- Ερωτηματολόγια
- Προσωπικές συνεντεύξεις/ομάδες εστίασης

Τα παραπάνω μεθοδολογικά εργαλεία αναφέρονται σε διαφορετικούς πληθυσμούς και ενέχουν διαφορετικό σχεδιασμό εμφανίζοντας όμως τα εξής κοινά χαρακτηριστικά:

- Καθορισμός της μεθοδολογίας που θα χρησιμοποιηθεί στην έρευνα και προδιαγραφές διενέργειας της για κάθε εργαλείο (πχ τρόπος / χρόνος αποστολής, σημείο επαφής με επιχείρηση, πρόγραμμα και περιεχόμενο ερωτηματολογίων/συνεντεύξεων, πιλοτική εφαρμογή περιεχομένου ερωτηματολογίων/συνεντεύξεων, κ.λπ.),
- Προδιαγραφές για το δείγμα που θα επιλεγθεί (Χαρακτηριστικά και στρωματοποίηση για την διενέργεια έρευνας μέσω ερωτηματολογίων, χαρακτηριστικά και ομάδες ενδιαφέροντος για την παροχή πληροφόρησης μέσω συνεντεύξεων/ομάδων εστίασης)
- Θεματικές ενότητες της έρευνας, επί μέρους χαρακτηριστικά και δεδομένα ανά θεματική τα οποία συνδυαστικά εξεταζόμενα οδηγούν σε απάντηση των ερωτημάτων στόχων της έρευνας

Δείγμα επιχειρήσεων

Το δείγμα των επιχειρήσεων που θα συμμετέχει στην έρευνα καθορίζεται ανάλογα με το εργαλείο έρευνας που χρησιμοποιείται. Στην περίπτωση των ερωτηματολογίων, το δείγμα είναι απαραίτητο να περιλαμβάνει έναν ικανό αριθμό επιχειρήσεων (τουλάχιστον 260 ανά περιφέρεια εφαρμογής).

Αναλυτικότερα για την περίπτωση των ερωτηματολογίων, το δείγμα των επιχειρήσεων θα στρωματοποιηθεί κατ' ελάχιστον ως προς τα εξής χαρακτηριστικά:

- Μέγεθος επιχειρήσεων (πολύ μικρές - μικρές - μεσαίες - μεγάλες), βάσει κλίμακας της Ε.Ε.
- Κλάδο οικονομικής δραστηριότητας

Σε κάθε περίπτωση η δημιουργία επαρκούς και κατάλληλου δείγματος σε όλα τα παραπάνω στρώματα είναι απαραίτητη, ώστε να είναι στατιστικώς ορθή η ανάλυση και τα συμπεράσματα τηρουμένων των αρχών της αναλογικής στρωματοποιημένης δειγματοληψίας.

Για την περίπτωση της διενέργειας συνεντεύξεων/ομάδων εστίασης το πλήθος των συνεντευξιαζόμενων/μέλων των ομάδων εστίασης δεν μπορεί να προκαθοριστεί. Θα προκύψει από την εξέταση και διαθεσιμότητα των φορέων και δομών ενίσχυσης της γυναίκειας επιχειρηματικότητας και θα ληφθεί υπόψιν από τον ερευνητή η επίτευξη όσο το δυνατόν υψηλότερης αντιπροσωπευτικότητας των ομάδων στόχου.

Θεματικές ενότητες έρευνας

Η μετατόπιση στο επίπεδο της περιφέρειας θα δώσει την ευκαιρία ορθότερης χαρτογράφησης και ανάδειξης προβλημάτων σε πολλαπλά επίπεδα, κατ' ελάχιστον σε θεματικές ενότητες με επί μέρους ενδεικτικά χαρακτηριστικά και δεδομένα, όπως:

1. Βασικά χαρακτηριστικά
2. Προβλήματα
3. Αποτύπωση αντίληψης για μακροχρόνιες προοπτικές ανάπτυξης

Ο ορισμός των περιεχομένων κάθε θεματικής ενότητας γίνεται με κριτήριο την μετέπειτα εξαγωγή συμπερασμάτων/αποτελεσμάτων από την συνδυαστική τους ανάλυση.

Τα βασικά χαρακτηριστικά περιλαμβάνουν παραμέτρους οι οποίες χαρακτηρίζουν την επιχειρηματία (ηλικιακή ομάδα, μορφωτικό επίπεδο, οικογενειακή κατάσταση, ποιοτικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματία κ.α.) και την επιχείρηση (έτη λειτουργίας, ετήσια έσοδα, αριθμός απασχολούμενων, κλάδος δραστηριοποίησης κ.α.). Ως προβλήματα ορίζονται οι παράμετροι οι οποίες σύμφωνα με την διερεύνηση της διεθνούς βιβλιογραφίας επηρεάζουν την γυναικεία επιχειρηματικότητα (εκπαίδευση σε συγκεκριμένους τομείς υψηλής σημαντικότητας για την επιχειρηματικότητα, τραπεζικός δανεισμός και λοιπές δυνατότητες εύρεσης χρηματοδότησης κ.α) και η αποτύπωση της αντίληψης για τις μακροχρόνιες προοπτικές την ικανότητα της επιχείρησης να δημιουργήσει θέσεις εργασίας όσο και την αισιοδοξία της επιχειρηματίας για την πορεία αυτή.

