

# ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

**Ισαβέλλα Γιδαράκου**  
**Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών**  
**Τμήμα Αγροτικής Οικονομίας και Ανάπτυξης**  
**Ιερά οδός 75, Βοτανικός**  
**Αθήνα 11855, e-mail: gidarakou@aua.gr**

## Περίληψη

Τα τελευταία χρόνια διαπιστώνεται μια ευρεία συναίνεση γύρω από την προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας ως παράγοντα ισότητας των ευκαιριών στην αγορά εργασίας και αύξησης της ανταγωνιστικότητας της οικονομίας. Στον αγροτικό χώρο η πολυλειτουργικότητα της γεωργίας και της υπαίθρου γενικότερα αποτελεί το πλαίσιο ανάπτυξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Στην παρούσα εισήγηση προσεγγίζεται το ζήτημα της γυναικείας επιχειρηματικότητας από την πλευρά της συμβολής της στην τοπική ανάπτυξη. Ειδικότερα αποτυπώνεται η δυναμική της γυναικείας επιχειρηματικότητας στον κόσμο τη χώρα και το νομό Καρδίτσας, διατυπώνονται σε θεωρητικό επίπεδο οι συμβολές της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην τοπική ανάπτυξη, οι πολιτικές στήριξής της και τα αποτελέσματά τους. Σε ένα επόμενο βήμα διερευνώνται τα αδύνατα και δυνατά σημεία εκδηλώσεων γυναικείας επιχειρηματικότητας υπό την ατομική ή εταιρική μορφή και τη μορφή των γυναικείων συνεταιρισμών. Με βάση τα στοιχεία που προκύπτουν από τη διερεύνηση αυτή η εισήγηση καταλήγει με τη διατύπωση σκέψεων/προβληματισμού σχετικά με ενέργειες που θα μπορούσαν να ενισχύσουν τη γυναικεία επιχειρηματικότητα.

## 1. Εισαγωγή ή το ενδιαφέρον για την ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας

Τα τελευταία 15 χρόνια η επιχειρηματικότητα αναγνωρίζεται διεθνώς ως παράγοντας-κλειδί για την οικονομική ανάπτυξη (Petrin 1977). Η Ευρωπαϊκή Ένωση θεωρεί τις μικρές επιχειρήσεις βασική πηγή επιχειρηματικού δυναμισμού και καινοτομίας και προσβλέπει ειδικότερα σ'αυτές να διαδραματίσουν το ρόλο τους για να γίνει η Ευρώπη η ανταγωνιστικότερη και δυναμικότερη οικονομία (Ευρωπαϊκή Επιτροπή 2005)

Σε όλο τον κόσμο η γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι τα τελευταία χρόνια ένα ανερχόμενο φαινόμενο. Η μεγάλη ποικιλία επιχειρήσεων που αναπτύσσουν συμβάλλει στη σταθερότητα και την ανθεκτικότητα των τοπικών οικονομιών και αναδεικνύει ένα νέο ρόλο για τις γυναίκες στο μεταβαλλόμενο με ταχείς ρυθμούς σήμερα οικονομικό περιβάλλον. Σε τοπικό επίπεδο, και ιδιαίτερα για τον αγροτικό χώρο, η επιχειρηματικότητα εκτιμάται ως μέσο για την πρόσβαση των γυναικών στην αγορά εργασίας αλλά και ενσωμάτωσής τους στη διαδικασία της ολοκληρωμένης ανάπτυξης του χώρου αυτού.

Διάφορα εργαλεία πολιτικής έχουν σχεδιαστεί και εφαρμοστεί από διάφορους οργανισμούς για να στηριχθεί η γυναικεία επιχειρηματικότητα, (π.χ. άμεσες επιδοτήσεις, σεμινάρια επαγγελματικής κατάρτισης, φορολογικές διευκολύνσεις, κ.ά'). Η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει συμπεριλάβει την επιδίωξη της διεύρυνσης της επιχειρηματικότητας στους βασικούς άξονες της Ε.Σ.Α (Ευρωπαϊκή Στρατηγική για την Απασχόληση) και η ελληνική Πολιτεία εναρμονίζοντας τις πολιτικές της με τις κατευθύνσεις της Ε.Ε. έχει εντάξει τη γυναικεία επιχειρηματικότητα ως ένα από τους βασικούς άξονες της αναπτυξιακής πολιτικής της (Στρατηγική 2005).

Ενώ όμως η θεωρητική νομιμοποίηση αναφορικά με το ρόλο της γυναικείας επιχειρηματικότητας, γενικότερα αλλά και στον αγροτικό χώρο ειδικότερα, είναι σχετικά πληθωρική, η εμπειρική έρευνα μόλις τα τελευταία χρόνια αναπτύσσεται, φωτίζοντας πρακτικές πλευρές του φαινομένου. Αντλώντας από τα αποτελέσματα τέτοιων ερευνών θα επιχειρήσουμε να απεικονίσουμε τη σημασία της γυναικείας επιχειρηματικότητας για την τοπική ανάπτυξη, τις δυνατότητες και αδυναμίες της, δίνοντας έμφαση στο μέτρο που τα διαθέσιμα στοιχεία μας επιτρέπουν στη σύνδεση του φαινομένου με την εικόνα του στο νομό Καρδίτσας και στο ρόλο που οι αναπτυξιακοί φορείς της περιφέρειας θα μπορούσαν να παίζουν για την ενίσχυσή του.

## 2. Η δυναμική του φαινομένου και τα χαρακτηριστικά του

Δεν υπάρχει ένας διεθνώς αναγνωρισμένος ορισμός της επιχειρηματικότητας. Οι διάφοροι ορισμοί χρησιμοποιούν όρους όπως «κάτοχος», «μάντζερ», «αυτοαπασχολούμενος», «εργοδότης», αλλά η έννοια του κάθε όρου διαφοροποιείται επίσης κατά τη χρήση της στις διάφορες έρευνες και μεταξύ των κρατών επίσης (UNECE 2004). Ορισμένες έρευνες επικεντρώνονται στην επιχείρηση και τη διάκριση του κατόχου της κατά το φύλο. Υπό την έννοια του κατόχου, μια επιχείρηση ανήκει σε γυναίκα όταν η γυναίκα κατέχει το μεγαλύτερο μέρος του μετοχικού εταιρικού κεφαλαίου της επιχείρησης και επίσης έχει την ευθύνη για τη λήψη όλων των αποφάσεων στρατηγικής σκοπιμότητας που αφορούν την ανάπτυξη της επιχείρησης ( Σκορδίλη 2005). Τέτοια στοιχεία κατά φύλο σπάνια καταγράφονται στις επίσημες στατιστικές έρευνες, με αποτέλεσμα την καταχρηστική πολλές φορές αναφορά σε γυναικείες επιχειρήσεις. Οι οικογενειακές επιχειρήσεις αποτελούν χαρακτηριστικές περιπτώσεις καταχρηστικής αναφοράς σε γυναικείες επιχειρήσεις. Σε μεγάλο αριθμό οικογενειακών επιχειρήσεων οι γυναίκες εγγράφονται ως κάτοχοι για διάφορους λόγους οικογενειακής στρατηγικής (π.χ. φορολογικούς), ενώ στην πραγματικότητα αποτελούν εργατική δύναμη στην οποία τα περιουσιακά στοιχεία και οι αποφάσεις, ενδεχομένως καθ' ολοκληρία, παίρνονται από το σύζυγο.

Η πιο συνήθης μέθοδος για την αποτύπωση της επιχειρηματικότητας και τη διάκριση κατά φύλο είναι εκείνη που εστιάζει στον επιχειρηματία και οι έρευνες εργατικού δυναμικού είναι η συνήθης πηγή την οποία χρησιμοποιούν οι διεθνείς οργανισμοί (ΟΟΣΑ, ΟΗΕ, Ε.Ε.) προκειμένου να αποτυπώνουν την επιχειρηματικότητα και να προβαίνουν σε διακρατικές συγκρίσεις, χρησιμοποιώντας ως δείκτη ορισμού του επιχειρηματία τις κατηγορίες «εργοδότες» και «εργαζόμενοι για δικό τους λογαριασμό» της έρευνας αυτής. Έτσι οριζόμενη η επιχειρηματικότητα είναι ευρύτερη εκείνης με βάση τον κάτοχο της επιχείρησης, αποτελεί όμως την πιο κοντινή προσέγγιση του όρου «επιχειρηματίας» υπό την ευρεία έννοια. Ένα άλλο ζήτημα επίσης που προκύπτει είναι ο συνυπολογισμός των απασχολούμενων στον πρωτογενή τομέα στις παραπάνω κατηγορίες. Σε χώρες όπου ο πρωτογενής τομέας απασχολεί μεγάλο ποσοστό εργαζόμενων οι στατιστικές για τους αυτοαπασχολούμενους και τους απασχολούμενους για δικό τους λογαριασμό υπερεκτιμούν το μέγεθος των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων (UNECE 2004) και σε ένα βαθμό ισχύει και για τη χώρα μας.

Με όλες τις αδυναμίες των ορισμών του φαινομένου, τα στοιχεία δείχνουν μια σημαντική δυναμική του σε όλο τον κόσμο. Με στοιχεία του Ο.Ο.Σ.Α. προκύπτει ότι τη δεκαετία του 1970 οι γυναίκες επιχειρηματίες στις χώρες μέλη του αποτελούσαν το ¼ των επιχειρηματιών, το μερίδιο αυτό όμως αυξήθηκε ως το τέλος της δεκαετίας του 1990 στο 1/3 περίπου.

Στη χώρα μας, με βάση την έρευνα εργατικού δυναμικού για το 2006, οι γυναίκες επιχειρηματίες αντιπροσωπεύουν το 28% του συνόλου των επιχειρηματιών σημειώνοντας μια αισθητή αύξηση κατά 3 ποσοστιαίες μονάδες από την αρχή της δεκαετίας (25% το 2000, αύξηση κατά 34.200 άτομα). Με βάση τα στοιχεία της ίδιας έρευνας το 2006 μία στις πέντε εργαζόμενες γυναίκες καταγράφονται ως εργοδότες και εργαζόμενες για δικό τους λογαριασμό (21,1%).

