

**ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ  
ΓΕΩΠΟΝΙΚΗ ΣΧΟΛΗ**

**ΠΥΘΑΓΟΡΑΣ ΙΙ – ΦΥΛΟ**

*«Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα  
στην Ελληνική Ύπαιθρο:  
Θέση - Πολιτικές - Προοπτικές»*



*Επιστημονική Υπεύθυνη:  
Όλγα Ιακωβίδου, Καθηγήτρια ΑΠΘ*

**Θεσσαλονίκη 2007**

ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ  
ΓΕΩΠΟΝΙΚΗ ΣΧΟΛΗ

**ΠΥΘΑΓΟΡΑΣ ΙΙ – ΦΥΛΟ**

*«Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα  
στην Ελληνική Ύπαιθρο:  
Θέση – Πολιτικές - Προοπτικές»*

*Επιστημονική Υπεύθυνη:  
Όλγα Ιακωβίδου, Καθηγήτρια ΑΠΘ*

**Θεσσαλονίκη 2007**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

### ΠΡΟΛΟΓΟΣ

### ΕΙΣΑΓΩΓΗ

#### Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup> : Θεωρητικές και Εννοιολογικές Προσεγγίσεις της Επιχειρηματικότητας

1. Εισαγωγή	2
2. Θεωρητικές προσεγγίσεις της επιχειρηματικότητας	6
2.1 Η οικονομική σκέψη στην ελληνική αρχαιότητα και το μεσαίωνα	7
2.2 Η προ-κλασική οικονομική σκέψη (φυσιοκρατισμός)	9
2.3 Η κλασική οικονομική σκέψη	10
2.4 Η οριακή επανάσταση	11
2.5 Η Αυστριακή Σχολή	12
2.6 Η νεοκλασική σχολή	16
2.7 Η σύγχρονη οικονομική θεωρία και η επιχειρηματικότητα (20ός αιώνας)	17
2.8 Η ψυχολογική προσέγγιση της επιχειρηματικότητας - θεωρίες γνωρισμάτων	19
2.9 Η κοινωνιολογική προσέγγιση της επιχειρηματικότητας	21
2.10 Η διάσταση του φύλου στην επιχειρηματικότητα	22
3. Εννοιολογικές προσεγγίσεις	26
3.1 Η έννοια της επιχειρηματικότητας	26
3.2 Η έννοια της επιχείρησης	29
3.2.1 Γενικά	29
3.2.2 Η γυναικεία επιχείρηση	31
3.3 Η έννοια του επιχειρηματία	31
3.3.1 Γενικά	31
3.3.2. Η γυναίκα επιχειρηματίας	34
3.4 Αγροτικός χώρος - Ύπαιθρος	35
4. Συνοπτικά	37

#### Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup> : Οι Πολιτικές για την Ανάπτυξη της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας 38

1. Εισαγωγή	39
2. Οι Κοινοτικές Πρωτοβουλίες	41
2.1 Η Κοινοτική Πρωτοβουλία NOW (1991-1994)	41
2.2 Η Κοινοτική Πρωτοβουλία ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ: Ο άξονας NOW (1995-1999)	42
2.3 Απ' την Κοινοτική Πρωτοβουλία NOW στην ΚΠρωτοβουλία EQUAL	43
2.4 Η Κοινοτική Πρωτοβουλία LEADER	44
4. Ολοκληρωμένα Προγράμματα Ανάπτυξης Αγροτικού Χώρου	47
5. Τα προγράμματα ενίσχυσης νέων ελεύθερων επαγγελματιών	48
5.1. Επιχορήγηση Νέων Ελεύθερων Επαγγελματιών (NEE)	48
5.2. Πρόγραμμα Επιχορήγησης Νέων Ελεύθερων Επαγγελματιών Γυναικών	50
6. Προγράμματα ενίσχυσης γυναικείας και νεανικής επιχειρηματικότητας	51
6.1 Ενίσχυση επιχειρηματικότητας γυναικών	51
6.2 Ενίσχυση νεανικής επιχειρηματικότητας	54

6.3 Άλλα Προγράμματα του ΕΠ «ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ»	55
6.4 Ανάπτυξη της γυναικείας απασχόλησης και επιχειρηματικότητας	56
7. Συνοπτικά	57

***Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup> : Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα με στοιχεία Διεθνών Οργανισμών 58***

1. Εισαγωγή	59
2. Η γυναικεία επιχειρηματικότητα με αριθμούς	61

***Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup> : Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ύπαιθρο μέσα από την Ελληνική και Διεθνή Βιβλιογραφία 77***

1. Οι γυναίκες επιχειρηματίες στην ύπαιθρο.	78
2. Γυναικείες επιχειρήσεις στην ύπαιθρο	80
3. Κίνητρα για τη δημιουργία επιχειρήσεων από γυναίκες της υπαίθρου	87
4. Τυπολογία γυναικών επιχειρηματιών και επιχειρήσεων	91

***Κεφάλαιο 5<sup>ο</sup> : Μεθοδολογία Έρευνας 92***

1. Εισαγωγή	98
2. Ποιοτική έρευνα	99
3. Ποσοτική έρευνα	100
3.1 Αναγνώριση πληθυσμού και προσδιορισμός μεγέθους δείγματος	100
3.2 Σχεδιασμός ερωτηματολογίου	102
3.3 Πιλοτική δοκιμή	103
4. Στατιστικές Μέθοδοι ανάλυσης των στοιχείων της έρευνας	104

***Κεφάλαιο 6<sup>ο</sup> : Οι Περιοχές της Έρευνας 107***

1. Εισαγωγή	108
2. Ο ορεινός όγκος του Πάικου	108
3. Η περιοχή του Βόρα	112
4. Η βιομηχανική περιοχή των Σερρών	117
5. Η χερσόνησος της Κασσάνδρας	121
6. Το νησί της Σαμοθράκης	124

***Κεφάλαιο 7<sup>ο</sup> : Γυναίκες Επιχειρηματίες στην Ελληνική Ύπαιθρο: Αποτελέσματα της Έρευνας 127***

1. Εισαγωγή	128
2. Οι «κατ' όνομα» γυναίκες επιχειρηματίες της ελληνικής υπαίθρου	129
3. Η γυναίκα επιχειρηματίας και οι γυναικείες επιχειρήσεις στην ελληνική ύπαιθρο	134
3.1 Τα χαρακτηριστικά της γυναίκας επιχειρηματία.	134
3.1.1 Η ηλικία της γυναίκας επιχειρηματία	134
3.1.2 Το μορφωτικό της επίπεδο	135
3.1.3 Η οικογενειακή της κατάσταση	136
3.1.4 Τόπος διαμονής – Τόπος καταγωγής της γυναίκας επιχειρηματία	137
3.1.5 Η προηγούμενη επαγγελματική εμπειρία της επιχειρηματία	139
3.1.6 Το σημερινό της επάγγελμα	139
3.1.7 Η επιμόρφωση της επιχειρηματία	140
3.2 Η γυναικεία επιχείρηση	141
3.2.1 Το οικογενειακό περιβάλλον και η επιχειρηματικότητα των γυναικών	141

3.2.2 Τα κίνητρα δημιουργίας της επιχείρησης	144
3.2.3 Η ηλικία της επιχείρησης	145
3.2.4 Η νομική μορφή της επιχείρησης	147
3.2.5 Το αντικείμενο της επιχείρησης	148
3.2.6 Οι διαδικασίες για την ίδρυση της επιχείρησης	151
3.2.7 Η περιοχή εγκατάστασης της επιχείρησης	151
3.2.8 Χωροθέτηση της επιχείρησης	152
3.2.9 Διαμόρφωση του χώρου της επιχείρησης	153
3.2.10 Η λειτουργία της επιχείρησης κατά τη διάρκεια του έτους	154
3.2.11 Η πελατεία της	155
3.2.12 Το εργατικό δυναμικό της επιχείρησης	155
3.2.13 Διαχείριση της επιχείρησης	156
3.2.14 Τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η επιχείρηση	157
3.2.15 Τα οικονομικά στοιχεία της επιχείρησης	158
3.2.16 Τα μελλοντικά σχέδια για την επιχείρηση	160
3.2.17 Διαδοχή	160
4. Επιδράσεις της γυναικείας επιχειρηματικότητας	162
4.1 Η θέση της γυναίκας στην οικογένεια και την τοπική κοινωνία	162
4.2 Συμβολή της επιχείρησης στο οικογενειακό εισόδημα	163
4.3 Συμβολή της επιχείρησης στην τοπική οικονομία	163
5. Ικανοποίηση από τις υποδομές του περιβάλλοντος	165
6. Στάσεις για την επιχειρηματικότητα	166

**Κεφάλαιο 8ο: Τυπολογίες Γυναικών Επιχειρηματιών και Επιχειρήσεων στην  
Ελληνική Ύπαιθρο 167**

1. Τυπολογία γυναικών επιχειρηματιών στην ύπαιθρο με βάση τα δημογραφικά & κοινωνικό-οικονομικά χαρακτηριστικά τους	168
1.1 Γενικά	168
1.2 Οι «ντόπιες επιχειρηματίες»	172
1.3 Οι «νύφες επιχειρηματίες»	173
1.4 Οι «άλλες επιχειρηματίες»	173
2. Τυπολογία γυναικών επιχειρηματιών στην ύπαιθρο με βάση τα κίνητρα ανάληψης επιχειρηματικής δράσης	175
2.1 Γενικά	175
2.2 Ο τύπος της «αυτοαπασχόλησης»	180
2.3 Ο τύπος «για τα παιδιά»	180
2.4 Ο τύπος της «καριέρας»	181
3. Τυπολογία γυναικείων επιχειρήσεων στην ύπαιθρο με βάση χαρακτηριστικά της επιχείρησης	182
3.1 Γενικά	182
3.2 Οι «οικογενειακές» επιχειρήσεις	186
3.3 Οι «δυναμικές» επιχειρήσεις	186
3.4 Οι «παραδοσιακές» επιχειρήσεις	187

**Κεφάλαιο 9<sup>ο</sup> : Συμπεράσματα 188**

1. Συμπεράσματα	188
 ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ (Ελληνική, ξένη και ηλεκτρονική)	 194

Παράρτημα I: Ερωτηματολόγιο και μεταβλητές έρευνας	212
Παράρτημα II: Κατανομή Δείγματος στις Περιοχές έρευνας	229
Παράρτημα III: Πίνακες Συχνοτήτων- Αποτελέσματα περιγραφικής στατιστικής	235
Παράρτημα IV :Διαγράμματα σχετικά με το προφίλ των τύπων επιχειρήσεων και επιχειρηματιών - Αποτελέσματα Διβηματικής Ανάλυσης σε συστάδες	247

### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

<b>Πίνακας 1.1</b> Κατάταξη Επιχειρήσεων	30
<b>Πίνακας 2.1</b> Επιχορήγηση Νέων Ελεύθερων Επαγγελματιών	49
<b>Πίνακας 2.2</b> Στοιχεία επιχειρήσεων που έχουν ενταχθεί	53
<b>Πίνακας 2.3</b> Τομείς δραστηριότητας	53
<b>Πίνακας 2.4</b> Περιφερειακή κατανομή των εγκεκριμένων προτάσεων του Δ' Κύκλου προκήρυξης	54
<b>Πίνακας 2.5</b> Στοιχεία επιχειρήσεων που έχουν ενταχθεί	55
<b>Πίνακας 3.1</b> Ποσοστά (%) γυναικείας επιχειρηματικής δραστηριοποίησης στις 35 χώρες του GEM (2005)	63
<b>Πίνακας 3.2</b> Αναλογία επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ευκαιρίας έναντι ανάγκης στις 35 χώρες του GEM το 2005	67
<b>Πίνακας 3.3</b> Ποσοστό (%) γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ευρώπη με κίνητρο την εκμετάλλευση κάποιας επιχειρηματικής ευκαιρίας	68
<b>Πίνακας 3.4</b> Συνολική απασχόληση και γυναικεία απασχόληση στην Ελλάδα, κατά κλάδο (2ου τριμ 2002)	72
<b>Πίνακας 5.1</b> Κατανομή δείγματος στις περιοχές έρευνας	101
<b>Πίνακας 6.1</b> Οικισμοί της περιοχής Πάικου	109
<b>Πίνακας 6.2</b> Οικισμοί της περιοχής Βόρα	113
<b>Πίνακας 6.3</b> Οικισμοί της περιοχής Σερρών	118
<b>Πίνακας 6.4</b> Οικισμοί της περιοχής Κασσάνδρας	122
<b>Πίνακας 6.5</b> Οικισμοί της περιοχής έρευνας στη Σαμοθράκη	124
<b>Πίνακας 7.1</b> Αντικείμενο επιχείρησης κατά περιοχή	130
<b>Πίνακας 7.2</b> Ηλικία επιχειρηματία κατά περιοχή	131
<b>Πίνακας 7.3</b> Πραγματικός υπεύθυνος της επιχείρησης κατά περιοχή	133
<b>Πίνακας 7.4</b> Ηλικία επιχειρηματία κατά περιοχή	135
<b>Πίνακας 7.5</b> Μορφωτικό επίπεδο επιχειρηματιών κατά περιοχή	136
<b>Πίνακας 7.6</b> Ποσοστιαία κατανομή βαθμού σημαντικότητας των κινήτρων δημιουργίας της επιχείρησης	145
<b>Πίνακας 7.7</b> Μέσος ετήσιος ρυθμός ίδρυσης επιχειρήσεων ανά περιοχή (επιχειρήσεις/ έτος)	146
<b>Πίνακας 7.8</b> Αντικείμενο επιχείρησης κατά περιοχή	150
<b>Πίνακας 7.9</b> Συνολικός αριθμός απασχολούμενων κατά περιοχή	156
<b>Πίνακας 7.10</b> Σημερινά προβλήματα της επιχείρησης κατά περιοχή	157
<b>Πίνακας 7.11</b> Μελλοντικά σχέδια κατά περιοχή	160

<b>Πίνακας 8.1</b> Κατηγορικές μεταβλητές που συμμετείχαν στην τυπολογία των ατομικών χαρακτηριστικών	168
<b>Πίνακας 8.2</b> Λύση προγράμματος SPSS -Διβηματικής Ανάλυσης σε Συστάδες	169
<b>Πίνακας 8.3</b> Κατηγορικές μεταβλητές που συμμετείχαν στην τυπολογία των κινήτρων	175
<b>Πίνακας 8.4</b> Λύση προγράμματος SPSS -Διβηματικής Ανάλυσης σε Συστάδες	176
<b>Πίνακας 8.5</b> Κατηγορικές μεταβλητές που συμμετείχαν στην τυπολογία των επιχειρήσεων	182
<b>Πίνακας 8.6</b> Λύση προγράμματος SPSS -Διβηματικής Ανάλυσης σε Συστάδες	183

### ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΣΧΗΜΑΤΩΝ

<b>Σχήμα 3.1</b> Ποσοστό γυναικών εργαζομένων και επιχειρηματιών σε χώρες-μέλη του ΟΟΣΑ, στο σύνολο αυτών για την περίοδο 1970-1999	61
<b>Σχήμα 3.2</b> Κατανομή γυναικείας επιχειρηματικότητας με βάση το κίνητρο στις χώρες του GEM το 2005	66
<b>Σχήμα 3.3</b> Ηλικιακή κατανομή γυναικών επιχειρηματικών ανάλογα με την ομάδα χωρών του GEM και το στάδιο επιχειρηματικότητας το 2005	69
<b>Σχήμα 3.4</b> Τομεακή κατανομή γυναικείων επιχειρήσεων ανά ομάδα κρατών και στάδιο επιχειρηματικότητας στις 35 χώρες του GEM το 2005	69
<b>Σχήμα 8.1</b> Στατιστικός έλεγχος σημαντικότητας μεταβλητών στην 1 <sup>η</sup> συστάδα	170
<b>Σχήμα 8.2</b> Στατιστικός έλεγχος σημαντικότητας μεταβλητών στην 2 <sup>η</sup> συστάδα	171
<b>Σχήμα 8.3</b> Στατιστικός έλεγχος σημαντικότητας μεταβλητών στην 3 <sup>η</sup> συστάδα	172
<b>Σχήμα 8.4</b> Στατιστικός έλεγχος σημαντικότητας μεταβλητών στην 1η συστάδα	177
<b>Σχήμα 8.5</b> Στατιστικός έλεγχος σημαντικότητας μεταβλητών στην 2η συστάδα	178
<b>Σχήμα 8.6</b> Στατιστικός έλεγχος σημαντικότητας μεταβλητών στην 3η συστάδα	179
<b>Σχήμα 8.7</b> Στατιστικός έλεγχος σημαντικότητας μεταβλητών στην 1η συστάδα	184
<b>Σχήμα 8.8</b> Στατιστικός έλεγχος σημαντικότητας μεταβλητών στην 2 <sup>η</sup> συστάδα	185
<b>Σχήμα 8.9</b> Στατιστικός έλεγχος σημαντικότητας μεταβλητών στην 3 <sup>η</sup> συστάδα	185

## **ΠΡΟΛΟΓΟΣ**

Η έκθεση αυτή είναι προϊόν του ερευνητικού προγράμματος *ΠΥΘΑΓΟΡΑΣ II – ΦΥΛΟ* με τίτλο «**Η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην ελληνική ύπαιθρο: θέση, πολιτικές, προοπτικές**» που υλοποιήθηκε από το Α.Π.Θ., με συγχρηματοδότηση από το Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων και την Ευρωπαϊκή Ένωση. Στο πρόγραμμα αυτό ήμουν επιστημονικά υπεύθυνη. Στην ερευνητική ομάδα συμμετείχαν οι ακόλουθοι συνεργάτες:

*Σταυριανή Κουτσού*, Επ. καθηγήτρια στο Τμήμα Διοίκησης Γεωργικών Εκμεταλλεύσεων της Σχολής Γεωπονίας του ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης,

*Μαρία Παρταλίδου*, Γεωπόνος-Γεωργοοικονομολόγος, Διδάκτορας της Γεωπονικής Σχολής του ΑΠΘ.

Συμμετείχαν επίσης οι: *Αλεμπάκη Μαρία*, *Σουκιούρογλου Ιωάννης* και *Συμεωνίδου Πολυμάχη*, Γεωργοοικονομολόγοι, υποψήφιοι διδάκτορες της Γεωπονικής Σχολής του ΑΠΘ. Οι *Βλάχου Χαρισία*, *Γκιζάρη Κυριακή*, *Εμμανουηλίδου Μαρία*, Γεωργοοικονομολόγοι, MSc Αγροτικής Οικονομίας. Οι *Κανάκη Ευαγγελία*, *Γκόγκου Ειρήνη*, *Ιωαννίδης Γεώργιος*, *Σπανουδάκη Μελοπομένη*, *Τζιτζικλή Έφη*, Γεωπόνοι-Γεωργοοικονομολόγοι. Οι *Αργύρη Παρασκευή*, *Βαβρίτσα Δέσποινα*, *Καζαντζίδου Μαρία*, *Χατζόπουλος Ορέστης*, *Χαρπίδου Άννα* φοιτητές της Γεωπονικής Σχολής ΑΠΘ. Ο *Βακιρτζής Σίμος*, Ανθρωπολόγος. Οι *Παπαδογεώργου Μυρτώ*, Δημοσιογράφος-Σκηνοθέτης Ντοκιμαντέρ, *Αλεξανδρίδης Αλέξανδρος* σκηνοθέτης και *Μολυβδά Νίκη* monteuse.

Σύμβουλοι και συνεργάτες της έρευνας ήταν οι *Μαρία Μαρτίκα-Βακιρτζή*, Αν. Καθηγήτρια της Γεωπονικής Σχολής του ΑΠΘ, και *Βαγής Σαμαθρακής*, Καθηγητής στο Τμήμα Διοίκησης Γεωργικών Εκμεταλλεύσεων της Σχολής Γεωπονίας του ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης.

Από την ερευνητική ομάδα στη συγγραφή της έρευνας συμμετείχαν οι: *Σταυριανή Κουτσού* και *Μαρία Παρταλίδου*, οι οποίες επιπλέον συμμετείχαν και στην επιμέλεια του τελικού κειμένου, οι *Αλεμπάκη Μαρία*, *Βλάχου Χαρισία*, *Γκιζάρη Κυριακή*, *Γκόγκου Ειρήνη*, *Κανάκη Ευαγγελία*, *Εμμανουηλίδου Μαρία*, *Σπανουδάκη Μελοπομένη* και *Συμεωνίδου Πολυμάχη*.

Τη στατιστική επεξεργασία των δεδομένων πραγματοποίησε η *Μαρία Παρταλίδου*.



Στο σημείο αυτό θεωρούμε σκόπιμο να απαντηθεί ένα εύλογο ερώτημα που τίθεται από πολλούς. Γιατί μελετάται χωριστά η γυναικεία επιχειρηματικότητα και γιατί στην ύπαιθρο.

Τρεις είναι οι βασικοί λόγοι που αιτιολογούν την επιλογή αποκλειστικά της *γυναικείας επιχειρηματικότητας*. Ο πρώτος αφορά στη αναγνώριση της συμβολής της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην οικονομική ανάπτυξη ενός τόπου τις τελευταίες δεκαετίες, παρά το γεγονός της σχετικά μικρής της συμμετοχής στο συνολικό αριθμό επιχειρηματιών. Είναι γνωστό ότι τα τελευταία χρόνια οι γυναίκες δημιουργώντας επιχειρήσεις, δημιουργούν θέσεις εργασίας για τον εαυτό τους αλλά και για άλλους, προσφέροντας διεξόδους σε προβλήματα αξιοποίησης τοπικών πόρων και εργατικού δυναμικού και λύσεις σε προβλήματα που σχετίζονται με την ανάπτυξη του τόπου αλλά και με την επιχείρηση. Ωστόσο, παρά τις έρευνες που πραγματοποιήθηκαν τα τελευταία χρόνια (OECD 1997, 2000, 2004) δεν υπάρχει ακόμα σαφής εικόνα της γυναικείας επιχειρηματικότητας και των επιδράσεων που αυτή επιφέρει στη οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη. Ο δεύτερος λόγος αναφέρεται στις διαφορές που διαπιστώνονται μεταξύ γυναικείας και ανδρικής επιχειρηματικότητας, οι οποίες στοιχειοθετούν την έμφυλη ανισότητα στις ευκαιρίες της επιχειρηματικότητας, στα χαρακτηριστικά της επιχείρησης και της επιχειρηματία, στην οργάνωση και διοίκηση της επιχείρησης, στις πολιτικές και στα προγράμματα ενίσχυσης των επιχειρήσεων. Ο τρίτος λόγος αφορά στη έρευνα για την επιχειρηματικότητα, η οποία επικεντρώθηκε στην ανδρική, αγνοώντας για πολλά χρόνια τη γυναικεία. Μόλις την τελευταία δεκαπενταετία έχουμε το ενδιαφέρον, κυρίως κοινωνικών επιστημόνων και ανθρωπολόγων, για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα, με τους τελευταίους να επικεντρώνουν το ενδιαφέρον τους στην εργασία των γυναικών κυρίως ως όψη ενδο- και δια-οικιακών σχέσεων ή ως συστατικό της οικιακής τους ταυτότητας .