Κάθε χαρακτηριστικό μπορεί να ορίσει από μόνο του, ή σε συνδυασμό με άλλα, συγκεκριμένες υποομάδες (π.χ. ηλικία και μορφωτικό επίπεδο, μορφωτικό επίπεδο και οικογενειακή κατάσταση, αριθμός παιδιών και οικογενειακή κατάσταση, αριθμός απασχολούμενων, ετήσιος τζίρος και κλάδος δραστηριότητας) κάθε μια από τις οποίες δύναται να εμφανίσουν διαφορετικά χαρακτηριστικά όσον αφορά το σύνολο των υπόλοιπων παραμέτρων εξέτασης.

2. Προετοιμασία Έρευνας Πεδίου

Η προετοιμασία της έρευνας πεδίου διαχωρίζεται ανάλογα με το μεθοδολογικό εργαλείο που χρησιμοποιείται.

Συγκεκριμένα για την περίπτωση των ερωτηματολογίων απαιτείται

- Η αρχική κατάρτιση του περιεχομένου του ερωτηματολογίου, με κατάλληλες ερωτήσεις (κλειστού ή/και ανοικτού τύπου με σαφή προτίμηση στις κλειστού τύπου για την μετέπειτα διενέργεια της ανάλυσης) μέσω της διερεύνησης της διεθνούς βιβλιογραφίας
- Πιλοτική εφαρμογή του ερωτηματολογίου για την κατάλληλη προσαρμογή του με την αναδιατύπωση ερωτήσεων, προσθήκη περισσότερων επιλογών απαντήσεων και την προσθαφαίρεση πληροφοριών (ανάλογα με το αν κρίνονται απαραίτητες η υπερβάλλουσες)
- Ανάπτυξη των ερωτηματολογίων σε διαδικτυακή μορφή (πχ web-based μορφή), ώστε να επιτρέπεται η απευθείας ηλεκτρονική συμπλήρωσή του από τους ερωτώμενους (επώνυμα ή/και ανώνυμα) η σε έντυπη μορφή μέσω της διενέργειας τηλεφωνικών συνεντεύξεων

Στην περίπτωση των συνεντεύξεων/ομάδων εστίασης, απαιτείται:

- Διερεύνηση της διεθνούς βιβλιογραφίας για αποσαφήνιση των ερωτημάτων της ημι-δομημένης συνέντευξης/συζήτησης
- Καθορισμός του πληθυσμού αναφοράς και επιλογή του κατάλληλου δείγματος
- Για την διενέργεια των συνεντεύξεων και των ομάδων εστίασης απαιτείται η κατάρτιση του καταλόγου των φορέων ενδιαφέροντος, η επικοινωνία με αυτούς και η επιλογή κατάλληλου στελέχους που θα παρέχει την πληροφόρηση, κάτι το οποίο έχει πραγματοποιηθεί κατά το στάδιο της προετοιμασίας της έρευνας.
- Επικοινωνία με τους φορείς που θα συμπεριληφθούν στο δείγμα
- Πιλοτική εφαρμογή των περιεχομένων της ημι-δομημένης συνέντευξης/συζήτησης
- Οριστικοποίηση των περιεχομένων
- Επικοινωνία με τους φορείς για τον καθορισμό της ημερομηνίας και του χώρου συνέντευξης

3. Διενέργεια της έρευνας πεδίου

Η έρευνα μέσω ερωτηματολογίου στις επιχειρήσεις δύναται να διενεργηθεί ηλεκτρονικά ή τηλεφωνικά. Αποδέκτες των ερωτηματολογίων είναι τα στελέχη των επιχειρήσεων της έρευνας όπως επιλέχθηκαν από το δείγμα.

Για την διενέργεια των συνεντεύξεων/ ομάδων συζήτησης μετά την επικοινωνία με τους φορείς και την επιλογή των κατάλληλων στελεχών και δεδομένου ότι έχουν οριστικοποιηθεί ο τόπος και ο χρόνος διενέργειας της συνέντευξης/συζήτησης, πραγματοποιείται η συλλογή των δεδομένων.

Οι απαντήσεις των ερωτηματολογίων και των συνεντεύξεων ελέγχονται για την αξιοπιστία τους (πχ λογικοί έλεγχοι, διόρθωση και εξάλειψη λαθών, χειρισμός πιθανών ελλειψών τιμών, ανάλυση μη απόκρισης, κλπ). Επιπλέον των ερωτηματολογίων και των συνεντεύξεων/συζητήσεων, η έρευνα αντλεί στοιχεία (εθνικά, περιφερειακά, κλαδικά, εταιρικά, κτλ) και από λοιπές εξωτερικές πηγές.

