

**Γυναικεία συνεταιριστική επιχειρηματικότητα: Θεωρία και πρακτική**

Ισαβέλλα Γιδαράκου  
Αναπλ. Καθηγήτρια Γ.Π.Α.

Στο: **ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΣΜΟΙ**  
**2006-2007**  
Ινστιτούτο Συνεταιριστικών Ερευνών και Μελετών (Ι.Σ.Ε.Μ)  
Εκδόσεις ΣΤΑΜΟΥΛΗΣ

## Εισαγωγή

Η ενθάρρυνση της επιχειρηματικής δραστηριότητας των ατόμων αποτελεί βασικό πυλώνα της Ευρωπαϊκής στρατηγικής για την απασχόληση. Στην περίπτωση των γυναικών η επιχειρηματικότητα αποτελεί τη συνισταμένη πολιτικών που στοχεύουν αφενός στην καταπολέμηση της ανεργίας και αφετέρου στην προώθηση των συνθηκών ισότητας μεταξύ των φύλων. Πλήθος εργαλείων πολιτικής έχουν εφαρμοστεί για να στηριχτεί η γυναικεία επιχειρηματικότητα, όπως τα σεμινάρια επαγγελματικής κατάρτισης, οι άμεσες επιδοτήσεις, οι υποδομές δικτύωσης, η διεξαγωγή μελετών και ερευνών, κλπ. Στον αγροτικό χώρο, στο ενδιαφέρον για την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας πρόσθεσε ιδιαίτερο ειδικό βάρος η έμφαση που δόθηκε στον πολυτομεακό χαρακτήρα της ανάπτυξης και την ενδογενή ανάπτυξη. Το ιδιότυπο της οικογενειακής εκμετάλλευσης ως πλαισίου οργάνωσης των εργασιακών σχέσεων και καταμερισμού των εργασιών συνέτεινε επίσης προς τη διέξοδο της αξιοποίησης της γυναικείας εργατικής δύναμης μέσω της ανάπτυξης μικρών ατομικού ή συλλογικού χαρακτήρα επιχειρήσεων σε δραστηριότητες σχετικές ή και μη σχετικές με την γεωργική παραγωγή. Ο γυναικείος συνεταιρισμός συνιστά μια συλλογικού χαρακτήρα μορφή επιχείρησης. Όπως κάθε συνεταιρισμός, αποτελεί μια αυτόνομη ένωση προσώπων, η οποία συγκροτείται εθελοντικά για την αντιμετώπιση κοινών οικονομικών, κοινωνικών και πολιτισμικών αναγκών και στόχων, μέσα από μια συνιδιόκτητη και δημοκρατικά διοικούμενη επιχείρηση (νόμος «Αλέξανδρος Παπαναστασίου», 2000).

Οι αμιγείς γυναικείοι συνεταιρισμοί<sup>1</sup> δεν συνιστούν μια ευρείας εφαρμογής τακτική σε διεθνές επίπεδο. Παρουσιάζουν όμως μια ιδιαίτερη δυναμική στον ελληνικό χώρο την τελευταία εικοσαετία. Η κινητοποίηση των γυναικών να αναπτύξουν επιχειρηματική δραστηριότητα υπό τη μορφή αμιγούς γυναικείας συνεταιριστικής επιχείρησης αποτέλεσε μια εκ των άνω επιλογή. Η Γ.Γ.Ι., το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, η ΠΑΣΕΓΕΣ, η ΑΤΕ, ο ΕΟΜΜΕΧ, αλλά και τοπικοί φορείς όπως κάποιες τοπικές αυτοδιοικήσεις και Αναπτυξιακές Εταιρείες, αποτέλεσαν φορείς που συνήργησαν στην ίδρυση γυναικείων συνεταιρισμών. Οι φορείς αυτοί αξιοποίησαν κονδύλια κοινοτικών προγραμμάτων και πρωτοβουλιών (π.χ. των πρωτοβουλιών NOW, LEADER, INTERREG) για τη διοργάνωση σεμιναρίων εμπύχωσης και επαγγελματικής κατάρτισης των γυναικών ώστε να αξιοποιήσουν τις δεξιότητές τους προς την κατεύθυνση της σύστασης γυναικείων συνεταιριστικών επιχειρήσεων.

Γιατί όμως η έμφαση στη δημιουργία γυναικείων συνεταιρισμών; ποιοι λόγοι ερμηνεύουν την επικέντρωση του ενδιαφέροντος των φορέων σ' αυτή τη μορφή της γυναικείας επιχειρηματικότητας; ποια είναι η θεωρητική τους νομιμοποίηση και ποια ενδεχομένως είναι τα αδύνατα σημεία τους;

Αυτά είναι τα βασικά ερωτήματα που θα μας απασχολήσουν στην παρούσα εισήγηση.

## Η ιστορική εξέλιξη του γυναικείου συνεργατισμού και η θεσμική τους μορφή

Ο γυναικείος συνεργατισμός στην Ελλάδα δεν αποτελεί καινοτομία των πρόσφατων ετών. Είναι θεσμός που θεμελιώθηκε τη δεκαετία του 1950, μετά την ίδρυση της Υπηρεσίας των Γεωργικών Εφαρμογών στο Υπ. Γεωργίας. Τότε, το Τμήμα Αγροτικής Οικιακής Οικονομίας της Υπηρεσίας Γ.Ε. στελεχώθηκε με δυναμικό, το οποίο ανέλαβε το έργο της εκπαίδευσης των γυναικών και αγροτονεανίδων των αγροτικών νοικοκυριών σε ζητήματα οικιακής οικονομίας, με στόχο τη στήριξη της

<sup>1</sup> Τελευταία επιτρέπεται να συμμετάχουν στους συνεταιρισμούς αυτούς και άνδρες.

οικονομίας του νοικοκυριού μέσα από την επίτευξη πρόσθετου εισοδήματος, αλλά και την αναβάθμιση της κοινωνικής θέσης της γυναίκας της υπαίθρου. Οι πρώτοι, λίγοι, εκείνοι συνεταιρισμοί, περίπου 10 σε αριθμό, (ο πρώτος είχε αναπτυχθεί στα Γρεβενά το 1957) δεν κατάφεραν να κάνουν αισθητή την παρουσία τους ως οικονομικές μονάδες στον ελληνικό χώρο. Σε μεγάλο βαθμό αυτό ήταν συνέπεια των προτεραιοτήτων της αγροτικής πολιτικής σχετικά με την ανάπτυξη της γεωργικής οικονομίας την εποχή εκείνη, οι οποίες στόχευαν στο γεωργικό εκσυγχρονισμό και την αύξηση της γεωργικής παραγωγής και όχι στη διαφοροποίηση των δραστηριοτήτων της γεωργικής εκμετάλλευσης (Γιδαράκου 1999, Koutsou et al 2003). Η ιδέα της υποστήριξης του γυναικείου συνεργατισμού επανήλθε δυναμικά από τα μέσα της δεκαετίας του 1980. Ένα σύμπλοκο λόγων σε μια χρονική αλληλουχία, από τις αρχές της δεκαετίας του 1970 και ύστερα, εξηγούν το ενδιαφέρον των φορέων για τη στήριξη του γυναικείου συνεργατισμού. Στη δεκαετία του 1960 και 1970 η θεωρία της κοινωνικής κατασκευής, του κονστρουκτιβισμού, «ανακάλυπτε» το φύλο ως κοινωνική σχέση και πολιτισμικό σύμβολο (Παπαταξιάρχης 1998). Ο ρόλος της βιολογίας ως καθοριστικού παράγοντα στη διαμόρφωση της ταυτότητας των φύλων και της ανθρώπινης συμπεριφοράς δέχτηκε ισχυρή αμφισβήτηση. Η φεμινιστική ερμηνεία του τρόπου οργάνωσης της εργασίας στο χώρο της αγροτικής παραγωγής και της οικιακής οικονομίας ανέδειξε την αξία του αφανούς αλλά καθοριστικού ρόλου των γυναικών στην επιβίωση του αγροτικού νοικοκυριού. Φεμινιστικό κίνημα και επιστήμη της ανθρωπολογίας, με τις θεωρητικές τους τοποθετήσεις σχετικά με την κατασκευή του κοινωνικού φύλου, ευαισθητοποίησαν την πολιτική σε θέματα ισότητας των φύλων. Ενδείξεις αυτής της ευαισθητοποίησης διαπιστώνουμε στο αιτιολογικό σκεπτικό με βάση το οποίο η Γενική Γραμματεία Ισότητας στήριξε την ίδρυση του πρώτου γυναικείου συνεταιρισμού της σύγχρονης εποχής στην Πέτρα της Λέσβου το 1983. Η διασφάλιση της οικονομικής αυτοδυναμίας των γυναικών ως πρώτο βήμα προς τη χειραφέτησή τους, παρά το πρόσθετο εισόδημα στο νοικοκυριό, αναφερόταν ως κύριος λόγος (Λαΐου-Αντωνίου, 1985). Ο συνεταιρισμός αντιμετωπιζόταν ως μοχλός κοινωνικής αλλαγής της θέσης της γυναίκας παρά ως μορφή γυναικείας επιχειρηματικότητας.