Η *επιλογή της υπαίθρου* για τη μελέτη της γυναικείας επιχειρηματικότητας εκπορεύτηκε από τις σημαντικές διαφορές των χαρακτηριστικών της υπαίθρου σε σχέση με άλλες περιοχές, από τις διαφορές των χαρακτηριστικών που διαπιστώνονται μεταξύ περιοχών της υπαίθρου, το διαφορετικό επίπεδο ανάπτυξης αυτών και στις ριζικά αποκλίνουσες αντιλήψεις για την ύπαιθρο. Γνωρίζουμε ελάχιστα για το πώς τα χαρακτηριστικά της υπαίθρου επηρεάζουν την ίδια την παρουσία αλλά και τα γνωρίσματα των επιχειρηματιών και, πιθανώς, ακόμη λιγότερα σχετικά με τη λειτουργία των επιχειρηματιών ως μηχανισμού ανάπτυξης και διαρθρωτικής μεταβολής της υπαίθρου. Καθορίστηκε επίσης από το γεγονός ότι η ανάπτυξη

επιχειρηματικών πρωτοβουλιών από γυναίκες του αγροτικού χώρου είναι ένα καινούργιο και ανερχόμενο φαινόμενο, εξαιρετικά περιορισμένο, γεγονός που καθόρισε και την έρευνα στα σχετικά ζητήματα. Η έρευνα αυτή, μέχρι πρόσφατα, ήταν επικεντρωμένη στην επιχειρηματικότητα των γυναικών στη γεωργία και σε παραγωγικές δραστηριότητες ενώ απουσίαζε η έρευνα που αφορά όλο το πλέγμα των δραστηριοτήτων των γυναικών επιχειρηματιών.

Για όλους τους λόγους που προαναφέρθηκαν επιλέχθηκε η διερεύνηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην ελληνική ύπαιθρο, ευελπιστώντας ότι τα ευρήματα αυτής θα συμβάλουν στην καλύτερη κατανόηση της δημιουργίας και λειτουργίας των γυναικείων επιχειρήσεων, σε διαφορετικά κοινωνικοοικονομικά και γεωμορφολογικά περιβάλλοντα, καθώς και στη διαμόρφωση στρατηγικών ανάπτυξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας και πολιτικών, οι οποίες θα αποσκοπούν στην αποτελεσματικότερη αντιμετώπιση των θεμάτων που συνδέονται με τη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην ύπαιθρο.

Το έργο αυτό εκτός από την τελική έκθεση περιλαμβάνει και οπτικοακουστικό υλικό (τρία video) από γυναικείες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην ύπαιθρο και αποτελούν καλές πρακτικές της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Παρά το γεγονός ότι στην περιοχή έρευνας δεν καταγράφηκαν Γυναικείοι Αγροτουριστικοί Συνεταιρισμοί, ένα από τα video αφορά στο Γυναικείο Αγροτουριστικό Συνεταιρισμό Μεσοτόπου – Λέσβου, καθώς παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον ως μορφή γυναικείας επιχειρηματικότητας στην ύπαιθρο. Από τα υπόλοιπα δύο video, το ένα αναφέρεται στις «Γουμένισσες», επιχείρηση παρασκευής και τυποποίησης τοπικών προϊόντων στην περιοχή του Παικου, η οποία ξεκίνησε με τη συνεργασία δύο γυναικών και στην πορεία η μία από τις δύο αποχώρησε από την επιχείρηση και το άλλο στη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην ύπαιθρο γενικά.

Η όλη έρευνα διαρθρώνεται σε εννέα κεφάλαια, εκτός της εισαγωγής, στη βιβλιογραφία και στα παραρτήματα.

Το *πρώτο κεφάλαιο* περιλαμβάνει τις θεωρητικές και εννοιολογικές προσεγγίσεις της επιχειρηματικότητας, της επιχείρησης, του/της επιχειρηματία και της υπαίθρου.

Το *δεύτερο* αναφέρεται στις πολιτικές για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα.

Το *τρίτο* στη γυναικεία επιχειρηματικότητα, στο σύνολό της, έτσι όπως εξελίσσεται στον κόσμο.

Το *τέταρτο* κεφάλαιο αναφέρεται στις μεθόδους και τεχνικές συγκέντρωσης και επεξεργασίας των δεδομένων της έρευνας.

Στο *πέμπτο* κεφάλαιο περιλαμβάνεται η σχετική με τη γυναικεία επιχειρηματικότητα ελληνική και διεθνής βιβλιογραφία.

Στο *έκτο* κεφάλαιο γίνεται η περιγραφική ανάλυση των χαρακτηριστικών της επιχειρηματία, της επιχείρησής της και των κινήτρων δημιουργίας της επιχείρησης.

Το *έβδομο* κεφάλαιο περιλαμβάνει την τυπολογία των γυναικών επιχειρηματιών με βάσει μεταβλητές που αναφέρονται σε χαρακτηριστικά τους, σε χαρακτηριστικά της επιχείρησης και σε κίνητρα δημιουργίας της επιχείρησης.

Το *ένατο* κεφάλαιο αναφέρεται στα συμπεράσματα της έρευνας.

Ολοκληρώνοντας, θα ήθελα να ευχαριστήσω το Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων και την Ευρωπαϊκή Ένωση για την ευκαιρία που μας έδωσαν να πραγματοποιήσουμε αυτή την έρευνα.

Θερμές ευχαριστίες εκφράζονται στους υπεύθυνους των Εμπορικών και Βιοτεχνικών Επιμελητηρίων των νομών Κιλκίς, Σερρών, Πέλλας, Χαλκιδικής και τους «Επιταχυντές» Σαμοθράκης για τα στοιχεία που μας παραχώρησαν. Ευχαριστίες εκφράζονται και στους Δημάρχους της περιοχής έρευνας και άλλων εκπροσώπων της τοπικής αυτοδιοίκησης για τις διευκολύνσεις που μας παρείχαν. Ευχαριστώ τον ομότιμο καθηγητή της Γεωπονικής Σχολής του ΑΠΘ κ. Σιάρδο Γεώργιο για τη βοήθεια που παρείχε στη στατιστική ανάλυση των δεδομένων.

Θερμές ευχαριστίες εκφράζονται επίσης σε όλους τους συνεργάτες μου που συμμετείχαν στην έρευνα, οι οποίοι με απaráμιλλο ζήλο περπάτησαν στα χωριά της περιοχής έρευνας συγκεντρώνοντας τα δεδομένα από τις επιχειρηματίες. Ιδιαίτερα θερμές ευχαριστίες εκφράζονται στη Σταυριανή Κουτσού και στη Μαρία Παρταλίδου για τις πολύωρες συζητήσεις μας και για την άμεση και αποτελεσματική ανταπόκριση σε οποιοδήποτε θέμα προέκυπτε σε όλα τα στάδια της έρευνας.

Κυρίως όμως θα ήθελα να ευχαριστήσω όλες τις γυναίκες που αφιέρωσαν πολύτιμο χρόνο συζητώντας μαζί μας και απαντώντας στα ερωτηματολόγια μας. Ειδικά μερικές από αυτές, μας προσέφεραν- κυρίως κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων- πολύτιμες πληροφορίες και μοιράστηκαν μαζί μας κομμάτι από τη ζωή τους. Η εμπιστοσύνη που μας έδειξαν μας τιμά ιδιαίτερα.

*Θεσσαλονίκη, Δεκέμβριος 2007*

*Όλγα Ιακωβίδου*

*Καθηγήτρια Α.Π.Θ.*

## ***ΕΙΣΑΓΩΓΗ***

---

Οι συνθήκες που επικρατούν σήμερα στην ύπαιθρο είναι σημαντικά διαφοροποιημένες σε σχέση με τις προηγούμενες δεκαετίες. Παρά το γεγονός ότι η γεωργία αποτελεί ακόμη τη βασική οικονομική δραστηριότητα στον αγροτικό χώρο, ο κοινωνικός και οικονομικός ρόλος της 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 και τα επίπεδα διαβίωσης του τοπικού πληθυσμού ανέβηκαν σημαντικά. Ο τομεακός χαρακτήρας της ανάπτυξης της υπαίθρου εγκαταλείφθηκε και προσέλαβε έναν χαρακτήρα πολυτομεακό όπου παράλληλα με τον πρωτογενή τομέα αναπτύσσονται νέες λειτουργίες, ενταγμένες στο δευτερογενή και τριτογενή τομέα .

Η διαμόρφωση των νέων αυτών συνθηκών στην ύπαιθρο αλλά και οι απαιτήσεις της παγκοσμιοποιημένης οικονομίας, έχουν οδηγήσει τόσο τις εθνικές όσο και την ευρωπαϊκή πολιτική σε νέα θεώρηση της ανάπτυξης του αγροτικού χώρου, δίνοντας ιδιαίτερη βαρύτητα στην επιχειρηματικότητα και εκτός του πρωτογενή τομέα, ως ένα εργαλείο ενίσχυσης της καινοτομίας, αύξησης της ανταγωνιστικότητας της υπαίθρου και προσαρμογής της στις σύγχρονες προκλήσεις.

Η επιχειρηματικότητα στις μέρες μας συνδέεται όσο ποτέ άλλοτε με την ανάπτυξη της υπαίθρου λόγω του σύνθετου ρόλου που διαδραματίζει: προωθεί την απασχόληση, αποτελεί στρατηγική για την αποτροπή της εγκατάλειψης της υπαίθρου και αυξάνει το εξωγεωργικό εισόδημα (Petrin, 1994). Οργανισμοί και ιδιώτες που εμπλέκονται με θέματα ανάπτυξης της υπαίθρου αναγνωρίζουν την επιχειρηματικότητα ως μοχλό διαφοροποίησης των δραστηριοτήτων στην ύπαιθρο που μπορεί να επιταχύνει τη διαδικασία ανάπτυξης του αγροτικού χώρου και συμφωνούν στην αναγκαιότητα προώθησης των αγροτικών επιχειρήσεων. Οι τοπικοί οργανισμοί αναγνωρίζουν την επιχειρηματικότητα στον αγροτικό χώρο σαν μια μεγάλη ευκαιρία για δημιουργία θέσεων εργασίας, οι πολιτικοί την βλέπουν ως στρατηγικό κλειδί για την αποφυγή της αγροτικής ερήμωσης, οι αγρότες την αντιμετωπίζουν ως εργαλείο για την απόκτηση συμπληρωματικού εισοδήματος και οι γυναίκες διαβλέπουν στην επιχειρηματικότητα την εργασιακή ευκαιρία, κοντά στα σπίτια τους, που τους εξασφαλίζει αυτονομία, ανεξαρτησία και μειωμένη ανάγκη κοινωνικής στήριξης. Για όλες τις παραπάνω κατηγορίες, η επιχειρηματικότητα αποτελεί το όχημα για τη βελτίωση της ποιότητας ζωής των ατόμων, των οικογενειών και των κοινωνιών και για τη διατήρηση υγιούς ισορροπίας μεταξύ οικονομίας και περιβάλλοντος (Petrin, Gannon, 1997)

Ωστόσο, σύμφωνα με εμπειρικά δεδομένα σχετικών ερευνών, η ύπαιθρος παρουσιάζει χαμηλή ελκυστικότητα για την ανάληψη και ανάπτυξη επιχειρηματικής δράσης, πολύ περισσότερο στις μειονεκτικές ζώνες. Η περιορισμένη επιχειρηματικότητα στην ύπαιθρο σχετίζεται τόσο με τις δομικές της αδυναμίες (έλλειψη υποδομών, εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού και κεφαλαίων, μικρό μέγεθος τοπικών αγορών) όσο και με τις ανεπάρκειες του κοινωνικού περιγύρου (σχετικά χαμηλό εκπαιδευτικό επίπεδο των κατοίκων, συντηρητισμός και απουσία καινοτόμων πρωτοβουλιών).

Παρ' όλα αυτά τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια σχετικά έντονη κινητοποίηση των γυναικών της υπαίθρου στη δημιουργία επιχειρήσεων καθώς το ποσοστό των γυναικών επιχειρηματιών στο σύνολο των επιχειρηματιών συνεχώς αυξάνεται (O'Hare και Larson, 1991), ενώ έρευνα του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας (Mules, 2006) έδειξε ότι οι γυναίκες της υπαίθρου είναι σχεδόν δύο φορές πιο πιθανό να δημιουργήσουν μία επιχείρηση σε σχέση με τις γυναίκες των αστικών περιοχών.

Η κρίση του γεωργικού τομέα και η γενικότερη οικονομική ύφεση και δυσπραγία (συρρίκνωση γεωργικών εισοδημάτων, μείωση προσφοράς μισθωτής εργασίας, ανεργία ιδιαίτερα των νέων και των γυναικών) σε συνδυασμό με τις πολιτικές ανάπτυξης της υπαίθρου προωθούν, προφανώς, τις γυναίκες της υπαίθρου να αναλάβουν επιχειρηματικές πρωτοβουλίες που εγγράφονται σε οικογενειακές στρατηγικές για βελτίωση της οικονομικής τους θέσης (Ανθοπούλου, 2006). Εξ άλλου, το γεγονός ότι η γυναίκα της υπαίθρου επιθυμεί να ξεφύγει από τα όρια του νοικοκυριού, προσδοκώντας την επαγγελματική και κοινωνική της ανέλιξη (Bock, 1999), σε συνδυασμό με την κοινωνικοοικονομική ελευθερία που παρέχει η επιχειρηματικότητα στους ανθρώπους που την αναπτύσσουν (Rosa and Hamilton, 1994) και την αυτονομία και ανεξαρτησία που προσφέρει (Petrin, 1994), διευκολύνουν τη διαδικασία ένταξης της γυναίκας στον χώρο της επιχειρηματικότητας.

Η προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας, αποτελεί καθοριστικό παράγοντα ανάπτυξης της υπαίθρου καθώς διαφοροποιεί τις δραστηριότητες πέραν αυτών του πρωτογενή τομέα, διαφοροποιεί επίσης την απασχόληση, αυξάνει το εξωγεωργικό εισόδημα της αγροτικής οικογένειας και γενικότερα συντελεί στην αναστροφή του κλίματος εγκατάλειψης της υπαίθρου (Petrin, 1994).

Παράλληλα, προβάλλει και μια άλλη πτυχή για την ανάπτυξη της υπαίθρου καθώς εντάσσει στην ενεργό οικονομική ζωή ένα σημαντικό κομμάτι του αγροτικού πληθυσμού, το γυναικείο πληθυσμό, το οποίο για μεγάλο χρονικό διάστημα κατείχε έναν «αφανή» ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών, χωρίς ποτέ να αναγνωρίζεται ισότιμα η εργασία της στη γεωργική εκμετάλλευση ως αντίστοιχη του άνδρα.

Υπάρχουν πολλοί λόγοι για τους οποίους οι 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.

Υπάρχουν και πολλά ερωτήματα που επιζητούν απάντηση. Γιατί οι γυναίκες δημιουργούν επιχειρήσεις στην ύπαιθρο; Ποιοι είναι οι παράγοντες που έλκουν τη γυναίκα να δημιουργήσουν την επιχείρησή τους; Ποια είναι τα χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων που δημιουργούν οι γυναίκες και ποια είναι τα χαρακτηριστικά των γυναικών επιχειρηματιών; Ποια η επίδραση που ασκεί το επίπεδο ανάπτυξης των τομέων της οικονομίας στη δημιουργία επιχειρήσεων από τις γυναίκες της υπαίθρου; Διαφέρουν οι επιχειρήσεις που δημιουργούνται σε περιοχές που επικρατεί ο τριτογενής τομέας, και κυρίως ο τουρισμός, από αυτές που δημιουργούνται σε περιοχές που επικρατεί ο πρωτογενής τομέας; Σε ποιο βαθμό επηρεάζει τη δημιουργία επιχειρήσεων το επίπεδο ανάπτυξης του κάθε τομέα; Υπάρχει συγκεκριμένος τύπος επιχειρήσεων και επιχειρηματιών στην ύπαιθρο; Στα ερωτήματα αυτά και σε άλλα απαντά η παρούσα έρευνα.

Με δεδομένο ότι η ύπαιθρος δεν είναι ενιαία και ομοιογενής ως προς τα γεωμορφολογικά της χαρακτηριστικά και τα επίπεδα ανάπτυξης των διάφορων τομέων της οικονομίας, υποθέτουμε ότι η επιχειρηματικότητα καθορίζεται, στις εκάστοτε διαφοροποιημένες αγροτικές ζώνες, από το επίπεδο ανάπτυξης του τομέα που επικρατεί σ αυτές. Κι επειδή η πραγματικότητα είναι αρκετά πολυδιάστατη υποθέτουμε ότι οι γυναικείες επιχειρήσεις δεν είναι ομοιογενείς και οι γυναίκες επιχειρηματίες διαφοροποιούνται ως προς τα χαρακτηριστικά τους.

Τα αποτελέσματα της έρευνας θα καταδείξουν τις ιδιαιτερότητες της γυναικείας επιχειρηματικότητας, τους νέους τομείς στους οποίους μπορούν να αναπτύξουν επιχειρηματική δράση, καθώς και τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν στη μέχρι σήμερα λειτουργία των επιχειρήσεών τους. Αυτά με τη σειρά τους θα

συμβάλλουν στη διαμόρφωση στρατηγικών ανάπτυξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας, καθώς και πολιτικών, οι οποίες αποσκοπούν στην αποτελεσματικότερη αντιμετώπιση των θεμάτων που συνδέονται με τη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην ύπαιθρο αλλά και για τις ίσες ευκαιρίες πρόσβασης των γυναικών της υπαίθρου στον επιχειρηματικό κόσμο.



***ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ:***  
***Θεωρητικές και Εννοιολογικές Προσεγγίσεις***  
***της Επιχειρηματικότητας***

---

## 1. Εισαγωγή

Η αποδοχή της επιχειρηματικότητας ως της κεντρικής αναπτυξιακής δύναμης, δεν οδηγεί από μόνη της στην ενίσχυση στην ανάπτυξη και προώθηση των επιχειρήσεων. Αυτό που χρειάζεται συμπληρωματικά είναι η δημιουργία κατάλληλου περιβάλλοντος που θα διευκολύνει την επιχειρηματικότητα. Η ύπαρξη αυτού του περιβάλλοντος εξαρτάται κυρίως από τις πολιτικές που προωθούν την επιχειρηματικότητα, η αποτελεσματικότητα των οποίων εξαρτάται με τη σειρά της από ένα θεμελιώδες πλαίσιο σχετικό με την επιχειρηματικότητα. (Petrin, Gannon, 1997). Για το λόγο αυτό οι θεωρίες της επιχειρηματικότητας και η εννοιολογική προσέγγιση των όρων επιχείρηση, επιχειρηματικότητα, επιχειρηματίας είναι αναγκαία και θα παρουσιαστούν στη συνέχεια .

## 2. Θεωρητικές Προσεγγίσεις της Επιχειρηματικότητας

### 2.1 Η οικονομική σκέψη στην ελληνική αρχαιότητα και το μεσαίωνα

Παρόλο που ο επιχειρηματίας έγινε αντικείμενο μελέτης σχετικά πρόσφατα, έχουν πραγματοποιηθεί κάποιες αρχικές αναφορές στην έννοια της επιχειρηματικότητας ήδη από την αρχαιότητα. Ο Πλάτων (427-347 π.Χ.) αντιμετώπισε με επιφυλακτικότητα και ορισμένες φορές με εχθρότητα αυτό που σήμερα ονομάζεται επιχειρηματικότητα, με την ευρεία έννοια του όρου, (Karayiannis, 1990, 1992) όπως και ο Αριστοτέλης (384-322 π.Χ.), ο οποίος παρ' ότι υπήρξε σταθερός υποστηρικτής του ατομικού συμφέροντος, της ιδιωτικής περιουσίας και των οικογενειακών συνεταιρισμών δεν υποστήριξε την επιχειρηματικότητα, θεωρώντας ότι ο καθαρός πλούτος, που είναι το αποτέλεσμα της επιχειρηματικότητας, αποτελεί πραγματικό αγαθό μόνον όταν χρησιμοποιείται ως μέσο για την απόκτηση χρησιμότητας, ως μέσο δηλαδή για να επιτύχουμε κάτι άλλο» (Καραγιάννης, 1999).

Η Εκκλησία στην πρώιμη φάση της, όπως και το μεγαλύτερο μέρος της Καινής Διαθήκης, είναι αντίθετη με το κυνήγι του πλούτου. Από τη στιγμή που η διάθεση του κεφαλαίου και η δημιουργία επιχειρήσεων συνιστά προσπάθεια αύξησης του πλούτου -πράγμα το οποίο δεν ήταν σύμφωνο με τα κηρύγματα της Εκκλησίας- υπήρχαν ηθικά αντικίνητρα που απέτρεπαν κάποιον από το να ασχοληθεί με επιχειρηματικές δραστηριότητες. Τα ηθικά προστάγματα, η καχυποψία απέναντι στην επιχειρηματική δραστηριότητα και η δυσπιστία επηρέασαν σημαντικά την εικόνα του

επιχειρηματία ως ατόμου άπληστου και ανέντιμου. Κατά συνέπεια, ακόμη και σήμερα, σε ορισμένες ευρωπαϊκές χώρες οι φορείς της επιχειρηματικότητας αμφισβητούνται ως προς την πρόθεσή τους να αναλάβουν επιχειρηματική δράση (Πετράκης, 2001).

Στα Πανεπιστήμια που δημιουργήθηκαν από το 12ο μέχρι το 16ο αιώνα, πολλοί ιερείς και μοναχοί εργάστηκαν πάνω στην κατανόηση του τρόπου με τον οποίο οι επιχειρήσεις και η οικονομία θα έπρεπε να αντιμετωπίζονται, μιλώντας πάντα από άποψη ηθική. Στοιχεία για την έρευνά τους άντλησαν όχι μόνο από κείμενα της Εκκλησίας, αλλά και από τα γραπτά κείμενα του Αριστοτέλη. Προσπάθησαν λοιπόν να συνδυάσουν την περιορισμένη εκτίμηση που είχε ο Αριστοτέλης για το εμπόριο και τη δυσπιστία της Εκκλησίας. Σταδιακά, και για περισσότερο από 400 χρόνια, πέτυχαν την ευρύτερη αποδοχή της οικονομικής και επιχειρηματικής δραστηριότητας (Πετράκης, 2001).

Ο Θωμάς ο Ακινάτης (1220-1279), ενώ υποστήριζε ότι υπήρχε κάτι ευτελές (*quandam turpitudinem*) σχετικά με τις εμπορικές συναλλαγές, συναινούσε ωστόσο με την Αριστοτέλεια άποψη ότι η επιδίωξη να αποκτήσει κανείς περιουσία και να ικανοποιήσει το ατομικό του συμφέρον εξαναγκάζουν τον άνθρωπο να δουλέψει σκληρότερα. Ο Ακινάτης αναγνώριζε έξι τρόπους για να δικαιολογήσει την εμπλοκή κάποιου σε επιχειρηματικές ή εμπορικές συναλλαγές. Αυτοί συνοψίζονται στα εξής σημεία: α) στην ανάγκη του ανθρώπου να εξασφαλίσει τα προς το ζειν, β) στην επιθυμία συσσώρευσης χρήματος με σκοπό τη φιλανθρωπική τους διάθεση ή την αξιοποίησή τους μέσω δημοσίων φορέων, γ) στην προστιθέμενη αξία που προσκομίζουμε μέσα από τη βελτίωση των αγαθών, δ) στις διακυμάνσεις της αξίας ενός αγαθού που προέρχονταν από χρονικές ή γεωγραφικές διαφορές και ε) στην ανάληψη κινδύνου (Aquinas, 1996, Schumpeter, 1982). Με τον τρόπο αυτό, ο επιχειρηματίας αρχίζει πλέον να νοείται σαν οντότητα χρήσιμη στην κοινωνία και στην οικονομία.