Γ.2. Προτάσεις Αξιοποίησης Δεδομένων

Η χαρτογράφηση θα αξιοποιηθεί ως εισροή στη συστηματική παρακολούθηση και έγκαιρη γνώση των σημαντικότερων οικονομικών, τεχνολογικών και ρυθμιστικών μεταβολών και επιπτώσεων στη γυναικεία επιχειρηματικότητα. Η έγκαιρη γνώση (earlywarning) είναι ιδιαίτερα χρήσιμη στρατηγική πληροφόρηση για τα όλα μέλη του οικοσυστήματος, καθώς θα τροφοδοτήσει τα επόμενα παραδοτέα του έργου Icon Wom-En, όπως την στοχευμένη εκπαίδευσης Γυναικών Επιχειρηματικών (υφιστάμενων και δυνητικών) μέσω συστήματος e-learning, στα προβλήματα και τις ανάγκες που θα έχουν αποτυπωθεί ανά περιφέρεια εφαρμογής, καθώς και την ανάπτυξη της πλατφόρμας χαρτογράφησης της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας.

Η σύνδεση ανάμεσα στους φορείς γυναικείας επιχειρηματικότητας και τον ερευνητικό κόσμο αποτελεί ένα εξαιρετικά σημαντικό πεδίο, αφού στοχεύει στην αξιοποίηση των ευκαιριών που προσφέρουν τα ερευνητικά αποτελέσματα.

Τα αποτελέσματα των ερευνών χαρτογράφησης θα είναι διαθέσιμα σε όλα τα εμπλεκόμενα μέρη και θα συνεισφέρουν στην αποδοτική διεξαγωγή του δημόσιου διαλόγου για την αναπτυξιακή πολιτική. Ειδικότερα, δύναται να αποτελέσουν αντικείμενο ομάδων εμπειρογνομόνων και εργαστηρίων διαβούλευσης για την αξιολόγηση των ευρημάτων της χαρτογράφησης και των προβλημάτων της Γυναίκειας Επιχειρηματικότητας, ενώ παράλληλα θα αποτελέσουν τη βάση για τη διατύπωση κειμένων - θέσεων στους τομείς προτεραιότητας της υπάρχουσας RIS3 για το σχεδιασμό πολιτικής σε περιφερειακό επίπεδο.

Τέλος θα μπορούσε να υποστηριχθεί ότι η χαρτογράφηση σε επίπεδο περιφέρειας θα μπορούσε να αποτελέσει ένα βασικό εργαλείο για την περεταίρω και εις βάθος εξέταση επιμέρους παραμέτρων χαρακτηρισμού ή/και προβλημάτων γυναικείας επιχειρηματικότητας.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ – ΤΥΠΟΣ 1

(Υφιστάμενη Γυναίκεια Επιχειρηματικότητα)

ΕΝΟΤΗΤΑ Α: ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ												
Επώνυμο						Όνομα:						
						Έτος Γέννησης:						
Ηλικία	15-24		25-29		29-39		40-54		55-64		65+	
Εκπαιδευτικό Επίπεδο	Μεταπτυχιακή Εκπαίδευση		Πανεπιστημιακή Εκπαίδευση		Τριτοβάθμια μη πανεπιστημιακή		Μεταλυκειακή μη Τριτοβάθμια					
	Ανώτερη Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση (Λύκειο/Τεχνική)		Κατώτερη Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση (Γυμνάσιο)		Δημοτική Εκπαίδευση		Καμία εκπαίδευση					
Οικογενειακή κατάσταση	Άγαμη		Έγγαμη		Διαζευγμένη/Χήρα							
Αριθμός παιδιών	Κανένα		1-2		3 ή περισσότερα							
Υπηκοότητα	Ελληνίδα		Υπήκοος χώρας ΕΕ		Υπήκοος άλλης χώρας							
Τηλέφωνο:					Fax:				e-mail:			
Πλήρης/ Μερική απασχόληση στην επιχείρηση												
Κύρια τωρινή δραστηριότητα (εάν είναι μερικής απασχόλησης)/Προηγούμενη δραστηριότητα (εάν είναι πλήρους απασχόλησης)												
Προηγούμενη επιχειρηματική δραστηριότητα	(ΝΑΙ/ΟΧΙ) και κλάδος											
ΕΝΟΤΗΤΑ Β: ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ												
Τίτλος Εταιρείας												
Ημερομηνία Έναρξης λειτουργίας επιχείρησης/ αριθμός ετών λειτουργίας:												
<input type="checkbox"/> Αγροτική παραγωγή, δασοκομία και αλιεία												

