

ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η γυναίκα επιχειρηματίας «ευθέως»

Ομάδα έρευνας // ανά φορέα



Όλγα ΣΤΑΥΡΟΠΟΥΛΟΥ
Γενική Διευθύντρια, Μίλητος
Αναδυόμενες Τεχνολογίες &
Υπηρεσίες // Συντονίστρια
ελληνικού τμήματος
Ευρωπαϊκού Δικτύου
Μεντόρων για τη Γυναικεία
Επιχειρηματικότητα

Κυριάκος ΛΙΓΚΑΣ
Knowledge worker, Μίλητος
Αναδυόμενες Τεχνολογίες &
Υπηρεσίες



Ξένια ΚΟΥΡΤΟΓΛΟΥ
Πρόεδρος & Διευθύνουσα
Σύμβουλος FOCUS BARI A.E. //
Μέλος Ευρωπαϊκού Δικτύου
Μεντόρων για τη Γυναικεία
Επιχειρηματικότητα



Δρ. Ιωάννης ΣΑΛΑΜΟΥΡΗΣ
Επίκουρος Καθηγητής
Χρηματοοικονομικών Hellenic
American University // Πρόεδρος
Κοιν. Σ.ΕΠ knowl

Δρ. Σοφία ΠΡΩΤΟΠΑΠΑ
Διευθύντρια Εκπαίδευσης και
Μέλος ΔΣ Κοιν. Σ.ΕΠ knowl //
Υπεύθυνη Εκπαίδευσης του
ελληνικού τμήματος
Ευρωπαϊκού Δικτύου
Μεντόρων για τη Γυναικεία
Επιχειρηματικότητα

Ευχαριστούμε θερμά!

Όλες τις γυναίκες επιχειρηματίες που ανταποκρίθηκαν στην προσπάθειά μας και συμμετείχαν στην έρευνα, καθώς επίσης την **κυρία Ρόδη Κράτσα**, Ευρωβουλευτή και Αντιπρόεδρο του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου (2007-2012), το ελληνικό τμήμα του Ευρωπαϊκού Δικτύου Μεντόρων για τη Γυναικεία Επιχειρηματικότητα **Business Mentors**, τον Τομέα Ανάπτυξης Γυναικών Μάνατζερ & Επιχειρηματιών (ΤΟΓΜΕ/ΕΕΔΕ), τον Ελληνικό Σύνδεσμο Νέων Επιχειρηματιών Αθηνών-Πειραιώς και Περιχώρων (ΕΣΥΝΕ), καθώς και το **i-for-U Greek Mentoring Network** για την πολύτιμη συμβολή τους στην προώθηση του ερευνητικού ερωτηματολογίου στα δίκτυά τους και τη συμμετοχή τους στην παρουσίαση και διάδοση των αποτελεσμάτων της έρευνας με σκοπό την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα.



Με την υποστήριξη του ελληνικού τμήματος του Ευρωπαϊκού Δικτύου Μεντόρων για τη Γυναικεία Επιχειρηματικότητα // Business Mentors.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ: Η ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	3
ΠΟΙΕΣ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΓΥΝΑΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ ΠΟΥ ΣΥΜΜΕΤΕΙΧΑΝ ΣΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ.....	4
Η ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΣΥΓΚΥΡΙΑ ΠΟΥ ΠΛΑΙΣΙΩΝΕΙ ΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ.....	7
Η ΓΥΝΑΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ «ΕΥΘΕΩΣ»: ΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	8
Το «ξεκίνημα»: Μια 'επίσκεψη' στο παρελθόν.....	8
«Αυτό-εικόνα» και σχέση με το οικογενειακό, επαγγελματικό και κοινωνικό περιβάλλον.....	10
Στιγμιότυπα από την καθημερινή ζωή.....	13
«Γυναικεία επιχειρηματικότητα», «επιτυχία» και φύλο.....	14
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	19

ΕΙΣΑΓΩΓΗ: Η ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η έρευνα με τίτλο «Η γυναίκα επιχειρηματίας ευθέως» διεξήχθη το διάστημα μεταξύ 2 Νοεμβρίου 2012 και 9 Ιανουαρίου 2013 από την εταιρεία συμβούλων «Μίλητος Αναδυόμενες Τεχνολογίες & Υπηρεσίες» (www.militos.org), την εταιρεία ερευνών Focus Bari (www.focusbari.gr) (Μέλος του Συλλόγου Εταιρειών Δημοσκόπησης και Έρευνας Αγοράς, ΣΕΔΕΑ και της ESOMAR, European Society for Opinion and marketing Research), καθώς και την Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση // Κοιν. Σ.ΕΠ knowl (www.knowl.gr). Η έρευνα υποστηρίχθηκε επίσης από το ελληνικό τμήμα του Ευρωπαϊκού Δικτύου Μεντόρων για τη Γυναικεία Επιχειρηματικότητα // Business Mentors (www.businessmentors.gr).

Η εμβέλεια της έρευνας ήταν πανελλαδική και το δείγμα που συμμετείχε ανέρχεται στις 300 άτομα. Συγκεκριμένα, η έρευνα απευθυνόταν αποκλειστικά σε γυναίκες επιχειρηματίες στην Ελλάδα με σκοπό να καταγραφούν βασικές αντιλήψεις, πρακτικές και αναπαραστάσεις για την επαγγελματική και προσωπική τους ζωή ως επιχειρηματίες. Οι ερωτήσεις είχαν στόχο τόσο τη συλλογή στοιχείων που προσφέρονται για ποσοτικές αναλύσεις και απεικονίσεις του χώρου της γυναικείας επιχειρηματικότητας, όσο και την άντληση ποιοτικών στοιχείων που βοήθησαν στη συγκρότηση μιας όσο το δυνατόν πιο σαφούς εικόνας της καθημερινής επαγγελματικής, κοινωνικής και ατομικής πραγματικότητας, όπως τη βιώνουν και τη στοχάζονται οι γυναίκες επιχειρηματίες στην Ελλάδα.

Η έρευνα διεξήχθη, στη βάση ενός ειδικά διαμορφωμένου online ερωτηματολογίου 32 ερωτήσεων (βλ. συνημμένα). Οι ερωτήσεις που τέθηκαν σχεδιάστηκαν με τέτοιον τρόπο ώστε να διευκολύνουν τη συμπλήρωση (πολλαπλές επιλογές, διαβαθμισμένες αξιολογικές τοποθετήσεις, εισαγωγή βασικών δημογραφικών δεδομένων), να μην απαιτούν χρόνο, αλλά και να κρατούν σε υψηλό επίπεδο το ενδιαφέρον των συμμετεχόντων.

Παρατίθεται η βασική δομή του ερωτηματολογίου:

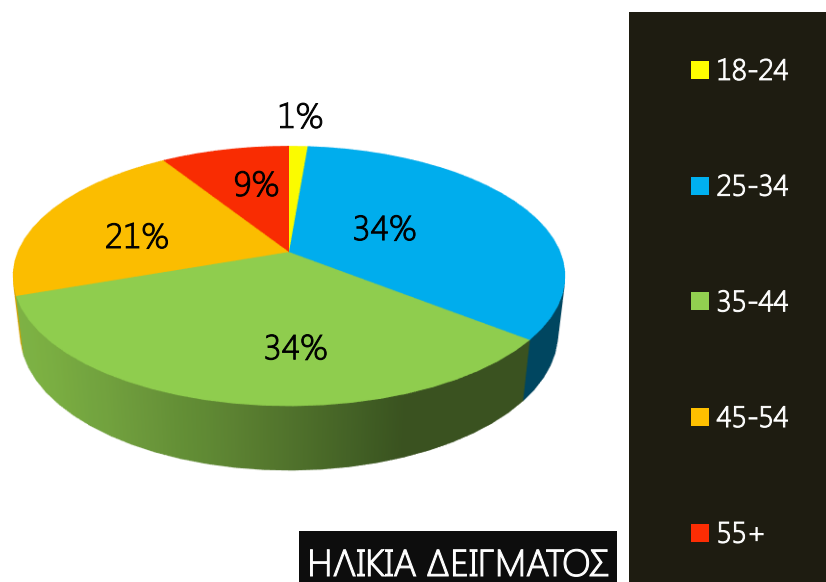
- Ομάδα ερωτήσεων που εξερευνά βασικές παραμέτρους που έπαιξαν ρόλο στην έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας.
- Ομάδα ερωτήσεων όπου αντανακλώνται η «αυτό-εικόνα» των γυναικών επιχειρηματιών και η σχέση τους με το οικογενειακό, επαγγελματικό και κοινωνικό τους περιβάλλον.
- Ομάδα ερωτήσεων όπου εκφράζονται πρακτικές, συναισθήματα, φόβοι και αντιλήψεις που συγκροτούν την καθημερινή τους ζωή.
- Ομάδα ερωτήσεων όπου ανιχνεύονται οι τρόποι με τους οποίους οι γυναίκες επιχειρηματίες συνδιαλέγονται με τον όρο «γυναικεία επιχειρηματικότητα», την έννοια της «επιτυχίας» και τις διαστάσεις του φύλου που συνδέονται με αυτά.
- Ομάδα ερωτήσεων που καταγράφει το δημογραφικό προφίλ των συμμετεχόντων (ηλικία, εκπαίδευση, έτος έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας, κλάδος και τύπος δραστηριοποίησης).