Έναν αιώνα αργότερα από τον Ακινάτη, ο Nicole Oresme (1320-1380) έγραψε ότι το βασικό αίτημα των Αρχόντων θα έπρεπε να είναι η προστασία της χρηματικής αξίας, με τρόπο τέτοιο που να επιτρέπει τη σωστή διεξαγωγή του εμπορίου. Ο Oresme θεώρησε ότι ο επιχειρηματίας κατέχει σημαντική θέση στην ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας.

Ύστερα πάλι από εκατό χρόνια, ο Άγιος Αντώνιος της Φλωρεντίας (1389-1459), προχώρησε σε περαιτέρω έρευνα. Διαφώνησε με τον Αριστοτέλη στο σημείο

ότι το χρήμα είναι αυτοφυώς παραγωγικό και υποστήριξε ότι ένα μέρος της αξίας του οφείλεται στο ρόλο που κατέχει σαν απαραίτητη προϋπόθεση της δημιουργίας της επιχείρησης. Αυτό δείχνει ότι ο δανεισμός κεφαλαίων για επιχειρηματικούς σκοπούς, είχε αρχίσει να νομιμοποιείται (Πετράκης, 2001).

## 2.2 Η προ-κλασική οικονομική σκέψη (Φυσιοκρατισμός)

Οι φυσιοκράτες, είναι η πρώτη καλά αναπτυγμένη οικονομική σχολή και προηγείται της κλασικής οικονομικής σχολής, η οποία ξεκίνησε με τη δημοσίευση του έργου: «Ο Πλούτος των Εθνών» («The Wealth of Nations») του Adam Smith, το 1776. Οι βάσεις της φυσιοκρατικής σκέψης τέθηκαν από τον Richard Cantillon (1680-1734), με τη δημοσίευση του έργου του «Essai sur la nature du commerce en general». Ο Cantillon θεωρείται ο πρόδρομος της Αυστριακής οικονομικής σχολής.

Ο Richard Cantillon στηρίζεται στο έργο των Σχολαστικών Διδασκάλων (Schoolmen), συνοψίζοντας τις απόψεις τους και επεκτείνοντας την ανάλυσή τους ποικιλοτρόπως. Το έργο του Cantillon είναι σημαντικό για την μελέτη της επιχειρηματικότητας, αφού είναι ο πρώτος συγγραφέας οικονομικών θεωριών που ενσωμάτωσε μεθοδικά την έννοια του επιχειρηματία στο έργο του και χρησιμοποίησε τη λέξη «επιχειρηματίας» (Πετράκης, 2001). Ο Cantillon έδωσε στην έννοια της επιχειρηματικότητας μια αναλυτική διάσταση και απέδωσε στον επιχειρηματία έναν οικονομικό ρόλο με ιδιαίτερη έμφαση στον «κίνδυνο» ως σημαντικού συστατικού της επιχειρηματικής λειτουργίας (Gopakumar, 1995). Η αναφορά του Cantillon στην αβεβαιότητα έχει ευρέως ερμηνευτεί ως η πρώτη εισαγωγή στον όρο επιχειρηματικότητα στην οικονομική θεωρία (Casson, 1990, Hebert & Link, 1988).

Σύμφωνα με τον Cantillon, όλοι όσοι συμμετέχουν στην αγορά με εξαίρεση τους κατόχους γης και την αριστοκρατία, διακρίνονται σε επιχειρηματίες και σε εργαζομένους επ' αμοιβή. «Οι επιχειρηματίες εργάζονται για την αβέβαιη αμοιβή, σε αντίθεση με όλους τους υπόλοιπους οι οποίοι εργάζονται για μια βέβαιη αμοιβή, παρόλο που τόσο οι λειτουργίες όσο και η τάξη τους είναι δυσανάλογα. Ο Γενικός, ο οποίος έχει ένα μισθό, ο Αυλικός, που έχει μια σύνταξη και ο Εσωτερικός που έχει αμοιβές ανήκουν στην τελευταία κατηγορία. Όλοι οι υπόλοιποι είναι επιχειρηματίες, είτε εγκαθιστούν μία επιχείρηση χρησιμοποιώντας κάποιο κεφάλαιο, είτε είναι επιχειρηματίες της δικής τους δουλειάς χωρίς τη χρήση κάποιου κεφαλαίου και ίσως εκλαμβάνονται ως ζωντανό υποκείμενο της αβεβαιότητας (Cantillon, 1755).

Τέλος, σύμφωνα με τον Cantillon, η οικονομία είναι ένα οργανωμένο σύστημα αλληλοσυνδεόμενων αγορών που λειτουργούν με τέτοιο τρόπο ώστε να επιτυγχάνουν ισορροπία. Ως εκ τούτου, οι επιχειρηματίες καταμερίζονται δια μέσου του ίδιου του μηχανισμού που καταμερίζονται και τα αγαθά και οι εργαζόμενοι (Καλανταρίδης, 2004).

### 2.3 Η κλασική οικονομική σκέψη

Την περίοδο μεταξύ του 17ου και 19ου αιώνα είχαμε μεγάλες τεχνολογικές μεταβολές, οι οποίες κορυφώθηκαν κατά τη βιομηχανική επανάσταση (1760-1830), με τις γνωστές οικονομικές και κοινωνικές συνέπειες. Η οικονομική επιστήμη γεννιέται το 1776 με τον «Πλούτο των Εθνών», του Adam Smith, το αντιπροσωπευτικότερο έργο του φιλελευθερισμού (Καραγιάννης, 1999). Σύμφωνα με τη θεωρία του Smith, ο ορθολογικός άνθρωπος (*homo oeconomicus*) αναζητά τη μεγιστοποίηση της ωφέλειάς του (του προσωπικού του συμφέροντος) και για να μπορεί να ικανοποιηθεί η επιδίωξή του αυτή, πρέπει να υπάρχει ελεύθερο διεθνές εμπόριο και ελεύθερος ανταγωνισμός, ελευθερία παραγωγής και εργασίας και ελευθερία κατανάλωσης αγαθών. Η επιχειρηματικότητα παρουσιάζεται από τον Smith ως η επιτυχημένη οργάνωση των συντελεστών παραγωγής από τον επιχειρηματία με σκοπό την ελαχιστοποίηση του κόστους παραγωγής και τη μεγιστοποίηση του κέρδους. Έκτοτε, η Κλασική Σχολή αγνοεί σχεδόν εντελώς τον επιχειρηματία από τις μελέτες της. Μόνη εξαίρεση στον κανόνα αποτελεί ο Jean Baptiste Say (1767-1832) (Πετράκης, 2001).

Ο Say ήταν υπέρμαχος των αρχών της γαλλικής επανάστασης και του φυσιοκρατισμού (*laissez faire*). Το σημαντικότερο έργο του ήταν η "Πραγματεία Πολιτικής Οικονομίας", όπου προσπάθησε να "παντρέψει" την θεωρία χρησιμότητας για την ζήτηση και τη θεωρία του κόστους για την προσφορά. Έδωσε μεγάλη έμφαση στο ρίσκο της επιχειρηματικότητας, την οποία και αντιμετώπιζε ως τέταρτο παραγωγικόσυντελεστή.

Στην "Πραγματεία Πολιτικής Οικονομίας" διατύπωσε και τον περίφημο Νόμο (του Say), σύμφωνα με τον οποίον η προσφορά γεννά την ζήτησή της, που σημαίνει ότι η ζήτηση δεν μπορεί να ξεπερνά ή να υπολείπεται της προσφοράς (<http://eeep.pspa.uoa.gr/econ/econ67a.htm>).

Ο Say (1767-1832) συμφωνούσε με την άποψη ότι η παραγωγή δημιουργεί χρησιμότητα ή ικανοποίηση, και δεν πρόκειται μόνο για μία απλή κατασκευή

αγαθών. Η αξία ενός αγαθού ή μίας υπηρεσίας στην αγορά καθορίζεται περισσότερο από την ικανοποίηση που προσφέρει παρά από τον όγκο της εργασίας που χρειάστηκε για τη δημιουργία του.

Ο Say αναγνώριζε τρεις παραγωγικούς συντελεστές: τους *φυσικούς πόρους*, το *κεφάλαιο* και το *ανθρώπινο δυναμικό*. Έδωσε ιδιαίτερη έμφαση στον επιχειρηματία ως τον άνθρωπο εκείνο που οργανώνει και συνδυάζει τους τρεις αυτούς συντελεστές. Έχοντας αυτή την ιδιότητα, ο επιχειρηματίας δημιουργούσε έναν μηχανισμό μέσω του οποίου οι διαφορετικές ανάγκες της αγοράς αναγνωρίζονταν και ικανοποιούνταν (Πετράκης, 2001).

#### 2.4 Η οριακή επανάσταση

Η οριακή επανάσταση αναφέρεται στις οικονομικές θεωρίες που αναπτύχθηκαν κατά τα τέλη του 19ου αιώνα, οι οποίες ερμηνεύουν την οικονομική συμπεριφορά με βάση την οριακή χρησιμότητα. Ως οριακή χρησιμότητα ενός αγαθού (ή υπηρεσίας) ορίζεται η πρόσθετη χρησιμότητα που αποκομίζει ο καταναλωτής από την απόκτηση μιας πρόσθετης μονάδας από το αγαθό.

Ο κυριότερος εκπρόσωπος της οριακής επανάστασης, ο Leon Walras (1834-1910) ανέπτυξε ένα μοντέλο γενικής ισορροπίας τεσσάρων εξισώσεων που καταλήγει στο συμπέρασμα ότι το ατομικό προσωπικό συμφέρον που δρα σε μια ανταγωνιστική αγορά παράγει τις μοναδικές συνθήκες, κάτω από τις οποίες η ολική ωφέλεια μιας κοινωνίας μεγιστοποιείται ([el.wikipedia.org/wiki](http://el.wikipedia.org/wiki)).

Το υπόδειγμα αυτό είναι γνωστό ως *Μοντέλο Γενικής Ισορροπίας*. Αν λοιπόν δεν υπάρχουν διαθέσιμες ευκαιρίες που να δύνανται να μεταβάλλουν την οικονομική συμπεριφορά, τότε ο ρόλος του επιχειρηματία δεν έχει κανένα νόημα. Η ύπαρξη ισορροπίας δεν υπονοεί και τη στασιμότητα: τα συστήματα ισορροπίας, όπως αυτό που περιέγραψε ο Walras, μπορεί να είναι και αυτά δυναμικά. Παρόλα αυτά, τα αρχικά μοντέλα είχαν μία στατική τάση, η οποία εξήρε την θεωρητική πιθανότητα μεταβολής. Η θεωρία αυτή είναι μέρος της γενικότερης θεωρίας του Walras για την ισορροπία του μεμονωμένου ατόμου, η οποία εντάσσεται και αυτή στη θεωρία της παραγωγής. Ο Walras υποθέτει πως το μεμονωμένο άτομο είναι ταυτόχρονα φορέας υπηρεσιών και καταναλωτής. Το άτομο διαθέτει ορισμένες παραγωγικές υπηρεσίες που μέρος τους το παραχωρεί στον *επιχειρηματία*, ο οποίος οργανώνει την παραγωγή των έτοιμων αγαθών. Από τον επιχειρηματία επίσης το μεμονωμένο άτομο αγοράζει τα έτοιμα προϊόντα. Ο ρόλος του επιχειρηματία είναι να εξασφαλίζει τις υπηρεσίες

από τους κατόχους τους έναντι αμοιβής και να τις συνδυάζει για την παραγωγή των αγαθών.

Ο επιχειρηματίας δρα σε δύο αγορές: η πρώτη είναι η αγορά των υπηρεσιών όπου οι κάτοχοί τους πωλούν τις υπηρεσίες τους στον επιχειρηματία και η δεύτερη είναι η αγορά των αγαθών όπου ο επιχειρηματίας πουλά στους κατόχους των υπηρεσιών (γαιοκτήμονες, εργάτες κεφαλαιούχους) έτοιμα αγαθά (Πετράκης, 2001).

## 2.5 Η Αυστριακή σχολή

Η Σχολή αυτή είναι συνδεδεμένη με την Αυστρία, και συγκεκριμένα με τη Βιέννη, επειδή από εκεί ξεπήδησαν μια σειρά από στοχαστές (στα τέλη του 19ου αιώνα και στις αρχές του 20ου) οι οποίοι σημάδεψαν την οικονομική ανάλυση με τις ενδιαφέρουσες παρεμβάσεις τους. Δύο κεντρικοί «πυλώνες», με διαχρονική επιρροή, της Αυστριακής σχολής, οι λεγόμενοι και νεο-Αυστριακοί (επειδή απομακρύνθηκαν από το νεοκλασικό υπόδειγμα πολύ πιο έντονα από τους πρώτους διδάξαντες της Αυστριακής σχολής) ήταν οι Joseph Schumpeter και Friedrich von Hayek.

Η Αυστριακή Σχολή φημίζεται για το ενδιαφέρον που έδειξε απέναντι στον επιχειρηματία. Η Αυστρία είχε σχετικά αποκοπεί από το ορθόδοξο τμήμα των κλασικών οικονομικών, πράγμα το οποίο εξηγεί εν μέρει και το λόγο για τον οποίο αναπτύχθηκε η Αυστριακή Οικονομική Σχολή, η οποία ουσιαστικά ξεκίνησε με την έκδοση του έργου του Menger: «Αρχές των Οικονομικών» που δημοσιεύτηκε το 1871. Η συμβολή των Knight και Kirzner στην μελέτη της επιχειρηματικότητας είναι εξίσου σημαντική (Πετράκης, 2001).

Από τους θεμελιωτές της λεγόμενης «οριακής επανάστασης», ο Carl Menger (1840-1921) -εκπρόσωπος της Αυστριακής Σχολής, δεν ασχολήθηκε αναλυτικά με την προσφορά εργασίας, θεωρώντας την δεδομένη. Το σύστημά του μπορούσε να λειτουργήσει κάνοντας αυτήν την παραδοχή. Ο Menger αντιμετωπίζει την εργασία ως ένα οποιοδήποτε παραγωγικό συντελεστή, η προσφορά του οποίου είναι δεδομένη και η ανάλυσή του παρόμοια με εκείνη όλων των άλλων παραγωγικών συντελεστών. Η αρνητική χρησιμότητα της εργασίας, αν και υπαρκτή, έχει περιορισμένη σημασία (Θεοχαράκης, 2005).

Ο Carl Menger, ο οποίος ακολουθεί τις πεποιθήσεις του Cantillon, πρεσβεύει την άποψη ότι η αξία των αγαθών εξαρτάται από την ικανοποίηση ή τη χρησιμότητα που προσφέρουν. Η οικονομική θεώρηση του Menger, δίνει ιδιαίτερη έμφαση στο ρόλο της γνώσης και της πληροφόρησης, του χρόνου και της αβεβαιότητας. Ο

επιχειρηματίας έχει κάποια γνώση για τη διαθεσιμότητα των παραγωγικών συντελεστών και προσπαθεί ταυτόχρονα να ανακαλύψει τις ανάγκες των καταναλωτών. Κατόπιν, χρησιμοποιεί τη διαθέσιμη σε αυτόν πληροφορία για να γεφυρώσει το χάσμα ανάμεσα στην προσφορά και τη ζήτηση, κατευθύνοντας και κατανέμοντας σωστά τους παραγωγικούς πόρους. Η δραστηριότητα αυτή ενέχει κάποιο ρίσκο από την πλευρά του επιχειρηματία, καθώς η έκβασή της έχει αβέβαιο χαρακτήρα (Πετράκης, 2001).

Επίσης, σύμφωνα με τη “θεωρία της αξιοποίησης ευκαιριών κέρδους” που ανέπτυξε ο Israel Meir Kirzner (1930-), η επιχειρηματική δραστηριότητα καθορίζεται από τις έννοιες του λάθους, της άγνοιας και της αντίληψης που επικρατούν στην αγορά. Ο επιχειρηματίας, είναι το άτομο εκείνο το οποίο αντιλαμβάνεται τις ευκαιρίες κέρδους, οι οποίες δημιουργούνται λόγω της άγνοιας που υπάρχει στην αγορά και η οποία άγνοια οδηγεί τους συναλλασσόμενους στη διάπραξη λαθών.

Η ύπαρξη της επιχειρηματικότητας προϋποθέτει ότι δεν υπάρχει πλήρης γνώση και επαρκής πληροφορία για το τι συμβαίνει στις αγορές των αγαθών και παραγωγικών συντελεστών. Πρόκειται για μια θεωρία η οποία έρχεται σε αντίθεση με τη νεοκλασική σχολή που βασίζεται στην έννοια της τέλει γνώσης, αφού η επιχειρηματική λειτουργία στηρίζεται ακριβώς στη διαρκή αναζήτηση από τους συναλλασσόμενους του κατάλληλου πλαισίου «στόχων-μέσων» για την ικανοποίηση των επιδιώξεών τους (Kirzner, 1973, 1979 και 1982).

Σύμφωνα με τον Kirzner, μια πιο προσεκτική εξέταση αποκαλύπτει ότι τα άτομα αυθόρμητα ανακαλύπτουν μέσα για την ικανοποίηση των επιθυμιών τους. Για παράδειγμα, ένα άτομο θα μπορούσε να ακολουθήσει μια υποσυνείδητη διαίσθηση και, ως εκ τούτου, να αποκτήσει ένα μη αναμενόμενο κέρδος. Τέτοιες αυθόρμητες ανακαλύψεις ο Kirzner τις ονομάζει επιχειρηματικό στοιχείο (Kirzner, 1973, 1979 και 1982). Ο Kirzner βλέπει τις λειτουργίες του επιχειρηματία να συνδέονται με το *arbitrage* (κερδοσκοπική χρηματιστηριακή αγοραπωλησία) και να επιτυγχάνει με αυτό τον τρόπο την ισορροπία στις αγορές. Η γνώση των στρεβλώσεων των τιμών και των ατελειών των αγορών είναι αυτή που δημιουργεί την δυνατότητα κέρδους (Boyce & Ville, 2005).

Το 1921 ο αμερικανός οικονομολόγος, Frank Knight (1885-1972), εξέδωσε το βιβλίο του με τίτλο: «Ρίσκο, Αβεβαιότητα και Κέρδος» (Risk, Uncertainty and Profit). Ο Knight δεν ανήκει στην Αυστριακή Σχολή, παρόλο που μεταφράζει το έργο του Menger στα αγγλικά αναγνωρίζοντας έτσι την αξία της Αυστριακής Σχολής



(Πετράκης, 2001). Σύμφωνα με τον Knight, ο βασικός ρόλος του επιχειρηματία έγκειται στην *ανάληψη του κινδύνου*. Ο επιχειρηματίας πληρώνει μισθούς και πρώτες ύλες χωρίς να γνωρίζει την τιμή στην οποία θα καταφέρει να πουλήσει το προϊόν του. Επιτυχημένες προβλέψεις αποφέρουν κέρδη, ενώ λανθασμένες εκτιμήσεις ζημιές (Boyce and Ville, 2005).

Ο Knight διακρίνει επίσης τη μετρήσιμη αβεβαιότητα από την πραγματική ή τη μη μετρήσιμη αβεβαιότητα, με την οποία έρχεται αντιμέτωπος ο επιχειρηματίας. Ο επιχειρηματίας δρα στα πλαίσια ενός μεταβαλλόμενου περιβάλλοντος, πράγμα το οποίο καθιστά δυνατή τόσο την πιθανότητα επιτυχίας, όσο και την πιθανότητα αποτυχίας, οι οποίες δεν μπορούν σαφώς να υπολογισθούν. Διεκδικώντας την εκμετάλλευση μίας νέας ευκαιρίας, ο επιχειρηματίας δεν μπορεί να έχει επαρκή γνώση για κάθε δεδομένη κατάσταση. Η αβεβαιότητα αυτή εξηγεί και τη διαφορά ανάμεσα στο κόστος των παραγωγικών συντελεστών και το εισόδημα του επιχειρηματία.

Το κέρδος αποτελεί την επιβράβευση για την ανάληψη του κινδύνου, η οποία προέρχεται από την πραγματική αβεβαιότητα. Όσο μεγαλύτερη είναι η πληροφόρηση του επιχειρηματία σχετικά με την ευκαιρία που θέλει να βρει και να εκμεταλλευτεί, τόσο μικρότερη είναι και η αβεβαιότητα για την μελλοντική απόδοση της ευκαιρίας αυτής. Καθώς όμως μειώνεται η αβεβαιότητα, οπότε και το ρίσκο, μειώνονται και τα κέρδη (Πετράκης, 2001).

Η πλήρης κατανόηση της έννοιας της επιχειρηματικότητας δε θα μπορούσε να επιτευχθεί χωρίς τη συνεισφορά του Joseph Schumpeter (1883-1950), ο οποίος είναι πιθανότατα ο πρώτος μελετητής που ανέπτυξε σχετικές με την επιχειρηματικότητα θεωρίες. Ο Schumpeter διατύπωσε τη Θεωρία της Ανάπτυξης (1934), τα κυριότερα σημεία της οποίας είναι τα εξής:

- √ Η οικονομική ανάπτυξη είναι αποτέλεσμα της δραστηριότητας νέων επιχειρηματιών (entrepreneurs) που επιδιώκουν το κέρδος μέσω της αξιοποίησης των επιστημονικών ανακαλύψεων και των νέων τεχνολογιών.
- √ Η ικανότητα και η πρωτοβουλία των επιχειρηματιών δημιουργούν νέες ευκαιρίες για επενδύσεις, ανάπτυξη και απασχόληση.
- √ Η δημιουργία κέρδους στον καπιταλισμό οφείλεται στην επιχειρηματικότητα και όχι στην «εκμετάλλευση της υπεραξίας της εργασίας».

- √ Η οικονομική ανάπτυξη είναι μια διαδικασία ανακατανομής πόρων μεταξύ βιομηχανικών κλάδων και επιχειρήσεων που οδηγεί σε δομικές αλλαγές και διατάραξη της ισορροπίας της αγοράς, λόγω διαφορετικών ρυθμών τεχνολογικής προόδου μεταξύ των κλάδων, αλλά και των επιχειρήσεων.
- √ Η εμφάνιση και ταχεία εξάπλωση νέων βιομηχανιών δεν ακολουθεί απλά την οικονομική ανάπτυξη, αλλά αποτελεί προϋπόθεση για αυτήν. Επίσης, τα νέα προϊόντα αποτελούν την κινητήρια δύναμη για την οικονομική ανάπτυξη.
- √ Ο ανταγωνισμός λόγω νέων προϊόντων είναι πολύ πιο σημαντικός για την οικονομική ανάπτυξη από τον οφειλόμενο στη μείωση τιμών των υπαρχόντων προϊόντων (Schumpeter, 1934 & <http://www.telecom.ntua.gr>).