Από τα μέσα όμως της δεκαετίας του 1980, ένας δεύτερος άξονας πολιτικών διασταυρώθηκε με εκείνον της προώθησης των ευκαιριών ισότητας των φύλων, στις δημόσιες πολιτικές. Η εργασιακή κρίση στα αστικά κέντρα και ο κίνδυνος απερίμωσης των λιγότερο ευνοημένων περιοχών της υπαίθρου, το σαρωτικό ως προς τις πολιτισμικές ιδιαιτερότητες των περιοχών κλίμα της παγκοσμιοποιούμενης οικονομίας αλλά και ο στόχος της κοινωνικής συνοχής και οικονομικής σύγκλισης των περιφερειών αναπροσανατόλισαν την πολιτική σχετικά με τους αναπτυξιακούς στόχους και επικέντρωσαν το ενδιαφέρον στην κινητοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού και την αξιοποίηση των ενδογενών πόρων των περιοχών. Το «παραγωγίστικο» (productionist) πρότυπο αγροτικής παραγωγής έπρεπε να κινηθεί προς «μεταπαραγωγίστικα» (post productionist) πρότυπα, με κύρια χαρακτηριστικά τη διαφοροποίηση, την εκτατικοποίηση της παραγωγής, την αειφόρο διαχείριση των πόρων και την ποιότητα των παραγόμενων προϊόντων. Η γυναίκα, η οποία ως εργατική δύναμη στη διαδικασία της αγροτικής παραγωγής είχε σε μεγάλο βαθμό υποκατασταθεί από τις μηχανές ανακαλύπτει μια νέα επαγγελματική ταυτότητα στην ανάπτυξη μικρών παραγεωργικών και εξωγεωργικών επιχειρήσεων. Η γυναικεία πολυαπασχόληση και επιχειρηματικότητα αναδείχτηκε σε πολύτιμο παράγοντα για τη διεύρυνση της παραγωγικής βάσης της εκμετάλλευσης, τη διαφοροποίηση μέσα από την αυτοαπασχόληση και την επιχειρηματικότητα, ταυτόχρονα με την προώθηση των ευκαιριών ισότητας. Η επιχειρηματικότητα σε όλο τον ευρωπαϊκό χώρο αποτέλεσε μείζονα προτεραιότητας στόχο της αναπτυξιακής πολιτικής. Ο αγροτουρισμός

απέκτησε κεντρική θέση στην αγροτική πολιτική κάτω από την ευρύτερη έννοια της σημασίας του τουρισμού ως μέσου στήριξης της διαφοροποίησης της αγροτικής οικονομίας και της επιχειρηματικότητας.

Παραδοσιακά και ιδιότυπα προϊόντα, με χρώμα και ταυτότητα της περιοχής, λαϊκές παραδόσεις, προϊόντα μεταποίησης της γεωργικής παραγωγής, φυσικά τοπία, πολιτισμική και θρησκευτική κληρονομιά χειροτεχνικές δεξιότητες του τοπικού πληθυσμού, απέκτησαν σημασία ως πόροι υπό αξιοποίηση που θα στηρίξουν την οικονομική ανάπτυξη και θα διαφυλάξουν τις ιδιαιτερότητες και την ταυτότητα των περιοχών. Ένα πολυσύνθετο πλαίσιο συνθηκών στη διαδρομή του χρόνου τις δύο τελευταίες δεκαετίες ανέδειξε το ρόλο της γυναίκας ως δρώντος υποκειμένου στη διαδικασία της ανάπτυξης.

Η πλειονότητα των γυναικείων συνεταιρισμών αναπτύχθηκε στον αγροτικό χώρο και η οργάνωση και λειτουργία τους βασίζεται στο νόμο περί Αγροτικών Συνεταιριστικών Οργανώσεων, όπως κάθε φορά αυτός ισχύει (Ν. 2810/2000, σήμερα), ως αγροτικοί συνεταιρισμοί ειδικού σκοπού. Πολύ λίγοι διέπονται από το καθεστώς των αστικών συνεταιρισμών (Ν. 1667/86, όπως τροποποιήθηκε με το άρθρο 27 του Ν. 2166/93). Η μορφή του αστικού συνεταιρισμού επελέγη στις περισσότερες περιπτώσεις είτε λόγω της έλλειψης ενημέρωσης των γυναικών είτε εξαιτίας των χρονοβόρων διαδικασιών που απαιτούσε η σύσταση αγροτικού συνεταιρισμού. Απαιτείτο έγκριση δημιουργίας του συνεταιρισμού από το Δ.Σ. της ΠΑΣΕΓΕΣ, ύστερα από σύμφωνη γνώμη της κατά περίπτωση περιφερειακής Ένωσης Αγροτικών Συνεταιρισμών και ακολούθως έκδοση Υπουργικής Απόφασης, ενώ ταυτόχρονα αποτρεπτικό λόγο συνιστούσε και η απαίτηση για τη συμπλήρωση του αριθμού 20 μελών προκειμένου να συσταθεί γυναικείος συνεταιρισμός, πράγμα δύσκολο να επιτευχθεί στις μικρές πληθυσμιακά αγροτικές κοινότητες. Με το νέο νόμο (Ν. 2810/2000) η διαδικασία απλουστεύθηκε και οι γυναικείοι συνεταιρισμοί εξομοιώθηκαν με τους αγροτικούς συνεταιρισμούς, όπως περιορίστηκε και ο αριθμός των απαιτούμενων για τη σύστασή τους μελών σε 7 άτομα. Αντίθετα, σημαντικό πλεονέκτημα για τη σύσταση γυναικείου συνεταιρισμού υπό τη μορφή του αγροτικού συνεταιρισμού αποτελούν κάποια φορολογικά κίνητρα, αλλά κυρίως το ότι οι αγροτικοί συνεταιρισμοί παρακολουθούνται και υποστηρίζονται από το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων και την ΠΑΣΕΓΕΣ, φορείς οι οποίοι συχνά προσέφεραν προγράμματα κατάρτισης, συμβουλευτικές υπηρεσίες σε νομικά και λογιστικά θέματα και άλλες διευκολύνσεις στους συνεταιρισμούς. Τα περισσότερα πλεονεκτήματα που συγκεντρώνει η νομική υπόσταση των αγροτικών έναντι των αστικών γυναικείων συνεταιρισμών εξηγεί το γεγονός ότι αρκετοί από τους αστικούς συνεταιρισμούς επιδιώκουν το μετασχηματισμό τους σε αγροτικό συνεταιρισμό. Η Γ.Γ.Ι. στηρίζει και τις δύο μορφές συνεταιρισμών, παρέχοντάς τους νομική ενημέρωση, συμμετέχοντας στη διαμόρφωση προγραμμάτων επαγγελματικής κατάρτισης, στη διοργάνωση ημερίδων ενημέρωσης και ευκαιριών διασύνδεσης των μελών των διαφόρων συνεταιρισμών, συχνά σε συνεργασία με το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, την ΠΑΣΕΓΕΣ και τον ΟΑΕΔ. Εκτός από αυτούς τους κύριους φορείς στήριξης του γυναικείου συνεργατισμού, κατά περίπτωση, προσφέρεται οικονομική, συμβουλευτική, επαγγελματική κατάρτιση βοήθεια, κλπ, από τις νομαρχιακές και τοπικές αυτοδιοικήσεις και τις αναπτυξιακές εταιρείες σε περιφερειακό επίπεδο.