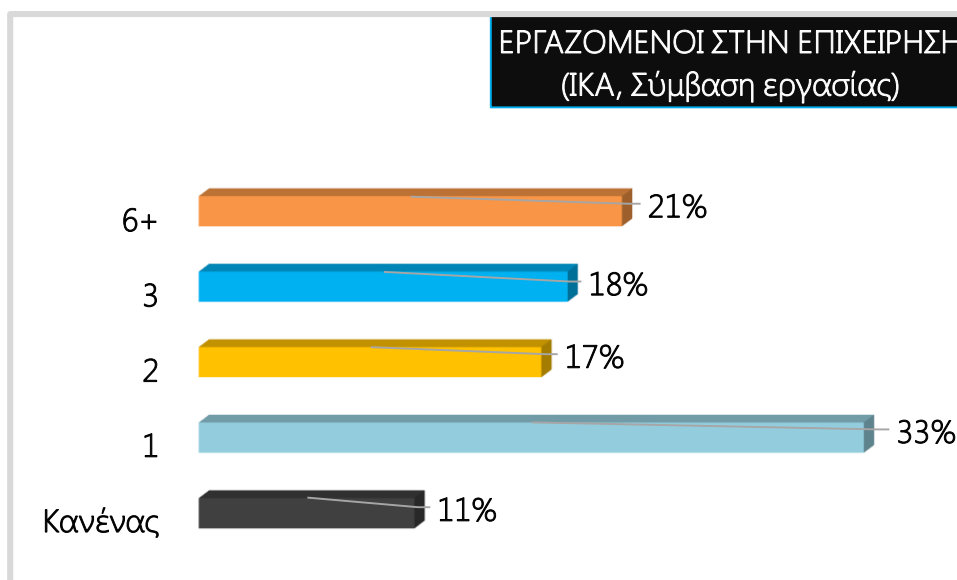
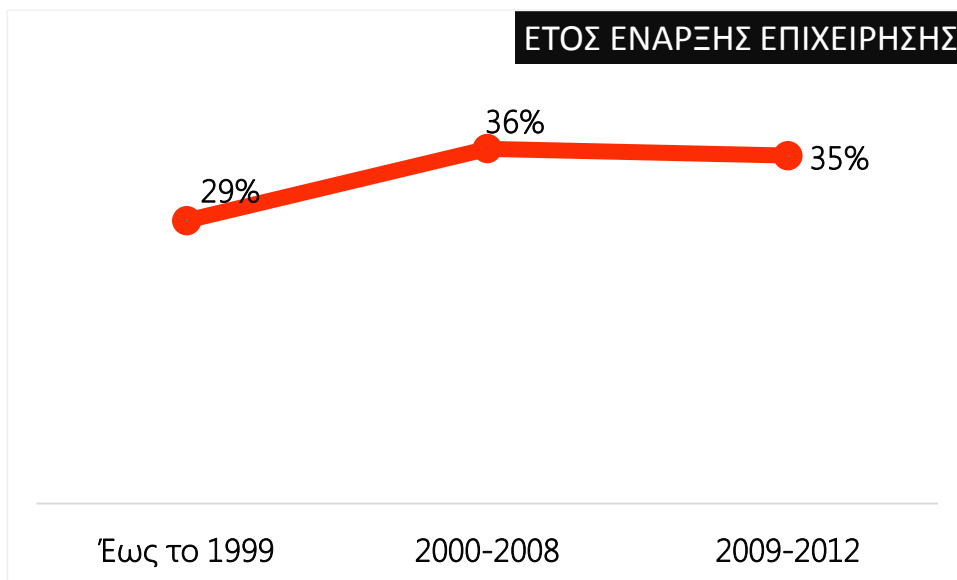
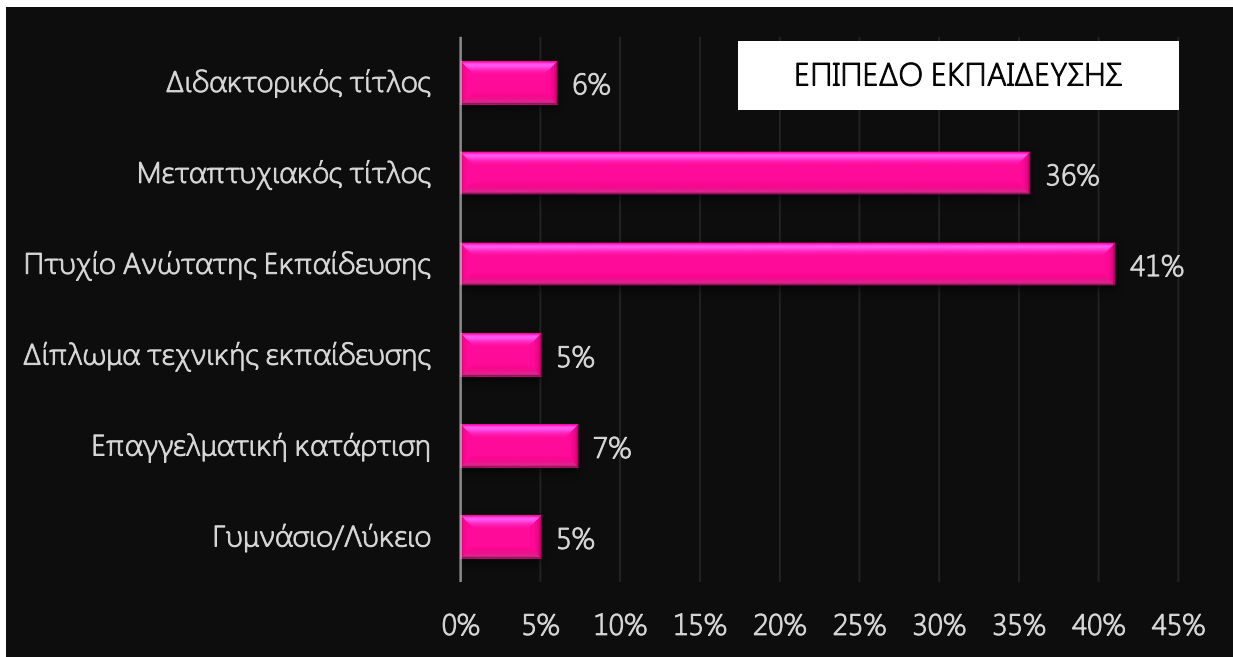
ΠΟΙΕΣ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΓΥΝΑΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ ΠΟΥ ΣΥΜΜΕΤΕΙΧΑΝ ΣΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ

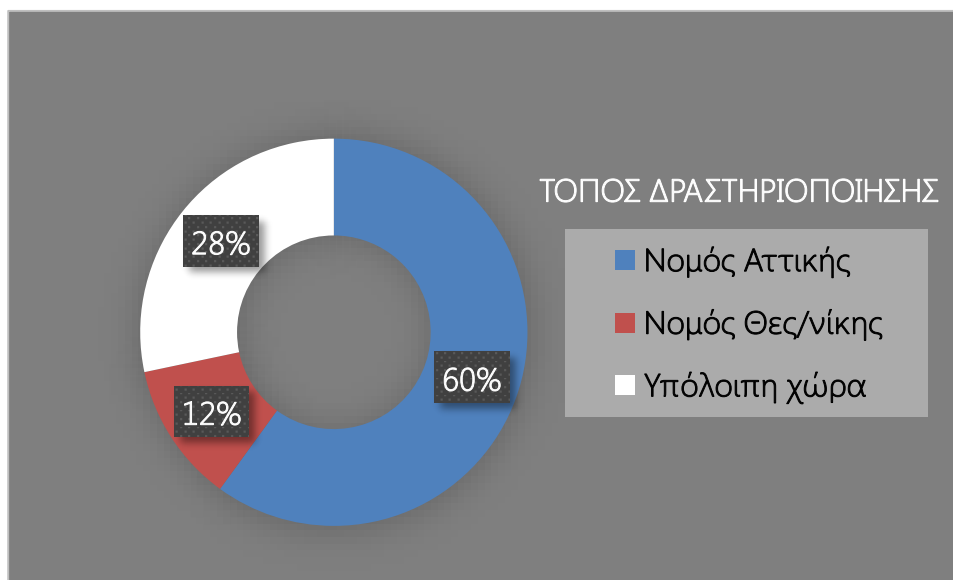
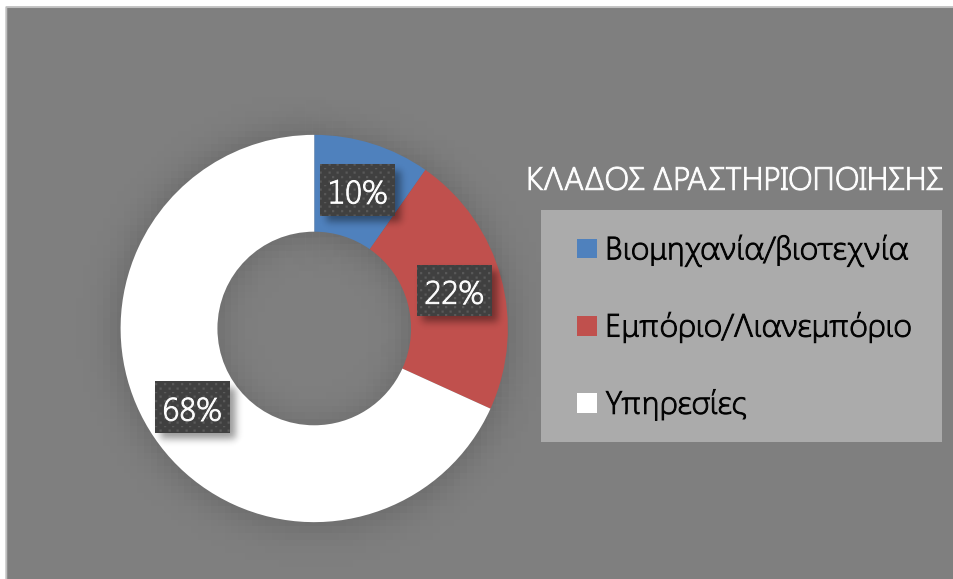
Η συμμετοχή στην έρευνα ήταν ανώνυμη. Όπως όμως ήδη σημειώθηκε, αναζητήθηκαν βασικά δημογραφικά στοιχεία για τις ίδιες και τις επιχειρήσεις τους (ηλικία, επίπεδο εκπαίδευσης, έτος έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας, αριθμός εργαζόμενων, κλάδος και τόπος δραστηριοποίησης), με στόχο την καταγραφή βασικών δεδομένων για την **σκιαγράφιση του προφίλ τους**.

Παρατηρείται ότι παρατηρείται ότι 7 στις 10 γυναίκες επιχειρηματίες που συμμετείχαν στην έρευνα έχουν ηλικία 25-44 ετών, ενώ 8 στις 10 κατέχουν τίτλους ανώτατης εκπαίδευσης. Επίσης, 7 περίπου στις 10 έχουν ξεκινήσει την επιχειρηματική τους δραστηριότητα τα τελευταία 10 με 12 χρόνια, ενώ οι μισές από αυτές άνοιξαν επιχείρηση κατά την τελευταία τριετία (2009-2012), μια περίοδο που έχει άμεσα συνδεθεί με την άνευ προηγουμένου, τουλάχιστον στη νεότερη ελληνική ιστορία, οικονομική κρίση. Περισσότερες από 3 στις 10 γυναίκες επιχειρηματίες απασχολούν 2-5 άτομα στις επιχειρήσεις τους, ενώ ο ίδιος αριθμός απασχολεί 1 μόνο άτομο. Σχετικά με τον κλάδο δραστηριοποίησης των γυναικείων επιχειρήσεων της έρευνας, 7 στις 10 επιχειρήσεις κατατάσσονται στο χώρο της παροχής υπηρεσιών. Τέλος, 7 στις 10 συμμετέχουσες γυναίκες επιχειρηματίες έχουν την έδρα τους στους νομούς Αττικής και Θεσσαλονίκης όπου άλλωστε βρίσκονται τα μεγαλύτερα αστικά κέντρα της χώρας.

Ακολουθούν σχετικά γραφήματα.







ΣΗΜΕΙΑ-ΚΛΕΙΔΙΑ ΓΙΑ ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΩΝ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ

- 25-44 ετών (παραγωγική ηλικία – επιλογές για συγκρότηση οικογένειας)
- Υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης (πανεπιστημιακή μόρφωση)
- Επιχειρηματίες για διάστημα άνω των 3 ετών (καθιερωμένη επιχειρηματικότητα)
- Απασχολούν 1-5 άτομα (πολύ μικρές επιχειρήσεις)
- Παροχή υπηρεσιών (τριτογενής τομέας)
- Νομοί Αττικής και Θεσσαλονίκης (αστικά κέντρα)

Η ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΣΥΓΚΥΡΙΑ ΠΟΥ ΠΛΑΙΣΙΩΝΕΙ ΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ

Κατά το πρόσφατο χρονικό διάστημα παρατηρείται αυξημένο ενδιαφέρον για την επιχειρηματικότητα, γεγονός που αντανακλάται στις προτεραιότητες και τις σχεδιαζόμενες πολιτικές στο χώρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αλλά και σε εθνικό, όπως και διεθνές επίπεδο. Το ενδιαφέρον αυτό παρακολουθείται στενά από αντίστοιχες πρωτοβουλίες που θέλουν να υποστηρίξουν και να αναδείξουν τη γυναικεία επιχειρηματικότητα ως μια πολλά υποσχόμενη προοπτική για την οικονομική ανάπτυξη. Σημαντικό ρόλο σε αυτές τις διεργασίες έχουν παίξει οι δομικές αλλαγές των τελευταίων ετών σε όλα σχεδόν τα επίπεδα της κοινωνικοοικονομικής ζωής, οι οποίες εντείνονται από την οικονομική κρίση, τις επιπτώσεις στην απασχολησιμότητα και την ανεργία, τις ραγδαίες εξελίξεις στο χώρο των νέων τεχνολογιών, αλλά και την άνοδο των οικονομικών δραστηριοτήτων που συνδέονται με το πεδίο της παροχής υπηρεσιών. Οι αλλαγές που παρατηρούνται θα μπορούσαν να εκληφθούν τόσο ως παράγοντες που δυσχεραίνουν την ανάπτυξη οικονομικής δραστηριότητας και ειδικότερα την επιχειρηματική πρωτοβουλία, όσο και ως παράγοντες δημιουργίας νέων ευκαιριών για **επιχειρηματική δραστηριοποίηση που θα προέρχεται από κοινωνικές ομάδες που μέχρι πρότινος θεωρούνταν ασύμβατες με την έννοια της επιχειρηματικότητας**. Προς αυτήν τη δεύτερη κατεύθυνση κινούνται πολλές σχεδιαζόμενες πολιτικές που φιλοδοξούν να καταστήσουν την επιχειρηματική δραστηριότητα προσβάσιμη σε όσο το δυνατόν μεγαλύτερο κοινωνικό εύρος¹.