Σύμφωνα με τον Schumpeter (1950), ο επιχειρηματίας είναι το άτομο εκείνο που διαθέτει τη θέληση και την ικανότητα να μετατρέψει μια νέα ιδέα ή εφεύρεση σε μία επιτυχημένη καινοτομία. Ο βασικοί ισχυρισμοί του για τη θέση του επιχειρηματία στα πλαίσια του καπιταλιστικού συστήματος περιλάμβαναν τα εξής σημεία:

1. Η οικονομική και τεχνολογική ανάπτυξη, δημιουργεί το νέο, αλλά ταυτόχρονα καταστρέφει το παλαιό.
2. Οι επιχειρηματίες κατέχουν κεντρικό ρόλο σε αυτή τη «δημιουργική» καταστροφή, από τη στιγμή που εισάγουν καινοτομίες.
3. Όταν ένα μεγάλο πλήθος από επιχειρηματίες εισάγουν μια καινοτομία ταυτόχρονα σε κάποιο βιομηχανικό κλάδο, οι υπάρχουσες επιχειρήσεις και δομές, καταρρέουν.
4. Η διαδικασία αυτή ακολουθεί μία κυκλική πορεία, τέτοια ώστε ένα σύνολο από δραματικές και συνδεδεμένες καινοτομίες να καταλήξει σε επενδύσεις, και κατά συνέπεια να προάξει μία περίοδο οικονομικής ανάπτυξης

Ο Schumpeter πίστευε πως όλοι οι άνθρωποι σε μία κοινωνία θα αναλάμβαναν επιχειρηματική δραστηριότητα, έστω και για λίγο καιρό. Εν αντιθέσει με πολλούς οικονομολόγους, δεν θεωρεί ότι οι επιχειρηματίες αποτελούν μία διαφορετική κατηγορία ανθρώπων, εκτός ίσως από τότε που δρουν επιχειρηματικά. Ο Schumpeter μεταθέτει την προσοχή στο επιχειρηματικό γεγονός (Πετράκης, 2001).

Τέλος, ο Schumpeter πίστευε πως οι επιχειρήσεις είναι πολύ διαφορετικές στον τρόπο που διαχειρίζονται τους πόρους τους και αξιοποιούν τις ικανότητές τους (<http://www.telecom.ntua.gr>).

## 2.6 Η νεοκλασική σχολή

Η νεοκλασική σχολή δίνει κυρίαρχη θέση στη λειτουργία των αγορών εργασίας οι οποίες προσδιορίζουν το ύψος των μισθών και την κατανομή της εργασίας. Η νεοκλασική θεωρία δίνει έμφαση στην έννοια του οικονομικού ανθρώπου ο οποίος επιδιώκει να μεγιστοποιήσει το επίπεδο της ζωής του, πάντοτε προσπαθώντας για το καλύτερο και ανώτερο αποτέλεσμα, με δεδομένο το πλαίσιο και τις δυνατότητες που υπάρχουν. Οι ρίζες της σχολής αυτής ανατρέχουν στην κλασική οικονομική θεωρία του Smith, του Ricardo και αργότερα του Marshall, του Hicks, του Douglas ([www.unipi.gr/katsanevas/arthra/scientific%20articles/104.doc](http://www.unipi.gr/katsanevas/arthra/scientific%20articles/104.doc)).

Το έργο του Marshall παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον γιατί οι απόψεις του για τον επιχειρηματία εισάγουν σημαντικές έννοιες, όπως τα δίκτυα τοπικών επιχειρηματικών δομών, η γνώση και η προσαυξητική μεταβολή που, ακόμη και σήμερα, έχουν ισχύ. Το έργο του Marshall για τον επιχειρηματία είναι σήμερα λιγότερο γνωστό από εκείνο του Schumpeter. Ωστόσο, μας παρέχει ένα σημαντικό σύνδεσμο ανάμεσα στα παραδοσιακά οικονομικά και τις σύγχρονες θεωρίες επιχειρησιακής ανάπτυξης (Πετράκης, 2001).

Ο Marshall επισήμανε τρεις βασικές λειτουργίες ενός επιχειρηματία:

- συγκεντρώνει τα απαραίτητα κεφάλαια και το εργατικό δυναμικό που απαιτούνται για την ολοκλήρωση της παραγωγικής διαδικασίας
- οργανώνει το γενικό πλάνο οργάνωσης και λειτουργίας της επιχείρησης
- επιβλέπει την πορεία της εξετάζοντας τα πάντα με λεπτομέρεια ([elearn.elke.uoa.gr/petrakis/tutorials/dialexi1-3-2005-part1.ppt](http://elearn.elke.uoa.gr/petrakis/tutorials/dialexi1-3-2005-part1.ppt))

Ο Marshall είχε εστιάσει το ενδιαφέρον του κυρίως στην ανάπτυξη, τη μεταβολή και τις ίδιες τις επιχειρήσεις και ως εκ τούτου, πολλά από τα έργα του αφορούσαν στη μελέτη της επιχειρηματικότητας, παρόλο που προτιμούσε να επικεντρώνεται σε συζητήσεις γύρω από τον επιχειρηματία. Υποστήριξε ότι *το απαιτούμενο κόστος για τη δημιουργία ενός πολυσύνθετου και αρκετά μεγάλου οργανισμού είναι ιδιαίτερα υψηλό και πως οι οικονομίες κλίμακας και η εξειδίκευση της εργασίας παρέχουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα στις μεγάλες επιχειρήσεις έναντι των μικρών* (Marshall, 1920). Επίσης, έδωσε ιδιαίτερη προσοχή στο ρόλο που κατέχει η γνώση στις επιχειρηματικές λειτουργίες (Marshall, 1920).

Σύμφωνα με το μοντέλο του Marshall για την ανάπτυξη, *ο δυναμισμός προέρχεται από ομάδες ανθρώπων που παλεύουν για την επιβίωσή τους και που*

*αναγκάζονται να αλλάζουν τις συνήθειές τους, προκειμένου να πετύχουν το σκοπό τους. Κάτι παρόμοιο θα μπορούσε να συμβαίνει και με τις εταιρείες, σε σχέση με τον ανταγωνισμό κι τη μεταβολή. Από την προοπτική αυτή, τα δύο αυτά χαρακτηριστικά συναποτελούν την κινητήριο δύναμη σε μία επιχείρηση για επιβίωση και εξέλιξη. Σύμφωνα τον Marshall, όπως οι εταιρείες επηρεάζονται από το περιβάλλον τους, έτσι μπορούν και οι ίδιες να το επηρεάσουν.*

## **2.7 Η σύγχρονη οικονομική θεωρία και η επιχειρηματικότητα (20ός αιώνας)**

Κατά τη διάρκεια του 20ου αιώνα, σε διαφορετικές περιόδους και περιοχές, ένα πλήθος οικονομικών θεωριών συνιστούσαν το σύνολο των «ορθόδοξων» οικονομικών πεποιθήσεων. Στην Ευρώπη, μέχρι τα μέσα του 2ου Παγκοσμίου Πολέμου, τα κλασικά οικονομικά ήταν σχεδόν διεθνώς αποδεκτά. Αυτά περιλάμβαναν την νοοτροπία του laissez-faire, laissez passer για τις επιχειρήσεις, την έμφαση στη μη παρεμβατική πολιτική του Δημοσίου και τη δυνατή πίστη στις ιδιωτικές πρωτοβουλίες. Οι τοποθετήσεις των Αυστριακών θεωρητικών, άσκησαν επίσης ιδιαίτερη επιρροή, πρεσβεύοντας μίαν ακραία, φιλελεύθερη άποψη που είχε τις ρίζες της σε δεξιές πολιτικές αποχρώσεις. Έτσι, στις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα, όταν η Αυστριακή Σχολή κρατούσε τα σκήπτρα της οικονομικής θεωρίας, βρέθηκαν πολλά έργα που αφορούσαν τον επιχειρηματία.

Σαν αντίδραση στον 2ο Παγκόσμιο Πόλεμο και στην ύφεση που ακολούθησε, τα μεταπολεμικά χρόνια χαρακτηρίζονται από μία μεταστροφή στον Κενσϋανισμό. Στα μέσα, ωστόσο, της δεκαετίας του 1970, υπήρξε και μία επιστροφή στον φιλελευθερισμό του laissez-faire και των νέο-κλασικών. Από το 1970 και μετά, οι νέο-κλασικοί οικονομολόγοι, αποτελούν το κυρίαρχο πρότυπο ανάμεσα στους ακαδημαϊκούς, το οποίο όμως δεν ακολούθησε η Αυστριακή Σχολή. Έτσι, ο επιχειρηματίας είναι και πάλι απών. Η ανάπτυξη της Θεωρίας της Γενικής Ισορροπίας, στην οποία βασίστηκε ο νέο-κλασικισμός, αποτελεί μίαν δικαιολογία της απουσίας του επιχειρηματία. Αυτό σημαίνει ότι η μελέτη του επιχειρηματία παραγκωνίστηκε, ως μη επικρατούσα και κυρίαρχη οικονομική δραστηριότητα. Οι μελέτες που είχαν εκπονηθεί για τον επιχειρηματία προσπάθησαν πάντως να τον ενσωματώσουν στο νέο-κλασικό πρότυπο (Πετράκης, 2001).

Έτσι, σύμφωνα με τον Marc Casson (1945), ο επιχειρηματίας είναι το άτομο εκείνο το οποίο ειδικεύεται στη λήψη κρίσιμων αποφάσεων που αφορούν το συντονισμό των σπάνιων συντελεστών παραγωγής. Ο ρόλος αυτός του επιχειρηματία,

κατά τον Casson, θα μπορούσε να υιοθετηθεί σε κάθε κοινωνία από ένα άτομο που διαθέτει επαρκή πληροφόρηση και καλύτερη ικανότητα στη λήψη αποφάσεων που αφορούν τον αποδοτικότερο συντονισμό και την κατανομή των περιορισμένων συντελεστών παραγωγής (Casson, 1982).

Σύμφωνα με τη θεωρία του Casson για τη λήψη κρίσιμων αποφάσεων για το συντονισμό των παραγωγικών συντελεστών επιχειρηματίας είναι το άτομο εκείνο που ειδικεύεται στο να παίρνει σημαντικές αποφάσεις σχετικά με το συντονισμό και την οργάνωση των συντελεστών παραγωγής. Ένα άτομο είναι αναμενόμενο ότι θα πάρει διαφορετικές αποφάσεις από κάποιο άλλο άτομο. Εκείνο το οποίο έχει ιδιαίτερη σημασία, είναι ο τρόπος με τον οποίο ένα άτομο θα λάβει μια απόφαση, καθώς και τα προσόντα που διαθέτει ώστε αυτή η απόφαση να είναι και η σωστή.

Τα στάδια από τα οποία διέρχεται η διαδικασία λήψης μιας απόφασης από τον επιχειρηματία, έχουν να κάνουν πρώτον, με την ικανότητα του να μπορεί να αναγνωρίζει τις οικονομικές ευκαιρίες που προκύπτουν, δεύτερον, με την ικανότητά του να επιλέγει τις κατάλληλες για την επιχείρησή του ή για τις ικανότητές του, τρίτον, με την ικανότητα σωστού υπολογισμού και εκτίμησης των εμποδίων που πρέπει να υπερνικήσει και τέταρτον, με την ικανότητά του να αναπτύσσει τις κατάλληλες μεθόδους για την επιτυχή αντιμετώπισή τους (Casson, 1982). Το μοντέλο του Casson βοηθά στην κατανόηση του ρόλου του επιχειρηματία μέσα στην αγορά.

Οι Binks & Vale (1990), ασχολήθηκαν εκτενώς με τη θεωρία της επιχειρηματικότητας. Πιο συγκεκριμένα, ασχολήθηκαν ιδιαίτερα με το λεγόμενο «επιχειρησιακό γεγονός ή δραστηριότητα», ακολουθώντας τα βήματα και την οικονομική σκέψη του Schumpeter. Οι Binks & Vale θεωρούν ότι το επιχειρησιακό γεγονός «συνδυάζει τους οικονομικούς πόρους με τρόπο πρωτότυπο και αποτελεσματικό και υποκινείται από την (αβέβαιη) προοπτική του μονοπωλιακού κέρδους» (Binks & Vale, 1990). Διακρίνουν επίσης το επιχειρησιακό γεγονός στις εξής τρεις κατηγορίες:

- Το *Καταλυτικό Γεγονός*, το οποίο δημιουργεί ένα ριζικό ρήγμα με το παρελθόν. Είναι καινοτομικό και επαναστατικό. Τα χαρακτηριστικά που διακρίνουν το καταλυτικό γεγονός είναι η μοναδικότητα και η ιδιότητά του να εισάγει μία καινοτομία, που ενσωματώνονται στη διαδικασία ανάπτυξης της οικονομίας.
- Το *Επιμεριστικό Γεγονός* προκύπτει σε μία δυναμική οικονομία όπου διαρκώς παρουσιάζονται ανοίγματα και ευκαιρίες για νέες αγορές. Εδώ ο επιχειρηματίας,

βασιζόμενος πάνω στα ήδη υπάρχοντα υποδείγματα της αγοράς, επανακατανέμει τους πόρους.

- Το *Βελτιωτικό γεγονός*, το οποίο προκύπτει όταν οι επιχειρηματίες ενεργούν έτσι ώστε να μειώνουν την αναποτελεσματικότητα από τη χρήση των πόρων, ενδεχομένως μέσα από την αύξηση της παραγωγικότητας.

## 2.8 Η ψυχολογική προσέγγιση της επιχειρηματικότητας - Οι θεωρίες των γνωρισμάτων

Οι θεωρίες των γνωρισμάτων της επιχειρηματικότητας συνδέονται με την καταγραφή των χαρακτηριστικών γνωρισμάτων του επιχειρηματία. Οι εμπειρικές έρευνες που έχουν διεξαχθεί γύρω από τον επιχειρηματία ως προς τα χαρακτηριστικά που τον διέπουν, έχουν σοβαρές αδυναμίες και οι θεωρίες που έχουν αναπτυχθεί συχνά αντικρούονται. Ωστόσο, κάποια γνωρίσματα όπως η ανάγκη για επίτευξη, η τάση ανάληψης κινδύνου, η εσωτερική ικανότητα ελέγχου, η αυτονομία, η ανεξαρτησία και το καινοτομικό πνεύμα έχουν αποδειχθεί ως τα βασικότερα χαρακτηριστικά που αντανακλούν την επιχειρηματική φύση (Πετράκης, 2001).

Σύμφωνα με την *θεωρία της ανάγκης για επίτευξη*, η οποία διατυπώθηκε από τον David McClelland (1917-1998), όσοι έχουν σε υψηλό βαθμό το αίσθημα της ανάγκης για επίτευξη, θέτουν στόχους που να μην είναι ούτε πολύ εύκολοι, αλλά ούτε και πολύ δύσκολοι. Ο McClelland κατέληξε σε δύο βασικά συμπεράσματα:

- Υπάρχει θετική συσχέτιση ανάμεσα στο οικονομικό επίπεδο μιας χώρας και το αίσθημα ικανοποίησης της ανάγκης για επίτευξη.
- Σε μια βιβλιογραφική έρευνα που έκανε σε λογοτεχνικά κείμενα αρχαίων λαών, πριν αυτοί είχαν κάποια οικονομική ανάπτυξη, βρήκε ότι τα κυρίαρχα στοιχεία ήταν συμπεριφορές που διακρίνονταν από αισθήματα φιλοδοξίας και ανάγκης για επιτυχία (Κάντας, 1998).

Η κριτική που δέχθηκε κυρίως η θεωρία του McClelland για την ανάγκη για επίτευξη ήταν ότι ένα τόσο προσωπικό χαρακτηριστικό είναι αρκετά δύσκολο να μπορεί να ερμηνεύσει την ανάπτυξη μιας επιχείρησης, και πόσο μάλλον την οικονομική πορεία μιας ολόκληρης χώρας ή ενός πολιτισμού.

Σύμφωνα με τη *θεωρία της κοινωνικής εκμάθησης*, η οποία διατυπώθηκε από τον Julian Rotter (1916-), η συμπεριφορά του ατόμου επηρεάζεται από την αίσθηση του ελέγχου που διαθέτει. Ο Rotter δημιούργησε ένα ερωτηματολόγιο που βασιζόταν

σε μία κλίμακα, η οποία εντόπιζε και μετρούσε τις εσωτερικές ή εξωτερικές περιοχές ελέγχου την οποία ονόμασε I-E Scale (Internal or External Locus of Control). Τα άτομα που διέθεταν εσωτερικές περιοχές ελέγχου, πίστευαν ότι η ζωή τους βρίσκεται υπό τον έλεγχό τους και ότι οι αποφάσεις τους δεν επηρεάζονται ιδιαίτερα από εξωγενείς παράγοντες. Εκείνοι οι οποίοι χαρακτηρίζονταν από εξωτερικούς τόπους ελέγχου, πίστευαν ότι η ζωή τους επηρεάζεται δραστικά από εξωτερικά γεγονότα και ότι οι ίδιοι δεν είναι συνήθως σε θέση να καθορίσουν αυστηρά την πορεία τους (Rotter 1954).

Η *ανάγκη για ανεξαρτησία ή αυτονομία* έχει κατά καιρούς συνδεθεί με την ιδιοσυγκρασία των επιχειρηματιών. Στις προσωπολογικές θεωρίες αυτή η σύνδεση έχει ήδη πραγματοποιηθεί. Ο Smith (1967) έδειξε πως οι επιχειρηματίες φοβόντουσαν τον εξωτερικό έλεγχο, δηλαδή τον έλεγχο από τρίτους. Οι Sexton και Bowman (1986) ανακάλυψαν ότι οι επιχειρηματίες χαρακτηρίζονταν από μία ισχυρή ανάγκη για αυτονομία. Υπάρχουν επίσης στοιχεία που συνδέουν την αυτονομία με μία ισχυρή εσωτερική περιοχή ελέγχου. Αυτό σημαίνει ότι η επιθυμία να ακολουθήσει κανείς τα δικά του ανεξάρτητα βήματα (π.χ. η δημιουργία μιας επιχείρησης) και η ικανότητα εσωτερικού ελέγχου που νιώθει ότι διαθέτει μοιάζουν να συμβαδίζουν.

Η ιδέα της ανάληψης κινδύνου είναι ιδιαίτερα σημαντική για την ανάλυση της επιχειρηματικότητας και πηγάζει και από το έργο οικονομολόγων όπως ο Knight και ο Cantillon, οι οποίοι αναφέρθηκαν παραπάνω. Έχει συχνά υποστηριχθεί πως το χαρακτηριστικό γνώρισμα που είναι γνωστό ως τάση ανάληψης κινδύνου, δηλαδή η τάση που έχει κανείς όταν λαμβάνει αποφάσεις να ρισκάρει ή να αποφεύγει τον κίνδυνο, εξηγεί ικανοποιητικά τις ατομικές διαφορές σε σχέση με τη ρισκοκίνδυνη ή την ασφαλή λήψη αποφάσεων (Sitkin and Pablo, 1992)

Παρόλα αυτά, τα περισσότερα προσωπολογικά τεστ που αφορούν την ανάληψη κινδύνου δεν εντόπισαν σημαντικές διαφορές ανάμεσα στους επιχειρηματίες και τον υπόλοιπο κόσμο. Ο Brockhaus (1980), για παράδειγμα, δεν μπορούσε να διαχωρίσει τους επιχειρηματίες από το γενικό πληθυσμό βασιζόμενος στο κριτήριο της τάσης ανάληψης κινδύνου που διακρίνει τους μεν και τους δε.

Οι Shaver και Scott εξήγησαν πως ένα μεγάλο μέρος της έρευνας για την ανάληψη κινδύνου βασίστηκε σε ένα τεστ που παρουσιάζει 12 μικρές ιστορίες. Σε κάθε μία, υπάρχει η δυνατότητα επιλογής ανάμεσα: «σε μία ασφαλή αλλά νωθρή εναλλακτική λύση και σε μία πιο ενδιαφέρουσα, αλλά ρισκοκίνδυνη επιλογή». Το τεστ

αυτό ονομάζεται *CDQ* ή *Choices Dilemmas Questionnaire* (Ερωτηματολόγιο Διλημματικών Επιλογών), (Kogan and Wallach, 1964). Χρήσιμες εργασίες για την ανάληψη κινδύνου επισημαίνουν επίσης την ιδιαίτερη σημασία που φαίνεται να έχει για την ανάληψη αποφάσεων το γενικότερο πλαίσιο μέσα στο οποίο πραγματοποιείται. Είναι πιο πιθανό κανείς να λάβει μία ριψοκίνδυνη απόφαση εάν αισθάνεται πιο ανταγωνιστικός ή ειδικός για να διαχειρισθεί μία συγκεκριμένη κατάσταση (Heath and Tversky, 1991, March and Sharita, 1987).

## 2.9 Η κοινωνιολογική προσέγγιση της επιχειρηματικότητας

Ορισμένοι ερευνητές τονίζουν τη σημασία του κοινωνικο-πολιτιστικού περιβάλλοντος στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Αρκετοί συγγραφείς, επίσης, χρησιμοποιούν ένα συγκριτικό πλαίσιο προκειμένου να δώσουν έμφαση στους τρόπους με τους οποίους οι διαφορετικές κοινωνίες, με τα διαφορετικά ενδιαφέροντα, συμπεριφορές ή ταξικά συστήματα, λειτουργούν για να παράγουν τα διαφορετικά είδη επιχειρηματιών και τα διαφορετικά πρότυπα επιχειρηματικής συμπεριφοράς (Swayer, 1952).

Τα τρία θεωρητικά παραδείγματα στην κοινωνιολογική προσέγγιση αφορούν: α) τη δομή-λειτουργία ή λειτουργιοκρατία (functionalism) και β) την κοινωνική σύγκρουση και γ) την κοινωνική αλληλεπίδραση (Lindsey, 1990). Η επιχειρηματικότητα αφορά περισσότερο την αλληλεπίδραση των μελών μιας κοινωνίας και την καθημερινή εκπλήρωση των αναγκών τους στη ζωή τους (Bruni et al., 2004). Για άλλους ερευνητές η θρησκεία φαίνεται να αποτελεί μέρος του κοινωνικο-πολιτισμικού γίνεσθαι στην εξέταση της ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας (Aziz et al., 2005). Οι κοινωνικοί και πολιτιστικοί λόγοι εξηγούν σύμφωνα με τον Weber (1930), τον Scase (2002) και άλλους γιατί μερικές κατηγορίες ανθρώπων επιδεικνύουν μεγαλύτερη επιχειρηματικότητα από άλλους (Πιπερόπουλος, 2007).

Υπάρχει επίσης ένα μοντέλο επιχειρηματικότητας, το επονομαζόμενο «μοντέλο κοινωνικής ανάπτυξης», το οποίο προτάθηκε από τον Gibbs (1972). Με βάση το μοντέλο αυτό εξηγείται η διαδικασία που ακολουθεί κάθε άτομο προκειμένου να προκαλέσει αλλαγές μέσω της επιχειρηματικής του δραστηριότητας. Ωστόσο, ως προς τη φυλετική διαφορά η επιτυχία μεταξύ των γυναικών και των ανδρών φαίνεται να συνδέεται με τις διαφορές που παρουσιάζουν ως προς τον πολιτισμό, τα πρότυπα και τις αξίες (Light, 1979, όπως αναφέρεται στον Smith-



Hunter & L. Boyd, 2004). Επιπλέον, οι πολιτιστικές ιδιαιτερότητες-συνθήκες αποτελούν ένα από τα εμπόδια για την επιτυχία των γυναικών στις οικονομικές τους δραστηριότητες (Cassell, 1997). Όπως αναφέρει ο Weber (1930) στη Θεωρία του για την Εργασία, τα άτομα που αποκλείονται από τη κύρια οικονομική δραστηριότητα (συνήθως οι γυναίκες), συχνά στρέφονται στην αυτοαπασχόληση και στη συμμετοχή στις επιχειρηματικές δραστηριότητες.

