

9^ο Συνέδριο ΕΤΑΓΡΟ

2-5 Νοεμβρίου 2006

**ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ
ΥΠΑΙΘΡΟ**

Όλγα Ιακωβίδου, καθηγήτρια ΑΠΘ

Σταυριανή Κουτσού, Επικ. Καθηγήτρια ΑΤΕΙΘ

Πολυμάχη Συμεωνίδου, Υποψ. Διδάκτωρ ΑΠΘ

Εισαγωγή

Στην αυγή της νέας χιλιετίας η ύπαιθρος είναι αντιμέτωπη με την πρόκληση να επανεφεύρει τον εαυτό της (Λαμπριανίδης, 2005) όχι μέσα από την ανάπτυξη της γεωργίας και του πρωτογενή τομέα γενικότερα, αλλά μέσα από την πολυτομεακή ανάπτυξή της, με βάση μια ολιστική προσέγγιση που βασίζεται στη χωρική και συστηματική θεώρηση των περιβαλλοντικών, κοινωνικών, οικονομικών και θεσμικών διαστάσεων της υπαίθρου.

Οι συνθήκες που επικρατούν σήμερα στην ύπαιθρο είναι σημαντικά διαφοροποιημένες σε σχέση με τις προηγούμενες δεκαετίες. Ο κοινωνικός και οικονομικός ρόλος του πρωτογενή τομέα έχει μειωθεί δραστικά, η εγκατάλειψη της υπαίθρου διακόπηκε, ο πληθυσμός του χώρου αλλοιώθηκε – όχι μόνο από τους ξένους μετανάστες αλλά και από την εγκατάσταση εκεί πολιτών από την πόλη - τα επίπεδα διαβίωσης του τοπικού πληθυσμού ανέβηκαν σημαντικά και άρχισε να εκδηλώνεται ενδιαφέρον για θέματα που αφορούν την προστασία του περιβάλλοντος (Καλανταρίδης, 2005).

Ο αγροτικός χώρος, από χώρος βιωμένος σχεδόν κατ' αποκλειστικότητα από γεωργούς, σταδιακά καθίσταται ένας διευρυμένος χώρος παραγωγής και κατανάλωσης, όπου γεωργοί και μη-γεωργοί κάτοικοι της υπαίθρου, γηγενείς, παλινοστούντες, νέο-εγκατασταθέντες αστικής καταγωγής, αναζητούν τρόπους και πηγές εισοδημάτων εντός και εκτός γεωργίας (Κουτσού κ.α., 2005).

Η διαμόρφωση των νέων συνθηκών στην ύπαιθρο της κοινότητας από τη μια μεριά, αλλά και οι απαιτήσεις της παγκοσμιοποιημένης οικονομίας από την άλλη, οδήγησαν τόσο τις εθνικές όσο και την ευρωπαϊκή πολιτική σε νέα θεώρηση της ανάπτυξης του αγροτικού χώρου. Ο τομεακός χαρακτήρας της ανάπτυξης του εγκαταλείπεται και η ύπαιθρος προσλαμβάνει έναν χαρακτήρα πολυτομεακό, όπου αναπτύσσονται νέες λειτουργίες, ενταγμένες στο δευτερογενή και τριτογενή τομέα (Κουτσού κ.α., 2005).

Η σύγχρονη αντίληψη για την ολοκληρωμένη ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών, προβάλλει την ανάγκη προώθησης της πολυτομεακής ανάπτυξης και ανταγωνιστικότητας της τοπικής οικονομίας, σε αντίθεση με τις προηγούμενες δεκαετίες που προωθούνταν κυρίως η εντατικοποιημένη χρήση των μέσων παραγωγής στον πρωτογενή τομέα. Στο πλαίσιο αυτό νέες εργασιακές προκλήσεις αναδεικνύονται για τις γυναίκες της υπαίθρου, οι οποίες αναδεικνύουν τη δυναμικότητά τους και τον ρόλο τους στην αναβάθμιση του κοινωνικού, οικονομικού και πολιτιστικού επιπέδου της υπαίθρου, με την ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών.

Η επιχειρηματικότητα αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για την ανάπτυξη της υπαίθρου και η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στην ύπαιθρο καθορίζεται από μια σειρά παραγόντων, όπως

είναι η πρόσβαση στις κύριες αγορές, η οικονομική βάση της περιοχής, τα κοινωνικά πρότυπα, οι μορφές διακυβέρνησης, ο βαθμός ανάπτυξης του κοινωνικού κεφαλαίου. Τα χαρακτηριστικά των παραγόντων αυτών είναι έντονα διαφοροποιημένα μεταξύ των επιμέρους περιοχών της υπαίθρου (Λαμπριανίδης, 2005).

Οι γυναικείες επιχειρηματικές δραστηριότητες στον αγροτικό χώρο, ενδογενούς κατά κανόνα προέλευσης, εκδηλώνονται ανάλογα με τις τοπικές αναπτυξιακές δυναμικές που επικρατούν. Πρόκειται για ανεξάρτητες και αυτόνομες προσπάθειες, κατά τα αρχικά τουλάχιστο στάδια της ανάπτυξής τους, που αποτελούν κυρίως το αποτέλεσμα ατομικών και οικογενειακών πρωτοβουλιών και αναζητήσεων εκ μέρους των γυναικών – συζύγων στο πλαίσιο της πληρέστερης ένταξής τους στις στρατηγικές απασχόλησης και αξιοποίησης του οικογενειακού εργατικού δυναμικού για τη δημιουργία συμπληρωματικών πηγών οικογενειακού εισοδήματος (Γιδαράκου κ.α., 2005) .

Με την υπόθεση ότι η διαφοροποίηση της οικονομικής βάσης της περιοχής- κυρίως το διαφορετικό επίπεδο ανάπτυξης των τομέων της οικονομίας- μπορεί να προκαλέσει διαφοροποιήσεις στην ανάληψη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων από τις γυναίκες της υπαίθρου, στην εισήγηση αυτή επιχειρείται η συγκριτική μελέτη του ρόλου των βασικών χαρακτηριστικών των γυναικών επιχειρηματιών στην ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών.