Αποτελέσματα του Παγκόσμιου Παρατηρητήριου Επιχειρηματικότητας (GEM Global Entrepreneurship Monitor) το οποίο χρησιμοποιεί τη δική του μεθοδολογία στην καταγραφή των επιχειρηματιών δείχνουν ότι στην Ελλάδα οι γυναίκες επιχειρηματίες αντιπροσωπεύουν μόλις το 11,8% του εργατικού δυναμικού των γυναικών ηλικίας 18-64 ετών, ένα ποσοστό πολύ χαμηλά στη σειρά των 43 χωρών που περιλαμβάνονται στην έρευνα.

Στο νομό Καρδίτσας, με βάση την πληροφόρηση από το εμπορικό και βιοτεχνικό επιμελητήριο υπάρχουν καταγεγραμμένες 2000 περίπου επιχειρήσεις στο όνομα γυναικών αποτελώντας το 15% περίπου του συνολικού αριθμού των επιχειρήσεων στο νομό. Μια ανάλογη εικόνα προκύπτει και από την εξέταση των στοιχείων της απογραφής πληθυσμού, η οποία χρησιμοποιεί την ίδια κατηγοριοποίηση όπως και η έρευνα εργατικού δυναμικού.

Πίνακας 1. Επιχειρηματικότητα στο νομό Καρδίτσας (εργοδότες και εργαζόμενοι για δικό τους λογαριασμό)

Κατηγορία επιχειρηματιών	Νομός		Άνδρες		Γυναίκες		% γυναικών επιχ/τιών στο σύνολο
	Αριθμός	επιχ/τίες / σύνολο απασχ/νων	Αριθμός	επιχ/τίες / σύνολο απασχ/νων της	Αριθμός	επιχ/τίες / σύνολο απασχ/νων της	

		%		κατηγορίας %		κατηγορίας %	επιχ/τιών της κατ/ρίας
Σύνολο επιχ/τιών	17608	43	14332	53	3276	22	19
Επιχ/τίες στη γεωργία/κτηνοτρ. Αλιεία	9968	57	8202	89	1766	25	18
Λοιποί επιχ/τίες	7640	30	6130	35	1510	20	18

Πηγή. Απογραφή πληθυσμού 2001.

Από την εικόνα του πίνακα αποτυπώνεται η σημασία της γεωργίας στη διαμόρφωση του υψηλού γενικού ποσοστού της επιχειρηματικότητας στο νομό αλλά και το δυσανάλογα μικρό ποσοστό της γυναικείας επιχειρηματικότητας σε σχέση με τους άνδρες. Στον πρωτογενή τομέα η γυναικεία επιχειρηματικότητα, όπως καταγράφεται στις επίσημες στατιστικές, εκφράζει τον αριθμό των γυναικών κατόχων (αρχηγών) γεωργικών εκμεταλλεύσεων.

Ως προς τα χαρακτηριστικά της γυναικείας επιχειρηματικότητας, ήδη έγινε αντιληπτό ότι διαπιστώνεται ένα *σημαντικό και διαχρονικό χάσμα μεταξύ της αναλογίας των γυναικών και ανδρών επιχειρηματιών*. Το χάσμα διαπερνά όλα τα μεγέθη των επιχειρήσεων, αν και είναι λιγότερο εμφανές στις επιχειρήσεις μικρότερου μεγέθους. Στην Ελλάδα το 2006 βρισκόταν στα αρχικά στάδια λειτουργίας μιας επιχείρησης το 11,1% των ανδρών ηλικίας 18-64 ετών και το 4,7 % αντίστοιχα των γυναικών (I.O.B.E., 2006). *Ο μέσος όρος της ηλικίας των γυναικών επιχειρηματιών και των επιχειρήσεών τους είναι μικρότερος από αυτόν των ανδρών*. Η μεγαλύτερη ομάδα γυναικών επιχειρηματιών παρατηρείται στις ηλικίες μεταξύ 35 έως 45 ετών, γεγονός που συνδέεται με το ότι η γυναικεία επιχειρηματικότητα αποτελεί ανερχόμενο φαινόμενο τα τελευταία χρόνια. Οι γυναίκες ξεκινούν την επιχειρηματική δραστηριότητα σχετικά αργά, συνήθως μεταξύ των 36-45 ετών αρκετά αργότερα συγκριτικά με τους άνδρες, καθυστέρηση που αποδίδεται στην ανάγκη να διεκπεραιώσουν τις υποχρεώσεις ανατροφής των παιδιών μικρής ηλικίας (έρευνα Κ.Ε.Θ.Ι. 2004). *Η κλαδική ειδικευση είναι επίσης ένα στοιχείο που διακρίνει τις γυναικείες επιχειρήσεις*. Η γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι πιο συχνή σε κλάδους δραστηριότητας στους οποίους οι γυναίκες είναι παραδοσιακά απασχολούμενες. Έχουν σημαντική παρουσία στον κλάδο των υπηρεσιών (κλάδους του λιανικού εμπορίου και μικροεμπορίου τροφίμων, της ένδυσης, της εκπαίδευσης, των κοινωνικών υπηρεσιών). Στις έρευνες ερμηνεύεται αυτή η προτίμηση του επιχειρηματικού ενδιαφέροντος των γυναικών από το γεγονός ότι είναι ευκολότερο για μια γυναίκα να κερδίσει την αποδοχή σε ένα «φεμινιστικό» επιχειρηματικό περιβάλλον αλλά και από το γεγονός ότι η εργασιακή εμπειρία που αποκτήθηκε από τη γυναίκα ως μισθωτή υπάλληλο σε «φεμινιστικούς» τομείς εργασίας αποτελεί παράγοντα που επηρεάζει τις επιλογές της ως επιχειρηματία. *Πολύ πιο συχνά επίσης η γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι «επιχειρηματικότητα ανάγκης» από ο,τι η ανδρική*. Η «επιχειρηματικότητα ανάγκης» πηγάζει από την έλλειψη ευκαιριών για την εξασφάλιση του βιοπορισμού, η «επιχειρηματικότητα ευκαιρίας» από την ανακάλυψη ευκαιρίας που αναμένεται να εξασφαλίσει υψηλότερο εισόδημα από οποιαδήποτε άλλη διαθέσιμη πηγή. Η γυναικεία επιχειρηματικότητα συνδέεται πολύ συχνά επίσης με την ανάγκη *συνδυασμού της ευελιξίας του χρόνου και του χώρου που τους παρέχει σε σχέση με τις οικογενειακές υποχρεώσεις και οι λόγοι αυτοί εξηγούν σε μεγάλο βαθμό και τη συχνότερη «επιχειρηματικότητα ανάγκης» σε σχέση με τους άνδρες*. *Η συμπεριφορά των γυναικών επιχειρηματιών ως προς τις πηγές κεφαλαίου εκκίνησης της επιχείρησης είναι διαφορετική από τους άνδρες*. Οι γυναίκες συνήθως προμηθεύουν οι ίδιες τα κεφάλαια για την ίδρυση της επιχείρησης ή προσφεύγουν στο συγγενικό περιβάλλον. Ο τραπεζικός δανεισμός προϋποθέτει εγγυήσεις, κατά κανόνα ακινήτων, και οι ίδιες συνήθως δεν διαθέτουν αρκετή περιουσία κυρίως όμως είναι πολύ επιφυλακτικές στο να ρισκάρουν να εξαρτηθούν από χρηματοπιστωτικά ιδρύματα. Προτιμούν να μπορούν να απεμπλακούν εύκολα χωρίς σοβαρό οικονομικό κόστος (Bock 2004, Weiler and Bernasek 2001, Brush 1992, Θεοδωρίδη 2007, Ζάβαλη 2007). Σε γενικό επίπεδο οι γυναίκες επιχειρηματίες διαθέτουν *χαμηλότερη τεχνολογική γνώση από τους άνδρες επιχειρηματίες, και σημειώνουν χαμηλότερες οικονομικές επιδόσεις σε σχέση με τις ανδρικές επιχειρήσεις*. Τα τελευταία όμως χρόνια η έρευνα διαπιστώνει μια δυναμική είσοδο των γυναικών σε νέους δυναμικούς κλάδους κυρίως παροχής υπηρεσιών, όπως την κτηματογορά, τα ταξιδιωτικά γραφεία, τη διαφήμιση.

Η διαφορετικότητα της επιχειρηματικής συμπεριφοράς των γυναικών ερμηνεύεται στη βιβλιογραφία με εστίαση σε δύο απόψεις: Η μια υποστηρίζει τη σημασία που έχουν οι προαγοραίες και

αγοραίες διακρίσεις ως προς τα φύλα όπως, ο προσανατολισμός των γυναικών σε θεωρητικές σπουδές στις βαθμίδες της εκπαίδευσης ο οποίος παρέχει στις κοπέλες λιγότερα εφόδια από πλευράς τεχνολογικών γνώσεων και η δυσκολία πρόσβασης των γυναικών στην επαγγελματική κατάρτιση αργότερα, ως εργαζομένων, λόγω των δυσκολιών συμβίβασης των σφαιρικών τους ρόλων παράλληλα ως μητέρων και νοικοκυρών. Η δεύτερη άποψη ερμηνεύει τη διαφορετική εικόνα των γυναικών επιχειρηματιών υποστηρίζοντας ότι γυναίκες και άνδρες παρακινούνται από διαφορετικά κίνητρα και φιλοδοξίες. Για τις γυναίκες έχει περισσότερη σημασία η ισορροπία μεταξύ οικονομικών στόχων, προσωπικής ικανοποίησης και οικογενειακής ζωής ως μοτίβο έναρξης μιας επιχείρησης, για τους άνδρες η οικονομική επιτυχία, η μεγιστοποίηση του κέρδους η καινοτομία έχουν μεγαλύτερη ελκτική δύναμη (Weiler and Bernasek 2001, Bock 2004, Ladrianidis et al 2004).