Κλάδος οικονομικής δραστηριότητας της επιχείρησης	<input type="checkbox"/> Βιομηχανία
	<input type="checkbox"/> Μεταποίηση
	<input type="checkbox"/> Κατασκευές
	<input type="checkbox"/> Μεταφορές και Αποθήκευση
	<input type="checkbox"/> Φιλοξενία και Εστίαση
	<input type="checkbox"/> Χονδρικό και Λιανικό Εμπόριο
	<input type="checkbox"/> Πληροφορική και Επικοινωνίες
	<input type="checkbox"/> Χρηματοοικονομικές υπηρεσίες
	<input type="checkbox"/> Κτηματομεσιτικά
	<input type="checkbox"/> Επαγγελματικές υπηρεσίες
	<input type="checkbox"/> Υπηρεσίες Υγείας
	<input type="checkbox"/> Εκπαίδευση
	<input type="checkbox"/> Δημόσιες Υπηρεσίες
<input type="checkbox"/> Τέχνες και Διασκέδαση	
Συγκεκριμένος τομέας δραστηριότητας επιχείρησης	<input type="checkbox"/> Εικαστικά (ζωγραφική, φωτογραφία,)
	<input type="checkbox"/> Εκπαίδευση (ιδιωτικά σχολεία, φροντιστήρια κ.λπ.)
	<input type="checkbox"/> Γυμναστήρια, κομμωτήρια, ινστιτούτα αισθητικής
	<input type="checkbox"/> Εμπορικά μαγαζιά
	<input type="checkbox"/> Επιχειρήσεις ψυχαγωγίας & εστίασης (μπαρ, καφέ)
	<input type="checkbox"/> Υπηρεσίες υγείας, φαρμακεία
	<input type="checkbox"/> Παιδικό σταθμοί, Παιδότοποι
<input type="checkbox"/> Συνεταιρισμοί	

		<input type="checkbox"/> Τουριστικές επιχειρήσεις (ξενοδοχεία, ξενώνες, γραφείο τουρισμού)	
		<input type="checkbox"/> Βιοτεχνίες, οικοτεχνία (αργυροχοΐα, χρυσοχοΐα, υφαντουργία, ραπτική)	
		<input type="checkbox"/> Λογιστικά –φοροτεχνικό γραφείο	
		<input type="checkbox"/> Άλλο (Συμπληρώστε	
ΕΝΟΤΗΤΑ Γ: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ			
Αρχικό Κεφάλαιο για την έναρξη της Επιχείρησης			
<input type="checkbox"/> <5.000€	<input type="checkbox"/> 5.000€-10.000€	<input type="checkbox"/> 10.000-20.000€	<input type="checkbox"/> >20.000€
Πηγή αρχικού κεφαλαίου			
<input type="checkbox"/> Προσωπικές αποταμιεύσεις	<input type="checkbox"/> Οικογένεια-Φίλοι	<input type="checkbox"/> Τραπεζικός δανεισμός	<input type="checkbox"/> Άλλο
Αριθμός έμμισθου προσωπικού στην επιχείρηση			
<input type="checkbox"/> Κανένας	<input type="checkbox"/> Μέλος οικογένειας, άμισθο	<input type="checkbox"/> 1-3	<input type="checkbox"/> 4-10
			<input type="checkbox"/> 11-20
			<input type="checkbox"/> <20
Ετήσιος τζίρος της επιχείρησης			
<input type="checkbox"/> <12.000€	<input type="checkbox"/> 12.000€-18.000€	<input type="checkbox"/> 18.000€-30.000€	<input type="checkbox"/> 30.000€-60.000€
Μέσος όρος ημερήσιας εργασίας			
<input type="checkbox"/> <5 ώρες	<input type="checkbox"/> 5-8 ώρες	<input type="checkbox"/> 9-11 ώρες	<input type="checkbox"/> <12 ώρες
Αγορά αναφοράς της επιχείρησης			
<input type="checkbox"/> Τοπική	<input type="checkbox"/> Πανελλαδικά	<input type="checkbox"/> Εξωτερικό (εξαγωγές)	
(Εάν η απάντηση στην προηγούμενη ερώτηση είναι «Εξωτερικό»)			
Τι ποσοστό αποτελεί η εξαγωγική δραστηριότητα;			
<input type="checkbox"/> έως 5%	<input type="checkbox"/> 5-10%	<input type="checkbox"/> 10-25%	<input type="checkbox"/> 25%-50%
			<input type="checkbox"/> <50%