Ως περιοχή έρευνας επιλέχθηκαν πέντε περιοχές της βόρειας Ελλάδας, οι οποίες παρουσιάζουν διαφορετικό επίπεδο ανάπτυξης, σε διαφορετικούς τομείς της οικονομίας. Οι περιοχές αυτές αφορούν στην Κασσάνδρα της Χαλκιδικής, με υψηλό επίπεδο τουριστικής ανάπτυξης και στη Σαμοθράκη, όπου η τουριστική ανάπτυξη βρίσκεται σε χαμηλότερο επίπεδο, στη βιομηχανική περιοχή των Σερρών, όπου εκτός από την ανάπτυξη του δευτερογενή τομέα, είναι ιδιαίτερα αναπτυγμένος και ο πρωτογενής και στους ορεινούς όγκους του Πάικου και του Βόρα, όπου διαπιστώνεται χαμηλό επίπεδο ανάπτυξης του πρωτογενή τομέα, όμως στο δεύτερο παράλληλα είναι αναπτυγμένες εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Η συγκέντρωση των δεδομένων της έρευνας έγινε με τη βοήθεια ερωτηματολογίου από δείγμα 516 γυναικών που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά στην ύπαιθρο. Τα στοιχεία για την επιλογή του δείγματος αντλήθηκαν από τα Εμπορικά και Βιοτεχνικά Επιμελητήρια των πέντε περιοχών της έρευνας. Για την επιλογή του δείγματος χρησιμοποιήθηκε η τεχνική της ενσωματωμένης τυχαίας δειγματοληψίας κατά Neyman. Από το σύνολο των 516 γυναικών οι 119 προέρχονται από την Κασσάνδρα Χαλκιδικής, οι 69 από τη Σαμοθράκη, οι 138 από τη βιομηχανική περιοχή των Σερρών, οι 106 από το Πάικο και οι 84 από το Βόρα.

Στα στοιχεία της έρευνας εφαρμόστηκαν μέτρα περιγραφικής στατιστικής

Γυναίκες επιχειρηματίες στην ύπαιθρο

Ο ορισμός της έννοιας της επιχειρηματικότητας και του επιχειρηματία δεν είναι εύκολος. Ο Vesper (1983) ορίζοντας τον επιχειρηματία αναφέρει ότι είναι αυτός που συντονίζει τους

υπάρχοντες πόρους για να δημιουργήσει κέρδη, ενώ οι Johnson και Stoney (1993) θεωρούν επιχειρηματία αυτόν που αναλαμβάνει να πάρει το επιχειρηματικό ρίσκο. Ο Wartman (1990) ορίζοντας την επιχειρηματικότητα τη θεωρεί ως ένα σημαντικό μέσο για την οικονομική ανάπτυξη της υπαίθρου, ενώ ο Petrin (1994) αναφέρει ότι είναι η διαδικασία του να δημιουργεί κανείς αξία, συγκεντρώνοντας τους πόρους με μοναδικό τρόπο, ώστε να αξιοποιήσει μια ευκαιρία.

Η ανάπτυξη της υπαίθρου είναι σήμερα περισσότερο από ποτέ συνδεδεμένη με την επιχειρηματικότητα. Η ανάγκη για την προώθηση της επιχειρηματικότητας στην ύπαιθρο προκύπτει από το γεγονός ότι έχει ένα σύνθετο ρόλο: προωθεί την απασχόληση, αποτελεί στρατηγική για την αποτροπή της εγκατάλειψης της υπαίθρου, αυξάνει το εξωγεωργικό εισόδημα και είναι για τις γυναίκες μια επαγγελματική ευκαιρία, κοντά στο σπίτι τους, που τους προσφέρει αυτονομία και ανεξαρτησία (Petrin, 1994). Άλλωστε έρευνες έχουν δείξει ότι η επιχειρηματικότητα παρέχει, εκτός των άλλων, κοινωνικοοικονομική ελευθερία για τους ανθρώπους που την αναπτύσσουν (Rosa & Hamilton, 1994). Σ' αυτό το πλαίσιο, η διαδικασία ένταξης της γυναίκας στον επαγγελματικό χώρο προωθείται και επιταχύνεται. Η γυναίκα, επιθυμεί να ξεφύγει από τα όρια του νοικοκυριού, προσδοκώντας την επαγγελματική και κοινωνική ανέλιξη, με σκοπό να ικανοποιήσει τις φιλοδοξίες της, καθορίζοντας η ίδια αν θα εργαστεί ή όχι (Bock, 1999). Προς αυτή την κατεύθυνση, θεωρήθηκε ότι ο καταλληλότερος δρόμος για την ένταξη των γυναικών στην αγορά εργασίας είναι η ανάπτυξη μικρών επιχειρήσεων, εγχείρημα που ενθαρρύνθηκε από πλήθος προγραμμάτων (Γιδαράκου κα, 1998).

Υπάρχουν πολλοί λόγοι για τους οποίους οι η γυναίκες της υπαίθρου δημιουργούν τη δική τους επιχείρηση. Μερικές από αυτές «απωθούνται» από τις αρνητικές συνθήκες που υπάρχουν στην ύπαιθρο, ενώ άλλες «έλκονται» από τις θετικές ευκαιρίες που δίνονται μέσω των ανεπτυγμένων κοινωνικών δικτύων που λειτουργούν στην ύπαιθρο και ενθαρρύνουν την δημιουργία μιας νέας επιχείρησης. Το αν και σε ποιον τομέα θα αναπτύξει μια γυναίκα επιχειρηματική δράση εξαρτάται από πολλούς παράγοντες. Αφενός αυτούς που σχετίζονται με την ίδια και τις επιθυμίες της και αφετέρου με ζητήματα που σχετίζονται με το εξωτερικό περιβάλλον της περιοχής στην οποία θέλει να αναπτύξει επιχειρηματική δράση. Η έρευνα των Verheul et al (2006) έδειξε σαφώς ότι η ανεργία, το κατά κεφαλήν εισόδημα, η λειτουργία των δημόσιων υπηρεσιών, ακόμα και η κουλτούρα μιας περιοχής παίζουν καθοριστικό ρόλο στην επιλογή του τομέα επιχειρηματικής δράσης. Παράλληλα όμως και άλλοι παράγοντες όπως τραυματικά γεγονότα (π.χ. απόλυση από δουλειά), ανία από την εργασία τους, αλλαγές στην προσωπική ζωή (όπως γάμος ή διαζύγιο), η ανάγκη για οικονομική ανεξαρτησία, καθώς και η επιθυμία για νέες επαγγελματικές προκλήσεις (Taylor, 1988) μπορεί να παίξουν σημαντικό ρόλο στην απόφαση ανάληψης επιχειρηματικής δράσης .