Μεταξύ των χαρακτηριστικών της προσωπικότητας της γυναίκας η ηλικία και το εκπαιδευτικό υπόβαθρο αποτελούν τους αποφασιστικούς παράγοντες εκδήλωσης επιχειρηματικής συμπεριφοράς, αλλά και η οικογενειακή παράδοση στην επιχειρηματικότητα, και η πρότερη εργασιακή κατάσταση (π.χ. η εμπειρία σε επιχείρηση) αποτελούν επίσης σημαντικούς παράγοντες. Μεταξύ των υποκειμενικών η αντίληψη σχετικά με τις ικανότητες και δεξιότητες που διαθέτει, η αντιληπτική ικανότητα σχετικά με τις υπάρχουσες ευκαιρίες, η εμπιστοσύνη στον εαυτό της και ο φόβος της αποτυχίας αποτελούν επίσης δείκτες επιχειρηματικής συμπεριφοράς.

### **3. Γυναικεία επιχειρηματικότητα και ο ρόλος της στην τοπική ανάπτυξη του αγροτικού χώρου**

Ο αγροτικός χώρος είναι χώρος με περιορισμένες ευκαιρίες ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας και για τα δύο φύλα. Τα τελευταία χρόνια όμως νέες τάσεις ως προς τη συμβολική αξία του αγροτικού χώρου και τις χρήσεις των φυσικών και ανθρώπινων πόρων μετασχηματίζουν τις λειτουργίες του προς πεδία ευρύτερα εκείνου της παραγωγής τροφίμων. Την πολυλειτουργικότητα του αγροτικού χώρου υποστηρίζει η μεταβαλλόμενη φιλοσοφία της αγροτικής πολιτικής ως προς το πρότυπο της αγροτικής ανάπτυξης. Η διαφοροποίηση της τοπικής οικονομίας αποτελεί άξονα προτεραιότητας της πολιτικής και υποστηρίζεται με οικονομικές ενισχύσεις συγκεκριμένων ενεργειών, μέσα στις οποίες εντάσσεται και η στήριξη της επιχειρηματικότητας. Επίσης, η προϊούσα ευαισθητοποίηση του καταναλωτικού κοινού σε διατροφικά ζητήματα, η αναζήτηση του ποιοτικού και ασφαλούς τροφίμου, η επένδυση της υπαίθρου με αναπαραστάσεις που παραπέμπουν στη νοσταλγία του «παλαιού», του «γνήσιου», του «ποιοτικού», του «ειδυλλιακού χαρακτήρα του αγροτικού τοπίου», στοιχεία που ενισχύουν την εικόνα της υπαίθρου ως χώρου τουρισμού και αναψυχής.

Στο πλαίσιο αυτών των τάσεων και πραγματικοτήτων, επιχειρηματικές ευκαιρίες ανοίγονται για τη γυναίκα της υπαίθρου, γιατί διαθέτει δεξιότητες και γνώση ώστε να μετατρέπει δραστηριότητες της οικιακής οικονομίας σε εμπορευματικά αγαθά και υπηρεσίες με ποιότητα και τοπικό χρώμα. Πηγές τέτοιων δραστηριοτήτων αποτελούν η παροχή καταλύματος για τουρίστες-επισκέπτες, η μεταποίηση προϊόντων της πρωτογενούς παραγωγής, η τοπική γαστρονομία, τα προϊόντα οικιακής τέχνης που ενσωματώνουν την τοπική ταυτότητα και στοιχεία του τοπικού πολιτισμού. Η αναγνωρισιμότητα ενός τοπικού προϊόντος λειτουργεί ως στοιχείο συνειρμικής σύνδεσης του προϊόντος με την περιοχή και στη συνέχεια ως ελκτικός παράγοντας αύξησης της τουριστικής κίνησης σε μια διαδικασία πολλαπλασιαστικής επίδρασης στην ανάπτυξη θέσεων εργασίας και άντλησης οικονομικών πόρων για την περιοχή (Γιδαράκου 1999, Λαμπριανίδης 2004, Ανθοπούλου 2006). Η έννοια της ποιότητας επενδεδυμένη με αντικειμενικά πιστοποιημένη αξία όπως τα προϊόντα ονομασίας προέλευσης (Π.Ο.Π.) και γεωγραφικής ένδειξης (Π.Γ.Ε.) και με συμβολική αξία που ενσωματώνει αναπαραστάσεις του τόπου και της τοπικής γαστρονομίας συμβάλλει στη χωρική εγγραφή των ιδιοτυπιών των προϊόντων και στη φήμη των περιοχών, διευρύνοντας το πλαίσιο για επιχειρηματική δραστηριότητα των γυναικών, επαναπροσδιορίζοντας τελικά την ταυτότητά τους ως δρώντων υποκειμένων στον αγροτικό χώρο, έξω από τη σκιά του άνδρα-αρχηγού της γεωργικής εκμετάλλευσης και τον επαγγελματικά ανώνυμο χώρο της οικιακής οικονομίας. Η αξιοποίηση των φυσικών πόρων της περιοχής της λίμνης Πλαστήρα αποτελεί ένα εύγλωττο παράδειγμα ανάπτυξης δραστηριοτήτων που ευνοούν και τη γυναικεία επιχειρηματικότητα.

Κωδικοποιώντας τη συνεισφορά των επιχειρηματικών πρωτοβουλιών οι οποίες φαίνεται πως μπορούν να αυξήσουν το μερίδιό τους στον επιχειρηματικό στίβο των γυναικών της υπαίθρου και το ρόλο τους στην οικονομική και κοινωνική κατάσταση της ίδιας της γυναίκας όσο και στην τοπική οικονομία και κοινωνία μπορούμε να σημειώσουμε ότι:

*Στην ίδια τη γυναίκα:*

- Προσφέρουν διεξόδους απασχόλησης και ένταξης στην αγορά εργασίας, σε ένα χώρο όπου η προσφορά εξαρτημένης εργασίας είναι εξαιρετικά περιορισμένη.
- Αποτελούν ευέλικτες μορφές απασχόλησης, διευκολύνοντας τη γυναίκα να συμφιλιώσει τις εργασιακές της υποχρεώσεις με τις οικογενειακές.
- Προσφέρουν συμπληρωματικό ή και κύριο εισόδημα στο νοικοκυριό. Στην περίπτωση μονογονεϊκών οικογενειών αποτελούν καλή λύση εξυπηρέτησης των οικονομικών αναγκών με τις αυξημένες υποχρεώσεις της μητέρας απέναντι στη φροντίδα των παιδιών της.
- Δίνουν τη δυνατότητα απόκτησης προσωπικής ιδιοκτησίας και ενδυναμώνουν και αναβαθμίζουν τη θέση της γυναίκας στο νοικοκυριό και το κοινωνικό περιβάλλον. Προσδίδουν στην ίδια την αίσθηση της πληρότητας, αυξάνουν την αυτοπεποίθηση και την αυτοεκτίμησή της.
- Αποτελούν για πολλές γυναίκες ευκαιρία απόδρασης από τον αόρατο εργασιακό χώρο του νοικοκυριού ή και από την κυριαρχία του εργοδότη.
- Καλλιεργούν την επικοινωνία με χρηματοδοτικούς, εμπορικούς συνδικαλιστικούς φορείς, πλουτίζοντας την επιχειρηματική ικανότητα αλλά και την επικοινωνία με το κοινωνικό περιβάλλον.
- Συμβάλλουν επίσης στη σταδιακή αλλαγή των στερεοτυπικών αντιλήψεων ως προς το φύλο.

*Στην τοπική κοινωνία:*

- Συμβάλλουν στη διατήρηση της κοινωνικής ισορροπίας, συγκρατώντας γυναικείο δυναμικό και συμβάλλοντας στην ανανέωση του αγροτικού νοικοκυριού.
- Συμβάλλουν στην αύξηση της προστιθέμενης αξίας των τοπικών γεωργικών προϊόντων μεταποιώντας τα σε προϊόντα με υψηλή πραγματική και συμβολική αξία.
- Συμβάλλουν στη διατήρηση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών που συγκροτούν την ταυτότητα της περιοχής, προσφέροντας αφενός στην επισκεψιμότητα και την άντληση πόρων για την περιοχή αφετέρου στη διατήρηση τοπικών παραγωγικών συστημάτων, προσφέροντας έτσι πολύτιμη υπηρεσία στη διαφύλαξη της ετερογένειας της ελληνικής περιφέρειας και της ευρωπαϊκής γεωργίας ακολούθως, στοιχεία που σαρρώνονται κάτω από την ομογενοποιητική δύναμη της παγκοσμιοποιούμενης οικονομίας.
- Συμβάλλουν στην αύξηση της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας στην ύπαιθρο, αφενός απασχολώντας, στο μέτρο του μεγέθους τους βέβαια, πρόσθετο εργατικό δυναμικό, αφετέρου λειτουργώντας πολλαπλασιαστικά στη δημιουργία άλλων θέσεων εργασίας και επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στον τόπο τους.
- Αυξάνουν την επιχειρηματική συνείδηση στην κοινότητα και καλλιεργούν ερεθίσματα για τη στήριξη ευρύτερα της γυναικείας επιχειρηματικότητας.
- Συμβάλλουν στη μεταφορά τεχνογνωσίας και καινοτομιών, παράγοντας νέα προϊόντα και υπηρεσίες, σε ένα χώρο που υστερεί σε τέτοιες εφαρμογές.

Αν αυτό το ευρύ σύνολο συνεισφορών μπορεί και σε ποιο βαθμό να υλοποιηθεί αποτελεί ένα καίριο ερώτημα. Στη βιβλιογραφία αναφέρεται ένας σημαντικός αριθμός παραγόντων που δρουν ανασταλτικά στην προοπτική της δημιουργίας επιχείρησης από τη γυναίκα οποιουδήποτε χώρου. Τα στερεότυπα των ρόλων θέτουν σημαντικά *συμβολικά και αντικειμενικά διλήμματα*. Το οικογενειακό περιβάλλον *συχνά δεν ενθαρρύνει*, η κοινωνία είναι λιγότερο ανοικτή στην αποδοχή της γυναίκας επιχειρηματία, τουλάχιστον στο αρχικό χρονικό διάστημα λειτουργίας της επιχείρησης, η προβολή προτύπων επιτυχημένων γυναικών επιχειρηματιών απουσιάζει. Η προσωπική ιδιοκτησία/περιουσία των γυναικών είναι συνήθως περιορισμένη και οι ίδιες είναι απρόθυμες να υποθηκεύσουν οικογενειακή περιουσία για να χρηματοδοτήσουν μια επιχειρηματική τους ιδέα.