Η παρούσα έρευνα λοιπόν θα πρέπει να ενταχθεί σε αυτό το κοινωνικοοικονομικό πλαίσιο όπως παρουσιάστηκε σχηματικά, ενώ ακόμη περισσότερο θα πρέπει να λάβουμε υπόψη μας τις ιδιαίτερες συνθήκες της επιχειρηματικότητας και της δυναμικής της στην ελληνική περίπτωση. **Πρόσφατες μελέτες² τοποθετούν την Ελλάδα στο υψηλότερο σημείο καθιερωμένης επιχειρηματικότητας παγκοσμίως** (δηλαδή επιχειρήσεις που διατηρούνται για διάστημα μεγαλύτερο των 3,5 ετών), ενώ την ίδια στιγμή ο δείκτης συνολικής επιχειρηματικότητας στο επίπεδο του ενεργού παραγωγικά πληθυσμού είναι κι αυτός συγκριτικά ιδιαίτερα υψηλός. Ένα ακόμη στοιχείο που έχουμε στη διάθεσή μας και θα πρέπει να συνοδεύει την ανάλυση που ακολουθεί, είναι ότι το ποσοστό των γυναικών, νέων επιχειρηματιών κατά το διάστημα 2009-2011 έχει σημειώσει μεγάλη αύξηση συγκριτικά με προηγούμενα έτη³. Η ερμηνεία που δόθηκε γι' αυτήν την εξέλιξη είναι ότι η γυναικεία επιχειρηματικότητα ενισχύεται σε αυτό το χρονικό διάστημα τόσο επειδή οι γυναίκες πλήττονται περισσότερο από την ανεργία, όσο κι επειδή αυξάνονται οι ανάγκες για τόνωση του οικογενειακού εισοδήματος σε συνδυασμό με τη μεγάλη πτώση της οικονομικής δραστηριότητας γενικότερα και την απορρύθμιση της αγοράς εργασίας λόγω της οικονομικής κρίσης.

¹ Αυτός είναι ο λόγος που συναντάμε αντίστοιχους με τη «γυναικεία επιχειρηματικότητα» όρους όπως αυτός της «νεανικής επιχειρηματικότητας»

² Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE), Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Ιανουάριος 2013, «Έκθεση για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, 2011-2012: Η εξέλιξη των δεικτών της επιχειρηματικότητας στη διάρκεια της κρίσης»

³ ο.π. Το ποσοστό των γυναικών, νέων επιχειρηματιών στο σύνολο των επιχειρηματικών εγχειρημάτων ήταν 25%, το 2005, ενώ κατά την τριετία 2009-2011 ανέρχεται στο 35%.

Η έρευνα «Η γυναίκα επιχειρηματίας ευθέως» δεν έχει ως κεντρικό στόχο την άντληση στοιχείων για την εξέλιξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην περίοδο της οικονομικής κρίσης. Τα παραπάνω δεδομένα και υποθέσεις θα πρέπει όμως να θεωρηθούν ως βασικοί παράγοντες που διαμορφώνουν τόσο τις τοποθετήσεις των γυναικών επιχειρηματιών που έλαβαν μέρος στην έρευνα, όσο και τις παραμέτρους που συγκροτούν την ανάλυση κι ερμηνεία αυτών των τοποθετήσεων και πεποιθήσεων.

Η ΓΥΝΑΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ «ΕΥΘΕΩΣ»: ΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Σε αυτήν την ενότητα παρουσιάζονται οι τοποθετήσεις των γυναικών επιχειρηματιών όπως καταγράφηκαν μέσα από τις απαντήσεις τους. Η παρουσίαση ακολουθεί τη δομή του ερωτηματολογίου⁴ και τις θεματικές ενότητες στις οποίες ανταποκρίνονται οι ερωτήσεις:

- έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας
- «αυτό-εικόνα» των γυναικών επιχειρηματιών και σχέση με το οικογενειακό, επαγγελματικό και κοινωνικό περιβάλλον
- πρακτικές, συναισθήματα, φόβοι και αντιλήψεις που συγκροτούν την καθημερινή τους ζωή
- «γυναικεία επιχειρηματικότητα» και «επιτυχία»

Το «ξεκίνημα»: Μια 'επίσκεψη' στο παρελθόν

Η απόφαση

- 8 στις 10 γυναίκες επιχειρηματίες δηλώνουν πολύ ή αρκετά ικανοποιημένες για την απόφασή τους να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση κι εάν είχαν τη δυνατότητα να επιστρέψουν στο παρελθόν θα έπαιρναν την ίδια απόφαση.
- 7 στις 10 ξεκίνησαν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα μεταξύ 18 και 34 ετών.
- 3 στις 10 δηλώνουν ότι η επιλογή τους ήταν απόλυτα συνειδητή και προετοίμασαν «οργανωμένα» τα βήματά τους, ενώ σχεδόν οι μισές (5 στις 10) αναφέρουν ότι η κίνησή τους ήταν αποτέλεσμα των συνθηκών και των ευκαιριών που παρουσιάστηκαν.

Σύζυγοι, σύντροφοι, συγγενείς και συνέταιροι

- Στις 6 από τις 10 περιπτώσεις ο σύζυγος/σύντροφος των συμμετεχόντων δραστηριοποιείται ως ελεύθερος επαγγελματίας ή επιχειρηματίας.
- 6 στις 10 γυναίκες επιχειρηματίες ξεκίνησαν τη δραστηριότητά τους μόνες.
- Η διασπορά στους τομείς ενασχόλησης των γονέων (υπάλληλοι, ελ. επαγγελματίες, επιχειρηματίες) δεν είναι ικανή για τη συγκρότηση «επιχειρηματικού προτύπου».
- Στις περιπτώσεις που υπάρχουν συνέταιροι στην επιχείρηση (4 στις 10) υπάρχει ισομερής καταμερισμός μεταξύ ανδρών και γυναικών.

⁴ Το ερωτηματολόγιο επισυνάπτεται ως παράρτημα

- Μόνο στις 4 από τις 10 περιπτώσεις οι συνέταιροι προέρχονται από το συγγενικό περιβάλλον, ενώ για τη Θεσσαλονίκη και την υπόλοιπη χώρα εκτός Αττικής ισχύει **το αντίθετο**, δηλαδή οι **συνέταιροι-συγγενείς συναντώνται στις 7 από τις 10 περιπτώσεις**.
- 8 στις 10 γυναίκες επιχειρηματίες θεωρούν τη συμβολή των συνεταίρων τους ιδιαίτερα **σημαντική και θετική**.

Διαπιστώσεις και σχόλια

Όπως διαφαίνεται στις απαντήσεις σε αυτό το σκέλος της έρευνας, οι γυναίκες επιχειρηματίες υποστηρίζουν σε ιδιαίτερα μεγάλο βαθμό την απόφασή τους να ενεργοποιηθούν επιχειρηματικά. Παρόλο που ένα σχετικά μικρό ποσοστό θεωρεί την εμπλοκή του σε επιχειρηματική δραστηριότητα ως αποτέλεσμα οργανωμένων και συνειδητών ενεργειών, η **προοπτική και οι δυνατότητες του «επιχειρείν» φαίνεται να έχουν ανταμείψει τις γυναίκες που αποφάσισαν να εμπλακούν σε αυτήν τη μορφή οικονομικής δραστηριότητας**. Οι περισσότερες αποφάσισαν να δραστηριοποιηθούν μόνες τους σε μια ιδιαίτερα παραγωγική ηλικία (18-34 ετών), ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό των συντρόφων/συζύγων στη ζωή τους δραστηριοποιείται επίσης εκτός του χώρου της εξαρτημένης, μισθωτής εργασίας.

Στις περιπτώσεις που στο ξεκίνημα της επιχειρηματικής δραστηριότητας εμπλέκονται συνέταιροι, αυτοί συναντώνται τις περισσότερες φορές εκτός συγγενικού περιβάλλοντος. Όταν όμως απομακρυνθούμε από τα δεδομένα του νομού Αττικής και κυρίως της Αθήνας που είναι το μεγαλύτερο αστικό κέντρο της χώρας, οι όροι αντιστρέφονται και οι συγγενείς-συνέταιροι αποτελούν πλέον σε μεγάλο βαθμό τον κανόνα. Εδώ προφανώς αντανακλώνται διαφορετικές μορφές οργάνωσης των οικογενειακών σχέσεων με τα οικογενειακά και συγγενικά δίκτυα να εμπλέκονται σε μεγαλύτερο βαθμό στις οικονομικές-επιχειρηματικές πρωτοβουλίες των ατόμων.

Αξίζει να σημειωθεί, ότι **το ποσοστό των γυναικών επιχειρηματιών που ξεκίνησαν μόνες είναι παρά τούτα μεγαλύτερο στη Θεσσαλονίκη και την υπόλοιπη χώρα απ' ότι στην Αττική**. Θα ανέμενε κανείς ότι ο ευρύτερος χώρος μιας πρωτεύουσας καθιστά περισσότερο αποδεκτά μοντέλα αυτόνομης επιχειρηματικής δραστηριοποίησης από τις γυναίκες που στην περίπτωση της υπόλοιπης χώρας θα προσέκρουαν πιθανώς σε ισχυρές παραδοσιακές αντιλήψεις και στερεότυπα. Το γεγονός αυτό, θα μπορούσε λοιπόν να εξηγηθεί λαμβάνοντας υπόψη ότι οι ευκαιρίες εξαρτημένης εργασίας για τις γυναίκες στην περιφέρεια είναι λιγότερες (μισθωτή εργασία σε δημόσιο ή ιδιωτικό τομέα), ενώ η έναρξη μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας έχει την ίδια στιγμή εξασφαλισμένα έως κάποιον βαθμό την υποστήριξη της τοπικής κοινωνίας, αλλά και χαμηλότερο ανταγωνισμό από αυτόν που θα συναντούσαμε σε ένα αστικό κέντρο.