## **Θεωρητικοποιώντας το γυναικείο συνεργατισμό ή τα ισχυρά στοιχεία του**

Επιχειρώντας την ανίχνευση μιας θεωρητικής αιτιολόγησης της γυναικείας επιχειρηματικότητας μέσω του συνεργατισμού και κατηγοριοποιώντας τα πλεονεκτήματα και την πιθανή προσφορά του με επίπεδα αναφοράς το ατομικό, το επίπεδο του νοικοκυριού και το επίπεδο της τοπικής κοινωνίας, μπορούμε να επισημάνουμε τα εξής:

α) *Στο ατομικό επίπεδο:* Ο γυναικείος συνεταιρισμός, ως μορφή απασχόλησης, αποτελεί μορφή ευέλικτης εργασίας. Δεν απαιτεί τη μετακίνηση από τον τόπο κατοικίας και προσφέρει διέξοδο απασχόλησης σε ένα χώρο όπου συνήθως η αγορά εργασίας είναι εξαιρετικά ισχνή. Η ευελιξία θεωρείται ότι εξυπηρετεί ιδιαίτερα τη γυναικεία απασχόληση, επειδή προσφέρει εργασιακή διέξοδο συμβατή με τους περιορισμούς που οι γυναίκες αντιμετωπίζουν στο να συμφιλώσουν τις οικογενειακές φροντίδες (παιδιών, ηλικιωμένων ατόμων, κλπ) με την εργασία. Προσφέρει επίσης ατομικό εισόδημα και συμβάλλει στην αναβάθμιση της κοινωνικής εικόνας των γυναικών και στην αυτοεκτίμηση. Η καχυποψία και η ειρωνία από τους συμπολίτες τους, άνδρες και γυναίκες, με τα οποία αντιμετωπίζονταν οι συνεταιρισμένες γυναίκες τα πρώτα χρόνια αναβίωσης του θεσμού, έχει μεταστραφεί σε αποδοχή και εκτίμηση, όπως οι ίδιες τονίζουν.

Ο συνεταιρισμός αποτελεί εργαλείο προαγωγής της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Οι γυναίκες που «επιχειρούν» έρχονται αντιμέτωπες με πλήθος κοινωνικών και συμβολικών εμποδίων. Ιδιαίτερα στις αγροτικές περιοχές οι γυναίκες επιχειρούν σε ένα δυσμενές επιχειρηματικό περιβάλλον. Οι κοινωνικές αντιλήψεις είναι πιο συντηρητικές, η δυνατότητα εκμετάλλευσης της πληροφόρησης μικρότερη, το υποστηρικτικό πλαίσιο λιγότερο αναπτυγμένο, σε σύγκριση με τα αντίστοιχα στοιχεία στον αστικό χώρο. Η ομαδική εργασία αποτελεί ένα μέσο αύξησης της αυτοπεποίθησής τους. Η έρευνα δείχνει ότι οι γυναίκες έχουν συχνότερα από ό,τι οι άνδρες την τάση να εργάζονται ως ομάδα, επειδή αισθάνονται πιο ασφαλείς όταν δεν ρισκάρουν μόνες (Petrin 1997). Στο επιχείρημα αυτό φαίνεται ότι στηρίχτηκε η επιλογή των διάφορων φορέων να κινητοποιήσουν τις γυναίκες του αγροτικού χώρου ώστε να επιχειρήσουν υπό τη συνεργατική μορφή. Η δημιουργία αμιγών γυναικείων συνεταιρισμών φαινόταν πιο κατορθωτή, καθώς η συμμετοχή τους σε μικτούς συνεταιρισμούς είναι ελάχιστη και η ουσιαστική παρουσία τους σε αυτούς περιθωριοποιημένη (Stratigaki 1988, Γιδαράκου 1994).

Ως μορφή οργανωτικής δομής, η συνεταιριστική δράση προάγει την ανάπτυξη συλλογικής ταυτότητας, τη δημιουργικότητα, την αλληλεγγύη, την απόκτηση γνώσης, την αυτοπεποίθηση. Η συμμετοχική δράση επεκτείνεται και πέρα από το κύκλωμα του ίδιου του συνεταιρισμού. Αυξάνει τη διαπραγματευτική δύναμη της ομάδας, το δημόσιο λόγο των γυναικών απέναντι στους τοπικούς και περιφερειακούς αναπτυξιακούς φορείς. Ενδυναμώνει τη συμμετοχή τους στη διαδικασία της συμμετοχικής ανάπτυξης και το ρόλο τους ως δρώντων υποκειμένων.

β) *Στο επίπεδο του νοικοκυριού:* Ο γυναικείος συνεργατισμός συμβάλλει στον ορθολογικότερο καταμερισμό της εργατικής δύναμης του νοικοκυριού, στη διεύρυνση της παραγωγικής του βάσης, στην απόκτηση προστιθέμενης αξίας από τα παραγόμενα προϊόντα του (μέσω π.χ. της μεταποίησής τους σε τοπικά προϊόντα προς κατανάλωση). Τελικά, προσφέρει πρόσθετο εισόδημα και συμβάλλει στην πρόληψη της οικονομικής περιθωριοποίησης του νοικοκυριού και στην οικονομική του ευημερία.

γ) *Στο τοπικό επίπεδο:* Οι επιχειρήσεις που συστήνονται από γυναίκες συνήθως έχουν σημαντικές επιπτώσεις στην τοπική οικονομική ανάπτυξη. Οι επιχειρηματική δραστηριότητά τους αυξάνει την επιχειρηματική συνείδηση στην κοινότητα και,

αντίστροφα, καλλιεργεί ερεθίσματα στα μέλη της για τη στήριξη, ευρύτερα, των γυναικείων πρωτοβουλιών σε τοπικό επίπεδο. Επί πλέον, οι γυναίκες ανέκαθεν ήταν οι θεματοφύλακες της παράδοσης και της πολιτισμικής κληρονομιάς στον αγροτικό χώρο. Ο γυναικείος συνεργατισμός συμβάλλει στην αξιοποίηση των τοπικών πόρων, στη διατήρηση και προβολή της πολιτισμικής κληρονομιάς. Παράγοντας προϊόντα που ενσωματώνουν το τοπικό χρώμα, οι γυναίκες προβάλλουν και ισχυροποιούν την εικόνα της τοπικής ταυτότητας, συμβάλλοντας στην τουριστική και γενικότερα την ανάπτυξη της περιοχής. Ακόμη, η εργασιακή διέξοδος για το γυναικείο δυναμικό στηρίζει τον κοινωνικό ιστό της τοπικής κοινωνίας, συμβάλλοντας στη συγκράτηση του πληθυσμού στις εστίες του.

Εκτός αυτών, ο συνεργατισμός είναι παραγωγή και εμπορία προϊόντων και χρήση τεχνολογικών μέσων για την προβολή τους στο καταναλωτικό κοινό. Από αυτή τη σκοπιά, με το συνεταιρισμό επιτυγχάνεται μεγέθυνση της επιχειρηματικής βάσης, αποφυγή του ανταγωνισμού μεταξύ των μικρών ατομικών επιχειρήσεων στο τοπικό επίπεδο. Διευκολύνεται η οργάνωση και προβολή ενός ολοκληρωμένου πακέτου προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών της περιοχής. Τελικά, μπορεί να λειτουργήσει ως παράγοντας ανάπτυξης και σταθερότητας της κοινωνικής δομής στο τοπικό επίπεδο.

### **Δραστηριότητες των συνεταιρισμών**

Σήμερα είναι καταγραμμένοι περίπου 110 γυναικείοι συνεταιρισμοί, διασκορπισμένοι σε όλη την ελληνική ύπαιθρο, με μεγαλύτερη συγκέντρωση σε ορισμένες περιφέρειες (όπως στο ν. Μαγνησίας, 10 συν/σμοί) και λιγότερη σε άλλες (όπως στην Πελοπόννησο, 2 συνεταιρισμοί). Στο χάρτη φαίνεται η περιφερειακή κατανομή τους. Η ίδρυση νέων συνεταιρισμών παρουσίασε ένα κενό στο διάστημα 1998-1990, ενώ στη δεκαετία του 1990 και ειδικότερα μετά το 1997 παρουσίασε μια δυναμική πορεία. Στο διάστημα 2000-2001 ιδρύθηκαν 28 νέοι συνεταιρισμοί (Koutsou et al. 2003).