Η Βλάχου (2001) αναφέρει ότι οι γυναίκες της υπαίθρου προτιμούν δραστηριότητες που μπορεί να τις αποφέρουν μικρότερη οικονομική ωφέλεια, αλλά μπορούν να τις εγγυηθούν την ελεύθερη αποδέσμευσή τους, όταν άλλες υποχρεώσεις, άμεσης προτεραιότητας (παιδιά, σπίτι κ.α)

χρειάζονται την παρουσία τους. Γι αυτόν επίσης το λόγο προτιμούν η έδρα της επιχείρησης να είναι κοντά στο σπίτι ή το ίδιο το σπίτι. Είναι ιδιαίτερα ανασφαλείς, αρχίζουν δειλά και θέλουν να διαπιστώσουν εάν η νέα δραστηριότητα ταιριάζει στην κατάσταση που βρίσκονται και στο χαρακτήρα τους και εάν διαπιστώσουν ότι δεν ταιριάζει να μπορούν να αποχωρήσουν. Για αυτό και δε θέλουν να επενδύουν σημαντικά κεφάλαια, ούτε να δανειοδοτούνται για να μη νιώσουν δεσμευμένες και να μην αναλάβουν μεγάλο οικονομικό ρίσκο. Οι παραπάνω λόγοι εξηγούν το γεγονός ότι στην ύπαιθρο, η πλειοψηφία των γυναικείων επιχειρήσεων δεν είναι δυναμικές και δεν αποβλέπουν στη μεγιστοποίηση των κερδών ή την επέκτασή τους. Πρόκειται κυρίως για μικρές επιχειρήσεις, με πολύ χαμηλά κέρδη, λίγους πελάτες που περιορίζονται στα όρια του οικισμού και στις περισσότερες περιπτώσεις με ανύπαρκτο προσωπικό. Σκοπός είναι το συμπληρωματικό εισόδημα στην οικογένεια και η ύπαρξη απασχόλησης εκτός σπιτιού.

Αν και οι έρευνες δείχνουν ότι τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες σε σχέση με την επιχείρησή τους είναι παρόμοια με αυτά των αντρών, κάποια από αυτά φαίνεται να είναι πιο σημαντικά στις γυναίκες. Αυτό οφείλεται σε παράγοντες όπως η επιλογή του τομέα δράσης της επιχείρησης, η έλλειψη πληροφόρησης, οι αδυναμίες και τα προβλήματα σε ό,τι αφορά τις υπηρεσίες για τα παιδιά, στερεότυπα και διακρίσεις κατά των γυναικών (www.europa.eu.int).

Σε ό,τι αφορά τα χαρακτηριστικά των γυναικών επιχειρηματιών, έρευνες (Buttner 1993, Baygan 2000, Βλάχου 2001) έδειξαν ότι το προφίλ μιας γυναίκας επιχειρηματία που δραστηριοποιείται στην ύπαιθρο είναι παντρεμένη με παιδιά και η ηλικία στην οποία ξεκινάει την λειτουργία της επιχείρησής της είναι 30 με 45 ετών. Η έρευνα του Richardson (2004), η οποία επιβεβαίωσε τα ευρήματα προγενέστερων ερευνών, έδειξε ότι τα κίνητρα των γυναικών για τη δημιουργία μικρών ή πολύ μικρών επιχειρήσεων - επιθυμία για αυτοαπασχόληση, αξιοποίηση των γνώσεών τους, εισόδημα - δεν διαφέρουν πολύ από αυτά των αντρών. Η διαφορά που εντοπίστηκε αφορούσε τον πολυλειτουργικό ρόλο των γυναικών ως επιχειρηματίες, μητέρες, σύζυγοι και την ανάγκη τους να δημιουργήσουν «ένα επιπλέον εισόδημα για την οικογένειά τους», τη στιγμή που οι άντρες θεωρούν ως σημαντικότερο κίνητρο την «δημιουργία εισοδήματος». Είναι χαρακτηριστικό το γεγονός ότι στην έρευνα του Marlow (1997) οι γυναίκες θεωρούσαν ως σημαντικότερο κίνητρο για τη δημιουργία επιχείρησης το συνδυασμό της εργασίας με τις οικογενειακές υποχρεώσεις (43%), ενώ το ίδιο κίνητρο για τους άντρες ήταν ασήμαντο (0%). Σε ό,τι αφορά τα χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών, η έρευνα του Brush (1992), έδειξε ότι τα πιο κοινά προβλήματα των γυναικών ήταν το αρχικό κεφάλαιο που απαιτούνταν για την έναρξη της επιχείρησής τους, η επιφυλακτικότητα των τραπεζών απέναντι στις ικανότητες των γυναικών, καθώς και οικογενειακά ζητήματα..

Σε ό,τι αφορά το αντικείμενο δραστηριότητας των γυναικείων επιχειρήσεων, αυτό συνήθως είναι σχετικό με τις κλασικές γυναικείες δραστηριότητες. Δημιουργούν επιχειρήσεις κυρίως στον τομέα των τροφίμων και της ένδυσης – γίνονται συχνά μικροέμποροι- καθώς και σχετιζόμενες με την παροχή υπηρεσιών. Σημαντική εμφανίζεται η παρουσία των γυναικών επιχειρηματιών, στον

τομέα του τουρισμού στον χώρο των ενοικιαζόμενων δωματίων, μια ιδιαίτερη μορφή αυτοαπασχόλησης η οποία συνδυάζει αφενός τη μικρού μεγέθους οικογενειακή επιχείρηση και αφετέρου τη παράλληλη απασχόληση στο σπίτι ή τη γεωργική εκμετάλλευση (Κασιμάτη κα, 2005). Διαπιστώνεται όμως ότι οι γυναίκες της υπαίθρου δεν έχουν καμία αρχική επαγγελματική κατάρτιση για την ανάπτυξη κάποιας δραστηριότητας, γεγονός που καθιστά δύσκολο το να αναπτυχθεί κάποια μορφή επιχειρηματικότητας σε επαγγελματική βάση (Iakovidou et al 1999).

Αν και οι πολιτικές για την ισότητα των φύλων τα τελευταία χρόνια, συμβάλλουν στην απασχόληση των γυναικών, το γεγονός ότι οι διαφορές μεταξύ των φύλων εξακολουθούν να υφίστανται δείχνει ότι πολλά πρέπει να γίνουν ακόμα για να αξιοποιηθεί το παραγωγικό δυναμικό των γυναικών. Ειδικότερα, ο μη ικανοποιητικός συνδυασμός της επαγγελματικής και προσωπικής ζωής εξακολουθεί να ωθεί τους εργαζόμενους να εγκαταλείπουν την αγορά εργασίας και συνεπάγεται χαμηλότερα επίπεδα γεννητικότητας. Επιβάλλεται να ενισχυθούν οι προσπάθειες για τη στήριξη αποτελεσματικών και καινοτόμων μεθόδων που θα επιτρέψουν στους άνδρες και τις γυναίκες να συνδυάσουν την εργασία και τις προσωπικές τους ευθύνες σε όλα τα στάδια της ζωής τους (www.europa.eu.int).

Χαρακτηριστικά γυναικών επιχειρηματιών στην ελληνική ύπαιθρο: αποτελέσματα έρευνας.

Σε σύνολο 516 γυναικών που συμπεριλήφθηκαν στην έρευνα, ένα αρκετά σημαντικό ποσοστό (34,5%) δεν έχουν την διαχείριση της επιχείρησής τους, αλλά είναι ιδιοκτήτριες κατ' όνομα. Στις περισσότερες των περιπτώσεων οι γυναίκες αυτές δεν συμμετέχουν σε καμία ή συμμετέχουν σε ελάχιστες λειτουργίες της επιχείρησης. Πρόκειται για επιχειρήσεις οι οποίες κατά παράδοση διαχειρίζονται από άνδρες όπως είναι η εκμετάλλευση γεωργικών μηχανημάτων, τα καταστήματα υλικών οικοδομών, οι ενοικιάσεις αυτοκινήτων κ.α οι οποίες ανήκουν σε γυναίκες διότι για φορολογικούς ή επαγγελματικούς λόγους δε μπορούν να ανήκουν σε άνδρες.