Επιστρέφοντας στο θέμα της εμπλοκής συνεταίρων στο επιχειρηματικό σχήμα, βλέπουμε ότι η επιλογή τους στο χώρο της περιφέρειας γίνεται ως επί το πλείστον εντός του συγγενικού κύκλου. Από τη στιγμή που δεν διαθέτουμε στο πλαίσιο της ίδιας έρευνας περισσότερα στοιχεία (αντικείμενα γυναικείων επιχειρήσεων σε Αττική και εκτός Αττικής, πρακτικές χρηματοδότησης, καταγωγή και δεσμοί με την υπόλοιπη χώρα κλπ.) θα μπορούσαμε να υποθέσουμε ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες στην περίπτωση της «αστικής» Αττικής είναι

εκτεθειμένες σε μεγαλύτερο εύρος - τόσο ποιοτικά όσο και ποσοτικά – κοινωνικών ομάδων και ατόμων που βρίσκονται εκτός του συγγενικού κύκλου. Από την άλλη μεριά, ο τόπος κατοικίας και δραστηριότητας των γυναικών επιχειρηματιών στην υπόλοιπη χώρα συμπίπτει σε πολύ μεγαλύτερο βαθμό με αυτόν των γονέων ή/και συγγενών τους, απ' ό,τι ισχύει για την περίπτωση του λεκανοπέδιου της Αττικής, όπου συγκεντρώνεται ένα δυσανάλογα μεγάλο μέρος του πληθυσμού με γονείς και συγγενείς να ζουν πολύ συχνά σε διαφορετικό τόπο. Η απόσταση στο χώρο θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως έναν βαθμό υπεύθυνη για τη χαλάρωση καθημερινών δεσμών και αλληλεξαρτήσεων. Έναν τρίτο παράγοντα θα μπορούσαμε επίσης να εντοπίσουμε στην ικανότητα των συγγενικών δικτύων στην περιφέρεια να υποστηρίξουν πολύ πιο αποτελεσματικά τόσο την ανάπτυξη όσο και τη βιωσιμότητα μιας μικρής επιχείρησης όπως ήδη αναφέρθηκε, «διεκδικώντας» και την «κατ' όνομα» συμμετοχή στο επιχειρηματικό σχήμα.

Τέλος, θα πρέπει να επισημανθεί ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες, στην πλειονότητά τους, αξιολογούν ως σημαντική, ουσιαστική και ιδιαίτερος θετική τη συμβολή των συνεταίρων τους στην επιχειρηματική τους δραστηριότητα, απ' όπου κι αν προέρχεται.

«Αυτό-εικόνα» και σχέση με το οικογενειακό, επαγγελματικό και κοινωνικό περιβάλλον

Σε αυτήν την ενότητα οι γυναίκες επιχειρηματίες της έρευνας κλήθηκαν να τοποθετηθούν απέναντι στη συχνότητα που δέχονται επικριτικά σχόλια, παράπονα, αλλά και επιβράβευση, αναγνώριση, σεβασμό από τον άμεσο οικογενειακό και ευρύτερο κοινωνικό τους κύκλο. Στον ίδιο βαθμό καλούνται να εκφράσουν προσωπικά συναισθήματα (ενοχές, πίεση, αισθήματα επιτυχίας και ικανοποίησης) που συνδέονται με την ιδιότητά τους ως επιχειρηματίες. Στην ερώτηση λοιπόν «Πόσο συχνά σας συμβαίνει να...» οι γυναίκες επιχειρηματίες αποκρίθηκαν ως εξής:

«Πόσο συχνά σας συμβαίνει να...»	ΠΟΛΥ / ΑΡΚΕΤΑ ΣΥΧΝΑ	ΠΟΤΕ - ΠΟΤΕ	ΣΠΑΝΙΑ / ΠΟΤΕ
Αισθάνεστε ότι αποκτάτε νέα δύναμη από την επιχειρηματική σας δραστηριότητα	74,7%	18,7%	6,7%
Αισθάνεστε επιτυχημένη που είστε επιχειρηματίας	67,7%	24,0%	8,3%
Μιλούν για σας επαινετικά επειδή είστε επιχειρηματίας	62,7%	26,7%	10,7%
Σας δείχνουν σεβασμό επειδή είστε επιχειρηματίας	60,7%	25%	14,3%
Σας ευχαριστούν και να σας επιβραβεύουν οικογένεια και φίλοι για την επιχειρηματική σας δραστηριότητα	60,3%	27,0%	12,7%
Πρέπει να αποδεικνύετε την αξία σας καθημερινά επειδή είστε γυναίκα επιχειρηματίας	54,7%	20,7%	24,7%
Αισθάνεστε ενοχές επειδή δεν αφιερώνετε αρκετό χρόνο στην οικογένειά σας	35,7%	27,3%	37,0%

«Πόσο συχνά σας συμβαίνει να...»	ΠΟΛΥ / ΑΡΚΕΤΑ ΣΥΧΝΑ	ΠΟΤΕ - ΠΟΤΕ	ΣΠΑΝΙΑ / ΠΟΤΕ
Αισθάνεστε «πίεση» επειδή δεν μπορείτε να συμμετέχετε σε οικογενειακές/ κοινωνικές εκδηλώσεις λόγω της δουλειάς σας	28,7%	32,0%	39,3%
Επικρίνεστε από φίλους ή συγγενείς ότι δεν συμμετέχετε αρκετά στα «κοινωνικά» δρώμενα	21,3%	27,3%	51,3%
Παραπονιούνται τα παιδιά σας ότι δεν τους αφιερώνετε αρκετό χρόνο λόγω της επιχείρησής σας	18,8%	24%	43,7%
Δέχεστε αντιρρήσεις από τον σύντροφό σας σχετικά με την επιχείρησή σας	10%	27,3%	62,7%

Διαπιστώσεις και σχόλια

Οι συμμετέχουσες γυναίκες επιχειρηματίες εκτέθηκαν σε ένα μίγμα ερωτημάτων, όπου η εναλλαγή θετικά και αρνητικά φορτισμένων εννοιών, συναισθημάτων και δηλώσεων τις προτρέπει να σκιαγραφήσουν την εικόνα που έχουν οι ίδιες για τον εαυτό τους, ενώ την ίδια στιγμή τις προκαλεί να θέσουν σε δοκιμασία αυτήν την εικόνα ως αποδέκτες θετικών ή αρνητικών μηνυμάτων που προέρχονται από τον οικογενειακό, φιλικό και κοινωνικό τους κύκλο.

Ξεκινώντας από το συναίσθημα της επιτυχίας, διαπιστώνουμε ότι **7 στις 10 γυναίκες επιχειρηματίες αισθάνονται πολύ ή αρκετά συχνά επιτυχημένες ως τέτοιες**. Στον ίδιο και λίγο μεγαλύτερο βαθμό νιώθουν το ίδιο συχνά, ότι η επιχειρηματική τους δραστηριότητα αποτελεί πηγή άντλησης δύναμης. 6 στις 10 επανεπιβεβαιώνονται για την επιλογή τους μέσα από τη συχνή επιβράβευση που δέχονται από οικογένεια και φίλους. Τα επαινετικά σχόλια από τον κοινωνικό τους κύκλο είναι επίσης πολύ συχνά (6/10) ενώ αξίζει να σημειώσουμε ότι το υψηλό ποσοστό σε αυτήν την κατηγορία συγκροτείται αναλογικά με την άνοδο της ηλικίας, όπου οι θετικές απαντήσεις για τη συχνότητα των επαινετικών σχολίων για την ιδιότητα της γυναίκας επιχειρηματία είναι περισσότερες για την ηλικιακή ομάδα 44+.

Στην κατηγορία του σεβασμού, όπως αυτός εκφράζεται από τον κοινωνικό περίγυρο, περισσότερες από τις μισές γυναίκες επιχειρηματίες δηλώνουν ότι γίνονται πολύ/αρκετά συχνά αποδέκτες αντίστοιχων σχολίων. Το υψηλό ποσοστό οφείλεται στις απαντήσεις της ηλικιακής ομάδας 44+, ενώ είναι άξιο προσοχής ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες που δραστηριοποιούνται εκτός του νομού Αττικής δηλώνουν ότι απολαμβάνουν συχνότερα την έκφραση σεβασμού από τον περίγυρό τους. Μια σημαντική παράμετρος για μελλοντικές αναζητήσεις θα ήταν η προσπάθεια εντοπισμού του φύλου αυτού του εκφρασμένου σεβασμού για να διαπιστώσουμε υπό ποιες συνθήκες συγκροτείται και ποια είναι η συμμετοχή ανδρών και γυναικών στην συγκεκριμένη κατηγορία.

Καθώς μεταβαίνουμε στο χώρο των μηνυμάτων που λαμβάνουν οι γυναίκες επιχειρηματίες από τον οικογενειακό και κοινωνικό τους κύκλο, τα οποία με τον έναν ή τον άλλο τρόπο εκφράζουν σε διαφορετικούς βαθμούς δυσαρέσκεια διαπιστώνουμε τα εξής:

6 περίπου στις 10 γυναίκες επιχειρηματίες δηλώνουν ότι σπάνια ή ποτέ δεν γίνονται αποδέκτες αντιρρήσεων από τους συζύγους τους, ενώ μόλις 2 στις 10 δηλώνουν ότι δέχονται πολύ/αρκετά συχνά παράπονα από τα παιδιά τους για την έλλειψη χρόνου ενασχόλησης μαζί τους εξαιτίας ακριβώς των απαιτήσεων της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας. Σε συνδυασμό με αυτές τις διαπιστώσεις θα πρέπει να μας προβληματίσει το γεγονός ότι σχεδόν 4 στις 10 γυναίκες επιχειρηματίες δηλώνουν ότι πολύ ή αρκετά συχνά νιώθουν ενοχές επειδή δεν αφιερώνουν αρκετό χρόνο στην οικογένειά τους. Το ποσοστό δεν συγκροτεί βεβαίως πλειοψηφία κι ούτε μεταφέρει ένα ξεκάθαρο μήνυμα. Εάν όμως λάβουμε υπόψη μας ότι η συχνότητα έκφρασης αντιρρήσεων από τον σύζυγο και παραπόνων από τα παιδιά είναι σχετικά χαμηλή (10% και 18% αντίστοιχα στην κατηγορία πολύ/αρκετά συχνά), τότε δεν τεκμηριώνεται επαρκώς η συχνότητα εμφάνισης αισθημάτων ενοχής εκ μέρους των γυναικών επιχειρηματιών όπως διαμορφώνεται (σχεδόν 4 στις 10 γυναίκες επιχειρηματίες αισθάνονται πολύ ή αρκετά συχνά ενοχές για το λίγο χρόνο που αφιερώνουν στην οικογένεια). Πέραν τούτου, το ποσοστό αυτό πιθανώς θα ενισχυόταν εάν δεν υπήρχε στον αντίποδα («νιώθω σπάνια ή ποτέ ενοχές») ένα αντίστοιχο ποσοστό γυναικών (σχεδόν 4 στις 10 και πάλι) που ανήκει όμως στην ηλικιακή κατηγορία 18-34 ετών σε αντίθεση με αυτό της κατηγορίας «νιώθω πολύ/αρκετά συχνά ενοχές» που ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 35-44 ετών. Δεδομένου του γεγονότος ότι οι γυναίκες στην Ελλάδα τείνουν να παντρεύονται και κυρίως να αποκτούν παιδιά σε ολοένα και μεγαλύτερη ηλικία, η ηλικιακή ομάδα 18-34 μπορεί μόνον οριακά να συνυπολογιστεί στους αποδέκτες παραπόνων από τα παιδιά ως μέλη της οικογένειας τα οποία βρίσκονται ηλικιακά σε θέση να εκφράσουν αντίστοιχα παράπονα και δυσαρέσκεια.