Ποιος ο λόγος άσκησης επιχειρηματικής δραστηριότητας;						
<input type="checkbox"/> Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας: Άσκηση επιχειρηματικότητας λόγω αναγνώρισης και εκμετάλλευσης κατάλληλης επενδυτικής ευκαιρίας			<input type="checkbox"/> Επιχειρηματικότητα ανάγκης Επιχειρηματικότητα ανάγκης: Άσκηση επιχειρηματικότητας για βιοποριστικούς λόγους λόγω ανυπαρξίας εναλλακτικών μορφών απασχόλησης			
Ποιοι παράγοντες συγκεκριμένα καθόρισαν την αρχική σας απόφαση να δραστηριοποιηθείτε επιχειρηματικά;						
Αδυναμία εξεύρεσης εργασίας/ ανεργία			<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι		
Επίτευξη ανεξαρτησίας			<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι		
Κοινωνική καταξίωση			<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι		
Εύρεση επιχειρηματικής ευκαιρίας			<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι		
Ανασφάλεια μισθωτής εργασίας			<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι		
Αξιοποίηση γνώσεων, εμπειρίας και δεξιοτήτων			<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι		
Αξιοποίηση ελεύθερου χρόνου			<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι		
Απόλυση			<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι		
Συνέχιση οικογενειακής επιχείρησης			<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι		
Αξιοποίηση κατάλληλου κεφαλαίου/ χώρου			<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι		
Ενδιαφέρον για το αντικείμενο			<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι		
Ενίσχυση οικογενειακού εισοδήματος			<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι		
Επιδότηση από κάποιο πρόγραμμα			<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι		
Κατάλληλες γνωριμίες/διασυνδέσεις			<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι		
Συνάφεια με το αντικείμενο σπουδών			<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι		
Άλλο (.....)			<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι		
Πόσο σημαντικά είναι τα παρακάτω χαρακτηριστικά όσον αφορά τις ιδιότητες/ικανότητες που πρέπει να διαθέτει μια γυναίκα επιχειρηματίας για να επιτύχει;						
Ανάληψη Κινδύνων	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Ανεξαρτησία	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω

Αυτοπεποίθηση	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Γνώσεις/Εκπαίδευση	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Εμπειρία	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Δημιουργικότητα- Όραμα	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Ικανότητα διάκρισης ευκαιριών	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Επαγγελματική δικτύωση	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Διοικητική ικανότητα	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Ικανότητα διαπραγμάτευσης	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Οικογενειακό περιβάλλον	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Καινοτόμα ιδέα	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Σε ποιο βαθμό αντιμετωπίσατε τους παρακάτω κινδύνους/ εμπόδια κατά την έναρξη της επιχειρηματικής σας δραστηριότητας						
Ανεπάρκεια θεσμών και φορέων στήριξης επιχειρηματικότητας	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Οικογενειακό περιβάλλον	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Γραφειοκρατία	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Έλλειψη δομών συμβουλευτικής	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Έλλειψη ενημέρωσης/ πληροφόρησης	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Έλλειψη φορέων κατάρτισης/ εξειδίκευσης	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Έλλειψη εμπειρίας	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Έλλειψη επαγγελματικής δικτύωσης	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω



Έλλειψη χρηματοδότησης/ δυσκολία ανεύρεσης	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Δυσκολία τραπεζικού δανεισμού	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Νομοθετικά εμπόδια	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Ασταθές νομικό πλαίσιο	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Σε ποιο βαθμό αντιμετωπίσατε τους παρακάτω κινδύνους/ εμπόδια κατά την άσκηση της επιχειρηματικής σας δραστηριότητας						
Ανεπάρκεια θεσμών και φορέων στήριξης επιχειρηματικότητας	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Οικογενειακό περιβάλλον	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Γραφειοκρατία	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Έλλειψη δομών συμβουλευτικής	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Έλλειψη ενημέρωσης/ πληροφόρησης	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Έλλειψη φορέων κατάρτισης/ εξειδίκευσης	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Έλλειψη εμπειρίας	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Έλλειψη επαγγελματικής δικτύωσης	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Έλλειψη χρηματοδότησης/ δυσκολία ανεύρεσης	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Δυσκολία τραπεζικού δανεισμού	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Νομοθετικά εμπόδια	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Ασταθές νομικό πλαίσιο	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Έχετε καταφύγει σε τραπεζικό δανεισμό κατά την ίδρυση η λειτουργία της επιχείρησής;						

<input type="checkbox"/> Ναι		<input type="checkbox"/> Όχι				
Εάν η απάντηση είναι ναι στην προηγούμενη ερώτηση ποιο ήταν το αποτέλεσμα του αιτήματός σας						
Εγκρίθηκε το δάνειο και έλαβα όλο το αιτούμενο ποσό	<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι				
Εγκρίθηκε μέρος του αιτούμενου ποσού	<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι				
Δεν δέχτηκα τους όρους της τράπεζας	<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι				
Η αίτηση μου απορρίφθηκε	<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι				
Θεωρείται ότι έχετε επαρκή εκπαίδευση στα παρακάτω						
Διοίκηση Επιχειρήσεων	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Marketing/Προώθηση	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Τεχνολογίες Πληροφορικής	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Άλλο (.....)	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Πόσο σημαντική είναι για το αντικείμενό σας η γνώση των παρακάτω						
Διοίκηση Επιχειρήσεων	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Marketing/Προώθηση	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Τεχνολογίες Πληροφορικής	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Άλλο (.....)	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Προγράμματα εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα						
Έχετε παρακολουθήσει προγράμματα εκπαίδευσης;	<input type="checkbox"/> Ναι		<input type="checkbox"/> Όχι			