Η ανάλυση κατά περιοχές δείχνει ότι η Σαμοθράκη και ο Βόρας είναι οι περιοχές όπου συναντώνται τα υψηλότερα ποσοστά πραγματικών γυναικών επιχειρηματιών (81,2% και 70,2% αντίστοιχα). Στις Σέρρες και το Πάικο τα ποσοστά είναι χαμηλότερα (63% και 56,6% αντίστοιχα). Εάν υποθέσουμε ότι ο τουρισμός είναι ο παράγοντας που διαφοροποιεί τα ποσοστά, την υπόθεση έρχεται να ανατρέψει η Χαλκιδική, όπου το ποσοστό των πραγματικών γυναικών επιχειρηματιών είναι επίσης χαμηλό, 63,9%. Η παρατήρηση αυτή μας επιτρέπει να συμπεράνουμε ότι δεν είναι τόσο ο τουρισμός που προκαλεί τη γυναικεία επιχειρηματικότητα, αλλά η μορφή του τουρισμού. Στη Χαλκιδική όπου ο τουρισμός είναι μαζικός, κυριαρχούν οι άνδρες επιχειρηματίες. Αντίθετα, στη Σαμοθράκη και το Βόρα, όπου ο τουρισμός είναι μικρής κλίμακας, η παρουσία της γυναικείας επιχειρηματικότητας είναι εντονότερη. Στις Σέρρες και το Πάικο, περιοχές όπου ο τουρισμός δεν

είναι καθόλου αναπτυγμένος, φαίνεται πως κυριαρχούν τα «ανδρικά» επαγγέλματα και οι γυναίκες έχουν μειωμένη συμμετοχή στην επιχειρηματικότητα.

Στη συνέχεια της εργασίας θα ασχοληθούμε με τις πραγματικές γυναίκες επιχειρηματίες. Αυτές αφορούν το 65,5% του δείγματος και είναι 338 γυναίκες.

Χαρακτηριστικά της γυναίκας επιχειρηματία

Σε ό,τι αφορά την ηλικία των επιχειρηματιών στο σύνολό τους, το μεγαλύτερο ποσοστό των γυναικών, 43,5%, είναι 30 έως 45 ετών. Ένα επίσης σημαντικό ποσοστό, 32,8%, ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα των 46 έως 55 ετών. Πολύ μικρό είναι το ποσοστό, περίπου 10%, των πολύ νέων γυναικών επιχειρηματιών και αντίστοιχο το ποσοστό (11,2%) των ηλικιωμένων γυναικών (56 έως 65 ετών).

Ωστόσο μια ανάλυση των στοιχείων κατά περιοχές μελέτης δείχνει ότι στις περιοχές με αναπτυγμένο τον τουρισμό, όπως η Χαλκιδική, η Σαμοθράκη και ο Βόρας, το ποσοστό των νέων γυναικών είναι σημαντικά υψηλότερο σε σχέση με τις περιοχές που ο τουρισμός δεν είναι αναπτυγμένος (Σέρρες και Πάικο), με τη Χαλκιδική να πρωτοστατεί. Η παρατήρηση αυτή μας οδηγεί στη διαπίστωση ότι ο τουρισμός είναι μια δραστηριότητα που προσελκύει περισσότερο νέες γυναίκες.

Το μορφωτικό επίπεδο του συνόλου των γυναικών της έρευνας διαμορφώνεται ως εξής: το 37,9% των γυναικών είναι απόφοιτες Δημοτικού, το 29% απόφοιτες Λυκείου, το 17,1% απόφοιτες Γυμνασίου και το 15,4% έχει πάνω από δώδεκα έτη σπουδών. Οι γυναίκες με την υψηλότερη μόρφωση (άνω των 12ετών) συναντώνται στη Χαλκιδική και στη Σαμοθράκη, όπου τα ποσοστά φτάνουν το 20% και 21% αντίστοιχα. Στις ίδιες περιοχές είναι αυξημένα και τα ποσοστά των γυναικών που είναι απόφοιτες Λυκείου (40% και 23% αντίστοιχα). Θα πρέπει να σημειωθεί ότι παρατηρείται ένα σχετικά υψηλό ποσοστό γυναικών με μόρφωση άνω των 12 ετών αλλά και μέχρι και 12 ετών (15% και 40%) και στο Πάικο.

Οι 318 από τις 338 γυναίκες είναι παντρεμένες, εκ των οποίων οι 33 διαζευγμένες ή χήρες. Μόνο 20 είναι ανύπαντρες και οι μισές από αυτές είναι επιχειρηματίες στη Χαλκιδική. Το μέγεθος του νοικοκυριού για τις περισσότερες αποτελείται από τρία ή τέσσερα άτομα (το ποσοστό κυμαίνεται γύρω στο 60% για όλες τις περιοχές), μέγεθος το οποίο ανταποκρίνεται στο πρότυπο της ελληνικής οικογένειας που περιλαμβάνει δύο παιδιά.

Ο τόπος μόνιμης κατοικίας για το σύνολο σχεδόν (πάνω από 90%) των γυναικών των περιοχών με έντονο τον αγροτικό χαρακτήρα (Σέρρες, Βόρας, Πάικο) είναι ο τόπος εγκατάστασης της επιχείρησης. Για τις δύο περιοχές στις οποίες επικρατεί ο παραθαλάσσιος τουρισμός (Χαλκιδική και Σαμοθράκη), υπάρχει ένα ποσοστό γυναικών που ο τόπος μόνιμης κατοικίας τους είναι είτε άλλος οικισμός της ευρύτερης περιοχής (11,8% και 28,6%), είτε εκτός νομού (22,4% και 19,6%). Οι γυναίκες αυτές επέλεξαν να εγκαταστήσουν την επιχείρησή τους στις συγκεκριμένες

περιοχές καθαρά με επιχειρηματικά κριτήρια. Πρόκειται για επιχειρήσεις που λειτουργούν εποχιακά και είναι πάντα γύρω από τον τουριστικό τομέα. Ο τόπος καταγωγής των γυναικών αυτών είναι για το 42,1% των επιχειρηματιών της Χαλκιδικής και το 18% των επιχειρηματιών της Σαμοθράκης είναι εκτός νομού. Το αντίστοιχο ποσοστό για τις Σέρρες και το Βόρα είναι ιδιαίτερα χαμηλό (4,6% και 13,6% αντίστοιχα), όμως σχετικά υψηλό για το Πάικο (20%).