Τα κεφάλαια που ακολουθούν θα μας επιτρέψουν κάποια εκτίμηση της πρακτικής εφαρμογής των γυναικείων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών.

#### **4. Πολιτικές στήριξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας και αποτελέσματα**

Το «Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης-Ανασυγκρότησης Αγροτικού Χώρου», (Ε.Π.Α.Α.-Α.Χ.) του Υπ. Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, κυρίως μέσα από τον άξονα 7 για την εφαρμογή Ολοκληρωμένων Προγραμμάτων Ανάπτυξης του Αγροτικού χώρου (Ο.Π.Α.Α.Χ.) και το «Επιχειρησιακό Πρόγραμμα της Κοινοτικής Πρωτοβουλίας Leader Plus», μέσα από τον άξονα 1.2. για τη στήριξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και επίσης τα Περιφερειακά Επιχειρησιακά

Προγράμματα (Π.Ε.Π.) των 13 περιφερειών της χώρας, τα οποία εφαρμόζουν τα δικά τους Ο.Π.Α.Α.Χ., αποτελούν τα κύρια υποστηρικτικά εργαλεία για την οικονομική ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας στον αγροτικό χώρο σήμερα.

Ανάλογα μέτρα θα συνεχιστούν και κατά την τέταρτη προγραμματική περίοδο, μέσα από άξονες του νέου προγράμματος αγροτικής ανάπτυξης για την περίοδο 2007-2013 και ειδικότερα μέσα από τον άξονα 3 που αφορά την ποιότητα ζωής και τη διαφοροποίηση της αγροτικής οικονομίας και τον άξονα 4 που αφορά την εφαρμογή της προσέγγισης leader.

Ένα επίσης σημαντικό επιχειρησιακό πρόγραμμα είναι το «Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα» του Υπ. Ανάπτυξης (Ε.Π.ΑΝ), το οποίο με το μέτρο 2.8.2. στοχεύει στην ενθάρρυνση της ανάληψης επιχειρηματικών πρωτοβουλιών από γυναίκες ως μιας από τις ομάδες πληθυσμού με δυσανάλογα περιορισμένη συμμετοχή στην επιχειρηματικότητα. Το μέτρο ενισχύει επιχειρηματικές πρωτοβουλίες γυναικών, ενίσχυση την οποία μπορούν να απολαμβάνουν και γυναίκες του αγροτικού χώρου. Η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και της εξωστρέφειας, και η βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος αποτελούν στρατηγικούς στόχους και του νέου «Επιχειρησιακού Προγράμματος Ανταγωνιστικότητας και Επιχειρηματικότητας» για την προγραμματική περίοδο 2007-2013<sup>1</sup>.

Στους πίνακες που ακολουθούν δίνονται αριθμητικά δεδομένα των επιχειρησιακών προγραμμάτων σε επίπεδο χώρας και του νομού Καρδίτσας.

Πίνακας 2. Εγκεκριμένα σχέδια που υποβλήθηκαν από γυναίκες στο πλαίσιο του Ε.Π.Α.Α.-Α.Υ και της Κοινοτικής Πρωτοβουλίας LEADER+ (επίπεδο χώρας)

	Επενδυτικά σχέδια που υποβλήθηκαν από γυναίκες
<i>Ολοκληρωμένα Προγράμματα Ανάπτυξης του Αγροτικού Χώρου (Ο.Π.Α.Α.Χ.), του Ε.Π.Α.Α.-Α.Χ</i>	
Ενίσχυση αγροτουριστικών δραστηριοτήτων	37%
Ενίσχυση βιοτεχνικών δραστηριοτήτων.	23%
<i>Κ.Π. Leader+</i>	
Ενίσχυση αγροτουριστικών δραστηριοτήτων	59%
Ενίσχυση βιοτεχνικών δραστηριοτήτων	34%

Πηγή: Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων και Διαχειριστική Αρχή Leader+ 2007.

Από τον πίνακα παρατηρείται μια αξιόλογη συμμετοχή των γυναικών στην επενδυτική δραστηριότητα των αγροτικών νοικοκυριών, ιδιαίτερα όσον αφορά επενδύσεις αγροτουριστικού χαρακτήρα. Ο αγροτουρισμός συγκέντρωσε επίσης το ενδιαφέρον των γυναικών και στην περίπτωση της Κοινοτικής πρωτοβουλίας Leader+. Θα πρέπει να σημειωθεί βεβαίως ότι η υποβολή φακέλου υποψηφιότητας στο όνομα της γυναίκας δεν παραπέμπει πάντα και στην ανάληψη επιχειρηματικών ευθυνών από την ίδια στην ιδρυθείσα επιχείρηση, όπως αναφέρθηκε σχετικά και σε προηγούμενο σημείο του παρόντος κειμένου.

Μια σημαντική αύξηση του ενδιαφέροντος των γυναικών σε κάθε επόμενο κύκλο προσκλήσεων για την υποβολή επιχειρηματικών προτάσεων παρατηρείται και στο πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα», από 275 επενδυτικές προτάσεις που ενισχύθηκαν κατά την πρώτη πρόσκληση υποβολής προτάσεων αυξήθηκαν σε 1863 κατά την τέταρτη πρόσκληση (πηγή ΕΟΜΜΕΧ). Η εξέταση όμως της χωροταξικής τους κατανομής δείχνει ότι περίπου το 40% των επιχειρηματικών σχεδίων του μέτρου συγκεντρώνεται στην ευρύτερη περιοχή της Αθήνας και Θεσσαλονίκης, οπότε φαίνεται ότι μικρή εμβέλεια έχει στον αγροτικό χώρο.

Στο επίπεδο του νομού Καρδίτσας η αποτύπωση των επενδυτικών πρωτοβουλιών των γυναικών την τελευταία προγραμματική περίοδο δίνει την εξής εικόνα.

Πίνακας 3. Επενδυτικές δραστηριότητες ιδιωτών στο νομό Καρδίτσας, με χρηματοδοτικό πλαίσιο τα Ο.Π.Α.Α.Χ.

<sup>1</sup> Επίσης το Πρόγραμμα «Απασχόληση και Επαγγελματική Κατάρτιση» μέτρο 5.3, του ΟΑΕΔ και άλλα μικρότερης εμβέλειας προγράμματα ενισχύουν άμεσα ή έμμεσα (π.χ. μέσα από διαδικασίες stage ή επαγγελματικής κατάρτισης) τη γυναικεία επιχειρηματικότητα.

Κατηγορία επένδυσης	Επενδύσεις γυναικών		Επενδύσεις ανδρών	
	Αριθμός	Συνολικός προϋπολογισμός	Αριθμός	Συνολικός προϋπολογισμός
Καταλύματα	2	629.772	6	2.216.247
Κέντρα εστίασης/αναψυχή	6	849.819	8	1.744.715
Βιοτεχνίες	1	305.848	7	2.156.246
Αποκατάσταση όψεων κτιρίων	2	30.792	6	138.909
<i>Σύνολο</i>	<i>11</i>	<i>1.816.231</i>	<i>27</i>	<i>6.256.117</i>
<i>Συμμετοχή στο σύνολο</i>	<i>29%</i>	<i>23%</i>	<i>71%</i>	<i>77%</i>

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων ΑΝ.ΚΑ.

Από τον πίνακα 2 φαίνεται η χαμηλή γενικά συμμετοχή των ιδιωτών στο πρόγραμμα. Η συμμετοχή των γυναικών σε σχέση με τους άνδρες κινείται στα επίπεδα που προσδιορίστηκαν και σε επίπεδο χώρας, με χαμηλότερο μέσο ύψος προϋπολογισμού σε σχέση με τις επενδύσεις των ανδρών..

Πίνακας 4. Επενδυτικές δραστηριότητες ιδιωτών στο νομό Καρδίτσας, με χρηματοδοτικό πλαίσιο τη LEADER+

Είδος επένδυσης	Επενδύσεις γυναικών		Επενδύσεις ανδρών	
	Αριθμός	Συνολικός προϋπολογισμός	αριθμός	Συνολικός προϋπολογισμός
Καταλύματα/ξενοδ. Μονάδες	1	332.000	2	615.500
Κέντρα εστίασης/αναψυχή/καφενεία	8	1.522.335	9	902.069
Βιοτεχνίες διαφόρων ειδών	4	338.585	9	1.518.700
Εγκατάσταση συστημάτων HACCP	-	-	3	23.300
Άλλο (φούρνος, κάβα, κλπ)	1	104.500	3	143.100
<i>Σύνολο</i>	<i>14</i>	<i>2.297.420</i>	<i>26</i>	<i>3.202.669</i>
<i>Συμμετοχή στο σύνολο</i>	<i>35%</i>	<i>42%</i>	<i>65%</i>	<i>58%</i>
<b>Εταιρικής μορφής επενδύσεις στο όνομα γυναίκας και άνδρα (Ο.Ε.)</b>				
Ξενοδοχείο		1		524.532
Κέντρο εστίασης /καφενείο		2		467.600
Βιοτεχνία		1		106.100
<i>Σύνολο</i>		<i>4</i>		<i>1.098.232</i>

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων ΑΝ.ΚΑ

Ελαφρά μεγαλύτερη φαίνεται η συμμετοχή των γυναικών σε επενδύσεις στο νομό με χρηματοδοτικό πλαίσιο την Leader+. Επίσης, πολύ μεγαλύτερη είναι η συμμετοχή των γυναικών σε σχέση με τη Leader II, κατά την οποία το ποσοστό των γυναικών που προέβησαν σε επενδύσεις κυμαινόταν στο 16% περίπου του συνόλου των επενδυτών.

Οι παρεμβάσεις που αφορούν τον αγροτικό τουρισμό αποτελούν πράγματι τον τομέα στον οποίο συγκεντρώνεται κατά κύριο λόγο το επενδυτικό ενδιαφέρον των γυναικών και στο νομό Καρδίτσας, όπως και σε επίπεδο χώρας. Ωστόσο η ενδιάμεση αξιολόγηση της Leader+ δεν εκτιμά ως ικανοποιητική ή μάλλον θεωρεί τη γυναικεία συμμετοχή κατώτερη των προσδοκιών που είχε θέσει το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα, με επίτευξη του στόχου κατά 44% μόνο, παρά τη βαθμολογική πριμοδότηση που δέχεται.