Ο Manfred Kets de Vries ανέπτυξε το 1977 ένα μοντέλο για τον *περιθωριοποιημένο επιχειρηματία*, προσδίδοντας μία νέα διάσταση στο προγενέστερο μοντέλο του Weber. Ο De Vries θεωρεί ότι ο επιχειρηματίας είναι ένα άτομο περιθωριοποιημένο και μοναχικό. Συνήθως προέρχεται από ένα επιχειρηματικό οικογενειακό περιβάλλον, από το οποίο δεν έχει αποκομίσει μία ξεκάθαρη και αισιόδοξη εικόνα για την επιχειρηματική δράση των γονέων του. Έχει επηρεαστεί μάλλον αρνητικά από την εικόνα του πατέρα επιχειρηματία και ακολουθεί τα επαγγελματικά του βήματα, χωρίς η επιλογή αυτή να είναι απόλυτα συνειδητή (Πετράκης, 2001).

## **2.10 Η διάσταση του Φύλου στην Επιχειρηματικότητα**

Το φύλο στην πραγματικότητα είναι ένα κοινωνιολογικό στοιχείο, μια κοινωνική δομή την οποία συνθέτουν η αρσενικότητα και η θηλυκότητα (Lindsey, 1990). Σύμφωνα με τους Bruni et al. (2000), η επιχειρηματικότητα είναι καθιερωμένη κυρίως ως αρσενική δραστηριότητα (ο επιχειρηματίας ως κατακτητής ανεξερεύνητων περιοχών, ο μοναχικός ήρωας, ο πατριάρχης). Σήμερα, η διάσταση του φύλου αποτελεί μια σημαντική προσέγγιση προκειμένου να αναλυθούν ζητήματα και προβλήματα σχετικά με τη γυναίκα αλλά και τη γυναικεία επιχειρηματικότητα.

Σε ότι αφορά τη γυναικεία επιχειρηματικότητα, δεν έχει βρεθεί μέχρι σήμερα κάποια θεωρία η οποία να ερμηνεύει επακριβώς το φαινόμενο. Ενώ έχουν αναπτυχθεί διάφορες θεωρίες προκειμένου να μελετηθεί η γυναικεία επιχειρηματικότητα (όπως για παράδειγμα οι θεωρίες για το φύλο, οι θεωρίες για τη διαχείριση (managerial theories), οι θεωρίες για τη δημόσια πολιτική, κτλ), η σχετική επιστημονική έρευνα βασίζεται περισσότερο σε εμπειρικά δεδομένα παρά στην ανάπτυξη του θεωρητικού υπόβαθρου. Στην πλειοψηφία τους, τα σχετικά επιστημονικά άρθρα χρησιμοποιούν τις φεμινιστικές θεωρίες του κοινωνικού και του φιλελεύθερου φεμινισμού, οι οποίες αναλύονται παρακάτω (Valencia, 2005).

Οι *φεμινιστικές θεωρίες* έχουν αρχίσει να αναπτύσσονται τα τελευταία 25 χρόνια σε αρκετούς τομείς της επιστήμης (Harley, 1999). Ιδιαίτερα την τελευταία δεκαετία οι φεμινιστικές θεωρίες αναπτύσσονται μέσα στο πλαίσιο των θεωριών των επιχειρήσεων (organization theory) (Ianello, 1993). Στόχος των φεμινιστικών θεωριών δεν είναι να προσθέσουν το φύλο ως ανεξάρτητη μεταβλητή στην ήδη υπάρχουσα επιστημονική έρευνα, αλλά να παρέχουν εναλλακτικούς τρόπους θεωρητικής προσέγγισης, οι οποίοι μπορούν να έχουν σημαντικά κοινωνικά και πολιτικά αποτελέσματα.

Υπάρχουν δύο επιστημονικά ρεύματα που αφορούν στις φεμινιστικές θεωρίες για την επιχειρηματικότητα. Το πρώτο, φέρει την ονομασία «*γυναίκες στη διαχείριση*» (women – in- management) και αναφέρεται στον τρόπο με τον οποίο οι γυναίκες μπορούν να διαχειριστούν ή διαχειρίζονται τις επιχειρήσεις. Αρκετές επιστημονικές έρευνες σήμερα περιλαμβάνουν το φύλο ως ανεξάρτητη μεταβλητή. Οι συγκεκριμένες έρευνες δεν τροποποιούν τη θεωρία των επιχειρήσεων, απλώς προσαρμόζουν την “άφιξη” των γυναικών στην εργασία. Το δεύτερο, πιο πρόσφατο ρεύμα, επικεντρώνεται στις σχέσεις μεταξύ των δύο φύλων (Jacques, 1992, Martin, 1993). Αναφορικά με τη διάσταση του φύλου στην επιχειρηματικότητα, θα μπορούσε να ειπωθεί ότι δεν υπάρχουν σημαντικές διαφορές μεταξύ αντρών και γυναικών επιχειρηματιών, καθώς και τα δυο φύλα εμφανίζουν παρόμοιο επιχειρηματικό προφίλ. Μοναδική εξαίρεση αποτελεί η διαφορά εμπειρίας που σχετίζεται με τις επαγγελματικές δραστηριότητες (Valencia, 2005).

Ωστόσο, θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση σε πιο πρόσφατες έρευνες, οι οποίες αποδίδουν σε μια γενετική βάση (genetic basis) τις ειδικές συμπεριφορές των γυναικών αναφορικά με τις κοινωνικές τους ικανότητες και τη συναισθηματική τους ταύτιση με την εργασία. Αυτό σημαίνει ότι οι επιχειρήσεις που δημιουργούνται και διοικούνται από γυναίκες έχουν περισσότερες πιθανότητες να επιτύχουν, γεγονός που αποδίδεται στην καλύτερη επικοινωνία των γυναικών με τους απασχολούμενους, τους προμηθευτές και την πελατεία.

Σύμφωνα με τους Fischer et al (1993), υπάρχουν δύο είδη θεωριών που υποβοηθούν την οργάνωση και την ερμηνεία των επιστημονικών ερευνών που προηγήθηκαν και ανοίγουν δρόμους για μελλοντικές έρευνες: η θεωρία του φιλελεύθερου φεμινισμού και η θεωρία του κοινωνικού φεμινισμού.

Βάσει της θεωρίας του *φιλελεύθερου φεμινισμού*, οι γυναίκες βρίσκονται σε μειονεκτική θέση συγκριτικά με τους άντρες λόγω άνισης μεταχείρισης και λοιπών

αιτιών που δεν τους επιτρέπουν την πρόσβαση στην επαγγελματική εκπαίδευση και στην απόκτηση επαγγελματικής εμπειρίας. Σχετικές μελέτες που διερευνούν την πιθανότητα διάκρισης από πλευράς δανειστών ή συμβούλων επί οικονομικών θεμάτων εις βάρος των γυναικών, καθώς και τη μόρφωση ή την εμπειρία των γυναικών συγκριτικά με αυτή των αντρών, στηρίζονται στη θεωρία του φιλελεύθερου φεμινισμού (Kutanis and Bayraktaroglu, 2003).

Η θεωρία του *κοινωνικού φεμινισμού* πρεσβεύει ότι, λόγω διαφορών στην κοινωνικοποίηση, οι γυναίκες και οι άντρες παρουσιάζουν εγγενείς διαφορές. Ωστόσο, με βάση αυτή τη θεωρία, αυτό δε σημαίνει πως οι γυναίκες είναι υποδεέστερες από τους άντρες, καθώς τα δύο φύλα μπορούν και αναπτύσσουν διαφορετικές, αλλά εξίσου αποτελεσματικές ικανότητες. Προηγούμενες έρευνες σχετικά με την επιχειρηματικότητα, οι οποίες επικεντρώνονται στη σύγκριση μεταξύ των δύο φύλων ως προς τα κοινωνικά τους χαρακτηριστικά και τις αξίες, στηρίζονται στη θεωρία του κοινωνικού φεμινισμού. Οι έρευνες αυτές καταδεικνύουν την ύπαρξη μικρών διαφορών μεταξύ των δύο φύλων, οι οποίες δεν ασκούν σημαντική επίδραση στη λειτουργία των επιχειρήσεων. Επίσης, η περιορισμένη εμπειρία των γυναικών σε σχέση με την προηγούμενη απασχόλησή τους, αλλά και σε σχέση με τη δημιουργία μιας επιχείρησης, βοηθά ίσως να εξηγηθεί το μικρότερο μέγεθος, ο περιορισμένος τζίρος και οι μικρότερου μεγέθους πωλήσεις ανά εργαζόμενο που εμφανίζουν οι γυναικείες επιχειρήσεις.

Σχετικά με τη θεωρία του κοινωνικού φεμινισμού, απαιτείται περισσότερη έρευνα προκειμένου να εξακριβωθεί ο τρόπος με τον οποίο η κοινωνική εμπειρία των γυναικών επιδρά στην επιχειρηματική τους δραστηριότητα. Η εστίαση σε αυτές τις θεωρίες θα παρουσίαζε εξαιρετικό ενδιαφέρον, καθώς οι περισσότεροι ερευνητές δε διαχωρίζουν τα δύο φύλα ως προς τα προσωπικά χαρακτηριστικά αυτών ως επιχειρηματίες (Valencia 2005).

Καθώς οι κοινωνιολογικές προσεγγίσεις – θεωρίες της επιχειρηματικότητας βρίσκονται στα πρώτα στάδια της ανάπτυξής τους, η φεμινιστική θεωρία ίσως είναι σε θέση να παρέχει σημαντική βοήθεια σε σχέση με την αναθεώρηση αυτών των θεωριών. Μπορεί επίσης να συμβάλλει στην εξέλιξή τους, ούτως ώστε να καθίσταται κατανοητό το γνωστικό τους πεδίο και να λαμβάνονται υπόψη οι διαφορές μεταξύ των δύο φύλων σε μεγάλο βαθμό.

Ως αντιπαράθεση στις προηγούμενες δύο φεμινιστικές θεωρίες, η Benhabib (1996) χρησιμοποιεί τον όρο “*standpoint feminism*”, προκειμένου να περιγράψει

έναν τύπο φεμινιστικής θεωρίας και ένα ερευνητικό μοντέλο το οποίο ενσωματώνει τα παρακάτω χαρακτηριστικά:

1. τη διάσταση του φύλου, τις απόψεις, τις δραστηριότητες και τις εμπειρίες των γυναικών.
2. μια σειρά εμπειριών, δραστηριοτήτων, αντιλήψεων και συναισθημάτων, οι οποίες θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν ως «γυναικείες».
3. την κοινωνική θέση της γυναίκας ή τη θέση που αυτή έχει ως προς τη διάκριση των δύο φύλων σε ζητήματα εργασίας.

Η χρησιμοποίηση των Θεωριών του Φύλου για την κατανόηση και την ανάλυση ζητημάτων που αφορούν τη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην ύπαιθρο κρίνεται ουσιαστική, προκειμένου να εντοπιστούν οι παράγοντες εκείνοι που αποτελούν τροχοπέδη για την ανάπτυξη των γυναικείων επιχειρήσεων (Still and Timms, 2000). Η χρησιμοποίηση των Θεωριών του Φύλου εγκύπτει τόσο σε μάκρο επίπεδο (ιδιαίτερα για χάραξη πολιτικής για την ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας), όσο και σε μικρο επίπεδο (συνειδητοποίηση των διαφορών μεταξύ των δύο φύλων από τα μέλη της οικογένειας ή της κοινωνίας, αλλά και από τις ίδιες τις γυναίκες).

### 3. Εννοιολογικές Προσεγγίσεις

#### 3.1 Η έννοια της επιχειρηματικότητας

Η επιχειρηματικότητα αποτελεί μια πολυδιάστατη έννοια και μπορεί να αναλυθεί σε διάφορα επίπεδα. Αρχικά, η επιχειρηματικότητα αναφέρεται στο ίδιο το άτομο αναφορικά με το ρόλο, τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα και τις πράξεις του, όπως επίσης και με τις ικανότητες μάθησης και τις διάφορες συμπεριφορές, που αποτελούν ουσιώδη στοιχεία. Η δεύτερη διάσταση αφορά στο εργασιακό επίπεδο και η τρίτη στο συνολικό επίπεδο των βιομηχανιών, των περιοχών και των εθνών (Welter, Smallbone and Isakova, 2006)

Με έναν ευρύτερο ορισμό, η επιχειρηματικότητα περιλαμβάνει όλους τους επιχειρηματίες και τους αυτοαπασχολούμενους οι οποίοι συμμετέχουν σε μια μορφή δραστηριότητας που αποφέρει κέρδος. Ωστόσο, ένας πιο στενός ορισμός της έννοιας με έμφαση στην καινοτομία και στην αξία μας βοηθά να κατανοήσουμε τη φύση και το βαθμό της συνεισφοράς της (επιχειρηματικότητας) στις οικονομικές και κοινωνικές αλλαγές.

Ο ορισμός της *επιχειρηματικότητας* δεν είναι εύκολο θέμα. Υπάρχουν σχεδόν τόσοι ορισμοί της επιχειρηματικότητας όσοι και οι επιστήμονες και τα βιβλία που κυκλοφορούν σχετικά με το θέμα (Byrd, 1987). Διερευνώντας τον προσδιορισμό της επιχειρηματικότητας τα τελευταία 30 χρόνια διαπιστώνουμε ότι ο Kirzner (1973) διατύπωσε πως η ανακάλυψη ευκαιριών είναι το καίριο σημείο της επιχειρηματικότητας, ενώ οι Stevenson, Roberts and Grousbeck (1985) ισχυρίζονταν ότι η επιχειρηματικότητα αναπτύσσεται από την αντίληψη των ευκαιριών παρά από τον έλεγχο των πόρων. Ένα χρόνο αργότερα οι Stevenson and Jarillo (1986) είδαν την επιχειρηματικότητα ως διαδικασία δημιουργίας αξίας από το συνδυασμό των πόρων για την αξιοποίηση μιας ευκαιρίας.

Στη δεκαετία του '90 ο Gartner (1990) υποστήριξε ότι η επιχειρηματικότητα εκφράζεται μέσα από οκτώ στοιχεία που προσδιορίζουν τη φύση της: τον επιχειρηματία, την καινοτομία, τη δημιουργία επιχείρησης, τη δημιουργία αξίας, το κέρδος ή την απώλεια, την ανάπτυξη, τη μοναδικότητα και τον διαχειριστή – μάνατζερ.

Λίγο αργότερα, η Schauer (1993) όριζε η «επιχειρηματικότητα» ως την εύρεση ιδέας για τη δημιουργία αναμενόμενης κερδοφόρας επιχείρησης. Επιπλέον προσέθετε ότι συγκεντρώνοντας τους απαραίτητους πόρους για την έναρξη της

επιχείρησης (ή την απόκτησή της) και ελέγχοντας τους αποδοτικά αργότερα (ή προσθέτοντας και άλλους) πραγματοποιείται μία επικερδής επιχείρηση υπολογίσιμου μεγέθους.

Σε αντίθεση με άλλες έρευνες, το πεδίο της επιχειρηματικότητας ορίζεται βάσει του πώς, από ποιόν και με τι αποτελέσματα, δημιουργείται η επιχείρηση, καθώς επίσης βάσει του πώς ανακαλύπτονται, εκτιμώνται και αξιοποιούνται οι ευκαιρίες για τη δημιουργία μελλοντικών αγαθών και υπηρεσιών (Venkataraman, 1997).

Για μερικούς *επιχειρηματικότητα* σημαίνει αρχικά καινοτομία, για άλλους ανάληψη ρίσκου, για άλλους σταθερή αγοραστική δύναμη και για άλλους σημαίνει η δημιουργία (το ξεκίνημα), η ιδιοκτησία και διοίκηση (λειτουργία) μιας μικρής επιχείρησης (Gannon 1997).

Τα τελευταία χρόνια οι Hisrich and Peters (1998) ισχυρίζονται ότι σχεδόν σ' όλους τους ορισμούς της επιχειρηματικότητας υπάρχει μια συμφωνία σ' ότι αφορά τη συμπεριφορά που περιλαμβάνει, τομείς όπως : α) η ανάληψη πρωτοβουλίας, β) η οργάνωση και αναδιοργάνωση κοινωνικών και οικονομικών μηχανισμών για τη μετατροπή μέσων και καταστάσεων σε πρακτικό επίπεδο, γ) η αποδοχή ρίσκου ή αποτυχίας και δ) η ανταμοιβή. Τα τέσσερα βασικά αυτά στοιχεία που καταδεικνύονται μέσα από τον ορισμό της επιχειρηματικότητας αναλύονται από τους Hisrich and Peters ως εξής : πρώτον η ανάληψη πρωτοβουλίας για τη δημιουργία κάτι νέου που έχει αξία. Η δημιουργία αυτή πρέπει να' χει αξία τόσο για τον επιχειρηματία όσο και για τον αγοραστή για τον οποίο και δημιουργήθηκε. Δεύτερον η οργάνωση των μηχανισμών για τη μετατροπή μέσων και καταστάσεων σε πρακτικό επίπεδο απαιτεί γνώσεις, ικανότητες, προσπάθεια και αφοσίωση και μόνο όσοι περνούν την επιχειρηματική διαδικασία εκτιμούν τη σημαντικότητα όσων απαιτούνται για τη δημιουργία κάτι, όπως είναι η επιχείρηση, νέου και λειτουργικού. Το τρίτο στοιχείο είναι το ρίσκο, η ανάληψη κινδύνου. Το ρίσκο μπορεί να' ναι σε οποιοδήποτε τομέα του επιχειρηματία, αλλά επικεντρώνεται συνήθως στον οικονομικό, ψυχικό και κοινωνικό τομέα. Το τελευταίο στοιχείο του ορισμού είναι η ανταμοιβή που εισπράττει ο επιχειρηματίας μέσα από την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Συνήθως η ανταμοιβή είναι η προσωπική του ικανοποίηση μέσω της ανεξαρτησίας, κυρίως της οικονομικής.

Μία άλλη προσέγγιση παρουσιάζει την επιχειρηματικότητα ως τη δυναμική διαδικασία, μέσω της οποίας οι ενδιαφερόμενοι προσδιορίζουν συνεχώς οικονομικές ευκαιρίες, τις οποίες αξιοποιούν με την ανάπτυξη, την παραγωγή και την πώληση

προϊόντων και υπηρεσιών. Η διαδικασία αυτή απαιτεί ιδιότητες όπως αυτοεκτίμηση, εμπιστοσύνη, ικανότητα αντίληψης κινδύνων και αίσθημα προσωπικής ανάληψης υποχρεώσεων. Η ανάγκη για συνολική δράση προώθησης της επιχειρηματικότητας αναγνωρίζεται όλο και περισσότερο από πολιτικούς και οικονομικούς φορείς, ως ένα από τα κλειδιά που ανοίγουν τις πύλες για μεγαλύτερη ανάπτυξη της απασχόλησης και της ανταγωνιστικότητας στην Ευρώπη.

Παρόμοια διατυπώνει το φαινόμενο της επιχειρηματικότητας και ο Shane (2000), ο οποίος υποστηρίζει ότι η επιχειρηματικότητα προκαλεί διάφορες και ποικίλες ερευνητικές ερωτήσεις, τρεις είναι οι κυριότερες ομάδες ερωτήσεων: 1) γιατί, πότε και πώς προκύπτουν οι ευκαιρίες για τη δημιουργία αγαθών και υπηρεσιών, 2) γιατί, πότε και πώς ορισμένα άτομα και όχι άλλα ανακαλύπτουν και αξιοποιούν αυτές τις ευκαιρίες και 3) γιατί, πότε και πώς διαφορετικοί τύποι ενεργειών χρησιμοποιούνται για να αξιοποιηθούν οι επιχειρηματικές ευκαιρίες.

Σε παρόμοιο πλαίσιο κινούνται και η Lambing and Khuel (2000) ορίζοντας την επιχειρηματικότητα ως μια ανθρώπινη, δημιουργική πράξη που παράγει κάτι αξίας από το τίποτα. Η επιδίωξη της ευκαιρίας ανεξαρτήτως πηγών, ή ελλείψει κοντινών πηγών. απαιτεί όραμα, πάθος και αφοσίωση για να οδηγήσει τους άλλους στην επιδίωξη του οράματος αυτού. Απαιτεί επίσης επιθυμία να αναλάβει κανείς υπολογισμένο ρίσκο.

Η επιχειρηματικότητα είναι πολυδιάστατη και παρόλο που μπορεί να εμφανίζεται σε διάφορα πλαίσια, οικονομικά ή άλλα και σε κάθε είδος οργάνωσης η Πράσινη Βίβλος (COM 2003, 27 τελικό) εξετάζει την επιχειρηματικότητα στο πλαίσιο της επιχείρησης. Έτσι, αναφέρει ότι η επιχειρηματικότητα αποτελεί κατά κύριο λόγο νοοτροπία. Πρόκειται για τη δραστηριοποίηση και την ικανότητα που έχει ένα άτομο, μεμονωμένα ή στο πλαίσιο ενός οργανισμού, να αναγνωρίζει τις ευκαιρίες και να τις εκμεταλλεύεται προκειμένου να επιτύχει προστιθέμενη αξία ή να έχει οικονομικό όφελος. Η δημιουργικότητα ή η καινοτομία τον βοηθούν αν εισέλθει σε μία υπάρχουσα αγορά ή να βελτιώσει την ανταγωνιστική θέση του σ' αυτήν, να αλλάξει ή ακόμη και να δημιουργήσει μια νέα αγορά.

Η επιχειρηματικότητα μπορεί να αναπτυχθεί σε οποιονδήποτε τομέα και είδος επιχείρησης. Εφαρμόζεται στους αυτοαπασχολούμενους και στις επιχειρήσεις οιασδήποτε μεγέθους σε όλες τις φάσεις του κύκλου ζωής μιας επιχείρησης, από τη φάση εκκίνησης έως την ανάπτυξη, τη μεταβίβαση, την παύση λειτουργίας ή την επανέναρξη λειτουργίας. Ακόμη, η επιχειρηματικότητα αφορά τις επιχειρήσεις όλων

των κλάδων, τεχνολογικών ή παραδοσιακών, τις μικρές και τις μεγάλες επιχειρήσεις ανεξαρτήτως ιδιοκτησιακού καθεστώτος: ατομικές επιχειρήσεις, οικογενειακές επιχειρήσεις, επιχειρήσεις εισηγμένες στο χρηματιστήριο, επιχειρήσεις κοινωνικής οικονομίας (συνεταιρισμοί, ενώσεις, κλπ.) ή μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί που συχνά πραγματοποιούν σημαντικές οικονομικές δραστηριότητες. Με άλλα λόγια η επιχειρηματικότητα είναι νοοτροπία και τρόπο δημιουργίας και ανάπτυξης οικονομικής δραστηριότητας μέσω του συνδυασμού της ανάληψης κινδύνου, της δημιουργικότητας και / ή της καινοτομίας με τη χρηστή διαχείριση, στο πλαίσιο ενός νέου ή υφιστάμενου οργανισμού (COM 2003, 27 τελικό).