Κατ' επέκταση των προηγούμενων, κριτήρια όπως ο τόπος διαμονής ή καταγωγής και η ιδιοκτησία του οικήματος της επιχείρησης αποτέλεσαν τους σημαντικότερους παράγοντες εγκατάστασης της επιχείρησης στο συγκεκριμένο τόπο για τη μεγάλη πλειοψηφία των γυναικών στις Σέρρες και το Πάικο (πάνω από 80%). Στις υπόλοιπες τρεις περιοχές (Χαλκιδική, Σαμοθράκη, Βόρας), για τις περισσότερες γυναίκες ίσχυαν τα ίδια κριτήρια, ωστόσο ορισμένες είχαν επιχειρηματικά κριτήρια, όπως ο βαθμός ανάπτυξης της περιοχής (Χαλκιδική 17%) και οι τοπικές ιδιαιτερότητες (Σαμοθράκη 23,2%, Βόρας 13,6%), τις οποίες αξιοποιούν μέσω των επιχειρήσεών τους. Τα κριτήρια αυτά σε όλες τις περιπτώσεις έχουν σχέση με τον τουρισμό.

Είναι αξιοσημείωτο ότι σε όλες τις περιοχές η πλειοψηφία των γυναικών (55% έως 67%) είχαν προηγούμενη επαγγελματική εμπειρία, άλλοτε στο ίδιο αντικείμενο με την επιχειρηματική τους δραστηριότητες και άλλοτε σε άλλο αντικείμενο. Η εμπειρία αυτή αποκτήθηκε είτε στην ίδια περιοχή, είτε σε αστικά κέντρα. Σε κάθε περίπτωση, το στοιχείο αυτό είναι ενδεικτικό του ότι η εμπειρία προσδίδει το στοιχείο της ασφάλειας στις γυναίκες για να τολμήσουν τη λειτουργία και ανάληψη των ευθυνών μιας ατομικής επιχείρησης.

Μελετήθηκε ακόμη η οικογενειακή παράδοση ως παράγοντας υποκίνησης των γυναικών για την έναρξη της επιχειρηματικής τους δράσης. Ο παράγοντας αυτός φαίνεται να επηρέασε το τέταρτο περίπου των γυναικών στο σύνολό τους (23%). Στη Σαμοθράκη και τη Χαλκιδική, όπου επικρατεί ο παραθαλάσσιος τουρισμός τα ποσοστά είναι σχετικά αυξημένα (35,7% και 26,3%) αντίστοιχα. Αντίθετα, στις περιοχές με εντονότερο αγροτικό χαρακτήρα, όπως είναι ο Βόρας, όπου ο πληθυσμός τις προηγούμενες δεκαετίες ήταν περισσότερο προσανατολισμένος προς τον πρωτογενή τομέα και οι δυνατότητες ανάπτυξης επιχειρηματικότητας, λόγω των εναλλακτικών μορφών τουρισμού είναι πρόσφατο φαινόμενο, τα ποσοστά αυτά είναι μειωμένα (13,6%). Σε αναλυτικότερη διερεύνηση για το επάγγελμα των δύο γονέων, διαφαίνεται πως σε ποσοστά 11% έως 20% ο πατέρας είχε μια ατομική επιχείρηση και σε ποσοστά 3% έως 10% η μητέρα, με τη Σαμοθράκη και τη Χαλκιδική να εμφανίζουν τα υψηλότερα ποσοστά.

Για το σύνολο σχεδόν των γυναικών (87,5% έως 98,7%) η επιχείρησή τους αποτελεί την αποκλειστική τους απασχόληση. Στη Σαμοθράκη, ένα ποσοστό της τάξης του 12,5% δήλωσε ότι απασχολείται παράλληλα σε άλλο τομέα. Αξίζει να σημειωθεί ότι στις Σέρρες και στο Πάικο, όπου επικρατεί ο πρωτογενής τομέας, τα ποσοστά των γυναικών με αποκλειστική απασχόληση την επιχείρηση είναι ιδιαίτερα αυξημένα 96,6% και 98,7% αντίστοιχα. Το γεγονός αυτό υποδηλώνει ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες που δραστηριοποιούνται στις περιοχές αυτές δε φαίνεται να απασχολούνται ως συμβοηθούσα μέλη στη γεωργική εκμετάλλευση.

Χαρακτηριστικά της επιχείρησης

Στο σύνολό τους οι γυναίκες της έρευνας απασχολούνται στον τριτογενή τομέα, κατά κύριο λόγο στις υπηρεσίες (68,5%) και λιγότερο στη μεταποίηση και εμπορία (31,5%). Τα αντικείμενα που επιλέγουν δεν ανήκουν κατ' αποκλειστικότητα στις παραδοσιακές γυναικείες ασχολίες. Αυτές αφορούν λίγο περισσότερες από τις μισές επιχειρήσεις (58%): μαγειρική και εστίαση (30%), φιλοξενία και άλλες παρεμφερείς δραστηριότητες (16%), ραπτική (8%), κομμωτική (4%). Οι υπόλοιπες επιχειρήσεις έχουν αντικείμενα όχι καθαρά γυναικεία, όπως παντοπωλεία, μεσιτικά γραφεία, εμπορικά καταστήματα κλπ.

Η ανάλυση των στοιχείων κατά περιοχές δείχνει ότι έντονο ενδιαφέρον των γυναικών προς κάποιο συγκεκριμένο είδος δραστηριότητας υπάρχει μόνο σε δύο περιοχές: τη Σαμοθράκη και το Βόρα, όπου το μεγαλύτερο ποσοστό των γυναικών έχει επιχείρηση με ενοικιαζόμενα δωμάτια (46% και 24% αντίστοιχα). Παρ' όλο που το ίδιο θα ήταν αναμενόμενο και για την περίπτωση της Χαλκιδικής (λόγω της έντονης ανάπτυξης του τουρισμού), ωστόσο ένα μικρό ποσοστό γυναικών, της τάξης του 8%, έχει επιχείρηση ενοικιαζόμενων δωματίων. Αυτό αποδίδεται στο γεγονός ότι η φιλοξενία στη Χαλκιδική στηρίζεται στις μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες, που είναι εγκατεστημένες εκεί. Στις Σέρρες και το Πάικο οι γυναίκες προσανατολίζονται στα εμπορικά καταστήματα, κυρίως προς αυτά που έχουν να κάνουν με είδη ζαχαροπλαστικής και φούρνου (21% και 22% αντίστοιχα) και επιχειρήσεις «φασόν», που ανέρχονται στο 17% στις Σέρρες και στο 8% στο Πάικο. Θα πρέπει να αναφερθεί ότι οι επιχειρήσεις «φασόν» γνώρισαν ιδιαίτερη ακμή τις προηγούμενες δεκαετίες, όπου τα ποσοστά των γυναικών που είχαν αυτού του είδους τις επιχειρήσεις (όπως και σε όλες τις αγροτικές περιοχές της Κεντρικής Μακεδονίας) ήταν ιδιαίτερα υψηλά. Από τα τέλη όμως της δεκαετίας του '90 ο τομέας αντιμετωπίζει πολύ μεγάλη κρίση, με αποτέλεσμα να κλείσει ένα σημαντικό μέρος των επιχειρήσεων αυτών.