Με βάση τη δραστηριότητά τους διακρίνονται σε αγροτουριστικούς και αγροβιοτεχνικούς-οικοτεχνικούς. Η πρώτη κατηγορία δραστηριοποιείται στην παροχή υπηρεσιών καταλύματος σε τουρίστες-επισκέπτες (εκμετάλλευση δωματίων και ξενώνων) και αποτελεί μια μικρή μειονότητα (15% περίπου) στο σύνολο των συνεταιρισμών (διάγρ. 1). Ένας αριθμός από αυτούς παράγει ταυτόχρονα και είδη αγροβιοτεχνίας. Το υψηλό κόστος της επένδυσης για την κατασκευή και συντήρηση των καταλυμάτων αποτελεί βασικό λόγο της περιορισμένης πρόθεσης των γυναικών να αποδυθούν σε αυτού του είδους τη δραστηριότητα. Τη μεγάλη πλειονότητα αποτελούν οι αγροβιοτεχνικοί-οικοτεχνικοί, που αξιοποιούν είτε τοπικά γεωργικά προϊόντα τα οποία μεταποιούν σε προϊόντα της τοπικής γαστρονομίας (γλυκά κουταλιού, άλλα παραδοσιακά γλυκά και εδέσματα, μαρμελάδες, τραχανά, χυλοπίτες, κλπ), παράγουν χειροτεχνήματα και είδη λαϊκής τέχνης (υφαντά, κεντήματα, παραδοσιακές στολές, κλπ) ή ασχολούνται με τη συλλογή, αποξήρανση και εμπόριο αρωματικών φυτών και βοτάνων. Μια αναδυόμενη κατηγορία συνεταιρισμών είναι εκείνοι που ασχολούνται με την εφοδιαστική (το κέτερινγ), καθώς οι καταναλωτές όλο και περισσότερο ευαισθητοποιούνται σε ζητήματα υγιεινής διατροφής αλλά και εδέσματα τοπικής ταυτότητας. Η παραγωγή των βιοτεχνικών-οικοτεχνικών προϊόντων γίνεται είτε σε οργανωμένα εργαστήρια είτε στα σπίτια των γυναικών μελών χωριστά. Η δεύτερη περίπτωση συνοδεύεται από προβλήματα ως προς την σταθερότητα της ποιότητας των

προϊόντων. Η κατανομή των συνεταιρισμών κατά είδος δραστηριότητας των συνεταιρισμών φαίνεται στο διάγραμμα 2.

Ως προς τον αριθμό των μελών τους, κάτι παραπάνω από το 40% των συνεταιρισμών έχουν από 15 έως 29 μέλη. Αν σ'αυτούς προσθέσουμε και εκείνους μέχρι 49 μέλη ο αριθμός τους καλύπτει τα  $\frac{3}{4}$  του συνολικού αριθμού (διάγρ. 3).

### **Από τη θεωρία στην πρακτική ή τα αδύνατα σημεία**

Η εκτεθείσα ως τώρα εικόνα των γυναικείων συνεταιρισμών αποτελεί την ευοίωνη πλευρά του ζητήματος. Η αριθμητική ευημερία των συνεταιρισμών δεν συμβαδίζει όμως με την οικονομική τους ευημερία. Από τους 110 συνεταιρισμούς ένας σημαντικός τους αριθμός (δεν υπάρχουν ακριβή αριθμητικά στοιχεία) υπολειτουργεί ή δεν λειτουργεί. Σχετικές έρευνες δείχνουν ότι οι περισσότεροι λειτουργούν με πολλά προβλήματα, δεν καταφέρνουν να εξασφαλίσουν ένα ικανοποιητικό εισόδημα στα μέλη τους και δεν αποτελούν μια σημαντική εναλλακτική απασχόλησης (Γιδαράκου 1999, Kazakoroulos and Gidaraku 2003, Iakovidou 2002). Επομένως δεν καταφέρνουν να εκπληρώσουν την αναπτυξιακή τους συνεισφορά που προαναφέρθηκε. Μια μειοψηφία τους όμως αποτελεί παραδείγματα καλών πρακτικών, άξια προς μίμηση. Στους συνεταιρισμούς που ευημερούν μπορεί κανείς να ανιχνεύσει το ρόλο μιας ομάδας-πυρήνα γυναικών δυναμικών, νεότερων σχετικά σε ηλικία σε σχέση με το σύνολο των συνεταιρισμών, με ικανότητα στην ανάληψη πρωτοβουλιών, την επιδίωξη διασυνδέσεων με αναπτυξιακούς τοπικούς φορείς (όπως η περίπτωση του συνεταιρισμού του Αγίου Αντωνίου), την ύπαρξη ενός υποστηρικτικού αναπτυξιακού φορέα στην περιοχή, (όπως στην περίπτωση του Τυχερού και της Ν. Ζίχνης), τη χρήση της εκ των κάτω προσέγγισης στη διαδικασία της ίδρυσης και λειτουργίας τους (Koutsou et al 2003). Ακόμη, κάποιοι από τους συνεταιρισμούς αυτούς βρίσκονται σε περιοχές που διαθέτουν πλούσια παράδοση στην ανάπτυξη τουριστικών δραστηριοτήτων, διαθέτουν οδικές και συγκοινωνιακές υποδομές οι οποίες διευκολύνουν τη σύνδεση με άλλες περιοχές, ενώ συγχρόνως κατάφεραν να αναπτύξουν συμπράξεις και συνεργασίες με διάφορες τοπικές οργανώσεις (όπως οι περιπτώσεις του συνεταιρισμού της Σύρου και της Ζαγοράς) (Στρατηγάκη (επιμ) 2005). Είναι σημαντικό ότι σε ορισμένους από αυτούς τους συνεταιρισμούς το εισόδημα που επιτυγχάνουν οι γυναίκες υπερβαίνει το αντίστοιχο γεωργικό εισόδημα ώστε να αντιμετωπίζουν πρόβλημα διατήρησης της ταυτότητάς τους ως αγροτισσών και της δυνατότητας αξιοποίησης των αντίστοιχων πλεονεκτημάτων που απορρέουν από την ταυτότητα αυτή.

Επιστρέφοντας στην επισήμανση των κύριων προβλημάτων που οι γυναικείοι συνεταιρισμοί αντιμετωπίζουν, θα πρέπει να σημειώσουμε ότι αυτά επικεντρώνονται κυρίως σε:

- Προβλήματα οργάνωσης και διαχείρισης της επιχείρησης. Η έλλειψη χώρων εργαστηρίων, χώρων αποθήκευσης και οι ελλείψεις σε μηχανολογικό εξοπλισμό είναι αδυναμία των περισσότερων συνεταιρισμών. Αυτό όμως δημιουργεί προβλήματα στη σωστή τυποποίηση και συσκευασία των προϊόντων, τον έλεγχο της ποιότητας, την εγγύηση της σταθερότητας της εικόνας του παραγόμενου προϊόντος. Οι ελλειπείς γνώσεις σε θέματα τεχνολογίας της παραγωγής, ιδιαίτερα από τις νεότερες σε ηλικία γυναίκες, αποτελούν ουσιαστικές αδυναμίες για τη διατήρηση των προϊόντων στην αγορά και τη διεύρυνσή της. Η έλλειψη διοικητικής και οργανωτικής εμπειρίας γίνεται συχνά αιτία προβλημάτων στον καταμερισμό των εργασιών μεταξύ των μελών, συγκρούσεων και κακής συνεργασίας, δυσκολίας στην παρακολούθηση των λογιστικών βιβλίων κλπ.