Για να διαλέξει κανείς τον ορισμό της επιχειρηματικότητας που ταιριάζει καλύτερα στο περιβάλλον των αγροτικών περιοχών, είναι σημαντικό να σκεφθεί τις επιχειρηματικές δεξιότητες που απαιτούνται για τη βελτίωση της ποιότητας ζωής των ατόμων, οικογενειών και κοινωνιών και της διατήρησης υγιούς οικονομίας και περιβάλλοντος. Λαμβάνοντας αυτά υπόψη παρατηρεί κανείς ότι καθένας από τους παραπάνω ορισμούς κρύβουν αδυναμίες. Έτσι ο πιο κατάλληλος ορισμός για την επιχειρηματικότητα και την αγροτική ανάπτυξη είναι αυτός που ορίζει την επιχειρηματικότητα ως : «η δύναμη που ενεργοποιεί άλλους πόρους και πηγές προκειμένου να αντιμετωπιστούν ανικανοποίητες ανάγκες της αγοράς», «η ικανότητα να δημιουργείς, να οικοδομήσεις, κάτι από το τίποτα», «η διαδικασία του να δημιουργείς αξία από τη συνένωση μοναδικού πακέτου πόρων για την αξιοποίηση μιας ευκαιρίας» (Petrin, 1997 ).

## **3.2 Η έννοια της επιχείρησης**

### **3.2.1 Γενικά**

Για να χαρακτηριστεί ως επιχείρηση μια μονάδα πρέπει να πληρούνται οι παρακάτω συνθήκες: ύπαρξη οργάνωσης που μπορεί να αναφέρεται στον συντονισμό των δραστηριοτήτων, ύπαρξη ιδιωτικών συντελεστών παραγωγής που μπορούν να μεταφέρονται από δραστηριότητα σε δραστηριότητα με κριτήριο τα προσδοκώμενα κέρδη, ύπαρξη προσώπων που σχετίζονται με τη μονάδα και προσφέρουν την εργασία τους ενώ ο απώτερος σκοπός της μονάδας είναι η παραγωγή προϊόντων ή υπηρεσιών που να πωλούνται έτσι ώστε να καλύπτεται τουλάχιστον στο κόστος (Ουσταμπασίδης και Κατσουλάκος, 1999).

Σύμφωνα με το νέο ορισμό της Ε.Ε. επιχείρηση θεωρείται κάθε μονάδα, ανεξάρτητα από τη νομική της μορφή, που ασκεί οικονομική δραστηριότητα



(2003/361/EK). Με βάση τον ορισμό αυτό, η διατύπωση του οποίου βασίζεται στη φρασεολογία που χρησιμοποιεί το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο στις αποφάσεις του, οι αυτοαπασχολούμενοι, οι οικογενειακές επιχειρήσεις, οι προσωπικές εταιρίες ή οι ενώσεις προσώπων που ασκούν τακτικά μια οικονομική δραστηριότητα μπορούν να θεωρηθούν επιχειρήσεις ανεξάρτητα από τη νομική της μορφή.

Η Ε.Ε., στο πλαίσιο του νέου ορισμού των Μικρομεσαίων επιχειρήσεων (2003/361/Ε.Ε.) ο οποίο ισχύει από την 1<sup>η</sup> Ιανουαρίου 2005, λαμβάνοντας υπόψη τα κριτήρια : αριθμός απασχολουμένων, ετήσιος κύκλος εργασιών και ετήσιος ισολογισμός θέσπισε τα όρια για τη διάκριση των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων σε τρεις κατηγορίες : τις μεσαίες, τις μικρές και τις πολύ μικρές. (Πίνακας 1.1)

**Πίνακας 1.1:** Κατάταξη Επιχειρήσεων

<b>Κατηγορία Επιχειρήσεων</b>	<b>Αριθμός Εργαζομένων</b>	<b>Κύκλος Εργασιών</b>	<b>Συνολικός Ισολογισμός</b>
Μεσαίες	< 250	50 εκατ.€	43 εκατ.€
Μικρές	<50	10 εκατ.€	10 εκατ.€
Πολύ Μικρές	<10	2 εκατ.€	2 εκατ.€

**Μεσαίες Επιχειρήσεις** θεωρούνται οι επιχειρήσεις που απασχολούν λιγότερα από 250 άτομα και των οποίων ο ετήσιος κύκλος εργασιών ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνουν τα 50 και 43 εκατομμύρια ευρώ αντίστοιχα.

**Μικρές Επιχειρήσεις** θεωρούνται οι επιχειρήσεις που απασχολούν λιγότερα από 50 άτομα και των οποίων ο ετήσιος κύκλος εργασιών ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 10 εκατ. ευρώ.

**Πολύ Μικρές Επιχειρήσεις** θεωρούνται οι επιχειρήσεις που απασχολούν λιγότερα από 10 άτομα και των οποίων ο ετήσιος κύκλος εργασιών ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 2 εκατ. ευρώ.

Η δημιουργία επιχείρησης στηρίζεται αναμφισβήτητα στην ύπαρξη κάποιας ιδέας. Με βάση το κριτήριο αυτό οι Lambing and Kuehl (2000) παρουσιάζουν τους εξής τύπους επιχειρήσεων :

- **Νέα ιδέα / Νέα επιχείρηση:** αποτελεί την επιχείρηση που παράγει ένα νέο προϊόν ή μια νέα υπηρεσία βασισμένη σε μια νέα ιδέα. Η επιχειρηματική ιδέα μπορεί να

είναι τόσο καινοτόμος που μπορεί να δημιουργήσει μια νέα βιομηχανία, μια νέα αγορά.

- **Υπάρχουσα ιδέα / Νέα επιχείρηση** : αποτελεί την επιχείρηση που δημιουργείται βασιζόμενη σε μια ήδη υπάρχουσα ιδέα. Στόχος της επιχείρησης αυτής είναι να παράγει προϊόν διαφοροποιημένο σε σχέση με τα ήδη υπάρχοντα για να είναι ανταγωνίσιμο ή να παρέχει καλύτερη ποιότητας υπηρεσίες. Για πολλούς οι επιχειρήσεις αυτές δεν εντάσσονται στα πλαίσια της επιχειρηματικότητας λόγω έλλειψης καινοτομίας και δημιουργικότητας. Για άλλους πάλι είναι αποδεκτές ως επιχειρηματικές δραστηριότητες λόγω της ανάληψης ρίσκου από τον επιχειρηματία.
- **Υπάρχουσα ιδέα / Υπάρχουσα επιχείρηση** : αποτελεί την επιχείρηση που προϋπήρχε και εξαγοράζεται από νέο επιχειρηματία με σκοπό την ανανέωσή της, την ανάπτυξη και επέκτασή της ή την διαφοροποίησή της. Οι παραπάνω απόψεις που δίστανται για το αν αυτό είναι επιχειρηματικότητα με αποτέλεσμα τη δημιουργία επιχείρησης ισχύει και σ' αυτήν την περίπτωση.

### 3.2.2 Η γυναικεία επιχείρηση

Οι γυναικείες επιχειρήσεις παρουσιάζουν διάφορες ιδιαιτερότητες, γεγονός που δυσκολεύει τον προσδιορισμό τους. (Βλάχου, 2001). Για να θεωρηθεί μία επιχείρηση ως γυναικεία θα πρέπει να ικανοποιούνται ταυτόχρονα δύο προϋποθέσεις : γυναικεία συμμετοχή στο μετοχικό κεφάλαιο της επιχείρησης με ποσοστό τουλάχιστον 51% και λήψη αποφάσεων από την ιδιοκτήτρια/ συνιδιοκτήτες. Η ταυτόχρονη ύπαρξη αυτών των προϋποθέσεων φαίνεται να είναι σημαντική ειδικά για την περίπτωση της Ελλάδας, όπου συχνά παρατηρείται το φαινόμενο η γυναίκα να καταγράφεται ως ιδιοκτήτρια της επιχείρησης, αλλά η διαχείριση/ διοίκηση αυτής να ασκείται από το σύζυγο, ο οποίος συνήθως κατέχει παράλληλα και άλλη θέση εργασίας στο δημόσιο ή ιδιωτικό τομέα, (Σκορδίλη, 2005)

## 3.3 Η έννοια του επιχειρηματία

### 3.3.1 Γενικά

Παρά το γεγονός ότι στις θεωρίες για την επιχειρηματικότητα αναπτύχθηκαν ορισμοί του επιχειρηματία , έτσι όπως δόθηκαν από τους θεωρητικούς της επιχειρηματικότητας στο πέρασμα του χρόνου, θεωρούμε σκόπιμο να αναφερθούμε στον επιχειρηματία και στο υποκεφάλαιο αυτό , έτσι όπως ορίζεται τα τελευταία 30 χρόνια.

Ο Peter Drucker (1985) σημειώνει ότι παρόλο που η λέξη επιχειρηματίας χρησιμοποιείται πάνω από 200 χρόνια, υπάρχει ένα συνεχές μπέρδεμα σ' ότι αφορά τον ορισμό της. Η λέξη επιχειρηματίας προέρχεται από τη γαλλική λέξη "enterprendre" που σημαίνει «μεταξύ» και «αναλαμβάνω», δηλαδή ο επιχειρηματίας είναι αυτός που αναλαμβάνει τη θέση μεταξύ προμηθευτή και καταναλωτή – αυτός που αναλαμβάνει κυριολεκτικά το ρίσκο ότι θα επιτύχει.

Οι Khilstrom and Laffont (1979) ορίζουν τους επιχειρηματίες ως τα άτομα που προτιμούν την αβεβαιότητα. Ο Brockhaus (1980) αναφέρει ότι ο επιχειρηματίας είναι ο κύριος ιδιοκτήτης και διαχειριστής – διευθυντής μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας, χωρίς να είναι εργαζόμενος αλλού. Επίσης, δηλώνει ότι οι επιχειρηματίες ανεπίσημα και ενστικτωδώς αντιλαμβάνονται τις ευκαιρίες βασισμένοι στο «αίσθημα» που έχουν για την αγορά.

Σκιαγραφώντας το πορτρέτο του επιχειρηματία οι Nelson & Neck (1982) διευκρινίζουν ότι, το να είσαι επιχειρηματίας σημαίνει να έχεις την ικανότητα να βρίσκεις και να εκτιμάς τις ευκαιρίες, αυξάνοντας τους απαραίτητους πόρους και να ενεργοποιείς δράσεις που να επωφελούνται αυτών των ευκαιριών. Οι επιχειρηματίες είναι ηγέτες και πρέπει να αναδεικνύουν τις αρχηγικές τους ικανότητες μέσα από τις δραστηριότητές τους. Αναλαμβάνουν υπολογισμένο ρίσκο και απολαμβάνουν προκλήσεων που εμπεριέχουν μετρημένους κινδύνους. Οι επιχειρηματίες πιστεύουν ισχυρά στους εαυτούς τους και στην ικανότητά τους να παίρνουν καλές (σωστές) αποφάσεις. Οι επιχειρηματίες πρέπει να δαπανούν σημαντικό χρόνο στο σχεδιασμό των επιχειρηματικών τους δραστηριοτήτων. Συνοψίζοντας, οι επιχειρηματίες είναι προσανατολισμένης συμπεριφοράς άτομα που έχουν υψηλά και ισχυρά κίνητρα και αναλαμβάνουν ρίσκο για να επιτύχουν τους στόχους τους.

Ο Gartner (1988) αναφέρει ότι επιχειρηματίες είναι οι ιδιώτες που δημιουργούν νέους οργανισμούς και ότι οι περισσότεροι επιχειρηματίες αναγνωρίζουν παρά αναζητούν ευκαιρίες.

Αναλογικά με όσα διατυπώθηκαν παραπάνω για την επιχειρηματικότητα είναι και ο ορισμός για τον επιχειρηματία που οι Tyson, Petrin and Rogers (1994), ορίζουν ως το άτομο που είτε δημιουργεί νέους συνδυασμούς των παραγόντων παραγωγής, όπως νέες μεθόδους παραγωγής, νέα προϊόντα, νέες αγορές, βρίσκει νέες πηγές για την κάλυψη αναγκών, είτε ως το άτομο που είναι πρόθυμο να αναλάβει ρίσκο, είτε ως το άτομο που εκμεταλλεύεται τις ευκαιρίες της αγοράς, είτε ως το άτομο που κατέχει και διευθύνει μια επιχείρηση.

Οι Lumpkin and Dess (1996), ορίζουν τους επιχειρηματίες ως τα άτομα εκείνα που εισέρχονται σε νέες ή ήδη υπάρχουσες αγορές. Επιχειρηματίας θεωρείται ο άνθρωπος που είτε δημιουργεί ένα νέο συνδυασμό παραγωγικών παραγόντων όπως νέες μεθόδους παραγωγής, νέα προϊόντα, νέες αγορές, βρίσκει νέες πηγές προμηθειών και νέες οργανωτικές μορφές, ή ως ο άνθρωπος που δέχεται να αναλάβει ρίσκο ή το άτομο που εξερευνώντας τις ευκαιρίες της αγοράς, εξαλείφει την ανισότητα μεταξύ της συνολικής ζήτησης και της συνολικής προσφοράς, ή ως το άτομο που κατέχει και διαχειρίζεται μια επιχείρηση.

Για ένα οικονομολόγο ο επιχειρηματίας είναι αυτός που συνδυάζει μέσα, εργασία, υλικά και άλλα κεφάλαια ώστε να προσδίδουν αξία μεγαλύτερη από πριν, καθώς επίσης και αυτός που εισάγει αλλαγές και καινοτομίες. Με άλλα λόγια είναι αυτός που οργανώνει και διαχειρίζεται την επιχείρησή του για προσωπικό όφελος – κέρδος. Συνεισφέρει την προσωπική του πρωτοβουλία, δεξιότητα και εξυπνάδα στο σχεδιασμό, την οργάνωση και διοίκηση της επιχείρησης. Επίσης αναλαμβάνει πιθανότητες κέρδους ή ζημίας που επακολουθούν των απρόβλεπτων και ανεξέλεγκτων καταστάσεων. Το καθαρό υπόλοιπο των ετησίων εισπράξεων της επιχείρησης αφού πληρωθούν όλα τα έξοδα το κρατά για τον εαυτό του (Hisrich et Peters, 1998).

Τα στατιστικά δεδομένα για το ποιος εμπλέκεται στο στήσιμο μιας νέας επιχείρησης, είναι γενικά σπάνια διαθέσιμα, ακόμη κι αν αυτά αποτελούν είναι μια διεθνή τακτική για τον ορισμό και τον προσδιορισμό των επιχειρηματιών. Πολλοί παράγοντες μπορούν να επηρεάσουν την απόφαση κάποιου να γίνει επιχειρηματίας καθώς η πραγματική απόφαση για τη δημιουργία νέας επιχείρησης αντανακλά μια σύνθετη αλληλεπίδραση μεταξύ του ατομικού, προσωπικού υπόβαθρου, του οικογενειακού περιβάλλοντος και της αναπτυξιακής πορείας σε τοπικό ή εθνικό οικονομικό επίπεδο. Κάποιες μελέτες δίνουν ένα πιο ευρύ ορισμό της επιχειρηματικότητας, αναφερόμενες όχι μόνο σε ιδιοκτήτες ή διευθυντές μιας επιχείρησης αλλά γενικότερα, σ' αυτούς που είναι υπεύθυνοι για την ανάπτυξη και εδραίωση μιας επιχείρησης (Giovannelli, Gnnsteinsdottir, Me, 2003).

Επιχειρηματίας είναι εκείνος που ερευνά τη δυναμικότητα του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, αναγνωρίζει τις ευκαιρίες, οργανώνει τις πηγές και τους πόρους και ενεργεί για την μεγιστοποίηση των επιχειρησιακών ευκαιριών. Ακόμα σημαντικό χαρακτηριστικό του επιχειρηματία είναι η ανάληψη ρίσκου (ILO, 2003).

### 3.3.2 Η γυναίκα επιχειρηματίας

Πριν προχωρήσουμε στον ορισμό της γυναίκας επιχειρηματία, θεωρούμε σκόπιμο να ορίσουμε τις γυναίκες του αγροτικού χώρου. Σύμφωνα με τον ορισμό που δίνει η Γιδαράκου (Γιδαράκου, 1999), γυναίκες του αγροτικού χώρου είναι όλες οι γυναίκες που ζουν και εργάζονται στον αγροτικό χώρο, είτε στον πρωτογενή είτε σε άλλο τομέα της οικονομίας. Είναι αυτές που γεννήθηκαν, μεγάλωσαν και εργάζονται εκεί, αυτές που μετακινήθηκαν προς αυτό το χώρο από αστικές περιοχές, καθώς και αυτές που μετακινούνται για να εργαστούν σε αστικές περιοχές κατοικώντας σε αγροτικές.

Σε ό,τι αφορά τον ορισμό της γυναίκας επιχειρηματία από την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας διαπιστώνεται ότι δεν υπάρχει διεθνώς, επίσημα αναγνωρισμένος ορισμός. Ο όρος «γυναίκα επιχειρηματίας» μπορεί εξίσου να αναφέρεται σε κάποια γυναίκα που ξεκινά μόνη της μια επιχείρηση, με αυτή που είναι διευθύντρια σε μια οικογενειακή επιχείρηση ή συνεταιρική επιχείρηση, ή σε κάποια που είναι μέτοχος σε μια δημόσια επιχείρηση και την οποία διοικεί (Giovannelli, Gnnsteinsdottir, Me, 2003)

Στην Ιρλανδία, ο ορισμός για τη γυναίκα επιχειρηματία που έχει δοθεί από την άνοιξη του 2003, είναι αυτός που ορίζει την επιχειρηματία ως την ιδιοκτήτρια, συν-ιδιοκτήτρια και / ή τη διευθύντρια – μάνατζερ που είναι υπεύθυνη για την επέκταση και στρατηγική ανάπτυξη μιας επιχείρησης. Με άλλα λόγια αυτή που δημιουργεί και αναπτύσσει νέες επιχειρήσεις και παρουσιάζει χαρακτηριστικά ρίσκου και καινοτομίας (Giovannelli, Gnnsteinsdottir, Me, 2003). Στη Φιλανδία, ο αντίστοιχος ορισμός που δόθηκε από την Στατιστική της Υπηρεσία, είναι αυτός που την ορίζει ως το άτομο που έχει την ασφάλεια σύνταξης αυτοαπασχολούμενου και δεν είναι άνεργος (Giovannelli, Gnnsteinsdottir, Me, 2003). Η Sheikh (2003) ορίζει τη γυναίκα επιχειρηματία ως αυτή που δημιούργησε μία επιχείρηση στην οποία έχει την πλειοψηφία των μετοχών και που έχει ενεργή συμμετοχή στη λήψη αποφάσεων, στην ανάληψη ρίσκου και στην καθημερινή διοίκηση. Για τους οι Welter, Smallbone & Isakova (2006) *γυναίκες επιχειρηματίες* είναι οι γυναίκες που είναι αυτοαπασχολούμενες, ιδιοκτήτριες ή συν-ιδιοκτήτριες μικρών επιχειρήσεων ενώ για τους Carter & Shaw (2006) *γυναίκα επιχειρηματίας* είναι αυτή που έχει την καθολική ή την πλειοψηφία της ιδιοκτησίας της επιχείρησης και τη διοικεί. Όπως φαίνεται από τα παραπάνω ο ορισμός της «**επιχειρηματία**» έχει διαφορετικές αποδόσεις ανάλογα με τον κάθε συγγραφέα (Goffe and Scase, 1985).

### 3.4 Αγροτικός χώρος - Ύπαιθρος

Το πρόβλημα ορισμού της έννοιας «αγροτικός» δεν είναι καινούριο. Οι κάτοικοι γνωρίζουν πότε ζουν σε αγροτικές περιοχές αλλά αυτή η αντίληψη δεν ικανοποιεί του δημογράφους, τους οικονομολόγους, τους κοινωνιολόγους, τους υπεύθυνους διαμόρφωσης πολιτικής ή τους ερευνητές. Τα κράτη δεν ακολουθούν ένα κοινό ορισμό του αγροτικού χώρου. Πολλά κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης συγκεντρώνουν στοιχεία με κάποια δική τους φόρμα για τις δικές τους περιοχές. Γι' αυτό όταν αναφερόμαστε στις αγροτικές περιοχές της Ενωμένης Ευρώπης δεν αναφερόμαστε σε ένα χώρο με κάποια συγκεκριμένα και κοινά χαρακτηριστικά.

Η έννοια του αγροτικού χώρου δεν είναι μια επακριβώς καθορισμένη έννοια. Αναφέρεται στο σύνολο του πληθυσμού, της γης και των άλλων πηγών στην ανοικτή ύπαιθρο και στις μικρές πληθυσμιακές ενότητες. Δεν αφορά μια συγκεκριμένη χρήση γης ή ένα συγκεκριμένο οικονομικό τομέα και ταυτίζεται με διοικητικές ζώνες (OECD, 1996). Περιγράφει περιοχές που είναι αραιοκατοικημένες ή κατοικημένες από μικρές πληθυσμιακές ενότητες όπου κυριαρχεί ο πρωτογενής τομέας και οι βιομηχανίες που στηρίζονται στο γεωργικό τομέα. Σύμφωνα με την κατηγοριοποίηση του OECD, οι περιοχές ταξινομούνται ως αγροτικές όταν η πυκνότητα πληθυσμού είναι μικρότερη από 150 κατοίκους / τμ<sup>2</sup>.

Προφανώς δεν υπάρχει ένας σαφής, τυποποιημένος και σταθερός ορισμός του αγροτικού και της αγροτικότητας. Οι αντιλήψεις μας διαμορφώνονται και αναδιαμορφώνονται τόσο με βάση τις πολλαπλές επιρροές του κοινωνικό-πολιτισμικού μας περιβάλλοντος όσο και τα ευρύτερα πολιτικοοικονομικά διακυβεύματα σε τοπικό, εθνικό και παγκόσμιο επίπεδο.

Σύμφωνα με την επισκόπηση της βιβλιογραφίας που έκαναν οι Ανθοπούλου και Γούσιος (2007) σχετικά με τις εννοιολογήσεις του αγροτικού, ο προσδιορισμός του αγροτικού έχει δύο όψεις, την «χωρο-κοινωνική» του διάσταση και την «κοινωνική» του αναπαράσταση.

- Η έννοια του αγροτικού ως «χωρο-κοινωνική διάσταση»: αναφέρεται σε μια διακριτή και υπαρκτή οντότητα που καταλαμβάνει μια συγκεκριμένη γεωγραφική θέση με συγκεκριμένα φυσικά χαρακτηριστικά, τύπους διαχείρισης και αξιοποίησης των φυσικών πόρων, κοινωνικές δομές και πολιτισμικά συμφραζόμενα (χρήσεις γης, αγροτική κατοικία, αγροτικές διευθετήσεις του χώρου, κοινωνική σύνθεση του πληθυσμού, παραγωγικές σχέσεις, τρόποι ζωής).

Αυτή η θεώρηση/ εννοιολόγηση του αγροτικού ως *διακριτός τύπος χώρου και κοινωνίας* εξυπηρετεί –μεταξύ άλλων- τις ανάγκες άσκησης των σχετικών πολιτικών (π.χ. Κοινή Αγροτική Πολιτική για την ΕΕ).

- Η έννοια του αγροτικού ως «κοινωνική αναπαράσταση»: παραπέμπει σε μια «επινοημένη αγροτικότητα», α-χωρική (de-spatialized) με την έννοια ότι δεν αναφέρεται σε μια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή, ή ακόμα, ότι παραπέμπει σε μια «από-αγροτοποιημένη» κοινωνικό-πολιτισμικά αγροτικότητα, με την έννοια ότι μπορεί να μην της αποδίδονται εξειδικευμένες αλλά γενικές ιδιότητες (ανοικτός χώρος, φύση, αναψυχή, αίσθηση ελευθερίας, στενές διαπροσωπικές σχέσεις) .