Σε ό,τι αφορά την ηλικία των επιχειρήσεων, σε όλες τις περιοχές εκτός των Σερρών, τα μεγαλύτερα ποσοστά κατέχουν οι πολύ νέες επιχειρήσεις, ηλικίας κάτω των πέντε ετών. Θα μπορούσαμε να υποθέσουμε ότι η κρίση και η αυξημένη ανεργία των τελευταίων ετών αφ' ενός και η γενικότερη συγκράτηση του πληθυσμού της υπαίθρου αφ' ετέρου, σε συνδυασμό με τα προγράμματα χρηματοδότησης των γυναικείων επιχειρήσεων στρέφουν τις γυναίκες προς τη δημιουργία δικής τους επιχείρησης. Τα ποσοστά των νέων επιχειρήσεων είναι άνω του 40% για τη Χαλκιδική, το Βόρα και το Πάικο και 30% στη Σαμοθράκη. Στις Σέρρες συναντάμε τις μακροβιότερες γυναικείες επιχειρήσεις (37% είναι άνω των 15 ετών).

Η νομική μορφή των επιχειρήσεων σχεδόν στο σύνολό τους είναι «ατομική». Τα ποσοστά είναι άνω του 91% έως και 100%. Η επιλογή αυτή των γυναικών, δείχνει τη πρόθεσή τους να ιδρύσουν μία μικρού μεγέθους επιχείρηση, χωρίς δεσμεύσεις απέναντι σε άλλα άτομα. Η πρόθεσή τους αυτή αντανακλάται επίσης και σε άλλες συμπεριφορές: σπάνια χρησιμοποιούν ξένο αμειβόμενο εργατικό δυναμικό, και όταν αυτό συμβαίνει αφορά συνήθως εποχιακό προσωπικό. Η

πλειοψηφία αυτοαπασχολείται και περιορίζεται στη μη αμειβόμενη βοήθεια από μέλη της οικογένειας. Σε ποσοστό 22% οι επιχειρήσεις της Χαλκιδικής χρησιμοποιούν ένα άτομο, συνήθως εποχιακά, ενώ στις άλλες περιοχές τα ποσοστά είναι χαμηλότερα του 15%. Τα ποσοστά των επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν πάνω από ένα άτομο είναι πολύ χαμηλότερα.

Η πρόθεση των γυναικών να συστήνουν μικρού μεγέθους επιχειρήσεις, αλλά και στη συνέχεια να μη τις επεκτείνουν, αντανakλάται και στη συμπεριφορά τους απέναντι στην αναζήτηση κεφαλαίων. Τα ποσοστά των γυναικών που έχουν συνάψει επιχειρηματικό δάνειο με κάποιο χρηματοδοτικό οργανισμό είναι κάτω του 6%, σε όλες τις περιοχές. Στη συντριπτική τους πλειοψηφία οι γυναίκες χρησιμοποιούν προσωπικές ή οικογενειακές οικονομίες, τόσο αρχικά κατά τη σύσταση της επιχείρησης, όσο και στη συνέχεια για συμπληρωματικές επενδύσεις. Προς αυτή τη κατεύθυνση συνηγορεί και το γεγονός ότι ο αριθμός των γυναικών επιχειρηματιών που χρηματοδοτήθηκαν από κάποιο πρόγραμμα είναι εξαιρετικά περιορισμένος. Αξίζει να σημειωθεί ότι στις λίγες περιπτώσεις που οι γυναίκες αξιοποίησαν κάποιο πρόγραμμα χρηματοδότησης της επιχείρησής τους, αυτό στις περισσότερες περιπτώσεις ήταν το πρόγραμμα του ΟΑΕΔ το οποίο δεν απαιτούσε ίδια συμμετοχή.

Το μικρό μέγεθος των επιχειρήσεων σε συνδυασμό με την έλλειψη φιλοδοξιών για εκσυγχρονισμό και επέκτασή τους κάνει τις γυναίκες σε ποσοστό πάνω από 80% να θεωρούν ότι δεν έχουν ιδιαίτερη ανάγκη από επιμόρφωση σε θέματα που αφορούν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα. Το αντίστοιχο ποσοστό είναι χαμηλότερο στη Σαμοθράκη (55%), όπου υπερισχύουν οι γυναίκες που ασχολούνται με τον τουρισμό και εκδηλώνουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον για επιμόρφωση.

Ο κύκλος εργασιών των επιχειρήσεων του Βόρα, Πάικου, Σερρών και Σαμοθράκης είναι, σύμφωνα με δήλωση των ιδίων, κάτω των 30.000 ευρώ ετησίως για το 70%-80% των επιχειρήσεων. Το ποσοστό αυτό για τη Χαλκιδική ανέρχεται στο 51,3%. Με όλες τις επιφυλάξεις που έχουμε για τα συγκεκριμένα οικονομικά δεδομένα, μπορούμε να πούμε ότι οι γυναικείες επιχειρήσεις στην ύπαιθρο δεν εξασφαλίζουν σημαντικά εισοδήματα, γεγονός εξ' άλλου που απορρέει και από το πολύ μικρό τους μέγεθος. Τα χαρακτηριστικά που αναλύθηκαν στις προηγούμενες παραγράφους οδηγούν τις γυναίκες να μην επιθυμούν τα παιδιά τους να διαδεχθούν τη συγκεκριμένη επιχείρηση. Πράγματι, σε ποσοστό από 55% έως 65% οι γυναίκες όλων των περιοχών δηλώνουν ότι θα προτιμούσαν τα παιδιά τους να ασκήσουν άλλο επάγγελμα (μόνο στην περιοχή του Βόρα 41% των γυναικών απάντησαν θετικά), προκειμένου να «εξασφαλίσουν καλύτερο εισόδημα». Η στάση αυτή των γυναικών απέναντι στην επιχείρησή τους, ότι δηλαδή πρόκειται για επιχείρηση που έχει «ημερομηνία λήξης», δρα για άλλη μια φορά ανασταλτικά σε κάθε επιθυμία για επέκταση και εκσυγχρονισμό της.

Συμπεράσματα

Οι παράμετροι που έχουν να κάνουν με το οικονομικό, κοινωνικό και αναπτυξιακό περιβάλλον στο οποίο ζει η γυναίκα καθορίζουν και την έκφραση της επιχειρηματικότητάς της. Οι παράμετροι αυτές έχουν ιδιαιτερότητες στην ελληνική ύπαιθρο, τόσο στο σύνολό της όσο και από τόπο σε τόπο. Οι ιδιαιτερότητες αυτές παίζουν καθοριστικό ρόλο στην εκδήλωση επιχειρηματικότητας από την πλευρά του γυναικείου πληθυσμού, αλλά και στο είδος και τη μορφή αυτής της επιχειρηματικότητας.