- Η προώθηση των προϊόντων στην αγορά, το μάρκετινγκ, είναι ένα κοινό και μεγάλο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι περισσότεροι γυναικείοι συνεταιρισμοί. Οικονομικοί λόγοι, έλλειψη σχετικών γνώσεων, υψηλό κόστος της διαφήμισης αποτελούν τις βασικές αιτίες του προβλήματος. Οι στρατηγικές διαφήμισης έχουν ιδιαίτερη σημασία για τις μικρές τοπικές αγορές όπως είναι οι συνεταιρισμοί, οι οποίες απευθύνονται στην αγορά που βρίσκεται έξω από την τοπική κοινωνία. Οι τεχνικές αυτές, όπως η χρήση του διαδικτύου, η χρησιμοποίηση διαφημιστικών ημερολογίων, τα T-shirts με λογότυπο και άλλες καμπάνιες, είναι δύσκολες για τις τεχνικές γνώσεις των μελών ενός γυναικείου συνεταιρισμού, που συνήθως απαρτίζεται από άτομα αυξημένης ηλικίας, με δυσκολία στη χρήση τεχνικών της κοινωνίας της πληροφορίας, κατοίκων απομακρυσμένων γεωγραφικά περιοχών, όταν δεν υπάρχουν οριζόντιοι δεσμοί μεταξύ τους και κάθετοι δεσμοί συνεργασίας και υποστήριξης σε περιφερειακό επίπεδο (Kazakoroulos and Gidaraku 2003). Το κόστος της διαφήμισης είναι επίσης υψηλό, με αποτέλεσμα οι συνεταιρισμοί να μην μπορούν να το αντεπεξέλθουν. Η οικονομική δυσπραγία των περισσότερων συνεταιρισμών δεν τους επιτρέπει την απασχόληση συμβούλου που θα έλυne παρόμοια προβλήματα. Έτσι λειτουργούν εμπειρικά και συνεπώς όχι πάντα αποτελεσματικά. Σε έρευνα σε 40 συνεταιρισμούς που διεξήχθη το 2000, μόνο 7 βρέθηκαν να έχουν μόνιμο προσωπικό (συνήθως γραμματέα), και σε 4 επίσης τα λογιστικά βιβλία καταρτίζονταν από λογιστή, ενώ κανένας δεν απασχολούσε εξειδικευμένο προσωπικό για υπηρεσίες οργάνωσης, μάρκετινγκ και μάρκετινγκ (Koutsou et al 2003). Τα έντυπα φυλλάδια ή τα τοπικά μέσα ενημέρωσης και η συμμετοχή σε τοπικές και εθνικές εκθέσεις αποτελούν τους πρόσφορους τρόπους διαφήμισης που χρησιμοποιούν. Η παρουσία στο διαδίκτυο αποτελεί μια προσβάσιμη μέθοδο διαφήμισης από τους συνεταιρισμούς, χάρις στην πρωτοβουλία δημόσιων και ιδιωτικών φορέων, που αναλαμβάνουν αυτή τη διευκόλυνση για λογαριασμό του συνεταιρισμού. Το ηλεκτρονικό εμπόριο ανοίγει δρόμους για ανάπτυξη, ιδιαίτερα για τις γυναίκες που ζουν σε απομακρυσμένες αγροτικές περιοχές ή έχουν περιορισμένες δυνατότητες ταξιδιών. Οι προσωπικές επαφές εξακολουθούν να έχουν μεγαλύτερη σημασία από το διαδίκτυο, το οποίο όμως αποτελεί ένα μέσο γρήγορης επικοινωνίας και συνεργασίας με ανθρώπους που βρίσκονται σε διαφορετικούς τόπους και παρέχει επίσης πρόσβαση σε πληροφορίες χωρίς έξοδα.

- Η έλλειψη κεφαλαίων αποτελεί επίσης ουσιαστική αδυναμία. Αρκετοί συνεταιρισμοί δέχτηκαν οικονομική βοήθεια από τοπικούς κυρίως φορείς κατά το ξεκίνημά τους. Οι ίδιοι οι συνεταιρισμοί δεν φαίνεται να ενστερνίζονται την άποψη ότι πρέπει να στηρίζονται στις δικές τους δυνάμεις και οικονομικές λειτουργίες προκειμένου να επιβιώσουν. Σε ένα βαθμό αυτό είναι πράγματι δύσκολο, αφού το ύψος των συνεταιριστικών μερίδων είναι μικρό και ο αριθμός των μελών μικρός, με συνέπεια το διαθέσιμο κεφάλαιο να είναι επίσης μικρό για να στηρίξει επενδύσεις. Οι ίδιες οι γυναίκες στηρίζουν πολλές προσδοκίες στην κρατική βοήθεια. Λίγοι συνεταιρισμοί προσφεύγουν σε δανεισμό από Τράπεζες. Το χαμηλό συνεταιριστικό κεφάλαιο και η επιφυλακτικότητα στον εξωτερικό δανεισμό κάνουν δύσκολο το σχεδιασμό νέων δραστηριοτήτων ή τη βελτίωση της λειτουργίας των υπαρχουσών.

Όμως, για να λειτουργήσουν αποτελεσματικά οι γυναικείες συνεταιριστικές επιχειρήσεις πρέπει αυτές να γίνουν ικανές να λειτουργήσουν ως μικρές αγορές που προσφέρουν ποιοτικά και αναγνωρίσιμα προϊόντα τα οποία μπορούν να τα διαθέσουν στην αγορά με αποτελεσματικό τρόπο. Αυτό απαιτεί την εφαρμογή στρατηγικής από πλευράς των ίδιων των συνεταιρισμών, των φορέων που ασκούν συμβουλευτικό ρόλο προς τους συνεταιρισμούς και των φορέων που εμπλέκονται στην τοπική ανάπτυξη, με στοχευμένους στόχους την εκπαίδευση/κατάρτιση και τη συμβουλευτική των γυναικών, την κάθετη δικτύωση στο πλέγμα των αναπτυξιακών δραστηριοτήτων της τοπικής και



περιφερειακής ανάπτυξης και την οριζόντια δικτύωση μεταξύ τους και τέλος την ανάπτυξη δομών χρηματοδότησης και πέραν των αξιοποιούμενων κοινοτικών κονδυλίων.

Στο επίπεδο της εκπαίδευσης/κατάρτισης τα εκπαιδευτικά πακέτα πρέπει να περιλαμβάνουν :

- Ζητήματα τεχνογνωσίας, ειδικότερα υγιεινής και ασφάλειας των παραγόμενων προϊόντων, στοιχεία που παραπέμπουν επίσης στην ανάγκη διαθεσιμότητας χώρου εργαστηρίου και εξοπλισμού, για την εξασφάλιση σταθερής και αναγνωρίσιμης ταυτότητας των παραγόμενων προϊόντων, εγκατάστασης συστημάτων διασφάλισης της ποιότητας (συστημάτων HACCP).

- Την κατανόηση των αρχών της συνεταιριστικής συνεργασίας για την αποφυγή διαπροσωπικών διακρίσεων και συγκρούσεων.

- Ζητήματα οικονομικά. Τα ζητήματα αυτά είναι καίριας σημασίας, όπως η πληροφόρηση για τα λογιστικά, τα φοροτεχνικά θέματα, για τρόπους δανειοδότησης/χρηματοδότησης από τράπεζες ή εθνικά περιφερειακά ή τοπικά χρηματοδοτικά προγράμματα ή πιθανόν από εταιρείες στις οποίες προμηθεύουν τα προϊόντα τους, πληροφόρηση για την κατάρτιση επενδυτικών σχεδίων. Οι συνεταιρισμοί (και γενικώς οι γυναικείες επιχειρήσεις), όπως προαναφέρθηκε, δεν έχουν την οικονομική δυνατότητα να αναθέτουν αυτές τις εργασίες σε τρίτο πρόσωπο, ενώ συνήθως δεν φροντίζουν να εγγράφονται στο εμπορικό επιμελητήριο ή άλλα επιχειρηματικά δίκτυα και ως εκ τούτου έχουν λίγες επαφές με ανθρώπους που μπορούν να τους γνωρίσουν τον κόσμο των επιχειρήσεων ή να παίξουν μεσολαβητικό ρόλο για χρήσιμες επαφές και συναντήσεις

- Ζητήματα φιλοξενίας, τα οποία θα προάγουν μια θετική αλληλόδραση μεταξύ των συνεταιριών και των δεχόμενων τις υπηρεσίες του συνεταιρισμού, ιδιαίτερα στις περιπτώσεις συνεταιρισμών παροχής υπηρεσιών, τον αλληλοσεβασμό και τη διαπολιτισμική αποδοχή, στοιχεία τα οποία αυξάνουν το μάρκετινγκ των υπηρεσιών.

- Την καλλιέργεια του επιχειρηματικού πνεύματος, της εμπύχωσης, της συμμετοχικότητας και της ανάληψης πρωτοβουλιών. Οι γυναίκες πρέπει να εκπαιδευτούν να λαμβάνουν υπόψη τις αλλαγές στις απαιτήσεις των πελατών και τον ανταγωνισμό. Οι επιχειρήσεις πρέπει να εξελίσσονται και να αναπτύσσονται μέσα στο χρόνο, απαντώντας στο ολοένα μεταβαλλόμενο περιβάλλον. Η ανάπτυξη και εξέλιξη συνήθως είναι τα τελευταία που σκέπτονται οι γυναίκες. Για να αναπτύξουν και εφαρμόσουν τα επιχειρηματικά τους σχέδια θα χρειαστούν πρόσθετες γνώσεις, δεξιότητες, πόρους, ιδέες. Χρειάζονται την παροχή συμβουλών και εκπαίδευσης για να αναγνωρίσουν την ανάγκη να ξεπεράσουν τη φυσική αντίσταση για αλλαγή, να ξεπεράσουν την επιφυλακτικότητα που τις διακρίνει σε σχέση με τους άνδρες επιχειρηματίες και να αναλάβουν επιχειρηματικούς κινδύνους. Συχνά οι γυναίκες επιχειρηματίες λείπει η (Seeland, 2002) έχουν περιορισμένες και λιγότερο φιλόδοξες αντιλήψεις για την επιχείρησή τους σε σχέση με τους άνδρες. Αποφασιστικής σημασίας στοιχεία κάθε εκπαιδευτικού προγράμματος για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, σημειώνει η ίδια συγγραφέας, είναι εκείνα που αυξάνουν την ικανότητα ανάληψης κινδύνου, στοχεύουν στην ανάγκη επαρκούς χρηματοδότησης και επίσης στην ικανότητα των γυναικών να χρησιμοποιούν τις νέες τεχνολογίες επικοινωνίας και πληροφόρησης. Η επιχειρηματικότητα υποστηρίζεται ότι είναι έμφυτη κλίση (Petrin 1997). Κάποιες ομάδες πληθυσμού ή κάποιοι λαοί είναι πιο επιρρεπείς στο να επιδίδονται σε επιχειρηματικού τύπου εργασίες αλλά από την άλλη η έμφυτη κλίση μπορεί να καρποφορήσει περισσότερο με την εκπαίδευση/κατάρτιση. Η συμμετοχικότητα δεν είναι έμφυτη αλλά μπορεί να καλλιεργηθεί με τη μάθηση.