Στη βάση των παραπάνω δεδομένων θα μπορούσαμε κατ' επέκταση να υποθέσουμε ότι η ύπαρξη ή απουσία παραπόνων εκ μέρους των παιδιών περισσότερο, παρά των συζύγων ως μέλη της οικογένειας είναι η αιτία για τη συχνότητα εμφάνισης ενοχών εκ μέρους των γυναικών επιχειρηματιών. Με άλλους όρους, οι φερόμενες ως «υποχρεώσεις της μητρότητας» παρά της «συντροφικότητας» και το αίσθημα ανεπάρκειας στην εκπλήρωσή τους συγκροτούν το πλέγμα των ενοχών που πέρα από αυτό εμφανίζονται δυσανάλογα συχνά σε σχέση με την εκφρασμένη δυσαρέσκεια. Οι μητέρες επιχειρηματίες νιώθουν ενοχές για το χρόνο που καταφέρνουν να αφιερώσουν στην οικογένειά τους, σε μεγαλύτερη συχνότητα από αυτήν που τους «επιτρέπει» η εκφρασμένη δυσαρέσκεια των υπόλοιπων μελών της οικογένειας. Οι βαθύτεροι λόγοι γι' αυτό δεν είναι ούτε εύκολα ανιχνεύσιμοι, ούτε μετρήσιμοι. Εδώ λοιπόν έχουμε μια εκφρασμένη ανάγκη για ουσιαστική υποστήριξη των γυναικών και ειδικότερα μητέρων επιχειρηματιών στο πεδίο του συνδυασμού της ανατροφής των παιδιών με την ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας και τις απαιτήσεις της. Δεν θα πρέπει λοιπόν να αναζητούμε τους τρόπους εκείνους που απλώς θα απαλλάξουν τρόπον τινά τις γυναίκες από τις ενοχές τους, ούτε να θεωρήσουμε τις γυναίκες επιχειρηματίες αβίαστα «άξιες της μοίρας τους» και των επιλογών τους, γιατί είναι εξίσου πιθανόν να λαμβάναμε τα ίδια αποτελέσματα αν απευθυνόμασταν σε γυναίκες με εξαρτημένη σχέση εργασίας και ειδικότερα στον ιδιωτικό τομέα. Αυτό που μάλλον θα πρέπει να αποτελεί στόχο είναι η αναζήτηση του μοντέλου εκείνου που θα καταστήσει περισσότερο συμβατές τις έννοιες του οικονομικού, επιχειρηματικού, ατομικού και οικογενειακού βίου. Αυτό θα γίνει μόνο αν επαναπροσδιορίσουμε όρους και προτεραιότητες που θα

συνοδεύονται από αντίστοιχες πολιτικές και υποστηρικτικές δομές, οι οποίες θα προσαρμόζονται σε μεγάλο εύρος αναγκών, αλλά και δυνατοτήτων.

Υπό το ίδιο περίπου πρίσμα και στη βάση παρόμοιων υποθέσεων και συμπερασμάτων θα μπορούσαμε να σχολιάσουμε το γεγονός ότι 6 περίπου στις 10 γυναίκες επιχειρηματίες νιώθουν την ανάγκη να επιβεβαιώνουν την αξία τους ως τέτοιες σε καθημερινή βάση. Το ποσοστό αυτό φαίνεται να μειώνεται με την άνοδο της ηλικίας όπου η χρονική διάρκεια της επιχειρηματικής δραστηριότητας κάνει την αξία του ατόμου που επιχειρεί αυταπόδεικτη. Ο δρόμος μέχρι εκεί είναι όμως μακρύς και περνά μέσα από την αντιμετώπιση ενοχών στον οικιακό χώρο και τη διαρκή ανάγκη επιβεβαίωσης της αξίας στον επαγγελματικό.

Στιγμιότυπα από την καθημερινή ζωή

Σε αυτό το σημείο ζητήσαμε από τις γυναίκες επιχειρηματίες που έλαβαν μέρος στην έρευνα να μας δώσουν πληροφορίες για τον τρόπο που διαχειρίζονται -σε καθημερινή βάση- το χρόνο τους -επαγγελματικό και προσωπικό- αλλά και να μοιραστούν μαζί μας προσωπικά συναισθήματα και ανησυχίες που τις συνοδεύουν σε καθημερινή σχεδόν βάση και συνδέονται με την επιχειρηματική και προσωπική ζωή τους:

Χρόνος εργασίας 5 στις 10 γυναίκες επιχειρηματίες δηλώνουν ότι εργάζονται καθημερινά 8 έως 11 ώρες. Οι υπόλοιπες ως επί το πλείστον δηλώνουν ότι λειτουργούν πέρα από σαφή και καθορισμένα χρονικά όρια εργασίας. Αυτό επιβεβαιώνεται από το γεγονός ότι 7 στις 10 δηλώνουν ότι συμβαίνει πολύ ή αρκετά συχνά να δουλεύουν Σαββατοκύριακα και βράδια.

Προσωπικός χρόνος Ο προσωπικός χρόνος που έχουν οι γυναίκες επιχειρηματίες στη διάθεσή τους καθημερινά κυμαίνεται μεταξύ 2-3 ωρών για 5 περίπου στις 10 από αυτές. 3 στις 10 δηλώνουν ότι δεν έχουν καθόλου ή ελάχιστο (1 ώρα) προσωπικό χρόνο στην διάθεσή τους. Ο χρόνος που αφιερώνουν σε δραστηριότητες που τις ευχαριστούν προσωπικά και μόνο σε εβδομαδιαία βάση είναι 5 ώρες σύμφωνα με τις δηλώσεις του 50% των γυναικών επιχειρηματιών. Οι υπόλοιπες απαντούν ως επί το πλείστον ότι αφιερώνουν περίπου 6-10 ώρες εβδομαδιαίως σε αντίστοιχες δραστηριότητες.

Ύπνος και ξεκούραση Λίγο περισσότερες από τις μισές γυναίκες δηλώνουν ότι κοιμούνται περίπου όσα θα ήθελαν, ενώ οι υπόλοιπες δηλώνουν αντίστοιχα ότι κοιμούνται λιγότερες ώρες απ' όσο θα επιθυμούσαν. Επιπλέον, 7 στις 10 δηλώνουν ότι η επιχείρησή τους τις 'απασχολεί' πολύ συχνά ακόμη και στον ύπνο τους, όσος κι αν είναι αυτός.

Άγχος, ανησυχίες και σκέψεις απόσυρσης από την επιχειρηματική ζωή

Όλες σχεδόν οι γυναίκες επιχειρηματίες που έλαβαν μέρος στην έρευνα δηλώνουν ότι αισθάνονται πολύ συχνά άγχος που σχετίζεται άμεσα με την οικονομική κατάσταση στην Ελλάδα. Το υψηλό αυτό ποσοστό είναι μάλλον αναμενόμενο. Στη βάση αυτού του δεδομένου πιθανότατα, 6 στις 10 δηλώνουν ότι έχουν σκεφθεί να στραφούν στην εξαρτημένη εργασία. Οι μισές από αυτές έχουν απορρίψει την ιδέα, ενώ οι υπόλοιπες δηλώνουν ότι κάποιες φορές το σκέφτονται σοβαρά. 3 στις 10 τέλος, δηλώνουν ότι δεν σκέφτονται αυτήν την προοπτική.

Εμφάνιση 5 στις 10 γυναίκες επιχειρηματίες δηλώνουν ότι ασχολούνται αρκετά έως πολύ με την εμφάνισή τους, ενώ η πλειοψηφία (7 στις 10) υποστηρίζει ότι η ενασχόληση με την εμφάνιση θα ήταν ούτως ή άλλως στο ίδιο επίπεδο, ανεξάρτητα από την ιδιότητά τους ως επιχειρηματίες.

Διαπιστώσεις και σχόλια

Το αίσθημα του άγχους είναι αυτό που κυριαρχεί στην καθημερινότητα των γυναικών επιχειρηματιών. Το γεγονός ότι πάνω από τις μισές γυναίκες επιχειρηματίες έχουν σκεφθεί να εγκαταλείψουν και να στραφούν στην εξαρτημένη εργασία συνδέεται πιθανότατα με αυτό, καθώς το άγχος λειτουργεί σίγουρα αρνητικά και ανασταλτικά τόσο στην ποιότητα του χρόνου εργασίας – ο οποίος είναι αρκετός - όσο και στην ποιότητα του προσωπικού χρόνου, ο οποίος αντιθέτως είναι μάλλον λιγιστός. Δεν γνωρίζουμε τους λόγους για τους οποίους 6 στις 10 γυναίκες επιχειρηματίες έχουν σκεφθεί να εγκαταλείψουν την επιχειρηματικότητα (οικονομική συγκυρία και δυσπραγία, άγχος, πολλές ώρες εργασίας κλπ.), αλλά σύμφωνα με τα δεδομένα που έχουμε στα χέρια μας (π.χ. διατήρηση επιχειρήσεων για περισσότερα από 3 χρόνια, πλήρης υποστήριξης της απόφασης για ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας και υψηλός βαθμός ικανοποίησης) φαίνεται ότι η μεταστροφή αυτή έχει μικρές πιθανότητες πραγματοποίησης.

Η σθεναρή υποστήριξη της απόφασής τους να γίνουν, αλλά και να παραμείνουν επιχειρηματίες, όσο και η ικανοποίηση που αντλούν από τον επιχειρηματικό τους βίο όπως αποτυπώθηκαν στην πρώτη ενότητα του ερωτηματολογίου, μαζί με την υψηλή συχνότητα που οι γυναίκες επιχειρηματίες γίνονται αποδέκτες σεβασμού και επαινετικών σχολίων όπως διαπιστώθηκε στην προηγούμενη ενότητα, φαίνεται να είναι ισχυρά κίνητρα που υπερσκελίζουν ως ένα βαθμό προσωπικές επιθυμίες και ανάγκες εκτός της επαγγελματικής ζωής, αλλά και εργαλεία στη διάθεσή τους για να ανταπεξέλθουν σε δυσκολίες στο προσωπικό, οικογενειακό και επαγγελματικό επίπεδο σε καθημερινή βάση.

«Γυναικεία επιχειρηματικότητα», «επιτυχία» και φύλο

Έχοντας περάσει από τη διαδικασία σκιαγράφησης των βασικών παραμέτρων της ζωής τους ως επιχειρηματίες, αλλά και αυτήν της κατάθεσης συναισθημάτων, προβληματισμών και ανησυχιών, οι γυναίκες επιχειρηματίες καλούνται εδώ να λογαριασθούν με έννοιες και νοοτροπίες που περιβάλλουν τη «γυναικεία επιχειρηματικότητα» στην ελληνική πραγματικότητα σε σχέση με τους τρόπους που εκλαμβάνονται και προσεγγίζονται στο επίσημο, θεσμικό, αλλά και στο ανεπίσημο επίπεδο. Ο ρόλος του φύλου είναι εδώ κεντρικός.

Στην πρώτη ερώτηση αυτής της ενότητας σχετικά με το πώς αισθάνονται οι γυναίκες επιχειρηματίες στο άκουσμα του όρου «γυναικεία επιχειρηματικότητα», οι απαντήσεις μοιράζονται ισομερώς ανάμεσα στις δηλώσεις «Αισθάνομαι υπερήφανη» και «Αισθάνομαι ουδέτερα». Στον ίδιο βαθμό 5 στις 10 γυναίκες επιχειρηματίες θεωρούν την ίδια έννοια παρωχημένη, υποστηρίζοντας ότι η επιχειρηματικότητα δεν έχει φύλο, ενώ οι υπόλοιπες θεωρούν την ύπαρξή της και τη χρήση της απαραίτητη και σημαντική για τις γυναίκες επιχειρηματίες. Στη δεύτερη περίπτωση το ποσοστό αποδοχής του όρου συγκροτείται σε μεγάλο βαθμό από την υποστήριξη του από τις γυναίκες επιχειρηματίες εκτός νομού Αττικής.