## 5. Το προφίλ των γυναικών επιχειρηματιών και των επιχειρήσεών τους –δυνατά και αδύνατα σημεία

Η έρευνα για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα μόλις τα τελευταία χρόνια κέντρισε το ενδιαφέρον των ερευνητών. Μια περισσότερη γνώση για την επιχειρηματικότητα των γυναικών στον αγροτικό χώρο έχουμε μόνο για την περίπτωση της συλλογικής έκφρασης της γυναικείας επιχειρηματικότητας υπό τη μορφή των γυναικείων συνεταιρισμών. Για τις υπόλοιπες μορφές επιχειρηματικότητας, ατομικής ή εταιρικής μορφής, θα αντλήσουμε πληροφορίες κυρίως από αποτελέσματα ερευνών πεδίου που διενεργήθηκαν σχετικά πρόσφατα σε αγροτικές περιοχές της χώρας, ιδιαίτερα στην Πελοπόννησο (Ανθοπούλου 2006) και τη Βόρεια Ελλάδα (Ιακωβίδου κ.ά. 2006)<sup>2</sup> και σε περιορισμένο βαθμό θα αναφερθούμε και στην περίπτωση των γυναικείων συνεταιρισμών του νομού Καρδίτσας.

### **5.1. Η περίπτωση των γυναικείων συνεταιρισμών**

Οι γυναικείοι συνεταιρισμοί αποτελούν τη μορφή επιχειρηματικότητας που θεωρήθηκε ότι ήταν καλό εργαλείο κινητοποίησης των γυναικών του αγροτικού χώρου να «επιχειρήσουν» και υποστηρίχτηκε η σύστασή τους από διάφορους δημόσιους και τοπικούς αναπτυξιακούς φορείς (Koutsou et al 2003, Γιδαράκου 2005, Γιδαράκου κ.ά. 2005). Σε επίπεδο χώρας έχουν συσταθεί 112 περίπου συνεταιρισμοί με 2500-3000 μέλη συνολικά. Σε ένα βαθμό πρόκειται για ευημερία των αριθμών, καθώς σε πραγματική λειτουργία βρίσκονται πολύ λιγότεροι (κάτι παραπάνω από 60) (Ζάβαλη 2007).

Οι μελέτες που αναφέρονται στη διερεύνηση πτυχών αυτής της μορφής γυναικείας επιχειρηματικότητας καταγράφουν πλεονεκτήματα αλλά σημειώνουν και πολλά προβλήματα. Η ποιότητα των προϊόντων, ο δυναμισμός των γυναικών, η προσωπική ικανοποίηση ακόμη και όταν το εισόδημα που αποκομίζεται είναι πολύ χαμηλό, η κοινωνικότητα, η επικοινωνία, η απόκτηση επαγγελματικής ταυτότητας, η χωροχρονική ευελιξία της εργασίας, το συμπληρωματικό εισόδημα στο νοικοκυριό καταγράφονται στα ισχυρά σημεία της λειτουργίας τους. Στα αδύνατα σημεία καταγράφονται η χαμηλή διοικητική και οργανωτική εμπειρία, η έλλειψη χώρων εργασίας και αποθήκευσης των προϊόντων, χώρου εργαστηρίου για πολλούς από αυτούς, το χαμηλό διαθέσιμο κεφάλαιο, η δυσκολία παρακολούθησης και προσαρμογής της παραγωγής στις ανάγκες της αγοράς, η έλλειψη επαγγελματικής κατάρτισης τα τελευταία ιδιαίτερα χρόνια, και, το σπουδαιότερο πρόβλημα, η δυσκολία αποτελεσματικής προώθησης των προϊόντων στην αγορά. Τα έσοδα των μελών κινούνται τελικά σε χαμηλά επίπεδα. Οι γυναίκες δεν αντιμετωπίζουν το συνεταιρισμό με επιχειρηματικά κριτήρια, είναι ιδιαίτερα επιφυλακτικές στην ανάληψη ρίσκου και σε αναπροσαρμογές των προϊόντων τους στις απαιτήσεις της αγοράς (Γιδαράκου 1999, Kazakoroulos and Gidaraku 2003, Koutsou et al 2003, Ζάβαλη 2007). Έτσι οι αναπτυξιακοί στόχοι με τους οποίους επενδύθηκε αυτή η μορφή επιχειρηματικότητας φαίνεται πως είναι δύσκολο να ικανοποιηθούν.

Ωστόσο ένας μικρός αριθμός αυτών των επιχειρήσεων αποτελεί αξιόλογα παραδείγματα επιχειρηματικότητας αποδίδοντας στα μέλη τους υψηλό εισόδημα. Αναζητώντας τους λόγους επιτυχίας αυτών των συνεταιρισμών, το ικανοποιητικό επίπεδο τεχνογνωσίας, η ετοιμότητα του συνεταιρισμού να διαφοροποιεί τα προϊόντα του με βάση τις ευκαιρίες της αγοράς, η επιδίωξη διασυνδέσεων με τοπικούς αναπτυξιακούς φορείς, η λειτουργία τους σε περιοχές με πλούσια πολιτισμική παράδοση ή τουριστική κίνηση και προ πάντων η ηγετική ικανότητα και δραστηριότητα των προέδρων τους εγγράφονται στα δυνατά σημεία τους.

Στο νομό Καρδίτσας παρατηρείται μια δυναμική αύξηση τους αριθμού των συνεταιρισμών τα τελευταία χρόνια. Η εικόνα της λειτουργίας τους δεν αποκλίνει από τη γενική εικόνα των συνεταιρισμών της υπόλοιπης χώρας. Πρόκειται για συνεταιρισμούς από 5 έως 15 μέλη, σχετικά μέσης και μεγαλύτερης ηλικίας, με στοιχειώδη εκπαίδευση των περισσότερων αλλά και πανεπιστημιακής σε μια περίπτωση. Οι περισσότερες γυναίκες επίσης δουλεύουν παράλληλα και στη γεωργία. Ο προσανατολισμός εκτός από δύο συνεταιρισμούς είναι προς την παραγωγή γλυκών και ζυμαρικών. Οι δύο συνεταιρισμοί που λειτουργούν κοντά στη λίμνη έχουν καλύτερες δυνατότητες διάθεσης των προϊόντων τους, γεγονός που τονίζει τη σημασία της θέσης του διαμερίσματος σε σχέση με την τουριστική κίνηση της ευρύτερης περιοχής για την προώθηση των προϊόντων του. Όλοι οι συνεταιρισμοί εξασφαλίζουν σχετικά μικρό εισόδημα στα μέλη τους. Παρά τα χαμηλά οικονομικά οι γυναίκες αισθάνονται ικανοποιημένες από εκείνα που εκτός των χρημάτων αποκομίζουν από τη συμμετοχή τους στο συνεταιρισμό.

### **5.2. Οι ατομικές και εταιρικής μορφής γυναικείες επιχειρήσεις**

<sup>2</sup> Βλ. Θ. Ανθοπούλου 2006 (ορεινές και μειονεκτικές περιοχές Αρκαδίας, Κορινθίας, Αργολίδας, Ανατ. Λακωνίας, 74 επιχειρήσεις) και Ο. Ιακωβίδου κ.ά. 2006 (περιοχές Χαλκιδικής, Σαμοθράκης, Σερρών και ορεινών όγκων Βόρα και Πάικου, 516 επιχειρήσεις).



Οι περιπτώσιολογικές μελέτες δείχνουν την κυριαρχία των μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων των γυναικών. Η ατομική μορφή κυριαρχεί στις 90% περίπου των περιπτώσεων. Οι επιχειρήσεις λειτουργούν κυρίως ως φορείς αυτοαπασχόλησης, στηριζόμενες όταν είναι απαραίτητο σε πρόσθετη εργατική δύναμη από το στενό ή και ευρύτερο συγγενικό περιβάλλον. Στις περιπτώσεις απασχόλησης μισθωτών υπαλλήλων ο αριθμός τους περιορίζεται κατά κανόνα μέχρι 5 άτομα. Από τις εταιρικής μορφής επιχειρήσεις οι περισσότερες εμφανίζονται ως Ο.Ε. Μια ανάλογη εικόνα δείχνει και η επεξεργασία στοιχείων των επενδυτικών δραστηριοτήτων των γυναικών στο νομό Καρδίτσας με βάση τα χρηματοδοτικά πλαίσια που προαναφέρθηκαν σε προηγούμενο κεφάλαιο.

Οι οικονομικοί λόγοι και η ανεργία αποτελούν κύρια κίνητρα. Επιχειρηματική δραστηριότητα εμφανίζεται σε όλη την κλίμακα των ηλικιών η μεγαλύτερη όμως ομάδα γυναικών συγκεντρώνεται στην ηλικία των 30-45 ετών και ακολουθεί ομάδα μεγαλύτερων ηλικιών. Το εκπαιδευτικό επίπεδο για τις μισές περίπου (γύρω στο 45%) είναι ανώτερο της στοιχειώδους. Οι περισσότερες από τις γυναίκες έχουν προηγούμενη επαγγελματική εμπειρία και αρκετές από αυτές έχουν εμπειρία εργασίας σε επιχείρηση είτε οικογενειακή ή ξένη, στοιχείο που λειτουργεί και ως κίνητρο για να «επιχειρήσουν». Ένα κοινό χαρακτηριστικό των επιχειρήσεων είναι η σύμπτωση της έδρας της επιχείρησης με την εντοπιότητα των επιχειρηματιών για το σύνολο σχεδόν των επιχειρηματιών, γεγονός που υπογραμμίζει ότι η γυναίκα-επιχειρηματίας διεκπεραιώνει το ρόλο της επιχειρηματία παράλληλα με αυτούς της νοικοκυράς και μητέρας.