Οι αγροτικές περιοχές μπορούν να οριστούν με ένα αρνητικό ή με ότι απομένει τρόπο: αγροτικές είναι όλες εκείνες οι περιοχές που δεν είναι αστικές και δεν είναι οικοδομημένες περιοχές. Παραδοσιακά αγροτικές περιοχές έχουν ορισθεί αυτές στις οποίες αναπτύσσονται συγκεκριμένες οικονομικές δραστηριότητες, κυρίως η γεωργία και η δασοκομία και περιοχές φυσικού κάλλους όπως υδάτινες και ορεινές περιοχές. Εναλλακτικά μπορούν να οριστούν βάσει του αριθμού των κοινωνικών χαρακτηριστικών, όπως η πυκνότητα πληθυσμού και η απόσταση από τις μεγάλες πόλεις (Hoggart et al., 1995).

Οι αρχές που υιοθετήθηκαν είναι σαφώς διαφορετικές ανάμεσα στα κράτη και φανερώνουν την πολλαπλότητα/ πολυμέρεια του αγροτικού πλαισίου μέσα στην Ευρώπη. Οι μεσογειακοί ορισμοί του αγροτικού χώρου τείνουν να προσλαμβάνουν / χρησιμοποιούν αρχές υψηλού αριθμού πληθυσμού λόγω της ξεχωριστής μορφής στην οποία έχει εξελιχθεί η χρήση της αγροτικής γης (Hoggart et al., 1995). Στις διεθνείς στατιστικές πολύ συχνά καθορίζεται ως ο χώρος που βρίσκεται έξω από τις πόλεις και τις πληθυσμιακές ενότητες άνω των 2000 κατοίκων (Dahlstrom, 1996). Το πώς ορίζονται οι αγροτικές περιοχές αλλάζει ανάλογα με τη χώρα και με το χρόνο. Παραδόξως κανείς από τους ορισμούς δεν θα μπορέσει ικανοποιητικά να παρουσιάσει ομοιομορφία ή να συμπεριλάβει τις εξηγήσεις των αναρίθμητων μεταβλητών που συνθέτουν τις διαφορετικές πλευρές του τι σημαίνει αγροτικός (Smith, 1999). Για τις ανάγκες της δικής μας έρευνας υιοθετήσαμε τον ορισμό της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας της Ελλάδας βάσει του οποίου αγροτικές είναι οι περιοχές που συγκεντρώνουν λιγότερους από 2000 κατοίκους.

#### 4. Συνοπτικά

Η θέση του Schumpeter ότι όλοι οι άνθρωποι σε μία κοινωνία θα αναλάμβαναν επιχειρηματική δραστηριότητα, έστω και για λίγο καιρό και ότι οι επιχειρηματίες δεν αποτελούν μία διαφορετική κατηγορία ανθρώπων, εκτός ίσως από τότε που δρουν επιχειρηματικά, μαζί με τη θέση του Weber (1930), στη Θεωρία του για την Εργασία, ότι τα άτομα που αποκλείονται από τη κύρια οικονομική δραστηριότητα (συνήθως οι γυναίκες), συχνά στρέφονται στην αυτοαπασχόληση και στη συμμετοχή στις επιχειρηματικές δραστηριότητες, διέπουν τις αναλύσεις της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην παρούσα έρευνα.

Στην έρευνα αυτή χρησιμοποιούνται οι όροι με τις ακόλουθες έννοιες .

- *Επιχειρηματικότητα:* η ικανότητα να δημιουργείς (το ξεκίνημα), να κατέχεις και να διοικείς μια επιχείρηση.
- *Γυναικεία επιχείρηση:* Κάθε μονάδα, ανεξάρτητα από τη νομική της μορφή, που ασκεί οικονομική δραστηριότητα, στο μετοχικό κεφάλαιο της οποίας μετέχει γυναίκα με ποσοστό τουλάχιστον 51% και οι αποφάσεις λαμβάνονται από αυτήν.
- *Γυναίκα επιχειρηματίας:* η γυναίκα που δημιούργησε την επιχείρηση και έχει την πλειοψηφία των μετοχών, είναι αυτοαπασχολούμενη, ιδιοκτήτρια ή συν-ιδιοκτήτρια, και έχει ενεργή συμμετοχή στη λήψη αποφάσεων, στην ανάληψη ρίσκου και στην καθημερινή διοίκηση.



## ***ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ***

***Οι Πολιτικές για την Ανάπτυξη της Γυναικείας***

***Επιχειρηματικότητας***

---

## 1. Εισαγωγή

Η ισότητα μεταξύ ανδρών και γυναικών αποτελεί σήμερα αναπόσπαστο μέρος της κοινωνικής πολιτικής της Ευρωπαϊκής Ένωσης και αναγνωρίζεται ως κρίσιμος παράγοντας για την οικονομική της ανάπτυξη και την κοινωνική της συνοχή. Η γυναικεία επιχειρηματικότητα έχει άμεση σχέση με τη βελτίωση της θέσης των γυναικών στην αγορά εργασίας που αποτελεί στόχο της εθνικής και ευρωπαϊκής πολιτικής για την ισότητα των φύλων.

Η πολιτική για την επίτευξη της ισότητας μέχρι το 1988 περιοριζόνταν στα Μεσοπρόθεσμα Προγράμματα Δράσεις για τις Ίσες Ευκαιρίες και στη χρηματοδότηση σχεδίων επαγγελματικής κατάρτισης και απασχόλησης γυναικών. Το 1988 η αρχή των ίσων ευκαιριών για άνδρες και γυναίκες τέθηκε ως στόχος στο Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο και στη συνέχεια επεκτάθηκε και στα υπόλοιπα Διαρθρωτικά Ταμεία. Από το 1990 και μετά, με αφορμή την Κοινοτική Πρωτοβουλία NOW, διαφοροποιήθηκε σημαντικά η μεθοδολογία σχεδιασμού και εφαρμογής, τα σχέδια που υλοποιήθηκαν απέκτησαν χαρακτηριστικά εξειδικευμένων δράσεων, με βάση το φύλο και μεταφέρθηκε στη χώρα τεχνογνωσία για την υλοποίηση ολοκληρωμένων παρεμβάσεων με διευρυμένη στόχευση (επιχειρηματικότητα, συμβουλευτικές δομές, υποδομές φροντίδας παιδιών, κλπ). Από το 1999 υιοθετήθηκε η διπλή στρατηγική της ένταξης της διάστασης της οπτικής του φύλου (gender mainstreaming) στο σύνολο των πολιτικών και μέτρων που χρηματοδοτούνταν από τα Ευρωπαϊκά Διαρθρωτικά Ταμεία σε συνδυασμό με την υλοποίηση θετικών δράσεων υπέρ των γυναικών όπου εντοπίζονταν η αναγκαιότητα τους.

Στο Α' και Β' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης (1991-94 και 1995-99 αντίστοιχα) η προώθηση της ισότητας είχε προαιρετικό χαρακτήρα, αποτέλεσε ειδικό μέτρο μόνο του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου και περιορίσθηκε στη χρηματοδότηση προγραμμάτων επαγγελματικής κατάρτισης και απασχόλησης γυναικών. Στο Γ' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης (2000-2006) η προώθηση της ισότητας των φύλων έγινε υποχρεωτική, διατρέχοντας οριζόντια όλες τις παρεμβάσεις ενώ διατυπώθηκε ως στρατηγικός στόχος ανάπτυξης. Ειδικά στις δράσεις που είναι συγχρηματοδοτούμενες από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο, καθορίστηκε ποσοστό συμμετοχής γυναικών στον αριθμό των επωφελομένων.

Για την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας υπάρχουν πολλά μέσα χρηματοδότησης από εθνικούς και κοινοτικούς πόρους. Κάποια από αυτά αφορούν

αποκλειστικά στην επιχειρηματικότητα των γυναικών, όπως η Δράση «Ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας» του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα», το Πρόγραμμα «Ενίσχυση της γυναικείας Απασχόλησης και Επιχειρηματικότητας» που υλοποιείται από τον ΕΟΜΜΕΧ με χρηματοδότηση από τα Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα, η «Επιχορήγηση Νέων Ελεύθερων Επαγγελματιών Γυναικών» του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Απασχόληση και Επαγγελματική Κατάρτιση». Στα περισσότερα όμως προγράμματα που ενισχύουν επενδύσεις εμπεριέχεται η διάσταση του φύλου και προωθείται η γυναικεία επιχειρηματικότητα είτε με ποσόστωση κατά την προκήρυξη, ως στόχος, είτε μέσω της προμολογίας της βαθμολογίας των επενδυτικών σχεδίων που υποβάλλονται από γυναίκες.

Τα προγράμματα που αξιοποιήθηκαν από γυναικείες επιχειρήσεις στην ύπαιθρο μπορούν να χωριστούν σε τρεις μεγάλες ομάδες:

- Οι Κοινοτικές Πρωτοβουλίες NOW, ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ, EQUAL, LEADER και τα Ολοκληρωμένα Προγράμματα Ανάπτυξης Αγροτικού Χώρου
- Το Πρόγραμμα Ενίσχυσης Νέων Ελεύθερων Επαγγελματιών και τα άλλα που αφορούν τις ειδικές ομάδες, με υπεύθυνο φορέα τον ΟΑΕΔ.
- Τα Προγράμματα «Ενίσχυση της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας» και λιγότερο το Πρόγραμμα «Ενίσχυση της Νεανικής Επιχειρηματικότητας» του Ε.Π. «Ανταγωνιστικότητα», με υπεύθυνο φορέα τον ΕΟΜΜΕΧ.

Από αυτά μόνο το πρόγραμμα «Ενίσχυση της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας» αφορά αποκλειστικά γυναίκες. Όλα τα άλλα αφορούν τόσο άνδρες όσο και γυναίκες επιχειρηματίες. Επισημαίνεται ότι ο Αναπτυξιακός Νόμος και το Πρόγραμμα Ενίσχυσης των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων από τα Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα, που υλοποιείται από τις Τράπεζες, δεν έχουν αξιοποιηθεί ιδιαίτερα από τις γυναίκες της υπαίθρου γιατί οι όροι χρηματοδότησης είναι λιγότερο ευνοϊκοί. Επιπλέον στα προγράμματα αυτά εντάσσονται κύρια νομικά πρόσωπα και έτσι δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία για την αξιοποίησή τους από γυναικείες επιχειρήσεις, καθώς θα πρέπει να ελεγχθεί το μετοχικό κεφάλαιο των εταιριών.

## **2. Οι Κοινοτικές Πρωτοβουλίες**

### **2.1 Η Κοινοτική Πρωτοβουλία NOW (1991-1994)**

Η πρώτη προσπάθεια για τη βελτίωση της συμμετοχής των γυναικών στην αγορά εργασίας έγινε κύρια μέσω προγραμμάτων κατάρτισης. Στη συνέχεια η Πρωτοβουλία NOW (1991-1994) διαφοροποιήθηκε από τα συνήθη προγράμματα, προσεγγίζοντας το πρόβλημα με πιο ολοκληρωμένο τρόπο. Βασικό χαρακτηριστικό της ήταν ότι αναγνώριζε την ανεπάρκεια των μέτρων επαγγελματικής κατάρτισης και ενίσχυσης της απασχόλησης να λειτουργήσουν αποτελεσματικά από μόνα τους υπέρ της επαγγελματικής ένταξης των γυναικών, ενώ παράλληλα έθετε ως πρώτη προτεραιότητα την εξασφάλιση συνθηκών για να αναπτυχθούν συνοδευτικά μέτρα, μέσα από τη δημιουργία μόνιμων δομών στήριξης και προώθησης της γυναικείας απασχόλησης. Έδωσε δε ιδιαίτερη έμφαση στην ενθάρρυνση και ενίσχυση των γυναικών που έχουν ή θέλουν να δημιουργήσουν τη δική τους επιχείρηση.

Η Κοινοτική Πρωτοβουλία NOW συνέβαλλε σημαντικά στην ανάπτυξη των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων των γυναικών προσεγγίζοντας σφαιρικά το θέμα, με την ενθάρρυνση στην ανάληψη επιχειρηματικής πρωτοβουλίας, την επαγγελματική κατάρτιση, την ενίσχυση και στήριξη της αυτοαπασχόλησης μέσα από επιδοτήσεις, τη δημιουργία συμβουλευτικών δομών και την ανταλλαγή εμπειριών και πληροφοριών.

Στην Ελλάδα, στο πλαίσιο της Κοινοτικής Πρωτοβουλίας NOW, εγκρίθηκαν από το Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικών Ασφαλίσεων και υλοποιήθηκαν από φορείς του δημοσίου και ιδιωτικού τομέα 94 διακρατικά προγράμματα, που στόχευαν στην ένταξη στην αγορά εργασίας νέων γυναικών, μακροχρόνια ανέργων ή επανεντασσόμενων και γυναικών με ειδικές δυσκολίες, μέσα από την κατάρτιση τους σε νέες τεχνολογίες, σε νέες μεθόδους παραγωγής, σε παροχή υπηρεσιών, στη δημιουργία επιχειρήσεων και συνεταιρισμών, κ.α. Ακόμα δημιουργήθηκαν κέντρα επαγγελματικού προσανατολισμού και παροχής συμβουλών για γυναίκες επιχειρηματίες ή υποψήφιες επιχειρηματίες και κέντρα δημιουργικής απασχόλησης παιδιών ( Αλεξοπούλου, 1998).

Σύμφωνα με στοιχεία του Κέντρου Ερευνών για Θέματα Ισότητας στο πλαίσιο της Πρωτοβουλίας NOW δημιουργήθηκαν 40 γυναικείες επιχειρήσεις σε όλη τη χώρα. Από αυτές οι 9 βρίσκονται στην Περιφέρεια Θεσσαλίας, οι 8 στην Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας-Θράκης, οι 7 στην Περιφέρεια Κεντρικής

Μακεδονίας και οι υπόλοιπες σε άλλες περιοχές της χώρας. Ως προς την νομική μορφή, οι 26 από αυτές είναι ατομικές επιχειρήσεις, οι 6 είναι συνεταιρισμοί και οι άλλες είναι Ομόρρυθμες Εταιρίες, ΕΠΕ, κλπ. Ως προς το αντικείμενο δραστηριότητας, οι 10 ασχολούνται με τον αγροτουρισμό και τα παραδοσιακά προϊόντα, οι 5 με την παροχή υπηρεσιών (2 παιδικοί σταθμοί, 1 φροντιστήριο, 1 μεταφραστικό κέντρο και 1 βιβλιοπωλείο) και οι περισσότερες είναι εμπορικές επιχειρήσεις.

## **2.2 Η Κοινοτική Πρωτοβουλία ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ: Ο άξονας NOW (1995-1999)**

Στο πλαίσιο του Β' Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης (1995-1999) η υποστήριξη των γυναικών για τη συμμετοχή τους στην αγορά εργασίας εντάχθηκε στην Κοινοτική Πρωτοβουλία Απασχόληση η οποία στόχευε στην υποστήριξη ειδικών ομάδων πληθυσμού. Συγκεκριμένα ο Άξονας NOW στις γυναίκες, ο Άξονας Youthstart στους ανειδίκευτους νέους, ο Άξονας Horizon στα άτομα με ειδικές ανάγκες και ο Άξονας Integra στα άτομα που εκτίθενται στον κίνδυνο αποκλεισμού από την αγορά εργασίας. Η Κοινοτική Πρωτοβουλία Απασχόληση υλοποιήθηκε σε δυο φάσεις, η πρώτη το χρονικό διάστημα 1995-1997 και η δεύτερη κατά το διάστημα 1997-1999, περιλαμβάνοντας δυο ομάδες σχεδίων.

Ο Άξονας NOW απευθύνονταν σε άνεργες γυναίκες με χαμηλά προσόντα, εργαζόμενες με χαμηλή ή ανεπείκαιρη εξειδίκευση, εργαζόμενες που στόχευαν σε θέσεις διοικητικής ευθύνης, γυναίκες επιχειρηματίες, υποψήφιες επιχειρηματίες, γυναίκες που αντιμετώπιζαν πρόσθετα κοινωνικά εμπόδια καθώς και σε συντελεστές «κλειδιά» όπως στελέχη οργανισμών και επιχειρήσεων του δημοσίου και ιδιωτικού τομέα που επηρεάζουν και διαμορφώνουν αντιλήψεις, καθώς και συνδικαλιστές.

Ο Άξονας NOW είχε τέσσερα Μέτρα με καθορισμένη ποσοστιαία χρηματοδοτική κατανομή ανά Μέτρο.

Μέτρο 1: Συστήματα (δημιουργία ή βελτίωση δομών στήριξης της γυναικείας απασχόλησης και επιχειρηματικότητας και δομών φύλαξης παιδιών) 40%,

Μέτρο 2: Κατάρτιση 20%,

Μέτρο 3: Απασχόληση (ενίσχυση συνεργασίας μεταξύ δομών και φορέων, οικονομική βοήθεια σε γυναικείες επιχειρήσεις, επιδότηση γυναικείας απασχόλησης, πιλοτική δημιουργία χρηματοπιστωτικών μηχανισμών στήριξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας) 30%,

Μέτρο 4: Ευαισθητοποίηση 10% και διακρατική συνεργασία.

Στη χώρα μας υλοποιήθηκαν 29 προγράμματα κατά την πρώτη περίοδο συνολικού κόστους 3,612 δις δρχ., στις 12 από τις 13 Περιφέρειες της χώρας, τα οποία περιελάμβαναν συνδυασμό δράσεων από τα 4 Μέτρα του Προγράμματος (Αλεξοπούλου, 1998). Οι φορείς που συμμετείχαν στα εταιρικά σχήματα ήταν κυρίως ΟΤΑ, Αναπτυξιακοί Σύνδεσμοι και Εταιρείες, ΑΕΙ, ΤΕΙ, Κέντρα Επαγγελματικής Κατάρτισης, φορείς του δημοσίου τομέα, κοινωνικοί εταίροι, γυναικείες οργανώσεις και σύλλογοι, συμβουλευτικά κέντρα για γυναίκες, γυναικείοι συνεταιρισμοί και ιδιωτικές εταιρείες (Εθνικό Ινστιτούτο Εργασίας, Ιούλιος 1996).

Κατά τη διάρκεια υλοποίησης της δεύτερης φάσης του άξονα NOW πραγματοποιήθηκαν 33 προγράμματα, κυρίως σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη, (τα 14 σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη) συνολικού ύψους 4,8 δις δρχ. κατανεμημένα στις 11 από τις 13 περιφέρειες της χώρας (Αλεξοπούλου, 1998).

Τα άτομα που καταρτίστηκαν στην ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ είχαν τη δυνατότητα να επιχορηγηθούν από τον ΟΑΕΔ, με συγκεκριμένο ποσό, στην περίπτωση που ήθελαν να δημιουργήσουν την δική τους επιχείρηση. Σε περίπτωση δημιουργίας εταιρικών επιχειρήσεων με τη μορφή ΟΕ, ΕΕ, ΕΠΕ, Συνεταιρισμών ή Αστικών Εταιριών μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα ή Κοινοπραξιών, μπορούσαν να υπάγονται στο πρόγραμμα χωρίς αριθμητικό περιορισμό (Αριθμητικά στοιχεία για τον αριθμό των ατόμων και των γυναικών που ενισχύθηκαν δεν βρέθηκαν).

### **2.3 Από την Κοινοτική Πρωτοβουλία NOW στην Κοινοτική Πρωτοβουλία EQUAL**

Η πολιτική της Ε.Ε. για την καταπολέμηση των διακρίσεων και της ανισότητας στον τομέα της απασχόλησης εφαρμόζεται, στο πλαίσιο του Γ' Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης (2000-2006), με την Κοινοτική Πρωτοβουλία EQUAL.

Το πρόγραμμα της EQUAL βασίζεται σε εννιά θεματικά πεδία –μέτρα, ένα από τα οποία (Μέτρο 2.1) είναι η ανάπτυξη επιχειρηματικού πνεύματος μέσα από τη βελτίωση της πρόσβασης στη διαδικασία δημιουργίας μιας επιχείρησης, ([www.equal-greece.gr](http://www.equal-greece.gr)).

Στο πλαίσιο του Μέτρου αυτού επιδιώκεται η ενθάρρυνση, ενίσχυση και υποστήριξη της επιχειρηματικότητας ειδικών ομάδων πληθυσμού με μειωμένη συμμετοχή στο επιχειρείν. Η πρωτοβουλία αυτή είναι σε εξέλιξη.

## **2.4 Η Κοινοτική Πρωτοβουλία LEADER**

Η Κοινοτική Πρωτοβουλία LEADER εφαρμόζεται στη χώρα μας από το 1991 κύρια σε ορεινές, νησιωτικές και μειονεκτικές περιοχές. Εθνικός Ενδιάμεσος Φορέας για την Κοινοτική Πρωτοβουλία LEADER αποτελεί το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων που σχεδιάζει και το Εθνικό Επιχειρησιακό Σχέδιο. Η LEADER υλοποιείται τοπικά σύμφωνα με το Τοπικό πρόγραμμα που σχεδιάζεται από την Ομάδα Τοπικής Δράσης που είναι ο Φορέας Διαχείρισης για την κάθε περιοχή.

Ενισχύει μεταξύ άλλων επενδύσεις υποδομών διανυκτέρευσης, εστίασης, αγροτουρισμού (επισκέψιμα αγροκτήματα), εναλλακτικών και ειδικών μορφών τουρισμού, βιοτεχνικές μονάδες, επιχειρήσεις τυποποίησης και μεταποίησης αγροτικών προϊόντων αλλά και υποστηρικτικές δράσεις όπως προγράμματα επαγγελματικής κατάρτισης, κλπ.

### ***Κοινοτική Πρωτοβουλία LEADER I (1991-1995)***

Σύμφωνα με την Εμμανουηλίδου (2004), στο πλαίσιο της LEADER I χρηματοδοτήθηκαν περίπου 1.700 έργα συνολικού προϋπολογισμού 110 εκ. ευρώ περίπου. Το 76% των έργων αφορούσε επιχειρηματική δραστηριότητα (αγροτικό τουρισμό, μικρομεσαίες επιχειρήσεις πρωτογενούς και δευτερογενούς τομέα).

Στοιχεία για τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των επενδυτών, συνολικά σε εθνικό επίπεδο, δεν υπάρχουν. Μόνο για τη δράση που αφορά στα προγράμματα επαγγελματικής κατάρτισης αναφέρεται ότι υλοποιήθηκαν 154 προγράμματα κατάρτισης, τα οποία παρακολούθησαν 2.900 άτομα (44,83% άνδρες και 55,17% γυναίκες).

### ***Κοινοτική Πρωτοβουλία LEADER II (1996-2001)***

Με βάση στοιχεία του Υπουργείου Γεωργίας (2001), στο πλαίσιο της LEADER II υλοποιήθηκαν περίπου 3.200 έργα, συνολικού προϋπολογισμού 330 εκ. Ευρώ, από τα οποία το 75% αφορούσε επιχειρηματική δραστηριότητα.

Ως προς την αξιοποίηση της Πρωτοβουλίας από τις γυναίκες της χώρας μας αναφέρονται τα εξής:

Στη Δράση που αφορούσε τον αγροτικό τουρισμό υλοποιήθηκαν 1.150 έργα συνολικού προϋπολογισμού 114 εκ. ευρώ περίπου, 46% από νομικά πρόσωπα (εταιρικά σχήματα πάσης φύσεως) και 54% από φυσικά πρόσωπα. Από τα τελευταία, το 29% αφορούσε σχέδια που υλοποιήθηκαν από γυναίκες.