Στη συνέχεια οι γυναίκες επιχειρηματίες κλήθηκαν να συμφωνήσουν ή να διαφωνήσουν με μια σειρά υποθέσεων που αντλούν από την ελληνική πραγματικότητα και τους τρόπους που προσεγγίζονται τόσο η έννοια της «γυναικείας επιχειρηματικότητας» όσο και οι ίδιες οι «γυναίκες επιχειρηματίες». Οι τοποθετήσεις των συμμετεχόντων έχουν ως εξής:

	ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ/ΑΡΚΕΤΑ	ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ/ΑΡΚΕΤΑ
Υπάρχει έλλειψη πολιτικής για την υποστήριξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα	89%	11%
Οι Ελληνίδες γυναίκες έχουν μεγάλες δυνατότητες να γίνουν επιτυχημένες επιχειρηματίες αλλά δεν το επιλέγουν οι ίδιες γιατί φοβούνται/δεν τολμούν	88,3%	11,7%
Η παρούσα οικονομική κρίση θα αναδείξει περισσότερες γυναίκες επιχειρηματίες	69,7%	32,3%
Δεν υπάρχει υποστήριξη προς τις γυναίκες επιχειρηματίες από την ίδια την ελληνική κοινωνία	69,3%	30,7%
Η προκατάληψη προς τις γυναίκες επιχειρηματίες από τον επιχειρηματικό κόσμο τείνει να εκλείψει	67,7%	32,3%
Οι εργαζόμενοι σε επιχειρήσεις που ανήκουν σε γυναίκες νοιώθουν περισσότερη ασφάλεια	57,7%	42,3%
Οι γυναίκες επιχειρηματίες δυσκολεύονται στην πρόσβαση χρηματοδότησης περισσότερο από τους άντρες	56,3%	43,7%
Οι γυναίκες επιχειρηματίες μπορούν να κατακτήσουν περισσότερες επιτυχίες ακριβώς επειδή είναι γυναίκες	54,7%	45,3%

Διαπιστώσεις και σχόλια

Η έννοια της «γυναικείας επιχειρηματικότητας» χρησιμοποιείται κατά το πρόσφατο διάστημα ευρέως και διαπερνά τόσο τον επίσημο λόγο, όσο και αυτόν της καθημερινής ζωής. Οι γυναίκες επιχειρηματίες δηλώνουν στο ίδιο ακριβώς ποσοστό (50/50) υπερήφανες, αλλά και ουδέτερες απέναντι στο άκουσμα του όρου. Αξίζει να σημειώσουμε ότι οι μισές από αυτές θεωρούν τον όρο παρωχημένο, υποστηρίζοντας ότι η επιχειρηματικότητα δεν έχει φύλο. Το υπόλοιπο 50% που θεωρεί τον όρο αναγκαίο και χρήσιμο προέρχεται σε πολύ

μεγάλο βαθμό από την περιφέρεια. Το δεδομένο αυτό μας οδηγεί στην υπόθεση ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες που δραστηριοποιούνται στην περιφέρεια έχουν σε μεγαλύτερο βαθμό την ανάγκη ενός κατά φύλο διαχωρισμό της επιχειρηματικότητας, που πιθανότατα οφείλεται στην επιθυμία τους να αποτελέσουν μια διακριτή κοινωνική και οικονομική ομάδα *απέναντι* σε περισσότερο παραδοσιακές, πατριαρχικές και ανδροκρατούμενες κοινωνίες. Σε ένα μητροπολιτικό χώρο αντιθέτως, παρόμοιες ίσως σχέσεις εξουσίας και δυναμικές συναντώνται σε μικρότερο βαθμό, αλλά και όταν συναντώνται, οι διαθέσιμες πρακτικές του αστικού τρόπου ζωής (π.χ. αυτονόμηση, ευρύ φάσμα επαγγελματικών επιλογών, διαφορετικό πλαίσιο επιλογής συντρόφου και οικογενειακής στρατηγικής, δυνατότητα δημιουργίας περισσότερων κοινωνικών δικτύων εκτός του συγγενικού κύκλου) βοηθούν στην ευκολότερη υπέρβασή τους.

Σχετικά με τους τρόπους με τους οποίους το κοινωνικό και οικονομικό περιβάλλον στην Ελλάδα υποστηρίζει ή υψώνει εμπόδια στη γυναικεία επιχειρηματικότητα, διαπιστώνουμε ότι η **έλλειψη κατάλληλων πολιτικών από την πολιτεία, αλλά και υποστήριξης από την ελληνική κοινωνία, θεωρούνται οι ισχυρότεροι ανασταλτικοί παράγοντες**. Η πρόσβαση στην χρηματοδότηση ακολουθεί ως υπαρκτό εμπόδιο που συναντά όμως σε μεγαλύτερο βαθμό η ηλικιακή ομάδα 45+ ετών.

Θετικό είναι από την άλλη μεριά ότι **7 περίπου στις 10 γυναίκες επιχειρηματίες θεωρούν ότι η προκατάληψη προς τις γυναίκες επιχειρηματίες από τον επιχειρηματικό κόσμο αυτήν την φορά τείνει να εκλείψει**. Το κοινωνικό σώμα όμως όπως είδαμε αμέσως πιο πάνω δεν ακολουθεί με τον ίδιο ρυθμό. Στη συλλογική συνείδηση της ελληνικής κοινωνίας η επιχειρηματικότητα φαίνεται να νοείται ως μια «ανδρική υπόθεση».

Το ίδιο και ακόμη περισσότερο θετικό είναι το μήνυμα των γυναικών επιχειρηματιών που στηρίζεται στην πεποίθησή τους ότι η παρούσα οικονομική κρίση θα αναδείξει περισσότερες γυναίκες επιχειρηματίες. Αυτό έχει ήδη αρχίσει να διαφαίνεται όπως ήδη αναφέραμε στο εισαγωγικό μέρος της μελέτης και η τάση αυτή ίσως ενισχύεται από το γεγονός ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες – ιδιαίτερα αυτές που έχουν διανύσει αρκετό δρόμο και ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα 45+ ετών - **πιστεύουν ότι οι εργαζόμενοι σε επιχειρήσεις των οποίων ηγούνται γυναίκες νιώθουν μεγαλύτερη ασφάλεια**.

Εκεί που τέλος στρέφεται η προσοχή μας είναι ότι η πλειοψηφία των γυναικών επιχειρηματιών υποστηρίζει ότι παρόλο το μεγάλο απόθεμα επιχειρηματικών δυνατοτήτων που διαθέτουν οι γυναίκες και την ικανότητά τους να «βλέπουν» ευκαιρίες στο πλαίσιο της οικονομικής κρίσης, φοβούνται και δεν τολμούν να διεκδικήσουν την επιχειρηματική επιτυχία.

Ιδιαίτερα διαφωτιστικές σε αυτό το σημείο της ανάλυσης αλλά και του ερωτηματολογίου είναι οι τοποθετήσεις των γυναικών επιχειρηματιών σχετικά με:

- Τα χαρακτηριστικά που θεωρούν απαραίτητα για να γίνει μια γυναίκα επιχειρηματίας επιτυχημένη.
- Τα χαρακτηριστικά που θεωρούν ότι οι άντρες και οι γυναίκες αντίστοιχα υπερτερούν ή δεν υπάρχει ουσιαστική διαφορά.

Αυτά αποτυπώνονται κατά σειρά αξιολόγησης στον παρακάτω πίνακα:

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΑ ΓΙΑ ΝΑ ΓΙΝΕΙ ΜΙΑ ΓΥΝΑΙΚΑ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ	ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΣΤΑ ΟΠΟΙΑ ΥΠΕΡΤΕΡΟΥΝ ΟΙ ΓΥΝΑΙΚΕΣ
Αποφασιστικότητα	Ικανότητα επικοινωνίας (13)
Όραμα	Υπομονή (15)
Μόρφωση/κατάρτιση	Διαχείριση σχέσεων (16)
Ηγετικά προσόντα	Υπευθυνότητα (7)
Επιμονή	
Τόλμη	
Υπευθυνότητα	
Στρατηγική σκέψη	
Προσήλωση στον στόχο	
Χρήματα	
Διορατικότητα	
Ανάληψη ρίσκου	
Ικανότητα επικοινωνίας	
Ανήσυχο πνεύμα	
Υπομονή	
Διαχείριση σχέσεων	
Διαχείριση κρίσεων	
Βοήθεια από τρίτους	

Διαπιστώσεις και σχόλια

Τα πέντε πρώτα χαρακτηριστικά που οι γυναίκες επιχειρηματίες θεωρούν απαραίτητα συστατικά για την επιτυχία είναι κατά σειρά αξιολόγησης **η αποφασιστικότητα, το όραμα, η μόρφωση/κατάρτιση, τα ηγετικά προσόντα και η επιμονή**. Στο σύνολο των πέντε αυτών χαρακτηριστικών οι γυναίκες επιχειρηματίες υποστηρίζουν ότι δεν υπάρχει σημαντική διαφορά μεταξύ ανδρών και γυναικών, δηλαδή στη βάση του φύλου. Επιπλέον, 8 στις 10 γυναίκες δηλώνουν ότι θα έδιναν την ίδια απάντηση αν το ερώτημα απευθυνόταν σε άνδρες. Ως εκ τούτου θα μπορούσαμε να συμπεράνουμε ότι η επιτυχημένη επιχειρηματικότητα δεν έχει φύλο στο βαθμό που οι απαιτούμενες ποιότητες του ατόμου που επιχειρεί ανιχνεύονται στον ίδιο βαθμό σε άνδρες και γυναίκες.

Όμως, όπως φαίνεται στη δεξιά στήλη του πίνακα, τα βασικά χαρακτηριστικά στα οποία οι γυναίκες δηλώνουν ότι υπερτερούν έναντι των ανδρών (**ικανότητα επικοινωνίας, υπομονή, διαχείριση σχέσεων, υπευθυνότητα**) τα συναντάμε χαμηλά στην ομάδα των

χαρακτηριστικών για την επιτυχία όπως αξιολογούνται στην αριστερή στήλη του πίνακα. Πέραν τούτου, τα χαρακτηριστικά της επιτυχημένης επιχειρηματικότητας (ίδια για άνδρες και γυναίκες που και οι δύο εξίσου κατέχουν κατ' ομολογία των συμμετεχόντων) συγκροτούνται σε μεγαλύτερο βαθμό *εντός του ατόμου* (άτομο ηγετικό, αποφασιστικό και επίμονο που με όπλο τη μόρφωση και την κατάρτιση θα διεκδικεί το όραμά του). Αντιθέτως, τα χαρακτηριστικά στα οποία υπερτερούν οι γυναίκες συγκροτούνται σε μεγαλύτερο βαθμό *στο επίπεδο των σχέσεων* (άτομο με ικανότητες στην επικοινωνία, διαχειρίζεται τις σχέσεις, έχει υπομονή και υπευθυνότητα έναντι).