Οι κλάδοι δραστηριοποίησης των γυναικείων επιχειρήσεων βρίσκονται σε συνάφεια με τα τοπικά παραγωγικά συστήματα. Παρασκευή γλυκών, ζυμαρικών και αρτοσκευασμάτων, αλλά επίσης και επιχειρήσεις σε πιο συναφείς με την πρωτογενή παραγωγή κλάδους, όπως ελαιοτριβεία, τυροκομεία, οινοποιεία, αλλαντικά. Μια ευρύτερη κλίμακα κλάδων αποτυπώνει η μελέτη περιπτώσεων στη Βόρεια Ελλάδα, με επικέντρωση στο χώρο των υπηρεσιών (68% των περιπτώσεων) και τη μεταποίηση και εμπορία (31%) (μαγειρική, εστίαση, φιλοξενία, ραπτική, κομμωτική) που έχουν συνάφεια με τον τουριστικό χαρακτήρα της περιοχής έρευνας (Χαλκιδική, περιοχή Βόρρα και Πάικου). Παρατηρούνται επίσης γυναικείες επιχειρήσεις και σε κλάδους μη γυναικείους παραδοσιακά, όπως εμπορία γεωργικών μηχανημάτων, καταστήματα οικοδομικών υλικών, ενοικιάσεις αυτοκινήτων, μεσιτικά γραφεία, εμπορικά καταστήματα. Η παρουσία των γυναικών στη διαχείριση των κατά παράδοση «ανδρικών» επιχειρήσεων είτε εμφανίζεται υπό τη μορφή του εταίρου, είτε είναι εικονική, ασκούμενη ατύπως από το σύζυγο, διευθέτηση που εξυπηρετεί φορολογικούς σκοπούς ή διασφαλίζει την απρόσκοπτη λήψη των επιδοτήσεων της ΚΑΠ. Σε επιχειρήσεις επίσης συναφείς με την πρωτογενή παραγωγή, όπως στα τυροκομεία, οινοποιεία, καταστήματα γεωργικών μηχανημάτων, η γυναίκα επιχειρηματίας αποτελεί πιο συχνά μέρος της εργατικής δύναμης της επιχείρησης παρά διευθυντικό πρόσωπο. Τη μεγαλύτερη κατηγορία επιχειρήσεων, (όπως προκύπτει από την περίπτωση έρευνας στη Βόρεια Ελλάδα) αποτελούν οι επιχειρήσεις μικρής ηλικίας (κάτω των πέντε ετών), γεγονός που παραπέμπει στην επιχειρηματικότητα ανάγκης λόγω ανεργίας.

Παρά την έμφαση των χρηματοδοτικών εργαλείων στη γυναικεία απασχόληση και επιχειρηματικότητα (π.χ. βαθμολογική πρωμοδότηση φακέλων υποψηφιοτήτων των γυναικών), ελάχιστες είναι οι περιπτώσεις των γυναικών που αναζήτησαν επαγγελματική εμπειρία σε σεμινάρια ή κύκλους επαγγελματικής κατάρτισης. Αλλά και ελάχιστες αξιοποίησαν οικονομικές ενισχύσεις αναπτυξιακών παρεμβάσεων του Κοινοτικού θεσμικού πλαισίου για την ενίσχυση των επιχειρηματικών τους πρωτοβουλιών. Σε περιοχές παρέμβασης αναπτυξιακών προγραμμάτων Leader και Ο.Π.Α.Α.Χ. (έρευνα στην Πελοπόννησο) η συμμετοχή σε χρηματοδοτικά προγράμματα είναι αυξημένη (1 στις 4 γυναίκες επιχειρηματίες που δραστηριοποιούνται στον κλάδο των τροφίμων). Πολύ μικρό ποσοστό γυναικών που έκαναν χρήση χρηματοδοτικών προγραμμάτων διαπιστώνεται και σε άλλες έρευνες ενώ η χρηματοδότηση και η δυσκολία εξεύρεσης αρχικού κεφαλαίου αποτελούν σημαντικό πρόβλημα για την έναρξη επιχείρησης (Αντωνοπούλου 2007, Θεοδωρίδη 2007). Η έλλειψη πληροφόρησης, η πίεση του χρόνου για τη διεκπεραίωση των υποχρεώσεων απέναντι στο νοικοκυριό, τα παιδιά και την εργασία τους στερεί τη δυνατότητα αφέρωσης χρόνου για παρακολούθηση ενημερωτικών εκπομπών (Θεοδωρίδη 2007). Η γραφειοκρατική διαδικασία αποτελεί ένα ακόμη σημαντικό πρόβλημα για την έναρξη της επιχείρησης αλλά και την είσοδο σε επιδοτούμενα προγράμματα και αποθαρρύνει πολλές να εμπλακούν στη διαδικασία.

Σε κάθε περίπτωση η αντίληψη του χώρου των επιχειρήσεων ως ανδροκρατούμενου φαίνεται πως αποδυναμώνεται σταδιακά τόσο στην κοινή γνώμη, στο χώρο των συναλλαγών ανδρών και γυναικών επιχειρηματιών μεταξύ τους όσο και στη λειτουργία των οικονομικών δομών (δημόσιες υπηρεσίες, διοικητικές δομές των κλαδικών φορέων και συνδικαλιστικών οργανώσεων, Τράπεζες)

(Ιακωβίδου κ. ά 2006, Θεοδωρίδη 2007). Τα συμβολικά εμπόδια σταδιακά αποδυναμώνονται τα αντικειμενικά όμως εμπόδια εξακολουθούν να είναι ισχυρά.

## **7. Συμπεράσματα ή σκέψεις προβληματισμού για την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας.**

Η γυναικεία επιχειρηματικότητα είναι σήμερα ζητούμενο. Οι πολιτικές διεύρυνσης της βάσης της τοπικής οικονομίας στηρίζουν μικρές επιχειρηματικές πρωτοβουλίες, οι χρήσεις της υπαίθρου διαφοροποιούνται και η επιστροφή του καταναλωτικού κοινού προς την ύπαιθρο διευρύνουν το πλαίσιο των δυνητικών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων των γυναικών ενώ η ισχύς των συμβολικών εμποδίων σταδιακά αποδυναμώνεται. Είναι όμως η εικόνα της γυναικείας επιχειρηματικότητας ανάλογη των θεωρητικών προσδοκιών που αναμένεται αυτή να εκπληρώσει στο πλαίσιο της τοπικής ανάπτυξης; Η ποσοστική και ποιοτική εικόνα των γυναικείων επιχειρήσεων που προηγήθηκε δείχνει μια αύξουσα πορεία, η οποία όμως συναντά και πολλά προβλήματα και πρέπει να στηριχτεί για να επιταχυνθεί ο βηματισμός της. Με βάση αυτή την εικόνα μια σειρά επισημάνσεων μπορούν να διατυπωθούν, ως πλαίσιο προβληματισμού για την εφαρμογή μέτρων ενίσχυσης της γυναικείας επιχειρηματικότητας.

1. Η μελέτη της γυναικείας επιχειρηματικότητας σε μακροεπίπεδο σκοντάφτει στην ανεπάρκεια κατά φύλο διαχωρισμένων στοιχείων στις καταγραφές των επίσημων στατιστικών πηγών και των σχετικών επαγγελματικών οργανισμών. Μέτρα θεσμικού χαρακτήρα για τη βελτίωση των ποσοστικών και ποιοτικών στοιχείων όπως η ιδιοκτησία των επιχειρήσεων, η διεύθυνσή της, η άτυπη εργασία των γυναικών στις οικογενειακές επιχειρήσεις είναι απαραίτητα.

2. Σχετικά με την περιορισμένη συμμετοχή των γυναικών στις επιχειρηματικές δραστηριότητες και τη μικρή συμμετοχή τους στα χρηματοδοτικά πλαίσια στήριξης όπως προέκυψε από την ανάλυση, θα πρέπει να ειπωθεί ότι οι γυναίκες είναι πιο δύσκολο να παρακινηθούν να συμμετάσχουν στις διαδικασίες που η φιλοσοφία της συμμετοχικής ανάπτυξης δημιουργεί. Ειδικότερα στον αγροτικό χώρο το χαμηλότερο κοινωνικό κεφάλαιο των γυναικών (αυξημένη ηλικία, χαμηλό εκπαιδευτικό επίπεδο, περιορισμένη ως απύουσα επαγγελματική κατάρτιση), η χαμηλή πρόσβαση στους πόρους, η κυριαρχία δραστηριοτήτων που απηχούν κυρίως τις οικονομικές δραστηριότητες των ανδρών μειώνουν την πιθανότητα εκδήλωσης δράσεων της οικονομικής ιδιότητας του πολίτη από την πλευρά των γυναικών (μικρότερη συμμετοχή σε επαγγελματικές οργανώσεις, ακόμη μικρότερη ή απουσία συμμετοχής στις διοικήσεις των οργανώσεων αυτών, ασθενέστερη ταυτότητα ως απασχολούμενου στη γεωργία άτομου, επικουρικός ρόλος στη λήψη αποφάσεων για την οικονομική λειτουργία της εκμετάλλευσης κλπ), συντηρούν στερεοτυπικές αντιλήψεις και εσωτερικεύουν την αίσθηση της μειωμένης ικανότητας, της απροθυμίας, του φόβου να εμπλακούν σε δραστηριότητες που είναι συνήθεις για το ανδρικό φύλο (Bock and Derksen 2008). Είναι χαρακτηριστικό ότι η ενδιάμεση αξιολόγηση της Leader+ επισημαίνει την πολύ χαμηλή συμμετοχή των γυναικών στις Γενικές Συνελεύσεις και τα Διοικητικά Συμβούλια των ΤΟΔ (παντελής απουσία έως 30-40% στις καλύτερες των περιπτώσεων), τη χαμηλή επίσης συμμετοχή των γυναικών στη διαβούλευση τοπικών προγραμμάτων (10% έως 30%). Όπου όμως απουσιάζει ο λόγος μιας ομάδας και η καταγραφή των αναγκών της και η αναζήτηση λύσεων είναι δύσκολο να συμβεί. Πρέπει να δοθεί περισσότερη προσοχή στην ενίσχυση της παρουσίας των γυναικών στα όργανα λήψης αποφάσεων αλλά και μεγαλύτερη επιμονή στην κινητοποίηση των γυναικών, με εξατομικευμένες ή στοχευμένες ενδεχομένως ενέργειες δημοσιότητας των αναπτυξιακών προγραμμάτων

3. Ειδικότερα, κατανοώντας τα κίνητρα και τους περιορισμούς που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες επιχειρηματίες θα πρέπει να εφαρμοστούν επίσης μέτρα που θα στοχεύουν προς τις εξής κατευθύνσεις:

α) Προς τη διευκόλυνση του συμβιβασμού των οικογενειακών και εργασιακών υποχρεώσεων των γυναικών. Ειδικότερα επισημαίνονται

- Η αύξηση των προνοιακών υπηρεσιών για την παροχή φροντίδας σε παιδιά, ηλικιωμένα άτομα και ΑΜΕΑ.