Εάν ναι, θεωρείται ότι σας βοήθησαν;	<input type="checkbox"/> Ναι		<input type="checkbox"/> Όχι			
Σας ενδιαφέρει να παρακολουθήσετε προγράμματα εκπαίδευσης στους ακόλουθους τομείς:						
Διοίκηση Επιχειρήσεων	<input type="checkbox"/> Ναι		<input type="checkbox"/> Όχι			
Marketing/Προώθηση	<input type="checkbox"/> Ναι		<input type="checkbox"/> Όχι			
Τεχνολογίες Πληροφορικής	<input type="checkbox"/> Ναι		<input type="checkbox"/> Όχι			
Άλλο (.....)	<input type="checkbox"/> Ναι		<input type="checkbox"/> Όχι			
Ποια θεωρείται μεγαλύτερα εμπόδια για την σύγχρονη γυναίκα επιχειρηματία;						
Οικογενειακό περιβάλλον/ Οικογένεια	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Έλλειψη κεφαλαίου/ Χρηματοδότησης	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Δυσκολία τραπεζικού δανεισμού	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Έλλειψη εμπειρίας	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Έλλειψη γνώσεων διοίκησης επιχειρήσεων	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Έλλειψη γνώσεων marketing	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Έλλειψη γνώσεων Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνίας	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Έλλειψη δικτύωσης στην αγορά	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Ανυπαρξία θεσμών υποστήριξης επιχειρηματικότητας	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Φόβος ανάλυσης κινδύνων	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Γραφειοκρατία	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Ασταθές νομικό πλαίσιο	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Περιορισμένη αγορά	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω

Ανταγωνισμός	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Κρίνεται ότι αντιμετωπίσατε προκατάληψη λόγω φύλου στα κάτωθι;						
Επαγγελματικό δίκτυο	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Οικογενειακό περιβάλλον	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Κοινωνικό περιβάλλον	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Τραπεζικά ιδρύματα	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Προμηθευτές	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Αποδοχή από την αγορά	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Άλλο (σημειώστε)	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Σημειώστε αν είστε ικανοποιημένοι από την υπάρχουσα κατάσταση των παρακάτω						
Ενημέρωση και πληροφόρηση για προγράμματα που ευνοούν την γυναίκεία επιχειρηματικότητα	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Δομές συμβουλευτικής και καθοδήγησης γυναίκείας επιχειρηματικότητας	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Ανάπτυξη δικτύων γυναίκείας επιχειρηματικότητας	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Εκπαιδευτικά/επιμορφωτικά σεμινάρια στη γυναίκεία επιχειρηματικότητα	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Επιδοτήσεις ή ευνοϊκή δανειοδότηση	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Ευνοϊκές ρυθμίσεις & παροχή κινήτρων από το Κράτος για ανάπτυξη γυναίκείας επιχειρηματικότητας	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω



Μόνο για καθιερωμένη επιχειρηματικότητα (Ο όρος αυτός αφορά επιχειρήσεις οι οποίες λειτουργούν τουλάχιστον 3,5 έτη)						
Είστε ικανοποιημένοι από την μέχρι τώρα πορεία της επιχείρησής σας;						
<input type="checkbox"/> Ναι			<input type="checkbox"/> Όχι			
Ποιοι παράγοντες θεωρείται ότι μπορούν να οδηγήσουν σε διακοπή της επιχειρηματικής σας δραστηριότητας						
Οικογενειακό περιβάλλον/ Οικογενειακές ευθύνες	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Υψηλός ανταγωνισμός	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Έλλειψη χρηματοδότησης	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Έλλειψη επιχειρηματικής δικτύωσης	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Έλλειψη εκπαίδευσης στην διοίκηση και το marketing	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Έλλειψη γνώσεων και ενσωμάτωσης νέων τεχνολογιών	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Ανυπαρξία ευκαιριών στην αγορά	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Ασταθές Νομοθετικό πλαίσιο	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Πως βλέπετε την μακροχρόνια πορεία της επιχείρησής σας;						
Αισιόδοξα	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Πιθανότητα πρόσληψης έμμισθου προσωπικού στα επόμενα πέντε έτη	<input type="checkbox"/> Καμιά	<input type="checkbox"/> 1-3 άτομα	<input type="checkbox"/> 4-10	<input type="checkbox"/> 11-20	<input type="checkbox"/> <20	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ – ΤΥΠΟΣ 2 (Εν δυνάμει Γυναίκεια Επιχειρηματικότητα)