Εάν λοιπόν δεχθούμε ότι οι πρακτικές μας και οι πράξεις μας εκτίθενται, ελέγχονται, δοκιμάζονται και τελικά διαμορφώνονται στο επίπεδο των κοινωνικών μας σχέσεων, οι γυναίκες επιχειρηματίες στέκονται απέναντι στις έννοιες της επιχειρηματικότητας και της επιτυχίας διεκδικώντας όχι μόνο την αποφόρτισή τους από την ταξινομητική δυναμική του φύλου («γυναικεία επιχειρηματικότητα» έναντι «επιχειρηματικότητας» με τον προσδιορισμό «ανδρική» ως δεδομένο κι ως εκ τούτου άρρητο), αλλά δείχνοντας την ίδια στιγμή τον δρόμο, επισημαίνοντας την επιτακτική ανάγκη για τον επαναπροσδιορισμό της ίδιας της έννοιας.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η ΓΥΝΑΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ «ΕΥΘΕΩΣ»

Το ερωτηματολόγιο απευθύνεται αποκλειστικά σε γυναίκες επιχειρηματίες στην Ελλάδα, με σκοπό να σκιαγραφηθούν βασικές αντιλήψεις, πρακτικές και αναπαραστάσεις για την επαγγελματική και προσωπική τους ζωή ως επιχειρηματίες. Οι ερωτήσεις στοχεύουν τόσο στη συλλογή στοιχείων που προσφέρονται για ποσοτικές αναλύσεις και απεικονίσεις του χώρου της γυναικείας επιχειρηματικότητας, όσο κυρίως στην άντληση ποιοτικών δεδομένων για μια σαφέστερη εικόνα της καθημερινής επαγγελματικής, κοινωνικής και ατομικής πραγματικότητας, όπως τη βιώνουν, τη στοχάζονται ή/και την ονειρεύονται οι γυναίκες επιχειρηματίες στην Ελλάδα.

Η έρευνα διεξάγεται από την εταιρεία συμβούλων Μίλητος Αναδυόμενες Τεχνολογίες & Υπηρεσίες (www.militos.org), την εταιρεία ερευνών Focus Bari (www.focusbari.gr) που είναι και Μέλος του Συλλόγου Εταιριών Δημοσκόπησης και Έρευνας Αγοράς (ΣΕΔΕΑ) και της ESOMAR European Society for Opinion and Marketing Research, καθώς και την Κοιν.Σ.ΕΠ knowl για την Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση (www.knowl.gr). Το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία της Μίλητος Αναδυόμενες Τεχνολογίες & Υπηρεσίες και της Focus Bari και ως εκ τούτου κάθε χρήση αυτού μπορεί να γίνεται μόνο κατόπιν σχετικής άδειας.

Σημειώνεται, ότι την έρευνα υποστηρίζει το ελληνικό τμήμα του Ευρωπαϊκού Δικτύου Μεντόρων για τη Γυναικεία Επιχειρηματικότητα, Business Mentors (www.businessmentors.gr).

ΕΡΩΤΗΣΗ 1

«ΤΟ ΞΕΚΙΝΗΜΑ ΣΑΣ»

Πόσο ικανοποιημένη ή όχι είστε που αποφασίσατε να έχετε την δική σας επιχείρηση;
Πολύ (1)

- Αρκετά (2)
- Μέτρια (3)
- Όχι τόσο (4)
- Καθόλου (5)

ΕΡΩΤΗΣΗ 2

Σχετικά με την απόφασή σας να γίνετε επιχειρηματίας, αν γυρίζατε πίσω τον χρόνο...
ΕΠΙΛΕΞΤΕ ΤΗΝ ΦΡΑΣΗ ΠΟΥ ΣΑΣ ΤΑΙΡΙΑΖΕΙ

- Θα παίρνατε ακριβώς την ίδια απόφαση (1)
- Μάλλον θα παίρνατε την ίδια απόφαση (2)
- Μπορεί να μπορεί όχι (3)
- Μάλλον δεν θα παίρνατε την ίδια απόφαση (4)
- Σίγουρα δεν θα παίρνατε την ίδια απόφαση (5)

ΕΡΩΤΗΣΗ 3

Σε ποια ηλικία ξεκινήσατε την επιχειρηματική σας δραστηριότητα;

- 18-24 (1)
- 25-34 (2)
- 35-44 (3)
- 45-54 (4)
- 55+ (5)

ΕΡΩΤΗΣΗ 4

Ξεκινήσατε την επιχειρηματική σας δραστηριότητα...

ΕΠΙΛΕΞΤΕ ΤΗΝ ΦΡΑΣΗ ΠΟΥ ΣΑΣ ΤΑΙΡΙΑΖΕΙ

- Με συνειδητή επιλογή, το προετοίμασα «οργανωμένα» (1)
- Το έφεραν οι συνθήκες/ευκαιρίες που παρουσιάστηκαν (2)
- Συνέχισα/αναβίωσα προϋπάρχουσα οικογενειακή επιχείρηση (3)
- Το έκανα από ανάγκη/δεν είχα άλλη επιλογή (4)
- Άλλο (διευκρινίστε) (5) _____

ΕΡΩΤΗΣΗ 5

Οι γονείς σας με τι ασχολούνται/ασχολήθηκαν στην ζωή τους;

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΟΣΑ ΙΣΧΥΟΥΝ ΓΙΑ ΕΣΑΣ

- Δημόσιοι υπάλληλοι (1)
- Ιδιωτικοί υπάλληλοι (2)
- Ελεύθεροι επαγγελματίες (3)
- Επιχειρηματίες (ίδια επιχείρηση που συνεχίζετε εσείς) (4)
- Επιχειρηματίες (άλλη επιχείρηση, χωρίς σχέση με την δική σας) (5)

ΕΡΩΤΗΣΗ 6

Ο σύζυγος/σύντροφός σας με τι ασχολείται/ασχολήθηκε στη ζωή του;

ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΟΣΑ ΙΣΧΥΟΥΝ ΓΙΑ ΕΣΑΣ

- Δημόσιος υπάλληλος (1)
- Ιδιωτικός υπάλληλος (2)
- Ελεύθερος επαγγελματίας (3)
- Επιχειρηματίας (ίδια επιχείρηση που είστε κι εσείς) (4)
- Επιχειρηματίας (άλλη επιχείρηση, χωρίς σχέση με την δική σας) (5)
- Δεν έχω σύζυγο/σύντροφο αυτόν τον καιρό (6)

ΕΡΩΤΗΣΗ 7

Όταν ξεκινήσατε την επιχείρησή σας, ξεκινήσατε μόνη ή με κάποιους συνεταίρους;

- Μόνη (1)
- Με συνεταίρους (2)

ΕΡΩΤΗΣΗ 8

Οι συνέταιροί σας είναι...

- Άντρες (1)
- Γυναίκες (2)
- Και άντρες και γυναίκες (3)

ΕΡΩΤΗΣΗ 9

Ανάμεσα στους συνεταίρους σας υπάρχουν και συγγενείς σας ή όχι;

- Ναι (1)
- Όχι (2)

ΕΡΩΤΗΣΗ 10

Σκεπτόμενη συνολικά τους συνεταίρους σας και την όλη συμμετοχή τους στην επιχείρησή σας, θεωρείτε την συμβολή τους στην επιχείρησή σας:

ΕΠΙΛΕΞΤΕ ΤΗΝ ΦΡΑΣΗ ΠΟΥ ΣΑΣ ΤΑΙΡΙΑΖΕΙ

- Πολύ σημαντική, θετική και ουσιαστική (1)
- Αρκετά σημαντική, θετική και ουσιαστική (2)
- Μέτρια, και ναι, και όχι (3)
- Μάλλον επιβαρυντική και αρνητική (4)
- Πολύ επιβαρυντική και αρνητική (5)

ΕΡΩΤΗΣΗ 11

«Η «ΑΥΤΟΕΙΚΟΝΑ» ΣΑΣ ΚΑΙ Η ΣΧΕΣΗ ΣΑΣ ΜΕ ΤΟΥΣ ΑΛΛΟΥΣ»

Πόσο συχνά σας συμβαίνει να...

	Πολύ συχνά (1)	Αρκετά συχνά (2)	Πότε- πότε (3)	Σπάνια (4)	Ποτέ (5)
Δέχετε αντιρρήσεις από τον σύντροφό σας σχετικά με την επιχείρησή σας (1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Παραπονιούνται τα παιδιά σας ότι δεν τους αφιερώνετε αρκετό χρόνο λόγω της επιχείρησής σας (2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αισθάνεστε επιτυχημένη που είστε επιχειρηματίας (3)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αισθάνεστε ενοχές επειδή δεν αφιερώνετε αρκετό χρόνο στην οικογένειά σας (4)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Επικρίνεστε από φίλους ή συγγενείς ότι δεν συμμετέχετε αρκετά στα «κοινωνικά» δρώμενα (5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Σας δείχνουν σεβασμό επειδή είστε επιχειρηματίας (6)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αισθάνεστε «πίεση» επειδή δεν μπορείτε να συμμετέχετε σε οικογενειακές/ κοινωνικές εκδηλώσεις λόγω της δουλειάς σας (7)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Σας ευχαριστούν και να σας επιβραβεύουν οικογένεια και φίλοι για την επιχειρηματική σας δραστηριότητα (8)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μιλούν για σας επαινετικά επειδή είστε επιχειρηματίας (9)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αισθάνεστε ότι αποκτάτε νέα δύναμη από την επιχειρηματική σας δραστηριότητα (10)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Πρέπει να αποδεικνύετε την αξία σας καθημερινά επειδή είστε γυναίκα επιχειρηματίας (11)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ΕΡΩΤΗΣΗ 12

«ΕΣΣΕΙΣ ΚΑΙ Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟΤΗΤΑ ΣΑΣ»

Πόσες ώρες εργάζεστε σε ημερήσια βάση;

- Λιγότερες από 8 (1)
- 8-9 (2)
- 10-11 (3)
- 12+ (4)
- Δεν έχω ώρες, όταν είσαι επιχειρηματίας, λειτουργείς «24/7» (5)

ΕΡΩΤΗΣΗ 13

Πόσο συχνά σας συμβαίνει να εργάζεστε βράδυα και Σαββατοκύριακα;

- Πολύ συχνά (1)
- Αρκετά συχνά (2)
- Πότε-πότε (3)
- Σπάνια (4)
- Ποτέ (5)

ΕΡΩΤΗΣΗ 14

Πόσο προσωπικό χρόνο έχετε στην διάθεσή σας σε καθημερινή βάση;

- Μια ώρα (1)
- Δύο ώρες (2)
- Τρεις ώρες (3)
- Τέσσερις ώρες (4)
- 5+ ώρες (5)
- Καθόλου/σχεδόν καθόλου (6)

ΕΡΩΤΗΣΗ 15

Πόσες ώρες περίπου την εβδομάδα αφιερώνετε σε πράγματα/δραστηριότητες που ευχαριστούν εσάς προσωπικά και μόνο;

- Έως 5 (1)
- 6-10 (2)
- 11-15 (3)
- 16-20 (4)
- 21-30 (5)
- 31+ (6)

ΕΡΩΤΗΣΗ 16

Πόσο ικανοποιημένη είστε από τις ώρες που κοιμάστε;

- Κοιμάμαι περισσότερο απ' ότι θάθελα (1)
- Κοιμάμαι περίπου όσο θάθελα (2)
- Κοιμάμαι λιγότερο απ' όσο θάθελα (3)

ΕΡΩΤΗΣΗ 17

Πόσο συχνά σας συμβαίνει να σας απασχολεί η επιχείρησή σας ακόμα και στον ύπνο σας;

- Πολύ συχνά (1)
- Αρκετά συχνά (2)
- Πότε-πότε (3)
- Σπάνια (4)
- Ποτέ/σχεδόν ποτέ (5)

ΕΡΩΤΗΣΗ 18

Πόσο συχνά σας συμβαίνει να αισθάνεστε άγχος για την επιχείρησή σας, δεδομένης της κρίσης/δυσχερειών/οικονομικών συγκυριών που συντρέχουν σήμερα στην χώρα μας;

- Πολύ συχνά (1)
- Αρκετά συχνά (2)
- Πότε-πότε (3)
- Σπάνια (4)
- Ποτέ/σχεδόν ποτέ (5)

ΕΡΩΤΗΣΗ 19

Σας έχει περάσει ποτέ από το νου να κλείσετε την επιχείρησή σας και να στραφείτε στην εξαρτημένη αγορά ή σε κάποια άλλη δραστηριότητα;

- Ναι, αλλά την έχω απορρίψει (1)
- Ναι, και καμιά φορά το σκέπτομαι αρκετά (2)
- Ναι, και έχω αρχίσει να το σκέπτομαι σοβαρά (3)
- Όχι δεν μου έχει περάσει από το νου τέτοια σκέψη (4)

ΕΡΩΤΗΣΗ 20

Πόσο πολύ ή όχι ασχολείστε με την εμφάνισή σας;

- Πολύ (1)
- Αρκετά (2)
- Μέτρια (3)
- Όχι τόσο (4)
- Καθόλου (5)

ΕΡΩΤΗΣΗ 21

Η ενασχόλησή σας με την εμφάνισή σας, λόγω της επιχειρηματικής σας δραστηριότητα πιστεύετε ότι είναι...