Η λειτουργία δομών συμβουλευτικής προς τις γυναίκες είναι απαραίτητη και έχει ήδη αναφερθεί ο ρόλος της υπηρεσίας Αγροτικής Οικιακής Οικονομίας του Υπ. Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, της ΠΑΣΕΓΕΣ, της Γ.Γ.Ι. και άλλων φορέων. Θα επισημάνουμε επίσης ότι στη χώρα λειτουργούν επίσης πέντε συμβουλευτικά κέντρα (στην Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Πάτρα, Βόλο και Ηράκλειο), τα οποία δημιουργήθηκαν από το Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας (ΚΕΘΙ) με τη συνεργασία της Γ.Γ.Ι. και την υποστήριξη της Ε.Ε. Οι υπηρεσίες τους αφορούν σε εξατομικευμένες ή ομαδικές συναντήσεις των γυναικών για τη συνεργασία με συμβούλους που τους παρέχουν συμβουλευτικό έργο σε διάφορα ζητήματα που σχετίζονται με τη δημιουργία και λειτουργία μιας επιχείρησης, αλλά και σε ένα μεγάλο εύρος ζητημάτων που τις απασχολούν. Ασφαλώς υπηρεσίες συμβουλευτικής προσφέρονται και προς τις γυναίκες που επιθυμούν να συστήσουν ή λειτουργούν συνεταιριστική επιχείρηση. Ειδικότερα, υπηρεσίες συμβουλευτικής προσφέρονται στους παρακάτω τομείς: Συμβουλευτική απασχόλησης/ επιχειρηματικότητας, Συμβουλευτική ψυχολογικής και κοινωνικής υποστήριξης, Νομική συμβουλευτική, Συμβουλευτική πληροφόρησης, Συμβουλευτική ειδικών πληθυσμιακών ομάδων.

Όσον αφορά στη δικτύωση, ο όρος «δικτύωση» σημαίνει τη δημιουργία ενός συστήματος συλλογικών δράσεων και παρεμβάσεων, ικανών να αντιμετωπίσουν οικονομικές και κοινωνικές ανάγκες της κοινωνίας, που δεν καλύπτονται επαρκώς από ατομικές, ασυντόνιστες και αποσπασματικές δράσεις. Με τη δικτύωση, φορείς, ομάδες και άτομα, σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο, σχεδιάζουν, προτείνουν και αναλαμβάνουν από κοινού πρωτοβουλίες για την προώθηση ζητημάτων που αφορούν μια συγκεκριμένη δράση. Στην περίπτωση των γυναικείων συνεταιρισμών η δικτύωση είναι πρωταρχικής σημασίας επειδή οι δράσεις τους αναπτύσσονται σε ένα δυσμενές οικονομικό και επιχειρηματικό περιβάλλον, από άτομα σχετικά μεγάλης ηλικίας και χωρίς τεχνικές γνώσεις. Η λειτουργία τους ως ομάδας, προσδίδει στις γυναίκες αυτές διαπραγματευτική ικανότητα και κύρος για τη συμμετοχή τους στο δημόσιο διάλογο.

Η ανάπτυξη δομών κάθετης και οριζόντιας δικτύωσης των συνεταιρισμών είναι πολύτιμη. Η ενδυνάμωση δηλαδή και προώθηση διαδικασιών συμμετοχικότητας και συνεργασίας των συνεταιρισμών μεταξύ τους αφενός και με τους τοπικούς φορείς, επαγγελματικές οργανώσεις, τοπική αυτοδιοίκηση και άλλες τοπικές ομάδες. Η συμμετοχή τους σε πακέτα πρωτοβουλιών προώθησης της τοπικής ανάπτυξης αποτελεί αναγκαίο μέσο για την οικονομική τους ευημερία. Η σύνδεση με τοπικούς φορείς διαπιστώνεται συχνά, ειδικότερα στο στάδιο της ίδρυσης και αρχικής λειτουργίας των συνεταιρισμών. Αυτή η συνεργασία, συνήθως κάτω από το πλαίσιο της δυνατότητας εκταμίευσης κοινοτικών κονδυλίων για την ίδρυσή τους, διακόπτεται μετά τη λήξη του χρηματοδοτικού πακέτου. Στο υπόβαθρο των συνεταιρισμών που αποτελούν παραδείγματα καλών πρακτικών, όπως της Σύρου, του Τυχερού και της Ν. Ζίχνης, μπορεί να διαγνώσει κανείς το ειδικό βάρος της διασύνδεσής τους με την τοπική αυτοδιοίκηση ή τον αναπτυξιακό φορέα.

Επίσης, η οριζόντια διασύνδεση των συνεταιρισμών μεταξύ τους, για την ανταλλαγή πληροφοριών, καλών πρακτικών και την από κοινού δράση στην εφαρμογή μεθόδων διεύρυνσης της παρουσίας τους στην τοπική, εθνική και διεθνή αγορά είναι σημαντικός παράγοντας. Οι γυναίκες αποκτούν μεγαλύτερη εμπιστοσύνη μέσα από τις συναντήσεις και τη συνεργασία με άλλες γυναίκες από την ίδια ή και άλλη χώρα.

Ένα βήμα οριζόντιας δικτύωσης αποτελεί η δημιουργία του δευτεροβάθμιου συνεταιριστικού τους οργάνου, της ένωσης Αγροβιοτεχνικών-Οικοτεχνικών συνεταιρισμών Ελλάδος το 1998, ως ΝΠΙΔ., με περιφερειακή δράση σε όλη την Ελλάδα (με εξαίρεση τους αστικούς γυναικείους συνεταιρισμούς, επειδή βασίζεται στο

νόμο περί αγροτικών συνεταιρισμών) και με πραγματικά φιλόδοξους στόχους. Ωστόσο το όργανο αυτό δεν φαίνεται να εκπληρώνει τους στόχους της ίδρυσής του, αφού δεν κατάφερε να συγκεντρώσει παρά μόνο 17 μέλη και βρίσκεται σε παντελή ατονία.

Μια ακόμη σημαντική κίνηση δικτύωσης αποτελεί η πρωτοβουλία της Γ.Γ.Ι. για την έρευνα και μελέτη σχετικά με τη σύσταση ενός δικτύου διασύνδεσης γυναικείων συνεταιρισμών, με στόχο τη δημιουργία συστήματος διανομής και διάθεσης προϊόντων των συνεταιρισμών, την αναζήτηση εθνικών και διεθνών αγορών, τη δικτύωση με ομοειδείς ομάδες του εξωτερικού, την ενημέρωση, εμπύχωση και παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών, την ίδρυση εκθετηρίων, πρατηρίων για την έκθεση, πώληση και διαφήμιση των προϊόντων όλων των συνεταιρισμών. Επίσης, η κατασκευή δικτυακών τόπων προβολής ομάδων γυναικείων συνεταιρισμών στο διαδίκτυο αποτελούν μορφές καλής πρακτικής στο θέμα της δικτύωσης.