Στην ύπαιθρο, δεν είναι τόσο η ανάπτυξη των τομέων της οικονομίας σε μία περιοχή που θα προκαλέσει τη γυναικεία επιχειρηματικότητα, όσο το επίπεδο και ο τύπος της ανάπτυξης. Εάν ο τύπος της ανάπτυξης ευνοεί τη δημιουργία μικρών ατομικών επιχειρήσεων, τότε οι γυναίκες δραστηριοποιούνται. Εάν ο τύπος ανάπτυξης δεν ευνοεί τέτοιου είδους επιχειρήσεις, αλλά μεγαλύτερου μεγέθους, τότε οι γυναίκες δε συμμετέχουν στην επιχειρηματικότητα και την πρωτοκαθεδρία έχουν οι άνδρες.

Οι πιο δυναμικές επιχειρηματίες, σε σχέση με τα χαρακτηριστικά τους, εμφανίζονται στις τουριστικά αναπτυγμένες περιοχές ενώ στις περιοχές όπου επικρατεί ο πρωτογενής τομέας εμφανίζεται το φαινόμενο της «εικονικής» γυναικείας επιχείρησης. Οι γυναίκες επιχειρηματίες ανήκουν στην ώριμη ηλικία είναι παντρεμένες με παιδιά, χωρίς ιδιαίτερες υποχρεώσεις προς αυτά.

Υπάρχει κλαδική ειδίκευση των επιχειρήσεων των γυναικών. Η γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι εμφανέστερη σε κλάδους δραστηριότητας στους οποίους οι γυναίκες είναι παραδοσιακά ενεργές, ενώ η παρουσία τους είναι σημαντικά ισχνότερη σε κλάδους όπου κυριαρχεί η ανδρική απασχόληση. Οι γυναίκες έχουν σημαντική παρουσία στους κλάδους του λιανικού εμπορίου, της εκπαίδευσης, των κοινωνικών υπηρεσιών και λοιπών υπηρεσιών. Είναι αναμενόμενο να δραστηριοποιούνται και επιχειρηματικά στους κλάδους όπου έχουν προηγούμενη επαγγελματική εμπειρία ως μισθωτές, εμπειρία η οποία τις προσδίδει αυτοπεποίθηση να τολμήσουν την ανάληψη ευθυνών μιας ατομικής επιχείρησης.

Η γενικότερη παρατήρηση από την υπάρχουσα βιβλιογραφία είναι ότι οι γυναίκες δραστηριοποιούνται ιδιαίτερα στον τομέα του τουρισμού. Η παρούσα έρευνα έδειξε ότι δεν είναι τόσο ο τομέας του τουρισμού γενικώς που προσελκύει τις γυναίκες, αλλά του τουρισμού μικρής κλίμακας. Με άλλα λόγια οι γυναίκες δραστηριοποιούνται κυρίως εκεί που ο τουρισμός χαρακτηρίζεται από μικρές και οικογενειακού τύπου επιχειρήσεις, όπως ο αγροτουρισμός (Βόρας) ή ο τουρισμός παράκτιων περιοχών που όμως δεν είναι αναπτυγμένος ο μαζικός τουρισμός (Σαμοθράκη). Το γεγονός ότι σε περιοχές με αναπτυγμένο τον τουρισμό και ειδικότερα τον τουρισμό μικρής κλίμακας (Σαμοθράκη, Βόρας) οι γυναίκες δραστηριοποιούνται περισσότερο, δείχνει ότι ο τουρισμός ή ακόμη περισσότερο ο αγροτικός τουρισμός και οι άλλες εναλλακτικές μορφές τουρισμού ταιριάζουν καλύτερα στα πρότυπα, τις συμπεριφορές και προσδοκίες των γυναικών της υπαίθρου.

Στις περιοχές που επικρατούν ο πρωτογενής και δευτερογενής τομέας οι γυναίκες επιχειρηματίες απασχολούνται αποκλειστικά στην επιχείρησή τους σε αντίθεση με τις περιοχές που επικρατεί ο μαζικός τουρισμός όπου το φαινόμενο παράλληλων δραστηριοτήτων είναι σχετικά συχνό.

Το είδος των επιχειρήσεων που επιλέγουν να δραστηριοποιηθούν οι γυναίκες της υπαίθρου, αλλά και η γενικότερη συμπεριφορά τους ως επιχειρηματίες, δείχνουν την προέκταση στον επαγγελματικό χώρο του προτύπου άνδρας-γυναίκα που κυριαρχεί στον οικογενειακό χώρο. Οι γυναίκες επιχειρηματίες, εκτός εξαιρέσεων, χαρακτηρίζονται από διστακτικότητα. Επιζητούν το σίγουρο και δεν επιδιώκουν ρίσκα, δε θέλουν δεσμεύσεις με δάνεια. Αντιμετωπίζουν την επιχείρησή τους ως διέξοδο για απασχόληση και όχι με επιχειρηματικό πνεύμα.

Οι παράγοντες αυτοί έχουν άμεση επίπτωση στο χαρακτήρα της επιχείρησης: είναι μικρή, με κανένα ή μικρό αριθμό απασχολούμενων, με μικρό κύκλο εργασιών, μικρή προσαρμοστικότητα στις νέες συνθήκες και απαιτήσεις της αγοράς και εξασφαλίζει χαμηλά εισοδήματα στην επιχειρηματία, τα οποία όμως την ικανοποιούν. Την ικανοποιεί επίσης η αίσθηση της ανεξαρτησίας και διαθεσιμότητας που απολαμβάνει από τη λειτουργία της επιχείρησής της.

Η ανάπτυξη γυναικείας επιχειρηματικότητας σε μια περιοχή εκδηλώνεται ανάλογα με τις τοπικές αναπτυξιακές δυναμικές που επικρατούν, χωρίς όμως ο τομέας ανάπτυξης να καθορίζει τις δραστηριότητες των επιχειρήσεων, με εξαίρεση τον τουρισμό. Με άλλα λόγια εκεί που είναι αναπτυγμένος ο πρωτογενής τομέας δε δημιουργούνται γυναικείες επιχειρήσεις που συνδέονται με αυτόν, όπως είναι οι μεταποιητικές επιχειρήσεις γεωργικών προϊόντων.

Οι γυναικείες επιχειρήσεις αποτελούν το αποτέλεσμα κατά κανόνα οικογενειακών και λιγότερο ατομικών πρωτοβουλιών και αναζητήσεων και εντάσσονται στα πλαίσια της οικογενειακής στρατηγικής για αξιοποίηση του διαθέσιμου εργατικού δυναμικού με σκοπό τη συμπλήρωση του οικογενειακού εισοδήματος.