ΕΠΙΛΕΞΤΕ ΤΗΝ ΑΠΑΝΤΗΣΗ ΠΟΥ ΣΑΣ ΤΑΙΡΙΑΖΕΙ

- Περισσότερη απ'ότι θα ήταν αν δεν ήσασταν επιχειρηματίας (1)
- Όση θα ήταν ούτως ή άλλως (2)
- Λιγότερη απ'ότι θα ήταν αν δεν ήσασταν επιχειρηματίας (3)

ΕΡΩΤΗΣΗ 22

«Η ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ»

Πώς αισθάνεστε όταν ακούτε τον όρο «Γυναικεία Επιχειρηματικότητα»;

- Υπερήφανη (1)
- ΟΚ/μια χαρά/ «ούτε κρύο, ούτε ζέστη» (ή ουδέτερα) (2)
- Μειονεκτικά (3)

ΕΡΩΤΗΣΗ 23

Με ποια από τις δύο πιο κάτω φράσεις συμφωνείτε;

Η έννοια «γυναικεία επιχειρηματικότητα» είναι άτοπη και παρωχημένη, η επιχειρηματικότητα δεν έχει φύλο (1)

Η έννοια «γυναικεία επιχειρηματικότητα» είναι πολύ σημαντική και απαραίτητη για τις γυναίκες επιχειρηματίες (2)

ΕΡΩΤΗΣΗ 24

Για κάθε μία από τις πιο κάτω φράσεις, παρακαλούμε απαντήστε με την κλίμακα...

	ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ (1)	ΣΥΜΦΩΝΩ ΑΡΚΕΤΑ (2)	ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΡΚΕΤΑ (3)	ΔΙΑΦΩΝΩ ΑΠΟΛΥΤΑ (4)
Η προκατάληψη προς τις γυναίκες επιχειρηματίες από τον επιχειρηματικό κόσμο τείνει να εκλείψει (1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Δεν υπάρχει υποστήριξη προς τις γυναίκες επιχειρηματίες από την ίδια την ελληνική κοινωνία (2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Οι εργαζόμενοι σε επιχειρήσεις που ανήκουν σε γυναίκες νοιώθουν περισσότερη ασφάλεια (3)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Υπάρχει έλλειψη πολιτικής για την υποστήριξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα (4)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Οι γυναίκες επιχειρηματίες δυσκολεύονται στην πρόσβαση χρηματοδότησης περισσότερο από τους άντρες (5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Οι γυναίκες επιχειρηματίες μπορούν να κατακτήσουν περισσότερες επιτυχίες ακριβώς επειδή είναι γυναίκες (6)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Η παρούσα οικονομική κρίση θα αναδείξει περισσότερες γυναίκες επιχειρηματίες (7)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Οι Ελληνίδες γυναίκες έχουν μεγάλες δυνατότητες να γίνουν επιτυχημένες επιχειρηματίες αλλά δεν το επιλέγουν οι ίδιες γιατί φοβούνται/δεν τολμούν (8)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ΕΡΩΤΗΣΗ 25

Ποια από τα παρακάτω είναι απαραίτητα για να γίνει μια γυναίκα επιτυχημένη επιχειρηματίας;
ΚΑΤΑΤΑΞΤΕ ΤΑ 5 ΠΡΩΤΑ ΜΕ ΣΕΙΡΑ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ

Καταχωρήστε στο κουτί ένα νούμερο από το 1 έως το 5

- | | | |
|-------------------------------|---|------------------------------|
| ___ Ηγετικά προσόντα
(1) | ___ Ικανότητα
επικοινωνία (8) | ___ Προσήλωση στο στόχο (15) |
| ___ Τόλμη (2) | ___ Ικανότητα
ανάληψης
ρίσκου (9) | ___ Μόρφωση/Κατάρτιση (16) |
| ___ Αποφασιστικότητα
(3) | ___ Διορατικότητα (10) | ___ Χρήματα (17) |
| ___ Υπευθυνότητα (4) | ___ Στρατηγική σκέψη (11) | ___ Βοήθεια από τρίτους (18) |
| ___ Εξωστρέφεια (5) | ___ Όραμα (12) | ___ Ανήσυχο πνεύμα (19) |
| ___ Διαχείριση σχέσεων
(6) | ___ Υπομονή (13) | ___ Άλλο (Διευκρινίστε) (20) |
| ___ Διαχείριση κρίσεων
(7) | ___ Επιμονή (14) | _____ |

ΕΡΩΤΗΣΗ 26

Αυτά είναι τα πρώτα πέντε που θεωρείτε απαραίτητα για να γίνει μια γυναίκα επιτυχημένη επιχειρηματίας.

Αν το ερώτημα αφορούσε άντρες επιχειρηματίες θα δίνατε την ίδια ή διαφορετική απάντηση;

- Την ίδια (1)
- Διαφορετική (2)

ΕΡΩΤΗΣΗ 27

Για το καθένα χαρακτηριστικό από τα παρακάτω, σημειώστε κατά πόσο θεωρείτε ότι υπερτερούν οι άντρες ή οι γυναίκες επιχειρηματίες, ή δεν υπάρχει διαφορά μεταξύ των δύο φύλων όταν μιλάμε για έναν επιτυχημένο επιχειρηματία.

	Καλύτερες οι γυναίκες (1)	Καλύτεροι οι άντρες (2)	Δεν υπάρχει διαφορά (3)
Ηγετικά προσόντα (1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Τόλμη (2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αποφασιστικότητα (3)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Υπευθυνότητα (4)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Εξωστρέφεια (5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Διαχείριση σχέσεων (6)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Διαχείριση κρίσεων (7)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ικανότητα στην επικοινωνία (8)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ικανότητα ανάληψης ρίσκου (9)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Διορατικότητα (10)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Στρατηγική σκέψη (11)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Όραμα (12)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Υπομονή (13)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Επιμονή (14)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Προσήλωση στο στόχο (15)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μόρφωση/Κατάρτιση (16)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Χρήματα (17)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Βοήθεια από τρίτους (18)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ανήσυχο πνεύμα (19)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ

D1

Ηλικία:

- 18-24 (1)
- 25-34 (2)
- 35-44 (3)
- 45-54 (4)
- 55+ (5)

D2

Επίπεδο εκπαίδευσης:

- Γυμνάσιο / Λύκειο (Δευτεροβάθμια εκπαίδευση) (1)
- Επαγγελματική κατάρτιση (2)
- Δίπλωμα τεχνικής εκπαίδευσης (3)
- Πανεπιστημιακό πτυχίο (4)
- Μεταπτυχιακός τίτλος (5)
- Διδακτορικός τίτλος (6)

D3

Έτος έναρξης της επιχείρησής σας:

D4

Αριθμός εργαζομένων (ΙΚΑ, Σύμβαση εργασίας) της επιχείρησής σας:

D5

Κλάδος δραστηριοποίησης της επιχείρησής σας:

- ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ/ΒΙΟΤΕΧΝΙΑ (1)
- ΕΜΠΟΡΙΟ/ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΟ (2)
- ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ (3)

D6

Νομός δραστηριοποίησης της επιχείρησής σας:

- | | | |
|--|-----------------------------------|----------------------------------|
| <input type="radio"/> ΑΤΤΙΚΗΣ | <input type="radio"/> ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ | <input type="radio"/> ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ |
| <input type="radio"/> ΘΕΣ/ΝΙΚΗΣ | <input type="radio"/> ΘΕΣΠΡΩΤΙΑΣ | <input type="radio"/> ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ |
| <input type="radio"/> ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑΣ | <input type="radio"/> ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ | <input type="radio"/> ΞΑΝΘΗΣ |
| <input type="radio"/> ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ | <input type="radio"/> ΚΑΒΑΛΑΣ | <input type="radio"/> ΠΕΛΛΗΣ |
| <input type="radio"/> ΑΡΚΑΔΙΑΣ | <input type="radio"/> ΚΑΡΔΙΤΣΑΣ | <input type="radio"/> ΠΙΕΡΙΑΣ |
| <input type="radio"/> ΑΡΤΑΣ | <input type="radio"/> ΚΑΣΤΟΡΙΑΣ | <input type="radio"/> ΠΡΕΒΕΖΗΣ |
| <input type="radio"/> ΑΧΑΪΑΣ | <input type="radio"/> ΚΕΡΚΥΡΑΣ | <input type="radio"/> ΡΕΘΥΜΝΟΥ |
| <input type="radio"/> ΒΟΙΩΤΙΑΣ | <input type="radio"/> ΚΕΦΑΛΛΗΝΙΑΣ | <input type="radio"/> ΡΟΔΟΠΗΣ |
| <input type="radio"/> ΓΡΕΒΕΝΩΝ | <input type="radio"/> ΚΙΛΚΙΣ | <input type="radio"/> ΣΑΜΟΥ |
| <input type="radio"/> ΔΡΑΜΑΣ | <input type="radio"/> ΚΟΖΑΝΗΣ | <input type="radio"/> ΣΕΡΡΩΝ |
| <input type="radio"/> ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΟΥ | <input type="radio"/> ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ | <input type="radio"/> ΤΡΙΚΑΛΩΝ |
| <input type="radio"/> ΕΒΡΟΥ | <input type="radio"/> ΚΥΚΛΑΔΩΝ | <input type="radio"/> ΦΘΙΩΤΙΔΑΣ |
| <input type="radio"/> ΕΥΒΟΙΑΣ | <input type="radio"/> ΛΑΚΩΝΙΑΣ | <input type="radio"/> ΦΛΩΡΙΝΑΣ |
| <input type="radio"/> ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ | <input type="radio"/> ΛΑΡΙΣΣΗΣ | <input type="radio"/> ΦΩΚΙΔΑΣ |
| <input type="radio"/> ΖΑΚΥΝΘΟΥ | <input type="radio"/> ΛΑΣΙΘΙΟΥ | <input type="radio"/> ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ |
| <input type="radio"/> ΗΛΕΙΑΣ | <input type="radio"/> ΛΕΣΒΟΥ | <input type="radio"/> ΧΑΝΙΩΝ |
| <input type="radio"/> ΗΜΑΘΙΑΣ | <input type="radio"/> ΛΕΥΚΑΔΟΣ | <input type="radio"/> ΧΙΟΥ |