Το τρίτο ζήτημα που επισημάνθηκε στους στοχευμένους άξονες στρατηγικής που προαναφέρθηκαν, ήταν η πρόσβαση των γυναικών στη χρηματοδότηση. Επισημάνθηκε ήδη ότι ένα από τα πλέον σημαντικά προβλήματα που προβάλλεται από την έρευνα σχετικά με τους γυναικείους συνεταιρισμούς είναι η οικονομική δυσπραγία, ή οποία συνοδεύεται από επενδυτική στασιμότητα και χαμηλή βιωσιμότητα των συνεταιρισμών. Συνήθως οι περισσότεροι συνεταιρισμοί εκμεταλλεύτηκαν διάφορα κοινοτικά προγράμματα στήριξης για τη σύστασή τους. Το πρόγραμμα NOW αποτελεί ένα παράδειγμα. Η λειτουργία τους και ανάπτυξή τους όμως δεν μπορεί να στηρίζεται συνεχώς στην κρατική βοήθεια. Πρέπει να αυτενεργήσουν. Η δανειοδότηση αποτελεί ένα αγκάθι στη διαδικασία αυτή, αφενός γιατί οι γυναίκες είναι περισσότερο επιφυλακτικές στο να προσφεύγουν στον έξωθεν δανεισμό, αλλά και επειδή οι μικρές επιχειρήσεις, όπως οι γυναικείοι συνεταιρισμοί, αντιμετωπίζουν μεγάλες δυσκολίες όταν προσπαθούν να χρησιμοποιήσουν το κλασικό μοντέλο χρηματοδότησης. Πέραν από τις πιθανές έμφυλες προκαταλήψεις των χρηματοδοτικών φορέων, οι προσωπικές οικονομίες των γυναικών είναι σχετικά μικρότερες των ανδρών και οι τράπεζες συνήθως δέχονται μόνο παραδοσιακές μορφές εγγυήσεων, όπως την ιδιοκτησία.. Εμπειρίες καλών πρακτικών που εφαρμόστηκαν στην Αγγλία, τη Σουηδία, τη Γερμανία δείχνουν κάποιους δρόμους που μπορούν να αποτελέσουν βάση για προβληματισμό για ανάλογες ενέργειες. Μια από αυτές είναι η ανάπτυξη μικρο-πιστωτικών συστημάτων, τα οποία μπορούσαν να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των μικροεπιχειρηματιών γυναικών, οι οποίες (ανάγκες) κρίνονταν πολύ μικρές σύμφωνα με τα κριτήρια των τραπεζών. Κάποια κεφάλαια δηλαδή είτε διαθέτονταν από την κυβέρνηση και διανεμόνταν μέσω του τραπεζικού συστήματος, όπως στη Σουηδία, είτε τα αποκτούσε με δάνειο μια μη κερδοσκοπική οργάνωση, η οποία τα χρησιμοποιούσε ως ανακυκλούμενο κεφάλαιο για να χρηματοδοτεί γυναίκες επιχειρηματίες, όπως στην Αγγλία. Σε άλλες χώρες, όπως στην Ολλανδία και Ισπανία, χρηματοδοτικά προγράμματα δημιουργήθηκαν από μη κυβερνητικές οργανώσεις (Μ.Κ.Ο.) και ομάδες που είχαν συσταθεί από τις ίδιες τις γυναίκες. Ένας άλλος επίσης τρόπος που εφαρμόστηκε στη Γερμανία ήταν η κατάτμηση των προμηθειών του δημόσιου τομέα. Ο οργανισμός τοπικής αυτοδιοίκησης στο Βερολίνο διέθεσε σε εργολαβία τις καντίνες του, από όπου μπορούσαν να οφεληθούν γυναικείες επιχειρήσεις.

Η εκπλήρωση όλων των παραπάνω δεν εξυπακούει αναγκαστικά και την άριστη προαγωγή των γυναικείων συνεταιριστικών επιχειρήσεων. Το οικονομικό περιβάλλον συχνά επιφυλάσσει εκπλήξεις που οδηγούν σε άλλες από τις επιδιωκόμενες ή αναμενόμενες ατραπούς. Η επιβίωση μιας επιχείρησης ενέχει διακινδύνευση και η ευρωπαϊκή εικόνα σχετικά με την τύχη των νέων επιχειρήσεων δεν είναι και η πλέον ικανοποιητική.

Η Seeland (2002), παρουσιάζοντας διδάγματα στρατηγικής από την εφαρμογή της Κοινοτικής Πρωτοβουλίας NOW για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα στον ευρωπαϊκό χώρο, διατυπώνει ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν πολλούς κινδύνους αποτυχίας. Το 35% αυτών αποτυγχάνει εντός της πρώτης τριετίας και αθροιστικά το 60% αποτυγχάνει μετά από 8-10 χρόνια λειτουργίας. Αν και δεν υπάρχουν στοιχεία διαχωρισμένα κατά φύλο, οι γυναικείες επιχειρήσεις εκτιμάται ότι αντιμετωπίζουν υψηλότερους κινδύνους. Επίσης, στοιχεία έρευνας μεταξύ γυναικών μελών γυναικείων συνεταιρισμών που διενεργήθηκε το 1996 έδειξε ότι η μορφή αυτή απασχόλησης δεν κρίνεται από τις συνεταιρισμένες γυναίκες ως ικανοποιητική εναλλακτική λύση απασχόλησης για τις θυγατέρες τους (Γιδαράκου 1999) και η έρευνα μεταξύ νεότερων γυναικών έδειξε ότι εκτιμάται ως προσωρινή απασχόληση μέχρι την εξεύρεση πιο καλής ευκαιρίας απασχόλησης (Gidarakou, 1999). Περιπτώσιολογική επίσης μελέτη που αφορά τη γενικότερη εικόνα της γυναικείας επιχειρηματικότητας στον αγροτικό χώρο (Βλάχου και Ιακωβίδου 2002) επισημαίνει το ιδιαίτερα ισχνό στοιχείο της διαχρονικότητας στις γυναικείες επιχειρήσεις. Πρόκειται για επιχειρήσεις εφήμερου χαρακτήρα με ημερομηνία λήξης, οι οποίες κυρίως αποβλέπουν στην πρόσκαιρη δημιουργία ευκαιριών συμπληρωματικού εισοδήματος και εξασφάλισης πρόσθετων μορφών απασχόλησης. Η μεγάλη πλειονότητα των γυναικών επιχειρηματιών (επτά στις δέκα), σε συμφωνία με δεδομένα που προαναφέρθηκαν για την περίπτωση των συνεταιρισμένων γυναικών, φαίνεται να αποτρέπουν σθεναρά τα παιδιά τους τόσο από τη συνέχιση της επιχειρηματικής δραστηριότητας όσο και από την παραμονή τους και την αναζήτηση έστω και κάποιας άλλης μορφής απασχόλησης τοπικά.

#### **Αντί επιλόγου**

Η ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας στον αγροτικό χώρο συναντάται στο σημείο τομής δημόσιων πολιτικών με πολλαπλούς στόχους: την αύξηση της απασχολησιμότητας, την καταπολέμηση της ανεργίας, την προώθηση συνθηκών ισότητας των φύλων και καταπολέμησης των φυλετικών στερεοτύπων, την περιφερειακή και τοπική ανάπτυξη, την ενίσχυση του κοινωνικού ιστού στην ύπαιθρο, τη διαφύλαξη της πολιτισμικής ταυτότητας που βάλλεται από το σαρρωτικό κύμα της παγκοσμιοποιούμενης οικονομίας. Ο γυναικείος συνεταιρισμός ως μορφή έκφρασης της γυναικείας επιχειρηματικότητας καλείται να επενδύσει στους παραπάνω στόχους. Είναι ένα βαρύ φορτίο που δεν μπορεί να το αντέξει χωρίς συνεκτική στρατηγική και δικτύωση στους εθνικούς, περιφερειακούς και τοπικούς αναπτυξιακούς φορείς, προκειμένου να μην ευημερεί μόνο η αριθμητική τους παρουσία στην ελληνική ύπαιθρο. Ωστόσο, υπάρχουν και παραδείγματα καλών πρακτικών γυναικείων συνεταιρισμών στην ελληνική ύπαιθρο, όχι βέβαια πολλά, που όμως υποδεικνύουν μηχανισμούς και ατραπούς επιτυχίας. Η μελέτη των παραγόντων επιτυχίας των περιπτώσεων αυτών μπορεί να καλλιεργήσει τον προβληματισμό και να παραγάγει ιδέες ως προς τα βήματα που οδηγούν στην επιτυχία του εγχειρήματος της γυναικείας επιχειρηματικότητας μέσω της συνεταιριστικής εργασίας.

#### **Αναφορές**

Βλάχου, Χ. και Ιακωβίδου, Ο. (2002), Γυναικεία επιχειρηματικότητα στην ελληνική ύπαιθρο. Η περίπτωση της μαυροθάλασσης του Νομού Σερρών. Εισηγήση στο 7<sup>ο</sup> Συνέδριο της ΕΤ.ΑΓΡ.Ο., με τίτλο: Η κοινωνία της Υπαιθρου σε ένα Μεταβαλλόμενο Αγροτικό Χώρο. Αθήνα, Γ.Π.Α. 21-23/11/2002.