- Η προβολή μέσω των Μ.Μ.Ε. παραδειγμάτων καλών πρακτικών γυναικείας επιχειρηματικότητας.

- Η ανάληψη δημόσιων ενεργειών ευαισθητοποίησης της κοινής γνώμης για τον επαναπροσδιορισμό των ρόλων των φύλων σε πιο ισόρροπη βάση σε σχέση με τον καταμερισμό των οικογενειακών και οικιακών υποχρεώσεων.

β) Προς την κατεύθυνση της ενίσχυσης της επαγγελματικής εκπαίδευσης και επιχειρησιακής ικανότητας των γυναικών. Ειδικότερα επισημαίνονται:

- Η καλλιέργεια του επιχειρηματικού πνεύματος. Απαραίτητη προϋπόθεση γι' αυτό αποτελούν η καλύτερη πρόσβαση των γυναικών στην πληροφόρηση, η πυκνώση των παρεμβάσεων επαγγελματικής

κατάρτισης και η καλύτερη θεματική διάρθρωσή τους. Όπως έγινε φανερό η πληροφόρηση φτάνει δύσκολα στις γυναίκες. Θα πρέπει να σχεδιαστούν διάλογοι διευκόλυνσης της διάχυσης της πληροφόρησης για προγράμματα επαγγελματικής κατάρτισης, χρηματοδοτικά προγράμματα κλπ. ενδεχομένως με εξατομικευμένες προσκλήσεις. Επίσης, τα προγράμματα επαγγελματικής κατάρτισης πρέπει να στηρίζονται σε καλά προετοιμασμένα και στοχευμένα εκπαιδευτικά πακέτα και να ενσωματώνουν γνώσεις συμβουλευτικής που να ενισχύουν το επιχειρηματικό πνεύμα, να βοηθούν τις εκπαιδευόμενες να αναγνωρίζουν μια επιχειρηματική ιδέα, να ξεπερνούν τη φυσική αντίσταση για αλλαγή, την επιφυλακτικότητα στην ανάληψη επιχειρηματικού κινδύνου<sup>3</sup>. Επί πλέον, βασικές γνώσεις τεχνικών προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών, τεχνολογιών πληροφορικής, κανόνων φιλοξενίας, προβολής στο διαδίκτυο, ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών αποτελούν σημαντικά εκπαιδευτικά ζητήματα ενός προγράμματος κατάρτισης που στοχεύει στην ενίσχυση της επιχειρηματικότητας. Οι κεντρικοί φορείς αλλά και οι αναπτυξιακοί φορείς της περιφέρειας μπορούν να προσφέρουν προς αυτή την κατεύθυνση. Για να συμβεί όμως αυτό απαιτείται και η ανάλογη στελέχωση των υπηρεσιών με εξειδικευμένο προσωπικό και υποστηρικτικές υπηρεσίες, αλλά και η συνεργασία τους με κατάλληλους εκπαιδευτικούς φορείς για το σχεδιασμό των εκπαιδευτικών πακέτων.

- Η ανάπτυξη υποδομών συμβουλευτικής σε περιφερειακό επίπεδο (π.χ. στο πλαίσιο των Περιφερειακών Επιτροπών Ισότητας) τόσο στο επίπεδο του αρχικού επιχειρηματικού σχεδιασμού, όσο και στο επίπεδο της παρακολούθησης της επιχείρησης μπορούν να παράσχουν πολύτιμες πληροφορίες καθοδήγησης για την επιλογή των καταλληλότερων ενεργειών, για την ενθάρρυνση της ανάληψης ρίσκου, για τη δικτύωση μεταξύ τους και μεταξύ ομοειδών επιχειρήσεων.

- Η δικτύωση των επιχειρήσεων αποτελεί επίσης σημαντικό ζήτημα. Η δικτύωση ομοειδών ή συμπληρωματικών επιχειρήσεων αποτελεί μέσο μετάδοσης γνώσης και καινοτομικών εφαρμογών, μέσο διευκόλυνσης της διάθεσης των προϊόντων στην τοπική, περιφερειακή αγορά ή και ευρύτερα, μέσο βελτίωσης της ποιότητας των προϊόντων και μέσο καλλιέργειας επιχειρηματικής κουλτούρας. Η κατανόηση της σημασίας και η κινητοποίηση των επιχειρηματιών να συμμετάσχουν σε δίκτυα με επιτυχία δεν είναι εύκολο να προωθηθεί. Σε χώρες όπως η δική μας δεν υπάρχει η εμπειρία της λειτουργίας δικτύωσης, όπως σε άλλες πιο αναπτυγμένες χώρες της Ε.Ε. Σημαντική υπηρεσία προς αυτή την κατεύθυνση πρέπει να προσφέρουν οι τοπικοί αναπτυξιακοί φορείς, οι οποίοι έχουν και τη σχετική τεχνογνωσία μέσα από την εμπειρία της leader, η οποία έδωσε μια πρώτη πρακτική εμπειρία εφαρμογής.

- Όσον αφορά στους γυναικείους συνεταιρισμούς η οριζόντια δικτύωση με την ενεργοποίηση του δευτεροβάθμιου οργάνου τους με στόχους τη δημιουργία ενός συστήματος διανομής και διάθεσης των προϊόντων των συνεταιρισμών (π.χ. οργάνωση εκθετηρίων-πρατηρίων σε μεγάλες πόλεις) θα παρείχε σημαντικό έργο για την τόνωση της λειτουργικότητας όλων των συνεταιρισμών. Η οργάνωση ενός εκθετηρίου-πρατηρίου σε περιφερειακό (αν όχι και σε νομαρχιακό επίπεδο) για την περίπτωση της περιφέρειας Θεσσαλίας θα πρόσφερε σημαντικές υπηρεσίες στην προώθηση των προϊόντων των γυναικείων συνεταιρισμών της περιφέρειας. Επίσης η ένταξη των γυναικείων συνεταιρισμών ως εταίρων σε αναπτυξιακά προγράμματα και η επαγγελματική κατάρτιση των μελών τους, η οποία συνήθως εγκαταλείπεται μετά τη σύσταση των συνεταιρισμών, αποτελούν σημαντικά εργαλεία στήριξής τους, μεταβίβασης τεχνογνωσίας αλλά και εκπαίδευσης στο να αυτενεργήσουν με επιχειρηματικά κριτήρια, στηριζόμενοι στις δικές τους δυνάμεις.

- Οι φορολογικές ελαφρύνσεις ή και απαλλαγές για τα πρώτα χρόνια (π.χ. τα πρώτα πέντε) των γυναικείων επιχειρήσεων θα αποτελούσαν ένα σημαντικό δέλεαρ για την κινητοποίηση των γυναικών.

- Η ανάπτυξη δομών διευκόλυνσης της πρόσβασης των γυναικών σε χρηματοδότηση χαμηλού κόστους, με την ανάπτυξη εναλλακτικών χρηματοδοτικών εργαλείων θα ήταν χρήσιμη για τις μικροεπιχειρηματίες. Τα μικρο-δάνεια (micro-loans) για νεοϊδρυόμενες ή εγκαταστημένες μικροεπιχειρήσεις καθώς και η αξιοποίηση των υφιστάμενων και ενθάρρυνση της σύστασης συνεταιριστικών τραπεζών στις οποίες θα έχει τη θέση της και κάποια ιδιαίτερη πολιτική για τις γυναίκες επιχειρηματίες, είναι εργαλεία που θα μπορούσαν να ικανοποιήσουν τις ανάγκες μικροεπιχειρήσεων που κρίνονται πολύ μικρές σύμφωνα με τα κριτήρια των τραπεζών και οι ιδιοκτήτριές τους είναι επίσης

<sup>3</sup> Ο μεγάλος φόβος της αποτυχίας είναι γενικότερη αδυναμία της ελληνικής επιχειρηματικότητας, ο οποίος ευθύνεται επίσης και για τον έντονο προσανατολισμό των επιχειρήσεων προς τον τελικό καταναλωτή, αλλά και για το ότι τα εγχειρήματα είναι λιγότερο τολμηρά και καινοτομικά. Η εξοικείωση με την επιχειρηματικότητα θα πρέπει να ξεκινά από τις βαθμίδες της τυπικής εκπαίδευσης και η Ε.Ε. συνιστά την ένταξη θεμάτων επιχειρηματικότητας στην εκπαιδευτική διαδικασία για την ανάπτυξη του επιχειρηματικού πνεύματος (Ευρωπαϊκή Επιτροπή 2005).

διστακτικές να καταφύγουν σε αυτές<sup>4</sup>. Ιδέες από ανάλογες εφαρμογές σε άλλα κράτη όπως τη Φινλανδία, τη Σουηδία, την Ισπανία μπορούν να δώσουν παραδείγματα προς εφαρμογή (π.χ. μέσω του ίδιου του τραπεζικού συστήματος ή με τη μεσολάβηση Μ.Κ.Ο. κ.ά.).

- Μια ειδικότερη στόχευση προς τις νέες γυναίκες, και ειδικότερα των 35-45 ετών, ηλικιακή περίοδο που όπως έδειξε και η ανάλυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας οι γυναίκες επιδίδονται συχνότερα σε επιχειρηματικά εγχειρήματα είναι απαραίτητη, τόσο με προγράμματα επαγγελματικής κατάρτισης και επιχειρηματικότητας, όσο και με πρόσθετες οικονομικές διευκολύνσεις.