ΕΝΟΤΗΤΑ Α: ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΝ ΔΥΝΑΜΕΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ										
Επώνυμο					Όνομα:					
					Έτος Γέννησης:					
Ηλικία	15-24		25-29		29-39		40-54		55-64	65+
Εκπαιδευτικό Επίπεδο	Μεταπτυχιακή Εκπαίδευση			Πανεπιστημιακή Εκπαίδευση			Τριτοβάθμια μη πανεπιστημιακή			Μεταλυκειακή μη Τριτοβάθμια
	Ανώτερη Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση (Λύκειο/Τεχνική)			Κατώτερη Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση (Γυμνάσιο)			Δημοτική Εκπαίδευση			Καμία εκπαίδευση
Οικογενειακή κατάσταση	Άγαμη			Έγγαμη			Διαζευγμένη/Χήρα			
Αριθμός παιδιών	Κανένα			1-2			3 ή περισσότερα			
Υπηκοότητα	Ελληνίδα			Υπήκοος χώρας ΕΕ			Υπήκοος άλλης χώρας			
Τηλέφωνο:				Fax:				e-mail:		
Τομέας τρέχουσας εργασίας	(αν υπάρχει)									
Τομέας οικονομικής δραστηριότητας της εν δυνάμει επιχείρησης	<input type="checkbox"/> Αγροτική παραγωγή, δασοκομία και αλιεία									
	<input type="checkbox"/> Βιομηχανία									
	<input type="checkbox"/> Μεταποίηση									
	<input type="checkbox"/> Κατασκευές									
	<input type="checkbox"/> Φιλοξενία και Εστίαση									
	<input type="checkbox"/> Χονδρικό και Λιανικό Εμπόριο									
	<input type="checkbox"/> Πληροφορική και Επικοινωνίες									
	<input type="checkbox"/> Χρηματοοικονομικές υπηρεσίες									
	<input type="checkbox"/> Κτηματομεσιτικά									
	<input type="checkbox"/> Επαγγελματικές υπηρεσίες									
Συγκεκριμένος τομέας δραστηριότητας της εν δυνάμει επιχείρησης	<input type="checkbox"/> Δημόσιες Υπηρεσίες									
	<input type="checkbox"/> Τέχνες και Διασκέδαση									
	<input type="checkbox"/> Εικαστικά (ζωγραφική, φωτογραφία,)									
	<input type="checkbox"/> Εκπαίδευση (ιδιωτικά σχολεία, φροντιστήρια κ.λπ.)									
<input type="checkbox"/> Γυμναστήρια, κομμωτήρια, ινστιτούτα αισθητικής										

	<input type="checkbox"/> Εμπορικά μαγαζιά
	<input type="checkbox"/> Επιχειρήσεις ψυχαγωγίας & εστίασης (μπαρ, καφέ)
	<input type="checkbox"/> Υπηρεσίες υγείας, φαρμακεία
	<input type="checkbox"/> Παιδικόι σταθμοί, Παιδότοποι
	<input type="checkbox"/> Συνεταιρισμοί
	<input type="checkbox"/> Τουριστικές επιχειρήσεις (ξενοδοχεία, ξενώνες, γραφείο τουρισμού)
	<input type="checkbox"/> Βιοτεχνίες, οικοτεχνία (αργυροχοία, χρυσοχοία, υφαντουργία, ραπτική)
	<input type="checkbox"/> Λογιστικά –φοροτεχνικό γραφείο
	<input type="checkbox"/> Άλλο (Συμπληρώστε

ΕΝΟΤΗΤΑ Β: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Ποιος ο λόγος για τον οποίο σκέφτεστε να ξεκινήσετε επιχειρηματική δραστηριότητα;

<input type="checkbox"/> Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας <i>Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας: Άσκηση επιχειρηματικότητας λόγω αναγνώρισης και εκμετάλλευσης κατάλληλης επενδυτικής ευκαιρίας</i>	<input type="checkbox"/> Επιχειρηματικότητα ανάγκης <i>Επιχειρηματικότητα ανάγκης: Άσκηση επιχειρηματικότητας για βιοποριστικούς λόγους εναλλακτικών μορφών απασχόλησης</i>
--	--

Ποιοι παράγοντες συγκεκριμένα αποτελούν κίνητρο να δραστηριοποιηθείτε επιχειρηματικά;

Αδυναμία εξεύρεσης εργασίας/ ανεργία	<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι
Επίτευξη ανεξαρτησίας	<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι
Κοινωνική καταξίωση	<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι
Εύρεση επιχειρηματικής ευκαιρίας	<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι
Ανασφάλεια μισθωτής εργασίας	<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι
Αξιοποίηση γνώσεων, εμπειρίας και δεξιοτήτων	<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι
Αξιοποίηση ελεύθερου χρόνου	<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι
Απόλυση	<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι
Συνέχιση οικογενειακής επιχείρησης	<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι
Αξιοποίηση κατάλληλου κεφαλαίου/ χώρου	<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι
Ενδιαφέρον για το αντικείμενο	<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι
Ενίσχυση οικογενειακού εισοδήματος	<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι
Επιδότηση από κάποιο πρόγραμμα	<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι
Κατάλληλες γνωριμίες/διασυνδέσεις	<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι

Συνάφεια με το αντικείμενο σπουδών		<input type="checkbox"/> Ναι		<input type="checkbox"/> Όχι		
Άλλο(.....)		<input type="checkbox"/> Ναι		<input type="checkbox"/> Όχι		
Ποιο το απαιτούμενο αρχικό κεφάλαιο για την επιχείρηση;						
<input type="checkbox"/> <5.000€		<input type="checkbox"/> 5.000€-10.000€		<input type="checkbox"/> 10.000-20.000€		
<input type="checkbox"/> >20.000€						
Ποια είναι η πιθανή πηγή του αρχικού κεφαλαίου;						
<input type="checkbox"/> Προσωπικές αποταμιεύσεις		<input type="checkbox"/> Οικογένεια-Φίλοι		<input type="checkbox"/> Τραπεζικός δανεισμός		
<input type="checkbox"/> Άλλο						
Ποιος ο αριθμός έμμισθου προσωπικού στην επιχείρησή σας στα αρχικά σχέδια;						
<input type="checkbox"/> Κανένας		<input type="checkbox"/> Μέλος οικογένειας, άμισθο		<input type="checkbox"/> <20		
<input type="checkbox"/> 1-3		<input type="checkbox"/> 4-10		<input type="checkbox"/> 11-20		
Αγορά αναφοράς της επιχείρησης						
<input type="checkbox"/> Τοπική		<input type="checkbox"/> Πανελλαδικά		<input type="checkbox"/> Εξωτερικό (εξαγωγές)		
Μετά από πόσο χρονικό διάστημα σκοπεύετε να προχωρήσετε;						
<input type="checkbox"/> <1 έτους		<input type="checkbox"/> 1-2 έτη		<input type="checkbox"/> 3-5 έτη		
<input type="checkbox"/> >5 έτη						
Σε ποιο βαθμό σας εμποδίζουν τα παρακάτω στην αντίληψη επιχειρηματικού εγχειρήματος;						
Ανεπάρκεια θεσμών και φορέων στήριξης επιχειρηματικότητας	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Οικογενειακό περιβάλλον	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Γραφειοκρατία	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Έλλειψη δομών συμβουλευτικής	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Έλλειψη ενημέρωσης/πληροφόρησης	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Έλλειψη φορέων κατάρτισης/εξειδίκευσης	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω



Έλλειψη εμπειρίας	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Έλλειψη επαγγελματικής δικτύωσης	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Έλλειψη χρηματοδότησης/δυσκολία ανεύρεσης	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Δυσκολία τραπεζικού δανεισμού	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Νομοθετικά εμπόδια	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Ασταθές νομικό πλαίσιο	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Υψηλός ανταγωνισμός	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω

Θεωρείται ότι έχετε επαρκεί εκπαίδευση στα παρακάτω για την έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας;

Διοίκηση Επιχειρήσεων	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Marketing/Προώθηση	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Τεχνολογίες Πληροφορικής	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω

Πόσο σημαντική είναι για την εν δυνάμει επιχείρησή σας η γνώση των κάτωθι ;

Διοίκηση Επιχειρήσεων	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Marketing/Προώθηση	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Τεχνολογίες Πληροφορικής	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Άλλο (.....)	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω

Προγράμματα εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα

Έχετε παρακολουθήσει προγράμματα εκπαίδευσης;	<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι
Εάν ναι, θεωρείται ότι σας βοήθησαν;	<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι

Σας ενδιαφέρει να παρακολουθήσετε προγράμματα εκπαίδευσης στους ακόλουθους τομείς;



Διοίκηση Επιχειρήσεων	<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι
Marketing/Πρώθηση	<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι
Τεχνολογίες Πληροφορικής	<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι
Άλλο (.....)	<input type="checkbox"/> Ναι	<input type="checkbox"/> Όχι

Κρίνεται ότι θα αντιμετωπίσετε προκατάληψη λόγο φύλλου στα κάτωθι;

Επαγγελματικό δίκτυο	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Οικογενειακό περιβάλλον	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Κοινωνικό περιβάλλον	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Τράπεζικα ιδρύματα	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Προμηθευτές	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Αποδοχή από την αγορά	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Άλλο (.....)	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω

Πόσο σημαντικά είναι τα παρακάτω για την απόφασή σας να προχωρήσετε σε ίδρυση επιχείρησης;

Ενημέρωση και πληροφόρηση για προγράμματα που ευνοούν την γυναίκεα επιχειρηματικότητα	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Δομές συμβουλευτικής και καθοδήγησης γυναίκεας επιχειρηματικότητας	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Ανάπτυξη δικτύων γυναίκεας επιχειρηματικότητας	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω

Εκπαιδευτικά/επιμορφωτικά σεμινάρια στη γυναικεία επιχειρηματικότητα	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Επιδότησεις ή ευνοϊκή δανειοδότηση	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω
Ευνοϊκές ρυθμίσεις & παροχή κινήτρων από το Κράτος για ανάπτυξη γυναικείας επιχειρηματικότητας	<input type="checkbox"/> πάρα πολύ	<input type="checkbox"/> πολύ	<input type="checkbox"/> μέτρια	<input type="checkbox"/> λίγο	<input type="checkbox"/> καθόλου	<input type="checkbox"/> δε γνωρίζω