Γιδαράκου, Ι. (1999) Ενδογενής ανάπτυξη της υπαίθρου και γυναικεία απασχόληση. Στο Χ. Κασίμης Χ. και Λ. Λουλούδης (Επιμ) *Ύπαιθρος Χώρα – Η*

*Ελληνική Αγροτική Κοινωνία στο τέλος του Εικοστού Αιώνα*, ΕΚΚΕ, εκδ. Πλέθρον, σς. 189-216.

Gidarakou, I. (1999) Young women's attitudes towards agriculture and women's roles in Greek countryside: a first approach. In *Journal of Rural Studies* 15(2), pp. 147-158.

Kazakopoulos, L. and Gidarakou, I. (2003) Women's cooperatives in Greece and the niche market challenge. *Rural Cooperation*, 31(1), pp. 25-46.

Petrin T. (1997) Entrepreneurship as an economic force in rural development. In: *Rural Development through Entrepreneurship*. FAO Regional Office for Europe, pp. 7-19. Rome.

Koutsou, S., Iakovidou, O., and Gotsinas, N. (2003). Women's cooperatives in Greece: An on-going story of battles, successes and problems. *Rural Cooperation*, 31(1), pp. 47-58.

Λαΐου-Αντωνίου Η. (1985) Νέες μορφές γυναικείων συνεταιρισμών. Γενική Γραμματεία Ισότητας, Αθήνα.

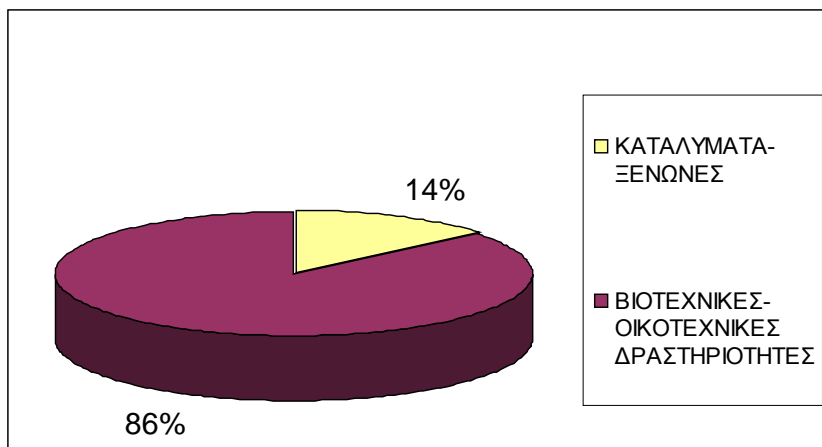
Παπαταξιάρχης, Ε. (1998) Από τη σκοπιά του φύλου. Στο Ταυτότητες και Φύλο στη Σύγχρονη Ελλάδα. Στο: Ε. Παπαταξιάρχης και Θ. Παραδέλλης (επιμ), σς. 11-95. Εκδ. Αλεξάνδρεια.

Seeland, S. (2002) Διδάγματα στρατηγικής από την Κοινοτική Πρωτοβουλία Employment-Now. Στο: *Ισότητα των Φύλων* (πρακτικά Συνεδρίου, της Γ.Δ. Απασχόληση & Κοινωνικών Υποθέσεων της Ε.Ε., Υπ. Εθνικής Οικονομίας και Υπ. Εργασίας & Κοινωνικών Ασφαλίσεων, 28/2 – 1/3/2002). σς. 9-32.

Stratigaki, M. (1998) Agricultural modernization and gender division of labour. *Sociologia Ruralis, Special Issue Farm Women in Europe*, Vol. XXVIII, No 4, pp. 248-262.

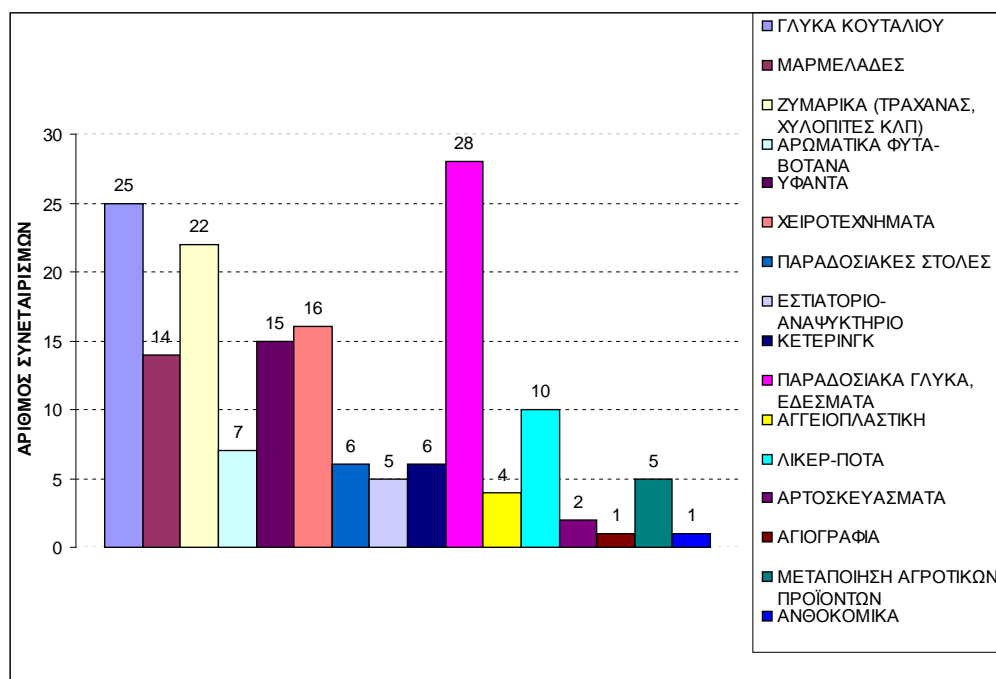
Στρατηγάκη (επιμ) (2005) Επιχειρηματικότητα γυναικών- Όψεις ιδιοκτησίας και διοίκησης. Πάντειο Πανεπιστήμιο/ΚΕΚΜΟΚΟΠ, σελ. 187-191.

**Διάγραμμα 1. Κατανομή των γυναικείων συνεταιρισμών σε αγροτουριστικούς και αγροβιοτεχνικούς-οικοτεχνικούς**



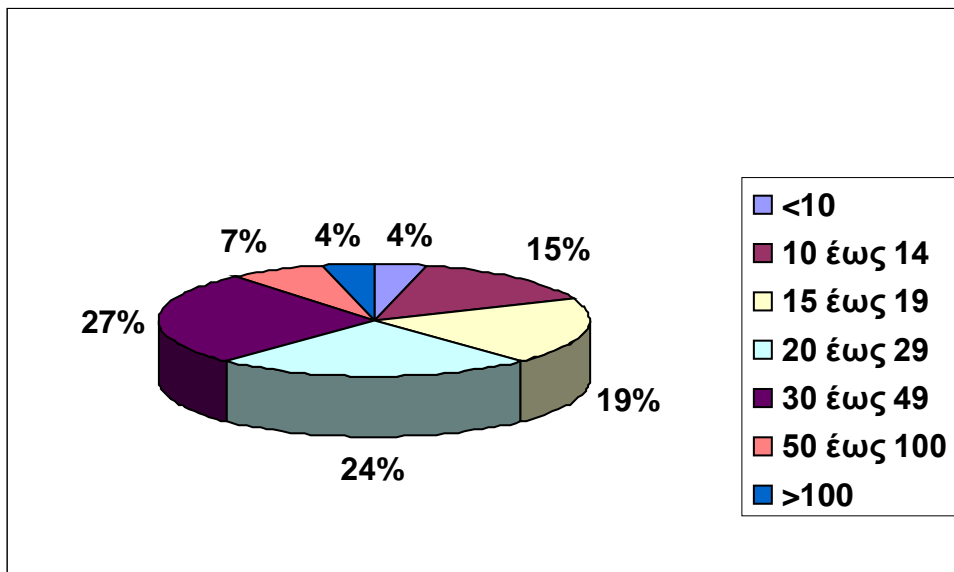
Πηγή: Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και τροφίμων

**Διάγραμμα 2. Δραστηριότητες των γυναικείων συνεταιρισμών (πλην εκείνων που διαθέτουν καταλύματα)**



Πηγή: Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων

**Διάγραμμα 3. Κατανομή των γυναικείων συνεταιρισμών με βάση τον αριθμό των μελών τους**



Πηγή: Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων

Αριθμός γυναικείων συνεταιρισμών κατά νομό