Η εργαζόμενη γυναίκα, πολύ περισσότερο η γυναίκα επιχειρηματίας, φέρει πάντα τους δύο ρόλους, αυτόν της μητέρας και αυτόν του εργαζόμενου ατόμου. Οι δύο αυτοί ρόλοι είναι σε μια συνεχή σύγκρουση. Ωστόσο, για την ελληνίδα γυναίκα ο ρόλος της μητέρας υπερισχύει, ιδιαίτερα για την ελληνίδα της υπαίθρου. Όταν καλείται να επιλέξει, επιλέγει σαφώς το ρόλο της μητέρας, επιλογή η οποία καθορίζει όλη τη συμπεριφορά της ως επιχειρηματία: το χρόνο που θα επιλέξει να στήσει την επιχείρησή της, τον τόπο που θα τη στήσει (σε σχέση με την απόσταση από το σπίτι), την επιχειρηματική δραστηριότητα που θα επιλέξει, το χρόνο που θα αφιερώσει στην επιχείρησή της, τις δράσεις της στα πλαίσια της επέκτασης ή /και εκσυγχρονισμού της κλπ.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Βλάχου, Χ., 2001 *Επιχειρηματικές δραστηριότητες γυναικών στις αγροτικές περιοχές του νομού Σερρών* Μεταπτυχιακή διατριβή στη σχολή Γεωπονίας, τμήμα Αγροτικής Οικονομίας Ιούνιος

Γιδαράκου, Ι., Δημοπούλου Ε., Καζακόπουλος, Λ., 2005 *Ιδιοκτησία και επιχειρηματικότητα στον πρωτογενή τομέα* στη Στρατηγάκη, Μ., *Επιχειρηματικότητα Γυναικών*, Gutenberg, pp 105-139

Γιδαράκου, Ι. 1999 *Ενδογενής ανάπτυξη της υπαίθρου και γυναικεία απασχόληση* στο Κασίμης, Χ., Λουλούδης, Λ., *Η Ελληνική Αγροτική Κοινωνία στο τέλος του Εικοστού Αιώνα*, Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών, 189-216

Γιδαράκου, Ι., Ξένου, Α., Θεοφιλίδου, Κ., Καζάζης, Ε. 1998 *Επαγγελματική εκπαίδευση – κατάρτιση αγροτισσών: Στόχοι και αξιοποίηση*, Εισήγηση στο 5^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Αγροτικής Οικονομίας: Ανασυγκρότηση του αγροτικού χώρου, Αθήνα, 11-13 Δεκεμβρίου

Δέδε, Ι. 1995 *Επαγγελματικές προοπτικές για τις γυναίκες στις αγορές της Ενωμένης Ευρώπης: μεταξύ αποκλεισμού και ανέλιξης*, Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών, 86: 178-191

Καλανταρίδης, Χ. 2005 *Η επιχειρηματικότητα στην ευρωπαϊκή ύπαιθρο: Η περίπτωση της Ελλάδας* Πατάκης, Αθήνα

Κουτσού Σ., Ανθοπούλου, Θ. 2005 *Μεταναστευτικές ροές και τοπικά αγροπαραγωγικά συστήματα. Χωρικές και κοινωνικές ανασυνθέσεις στον ύπαιθρο χώρο*. Ανακοίνωση στο συνέδριο « Αγροτική Κοινωνία και Λαϊκός Πολιτισμός» Γεωργικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, 25-27 Μαΐου

Λαμπριανίδης, Λ. 2005 *Η επιχειρηματικότητα στην ευρωπαϊκή ύπαιθρο: Η περίπτωση της Ελλάδας* Πατάκης, Αθήνα

Baygan, G. 2000 *Improving knowledge about women's entrepreneurship*.- Paper presented at the 2nd OECD Conference on WOMEN ENTREPRENEURS IN SMEs: Realising the benefits of globalisation and the knowledge , Paris.

Bock, B. B., 1999 *Woman and rural development in Europe: Appreciated but undervalued*, Paper resented at the Conference: Gender and Rural Transformations in Europe: Past, Present and Future Prospects. Wageningen, The Netherlands, 14-17 October.

- Brush, C. 1992 *Research on woman business owners: Past trends, a new perspective and future directions*, Entrepreneurship Practice and Theory, 16: 5-30
- Buttner, E., H. 1993 *Female entrepreneurs: How far have they come?* Business Horizons, 59-65.
- Carter, N. M., Williams, M., Reynolds, P. D. 1997 *Discontinuance among new firms in retail: the influence of initial resources, strategy and gender*, Journal of Business Venturing, 12: 125-145.
- Fischer, E. M., Reuber, A. R., Dyke, L. S. 1993 *A theoretical overview and extension of research on sex, gender and entrepreneurship*, Journal of Business Venturing, 8: 151-168.
- Iakovidou, O., Anthopoulou, T., Triantafyllou, K. 1999 *Innovative action of rural women in an up-country region. The case of the women's agrotourism cooperative of Agios Germanos*, Paper presented at the Conference: Gender and Rural Transformations in Europe: Past, Present and Future Prospects. Wageningen, The Netherlands, 14-17 October.
- Jonshon S. & Stoney, K., G. 1993 *Male and female entrepreneurs and their businesses: A comparative study* In S. Allen and C. Truman, *Women in Business: Perspectives on women entrepreneurs*, Routledge, UK
- Marlow, S. 1997 *Self-employed women: new opportunities, old challenges?* Entrepreneurship & regional Development, 21: 463-474
- Petrin, T. 1994 *Entrepreneurship as an economic force in rural development*, Paper presented at the FAO/REU International Rural Development Summer School, Herrsching, Germany, 8-14 September
- Richardson, K. 2004 *The challenges of growing small businesses: insights from women entrepreneurs in Africa*, SEED Working paper No 47, International Labour Office, Geneva
- Robinson, S. 2001 *An examination of entrepreneurial motives and their influence on the way rural women small business owners manage their employees*, Journal of International Information Management, 13: 45-67
- Rosa, P. & Hamilton, D. 1993 *Gender and ownership in UK small firms*, Entrepreneurship: Theory and practice, 18: 11-27

Taylor, R. 1998 *Exceptional entrepreneurial women: Strategies for success*, Plenum Press, USA

Verheul, I., Van Stel, A., Thurik, R. 2006 *Explaining female and male entrepreneurship at the country level*, *Entrepreneurship & Regional Development*, 18:151-183.

Vesper, K., H. 1983 *New venture strategies*, Prentice Hall, UK

Wartman, M., S., Jr. 1990 *Unified approach for developing rural entrepreneurship in the US*, *Agribusiness*, 6: 221-236

www.europa.eu.int



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΘΝΙΚΗΣ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΠΕΑΕΚ

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ



Η ΠΑΙΔΕΙΑ ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ
Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Εκπαίδευσης και Αρχικής
Επαγγελματικής Κατάρτισης