- Η απλοποίηση της γραφειοκρατικής διαδικασίας για την ίδρυση επιχείρησης είναι απαραίτητη, καθώς απαιτεί πλήθος δικαιολογητικών, αδειοδοτήσεων, με χρονοβόρες διαδικασίες οι οποίες κινούνται με αργό βηματισμό, λειτουργώντας τελικά αποτρεπτικά για τις γυναίκες ιδιαίτερα των κάτω μεγαλύτερης ηλικίας και λιγότερων τεχνικών γνώσεων. Ανάλογα εμπόδια ανακύπτουν κατά τη διαδικασία χρηματοδοτήσεων από τα αναπτυξιακά προγράμματα.

- Τέλος θα πρέπει να σημειώσουμε ότι οι επιχειρηματικές δραστηριότητες στην ύπαιθρο παραπέμπουν σε μέγιστο βαθμό στο ευρύτερο πλαίσιο της ανάπτυξης του αγροτουρισμού. Θεωρητικά διατυπώνονται απόψεις περί προσφοράς πακέτου υπηρεσιών προς τους τουρίστες πρακτικά όμως αυτό φαίνεται πως δεν μπορεί να λειτουργήσει σε επίπεδο νοικοκυριού ή και περιοχής<sup>5</sup>. Η έλλειψη διαμορφωμένου νομικού πλαισίου για τον αγροτουρισμό και τα εμπόδια σχετικά με τις αδειοδοτήσεις λειτουργίας μικροβιοτεχνικών επιχειρήσεων δυσχεραίνουν τη διαδικασία της ολοκληρωμένης ανάπτυξης. Είναι απαραίτητο να διευκολυνθεί η διασύνδεση της τοπικής πρωτογενούς παραγωγής με την προσφορά αγροτουριστικών υπηρεσιών καταλύματος και εστίασης για να αυξηθεί η επιχειρηματικότητα και ο ρόλος της στην τοπική ανάπτυξη. Και στην περιοχή της Λίμνης Πλαστήρα η προσέγγιση στην ανάπτυξη του αγροτουρισμού δεν φαίνεται ότι κατάφερε να ενσωματώσει ικανοποιητικά την τοπική αγροτική παραγωγή και τους αγρότες στο πακέτο του αγροτουριστικού προϊόντος. Ακόμη, η έλλειψη μιας κρίσιμης μάζας γυναικών (όπως και ανδρών) με επιχειρηματική διάθεση στις λιγότερο ευνοημένες αγροτικές περιοχές λόγω πληθυσμιακής αφαίμαξης και γήρανσης του πληθυσμού δυσχεραίνει την ένταξη του πρωτογενή τομέα στην ολοκληρωμένη ανάπτυξη και γι' αυτό η προσπάθεια πρέπει να είναι πρόσθετη.

Ειδικότερα για το νομό απαιτείται η συστηματική μελέτη της εικόνας και των προβλημάτων της γυναικείας επιχειρηματικότητας, προκειμένου να δώσει εισροές για τον καλύτερο σχεδιασμό στοχευμένων παρεμβάσεων υπέρ της γυναικείας επιχειρηματικότητας.

## Αναφορές

Ανθοπούλου Θ (2006) *Όψεις και Δυναμικές Επιχειρηματικότητας Γυναικών της Υπαιθρου στην Παραγωγή Τροφίμων*. Μια πρώτη εμπειρική προσέγγιση (Περιφέρεια Πελοποννήσου). Εισήγηση στο 9<sup>ο</sup> Πανελλήνιο Συνέδριο της ΕΤ.ΑΓΡ.Ο. Αθήνα 2-4/11/2006.

Αντωνοπούλου Δ. (2007) *Στάσεις των Γυναικών απέναντι στην Επιχειρηματικότητα*. Έκδοση ΠΑΣΕΓΕΣ.

Bock B. (2004) «Fitting in and multi-tasking: Dutch farm women's strategies in rural entrepreneurship». *Sociologia Ruralis* Vol 44(3):245-260.

Bock B. and P. Derkzen (2008) «Barriers to women participation in rural policy making». In: I. Asztalos Morell and B. Bock (eds) *Gender Regimes, Citizen Participation and Rural Restructuring*. Elsevier, pp. 263-282.

Brush C. (1992) «Research on woman business owners: Past trends, a new perspective and future directions». *Entrepreneurship Practice and Theory*, 16:5-30.

Γιδαράκου Ι. (1999) Ενδογενής ανάπτυξη της υπαίθρου και γυναικεία απασχόληση. Στο: *Υπαιθρος Χώρα-Η Ελληνική Αγροτική Κοινωνία στο τέλος του Εικοστού Αιώνα*. ΠΛΕΘΡΟΝ, σελ 189-216.

Γιδαράκου Ι. (2005) Γυναικεία συνεταιριστική επιχειρηματικότητα: θεωρία και πρακτική. Εισήγηση στην Ημερίδα του ΙΣΕΜ (Ινστιτούτου Συνεταιριστικών Ερευνών και Μελετών) με τίτλο: *Γυναικεία Συνεταιριστική Επιχειρηματικότητα του Ελληνικού Αγροτικού Χώρου*. Αθήνα, 2/11/2005.

Γιδαράκου Ι., Δημοπούλου Ε. και Καζακόπουλος Α. (2005) Ιδιοκτησία και επιχειρηματικότητα στον πρωτογενή τομέα. Στο: Μ Στρατηγάκη (επιμ) *Επιχειρηματικότητα Γυναικών-Όψεις Ιδιοκτησίας και Διοίκησης*. Gutenberg, σελ. 105-139.

Gidarakou I., L. Kazakopoulos and A. Koutsouris (2008) «Tracking empowerment and participation of young women farmers in Greece». In: I. Asztalos Morell and B. Bock (eds) *Gender Regimes, Citizen Participation and Rural Restructuring*. Elsevier, pp.143-166.

<sup>4</sup> Η Ε.Ε. συνιστά τη δημιουργία δομών διευκόλυνσης της πρόσβασης των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση (SMEs and access to finance, Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας).

<sup>5</sup> Ο αγρότης μικροξενοδόχος π.χ. δεν μπορεί να πουλήσει το χωριάτικο ψωμί που μπορεί να παράγει η οικοδέσποινα του σπιτιού γιατί πρέπει να έχει άδεια φούρναρη.

- Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2005) *Έκθεση σχετικά με την Εφαρμογή του Ευρωπαϊκού Χάρτη για τις Μικρές Επιχειρήσεις*. Λουξεμβούργο, Γενική Διεύθυνση Επιχειρήσεων και Βιομηχανίας.
- Ζάβαλη Μ. (2007) *Γυναικείοι Αγροτουριστικοί Συνεταιρισμοί-Η Συμβολή τους στην Τοπική και Περιφερειακή Ανάπτυξη και Πολιτικές Εξυγίανσης*. Μεταπτυχιακή εργασία στο Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- Θεοδορίδη Ε. (2007) *Γυναικεία Επιχειρηματικότητα*. Μεταπτυχιακή εργασία στο Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- Ιακωβίδου Ο., Σ. Κουτσού και Π. Συμεωνίδου (2006) *Χαρακτηριστικά Γυναικών Επιχειρηματιών στην Ελληνική Ύπαιθρο*. Εισήγηση στο 9<sup>ο</sup> Πανελλήνιο Συνέδριο της ΕΤ.ΑΓΡ.Ο. Αθήνα 2-4/11/2006.
- Ι.Ο.Β.Ε. (Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (2006) *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα κατά το 2005-2006 (Στοιχεία από την έκθεση του GEM)*.
- Kazakoropoulos, L. and Gidarakou, I. (2003) Women's cooperatives in Greece and the niche market challenge. *Rural Cooperation*, 31(1), pp. 25-46.
- 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.
- Λαμπριανίδης Λ., Σ. Σκορδίλη και Θ. Καλογερέσης (2003) «Επιχειρηματικότητα στην ελληνική ύπαιθρο» Στο: *Η Επιχειρηματικότητα στην Ευρωπαϊκή Ύπαιθρο*. Εκδόσεις Παρατηρητής, Θεσσαλονίκη, σελ. 233-314.
- Λαμπριανίδης Λ. (2004) Τοπικά προϊόντα ως ένα μέσο για την υποβοήθηση της ανάπτυξης των ορεινών περιοχών της Ευρωπαϊκής υπαίθρου. Στο: Ι. Σπιλάνης, Θ. Ιωσηφίδης και Α. Κίζος (Επιμ) *Στρατηγικές Ανάπτυξης σε Λιγότερο Εννοημένες Περιοχές*. Εκδόσεις Gutenberg, σελ. 39-68.
- Labrianidis L. Th. Kalogeresis, A. Kourtesis and S. Skordili (2004) «Technology, peripherality and rurality». In L. Labrianidis (ed) *The Future of Europe's Rural Periphery*. London, Ashgate, pp. 114-136.
- Petrin T. (1997) «Entrepreneurship as an economic force in rural development» In: F.A.O. Regional Office for Europe (ed) *Rural Development through Entrepreneurship*, pp. 7-19.
- Σκορδίλη Σ. (2005) Ιδιοκτησία και επιχειρηματικότητα στη μεταποίηση, τις υπηρεσίες και το εμπόριο. Στο: Μ Στρατηγάκη (επιμ) *Επιχειρηματικότητα Γυναικών- Όψεις Ιδιοκτησίας και Διοίκησης*. Gutenberg, σελ. 87-101.
- Στρατηγάκη Μ (2005) Επιχειρείν και ανατρέφειν: Στο: Μ Στρατηγάκη (επιμ) *Επιχειρηματικότητα Γυναικών- Όψεις ιδιοκτησίας και Διοίκησης*. ΚΕΚΜΟΚΟΠ Παντείου Πανεπιστημίου/Gutenberg, σελ.17-40.
- UNECE (Unated Nations Economic Comittion for Europe (2004) *The Status of Statistics on Women and Men's Entrepreneurship in the UNECE Region. Regional Symposium on Mainsreaming Gender into Economic Policies. 28-30 January 2004, Geneva.*
- Weiler S. and Bernasek A. (2001) Dodging the glass ceiling? Networks and the new wave of women entrepreneurs. *The Social Science Journal*, 38:85-113

#### **Δικτυακοί τόποι**

[www.eommex.gr](http://www.eommex.gr)  
[www.antagonistikotita.gr](http://www.antagonistikotita.gr)  
[www.kethi.gr](http://www.kethi.gr)  
[www.gemconsortium.com](http://www.gemconsortium.com)