Στη Δράση που σχετίζεται με τον τομέα των βιοτεχνιών και των υπηρεσιών μικρής κλίμακας, πραγματοποιήθηκαν 508 επενδύσεις συνολικού προϋπολογισμού

47,6 εκ. ευρώ περίπου. Από το σύνολο των παρεμβάσεων το 71% υλοποιήθηκε από φυσικά πρόσωπα και το υπόλοιπο 29% από νομικά πρόσωπα. Το 19% των επενδυτών φυσικών προσώπων ήταν γυναίκες.

Στη Δράση που αφορούσε στον τομέα αξιοποίησης και εμπορίας γεωργικών προϊόντων, πραγματοποιήθηκαν 765 έργα, συνολικού προϋπολογισμού 71,4 εκ. ευρώ περίπου. Από αυτά το 50% υλοποιήθηκε από νομικά πρόσωπα (συνεταιρισμούς και ομάδες παραγωγών) ενώ το υπόλοιπο από φυσικά πρόσωπα. Το 21% των επενδυτών φυσικών προσώπων ήταν γυναίκες.

Στον τομέα της αναβάθμισης δεξιοτήτων και εξειδίκευσης ανθρώπινου δυναμικού ενισχύθηκαν 118 προγράμματα επαγγελματικής κατάρτισης, συνολικής διάρκειας 40.357 ωρών, τα οποία παρακολούθησαν 1.840 άτομα (44% άνδρες και 56% γυναίκες).

#### ***Κοινοτική Πρωτοβουλία LEADER+ (2002-2008)***

Το Εθνικό Πρόγραμμα LEADER+ έχει συνολικό κόστος 392,6 εκ. Ευρώ και περιλαμβάνει 4 Άξονες Προτεραιότητας: Πιλοτικές στρατηγικές αγροτικής ανάπτυξης, Συνεργασία μεταξύ αγροτικών περιοχών, Δικτύωση, Τεχνική Στήριξη.

Το Πρόγραμμα βρίσκεται σε εξέλιξη και δεν έχουν συγκεντρωθεί στοιχεία αριθμητικά για την μέχρι τώρα υλοποίηση του.

Ως προς την εκτίμηση των επιπτώσεων στη γυναικεία επιχειρηματικότητα, σύμφωνα με στοιχεία έρευνας πεδίου που διενήργησε ο Σύμβουλος Αξιολόγησης (ΛΚΝ ΑΝΑΛΥΣΙΣ ΕΠΕ-ΕΥΡΩΤΕΚ ΑΕ-ΕΤΑΜ ΕΠΕ) σε 9 Ομάδες Τοπικής Δράσης (ποσοστό 22%) και όχι στο σύνολο τους, για την εκτίμηση των επιπτώσεων στη γυναικεία και νεανική επιχειρηματικότητα, σημειώνεται το εξής:

«Παρά το γεγονός ότι η προώθηση της ισότητας των ευκαιριών αποτελεί βασικό στοιχείο της προσέγγισης που υιοθετεί η Κοινοτική Πρωτοβουλία LEADER+ (σημειώνεται ότι τα επενδυτικά σχέδια που υποβάλλονται από γυναίκες παίρνουν επιπλέον μόρια στην αξιολόγηση), η οποία ενσωματώνει πλήρως την οπτική της άρσης των ανισοτήτων στις ευκαιρίες οικονομικής και κοινωνικής δραστηριοποίησης των νέων και των γυναικών στον αγροτικό χώρο, διαφαίνεται ότι οι επιπτώσεις του προγράμματος στην ενίσχυση της γυναικείας και νεανικής επιχειρηματικότητας στις περιοχές παρέμβασης θα είναι μικρότερες του αναμενόμενου. Συγκεκριμένα ο στόχος του προγράμματος για την υλοποίηση 700 επενδυτικών σχεδίων από γυναίκες θα επιτευχθεί σε ποσοστό 44%, ενώ ο στόχος για την υλοποίηση 900 επενδυτικών σχεδίων από νέους σε ποσοστό 57% αντίστοιχα».



Ειδικότερα διαφαίνονται τα ακόλουθα. Οι γυναίκες αντιπροσωπεύουν το 19,6% όσων υποβάλλουν επενδυτικά σχέδια για την υπαγωγή τους στα Τοπικά Προγράμματα. Επειδή τα στοιχεία από ορισμένες Ομάδες Τοπικής Δράσης δεν είναι ξεχωριστά για γυναίκες και νέους και στην κατηγορία των νέων περιλαμβάνονται και οι γυναίκες κάτω των 30 ετών, η πραγματική συμμετοχή των γυναικών είναι μεγαλύτερη από την προαναφερόμενη.

Οι παρεμβάσεις αγροτικού τουρισμού ολοκληρωμένης προσέγγισης αποτελεί τον τομέα στον οποίο εκδηλώνεται κατά κύριο λόγο το επενδυτικό ενδιαφέρον των γυναικών, αφού συγκεντρώνει περίπου το 59,6% των επενδυτικών σχεδίων που υποβλήθηκαν από γυναίκες και το 48,5% των επενδυτικών σχεδίων που τελικά εγκρίθηκαν και υλοποιούνται από αυτές.

Επίσης σχετικά ισχυρό ενδιαφέρον διαπιστώνεται και για τη δημιουργία μικρών επιχειρήσεων του αγροτικού και των λοιπών τομέων της οικονομίας, όπου συγκεντρώνεται το 33,1% των επενδυτικών σχεδίων που υποβλήθηκαν από γυναίκες και το 41,1% όσων εγκρίθηκαν. Η συγκέντρωση στους κλάδους αυτούς αντανακλά την υψηλή χρηματοδοτική βαρύτητα τους στα Τοπικά Προγράμματα, αλλά και το γεγονός ότι περιλαμβάνουν δραστηριότητες στις οποίες οι γυναίκες παρουσιάζουν παραδοσιακά σημαντική ενασχόληση.

Ως προς τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των γυναικών οι οποίες υλοποιούν επενδυτικά σχέδια, περίπου το 30% ανήκουν στην κατηγορία των νέων έως 30 ετών και καταγράφονται στην κατηγορία των νέων. Οι γυναίκες αυτές είναι στη μεγάλη τους πλειοψηφία απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, γεγονός που βρίσκεται σε αντιστοιχία με τα κυρίαρχα δημογραφικά χαρακτηριστικά των γυναικών στις ελληνικές περιφέρειες, ενώ ένας περιορισμένος αριθμός από αυτές είναι απόφοιτοι πανεπιστημίου ή ανώτερων σχολών. Όσον αφορά την προηγούμενη εμπειρία, οι περισσότερες ασχολούνται με το αντικείμενο της επένδυσης που έκαναν και μάλιστα για αρκετό καιρό, ενώ σχετικά με την προηγούμενη επαγγελματική ενασχόληση των γυναικών που επιχορηγούνται για την έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας διαπιστώνεται η ύπαρξη σημαντικού ποσοστού ελεύθερων επαγγελματιών.

Η συντριπτική πλειοψηφία των γυναικών που υλοποιούν επενδυτικά σχέδια δεν έχουν προηγούμενη συμμετοχή σε κάποιο Πρόγραμμα του Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης, ένα στοιχείο που υπογραμμίζει τη συμβολή της Κ.Π. LEADER+ στη στήριξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας στις αγροτικές περιοχές της χώρας.

### **3. Ολοκληρωμένα Προγράμματα Ανάπτυξης Αγροτικού Χώρου**

Τα Ολοκληρωμένα Προγράμματα Ανάπτυξης Αγροτικού Χώρου (ΟΠΑΑΧ) εφαρμόζονται σε *επιλεγμένες περιοχές* οι οποίες είναι ορεινές και/ή μειονεκτικές και ενισχύουν ιδιωτικές επενδύσεις και δημόσιες τεχνικές και κοινωνικές υποδομές. Ειδικά για τις ιδιωτικές επενδύσεις ενισχύονται τουριστικές και βιοτεχνικές δραστηριότητες καθώς και επενδύσεις μεταποίησης και εμπορίας γεωργικών προϊόντων.

Χρηματοδοτούνται από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Αγροτική Ανάπτυξη και Ανασυγκρότηση της Υπαίθρου ΕΠΑΑ-ΑΥ 2000-2006» του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων και από τα Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα.

Σε ότι αφορά στην πορεία υλοποίησης του προγράμματος βρίσκεται σε εξέλιξη και δεν υπάρχουν συγκεντρωτικά στοιχεία. Επίσης δεν υπάρχουν αναλυτικά στοιχεία για τα επενδυτικά σχέδια που υλοποιούνται από γυναίκες (σημειώνεται μόνο ότι τα επενδυτικά σχέδια που υποβάλλονται από γυναίκες έχουν βαθμολογική προτεραιότητα και ότι αξιολογούνται αναμενόμενες δημιουργούμενες θέσεις εργασίας γυναικών).

Ενδεικτικά για τη συμμετοχή των γυναικών, αναφέρεται στην Ετήσια Έκθεση 2005 της Διαχειριστικής Αρχής του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Αγροτική Ανάπτυξη και Ανασυγκρότηση της Υπαίθρου ΕΠΑΑ-ΑΥ 2000-2006» ότι στα επενδυτικά σχέδια ΟΠΑΑΧ που χρηματοδοτούνται από το ΕΠΑΑ-ΑΥ, το ποσοστό των γυναικών στο σύνολο της χώρας φθάνει στο 23,47%. Ειδικότερα διαπιστώνεται το ενδιαφέρον των γυναικών-επενδυτριών στις τουριστικές και βιοτεχνικές επενδύσεις.

#### **4. Τα Προγράμματα Ενίσχυσης Νέων Ελεύθερων Επαγγελματιών**

Η εκτίμηση του ΟΑΕΔ είναι ότι τα Προγράμματα που αφορούν στην ενίσχυση της επιχειρηματικότητας αξιοποιήθηκαν στο έπακρο από τους δικαιούχους και απορροφούνταν σε κάθε προκήρυξη οι διαθέσιμες πιστώσεις. Ως προς τα στοιχεία προώθησης της ισότητας μεταξύ ανδρών και γυναικών αναφέρεται ότι, στο πλαίσιο του Γ' Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης (2000-2006) σε κάθε παρέμβαση ενισχύονταν, προγραμματικά, η συμμετοχή των γυναικών με κατανομή σε ποσοστό 60% των προβλεπόμενων θέσεων.

##### **4.1. Επιχορήγηση Νέων Ελεύθερων Επαγγελματιών (NEE)**

Στο πλαίσιο του Β' Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης (1995-1999), το Πρόγραμμα Επιχορήγησης Νέων Ελεύθερων Επαγγελματιών αφορούσε στην ενίσχυση των ανέργων 18-64 ετών ανδρών και γυναικών. Σύμφωνα με την Τεκτονίδα (1998), για το έτος 1997 το πρόγραμμα αυτό προέβλεπε την ενίσχυση 10.000 ανδρών και γυναικών ενώ το Υποπρόγραμμα Β που αφορούσε μόνο άνεργες γυναίκες, για το ίδιο έτος, προέβλεπε την επιχορήγηση 1.000 γυναικών Νέων Ελεύθερων Επαγγελματιών με 900.000 δρχ. την καθεμιά.

Στο πλαίσιο του Γ' Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης (2000-2006), το πρόγραμμα απευθύνθηκε σε ανέργους που είχαν ακολουθήσει τη διαδικασία εξατομικευμένης υποστήριξης από εργασιακό σύμβουλο της Τοπικής Υπηρεσίας ή του Κέντρου Προώθησης στην Απασχόληση του ΟΑΕΔ. Προτεραιότητα συμμετοχής είχαν οι γυναίκες με ποσόστωση 60% και οι νέοι 18-25 ετών με ποσόστωση 50%.

Το πρόγραμμα προέβλεπε την υπαγωγή ομόρρυθμων και ετερόρρυθμων εταιριών και ΕΠΕ, με την προϋπόθεση ότι ο κάθε υποψήφιος για ένταξη στο Πρόγραμμα μετέχει τουλάχιστον με ποσοστό 25% στο εταιρικό κεφάλαιο. Στις επιλέξιμες νομικές μορφές συμπεριλαμβάνονταν και οι αστικές μη κερδοσκοπικές εταιρίες. Για τους συνεταιρισμούς το πρόγραμμα προέβλεπε την ένταξη μέχρι πέντε ατόμων για κάθε νέα επιχορήγηση.

Σύμφωνα με τις προκηρύξεις του Υπουργείου Απασχόλησης και Κοινωνικής Προστασίας ([www.prosonolotahos.gr](http://www.prosonolotahos.gr)), το ποσό της επιχορήγησης ανά Νέο Ελεύθερο Επαγγελματία για το χρονικό διάστημα 2000-2003 ανέρχονταν σε 7.400 Ευρώ. Στο πρόγραμμα του 2004 το ποσό της επιχορήγησης αναπροσαρμόστηκε σε 8.400 ευρώ και στο πρόγραμμα του 2006 το ποσό της επιχορήγησης κυμαίνονταν από 9.000 ευρώ

έως 12.000 ευρώ, ανάλογα με την κατάσταση του δικαιούχου. Επιπλέον το ποσό αυτό προσαυξάνονταν κατά 3.000 ευρώ αν οι άνεργοι ήταν επιδοτούμενοι και διέκοπταν την επιδότηση ανεργίας μέχρι και το 2<sup>ο</sup> μήνα. Σημειώνεται ότι στο Πρόγραμμα μπορούσαν να υπαχθούν μέχρι δυο μέλη εταιριών και μέχρι πέντε μέλη συνεταιρισμών.

Από στοιχεία που μας παραχώρησε ο ΟΑΕΔ το έτος 2006, διαπιστώνουμε ότι για το έτος 2000, προκηρύχθηκαν 18.085 ΝΕΕ και εντάχθηκαν ισάριθμα άτομα, άνδρες και γυναίκες. Όπως φαίνεται και από τον πίνακα 2.1 που ακολουθεί, το έτος 2001 προκηρύχθηκαν 3.407 ΝΕΕ και εντάχθηκαν 3.318 άτομα, το έτος 2002 προκηρύχθηκαν 4.920 ΝΕΕ και ενισχύθηκαν 4.920 άτομα, από τα οποία τα 2.182 είναι γυναίκες, το 2003 προκηρύχθηκαν 8.000 ΝΕΕ και ενισχύθηκαν 6.918, από τους οποίους οι 3.738 είναι γυναίκες. Για το έτος 2004, προκηρύχθηκαν 7.500 ΝΕΕ, ενισχύθηκαν 6.666 από τους οποίους οι 3.236 είναι γυναίκες. Για το έτος 2006 η προκήρυξη αφορούσε 9.000 ανέργους.

**Πίνακας 2.1:** Επιχορήγηση Νέων Ελεύθερων Επαγγελματιών

ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΘΗΚΑΝ	ΓΥΝΑΙΚΕΙΕΣ
	ΩΦΕΛΟΥΜΕΝΩΝ (με βάση την προκήρυξη)		ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΘΗΚΑΝ
2000	18.085	18.085	
2001	3.407	3.318	
2002	4.920	4.920	2.182
2003	8.000	6.918	3.738
2004	7.500	6.666	3.236
2006	9.000		

Σύμφωνα με την Έκθεση για την πορεία υλοποίησης του Ε.Π. «Απασχόληση και Επαγγελματική Κατάρτιση» στην 5<sup>η</sup> Επιτροπή Παρακολούθησης (Νοέμβριο 2005), τα πλέον επιτυχημένα προγράμματα σε ότι αφορά το ποσοστό κάλυψης, ήταν τα προγράμματα Νέων Ελεύθερων Επαγγελματιών του 2000 και 2001, με ποσοστό κάλυψης 100% και 97,4 αντίστοιχα. Τα προγράμματα των ετών 2002, 2003 και 2004 παρουσίασαν ποσοστό κάλυψης χαμηλότερο του 90% γιατί είχαν ενεργοποιηθεί τα προγράμματα του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα» που έδρασαν ανταγωνιστικά. Συνολικά μέχρι 30/6/2005 είχαν επωφεληθεί από τη Δράση και δημιούργησαν μικρές κυρίως ατομικές επιχειρήσεις περίπου 39.250 άτομα (άνδρες και γυναίκες). Από αυτά 53% ήταν γυναίκες και 47% άνδρες. Συνολικά ενισχύθηκαν 20.839 γυναικείες επιχειρήσεις, ατομικής ή συλλογικής μορφής.

#### 4.2 Πρόγραμμα Επιχορήγησης Νέων Ελεύθερων Επαγγελματιών Γυναικών

Οι γυναίκες που συμμετέχουν στο πρόγραμμα *Ολοκληρωμένες παρεμβάσεις υπέρ των γυναικών* (Ε.Π. Απασχόληση και Επαγγελματική Κατάρτιση 2000-2006, Μέτρο 5.3) που υλοποιήθηκε με ευθύνη της Γενικής Γραμματείας Ισότητας μπορούσαν να ενταχθούν σε πρόγραμμα του ΟΑΕΔ για απόκτηση εργασιακής εμπειρίας (STAGE), για Νέα Θέση Εργασίας σε επιχειρήσεις που ενισχύονταν γι' αυτό και για ενίσχυση της επιχείρησης που θα δημιουργούσαν.

Σύμφωνα με την πρόσκληση του ΟΑΕΔ 1.000 άνεργες γυναίκες ηλικίας 18-64 ετών, που συμμετείχαν σε σχέδιο δράσης μπορούσαν να επιχορηγηθούν με ποσό 9.000 Ευρώ, για να ανοίξουν τη δική τους ατομική ή εταιρική επιχείρηση. Σε περίπτωση δημιουργίας εταιρικών επιχειρήσεων μπορούσαν να υπαχθούν στο πρόγραμμα μέχρι και πέντε μέλη εταιριών και επτά μέλη Συνεταιρισμών.

Το πρόγραμμα αυτό βρίσκεται σε εξέλιξη. Σύμφωνα με τα τελευταία δημοσιοποιημένα στοιχεία του Κέντρου Ερευνών για Θέματα Ισότητας (ΚΕΘΙ), στο διαδίκτυο ([www.draseis-gynaikes.gr](http://www.draseis-gynaikes.gr)) έχουν συσταθεί μέχρι τώρα 301 γυναικείες επιχειρήσεις σε ολόκληρη τη χώρα. Ως προς την χωρική κατανομή, το 50% περίπου αυτών των επιχειρήσεων βρίσκονται στην Αθήνα και στη Θεσσαλονίκη. Ως προς το αντικείμενο αυτό καλύπτει όλο το φάσμα των δραστηριοτήτων της παροχής υπηρεσιών. Αξίζει να σημειωθεί ότι στην Περιφέρεια Ηπείρου έχουν συσταθεί και χρηματοδοτηθεί τρεις Συνεταιρισμοί Γυναικών (ένας στη Βίγλα Άρτας με παραδοσιακά είδη και στολές στον αργαλειό, ένας στα Ιωάννινα και ένας στο Θεσπρωτικό Πρεβέζης με μαρμελάδες, γλυκά, ζυμαρικά, catering). Επίσης, στο πλαίσιο του προγράμματος αυτού έχει συσταθεί και χρηματοδοτηθεί ο Αγροτουριστικός Συνεταιρισμός Γυναικών για την παρασκευή παραδοσιακών προϊόντων στο Αυλωνάρι Εύβοιας.

## **5. Προγράμματα Ενίσχυσης Γυναικείας και Νεανικής Επιχειρηματικότητας**

### **5.1 Ενίσχυση επιχειρηματικότητας γυναικών**

Το μοναδικό πρόγραμμα που έχει σκοπό *αποκλειστικά* την ανάπτυξη και προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα είναι η «Ενίσχυση Επιχειρηματικότητας Γυναικών» και εφαρμόστηκε για πρώτη φορά, κατά τη διάρκεια του Β' Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης (1995-1999), ως Δράση του Επιχειρησιακού Προγράμματος Βιομηχανίας. Η δράση απέβλεπε στην δημιουργία ενός ολοκληρωμένου προγράμματος προώθησης της γυναικείας επιχειρηματικότητας, το οποίο θα βοηθούσε τις γυναίκες, που ήδη είναι επιχειρηματίες ή που εισέρχονται στον επιχειρηματικό κόσμο, να αποκτήσουν πρόσβαση στις νεότερες τεχνολογίες, να αναπτύξουν μοντέρνες τεχνικές διοίκησης και να αποκτήσουν ευκολότερα νέο και σύγχρονο παραγωγικό εξοπλισμό.

Προκειμένου να επιτευχθούν τα παραπάνω, το πρόγραμμα προέβλεπε την χρηματοδότηση, με ποσοστό επιχορήγησης 50%, ενεργειών αγοράς εξοπλισμού και λογισμικού, προώθησης προβολής (π.χ. συμμετοχή σε εκθέσεις, δημιουργία ιστοσελίδας, δημιουργία εντύπων, καταχωρήσεις, κ.α) και ενεργειών ανάπτυξης υποστηρικτικών δράσεων (μελέτες, νομικές και φοροτεχνικές συμβουλές, κ.λπ).

Κύρια προϋπόθεση για την συμμετοχή στο πρόγραμμα ήταν η κατοχή του 51% του μετοχικού κεφαλαίου της επιχείρησης και η αποκλειστική άσκηση διοίκησης από γυναίκα /γυναίκες. Οι λοιπές προϋποθέσεις, που ήταν επίσης απαραίτητες για την συμμετοχή στο πρόγραμμα, διαφοροποιούνταν ανάλογα με τη μορφή της επιχείρησης (υπό ίδρυση- νέα ή υφιστάμενη).

Για την εφαρμογή του Προγράμματος έγινε μια προκήρυξη το 1998. Σύμφωνα με την Απολογιστική Έκθεση του Προγράμματος από το Κέντρο Επιχειρηματικής και Πολιτιστικής Ανάπτυξης, που αποτέλεσε και τον Ενδιάμεσο Φορέα Διαχείρισης, από τους φακέλους υποψηφιότητας που υποβλήθηκαν, εντάχθηκαν συνολικά 198 έργα-επιχειρήσεις, με εγκεκριμένο προϋπολογισμό 6.232.257.000 δρχ. και δημόσια χρηματοδότηση 3.116.128.500 δρχ., από τα οποία υπέγραψαν την απαιτούμενη σύμβαση επιχορήγησης οι δικαιούχοι μόνο 153 έργων με συνολικό προϋπολογισμό 4.987.245.000 δρχ. Τελικά από τα 153 έργα ολοκληρώθηκαν τα 132, με τελικό αποδεκτό προϋπολογισμό 4.053.400.880 δρχ. και αναλογούσα δημόσια χρηματοδότηση ανερχόμενη σε 2.026.700.440 δρχ.

Ως προς τη διασπορά των έργων, σύμφωνα με τα στοιχεία της υποβολής, της έγκρισης και της συμβασιοποίησης υπήρχε μία σημαντική διασπορά των έργων στην Επικράτεια με τους νομούς Αττικής και Θεσσαλονίκης να κατέχουν πολύ υψηλά ποσοστά (49,5% Ν. Αττικής και 17,17% Ν. Θεσσαλονίκης για τα ενταγμένα έργα). Από την υπόλοιπη Ελλάδα οι νομοί με τα μεγαλύτερα ποσοστά εγκεκριμένων έργων ήταν οι Νομοί Μαγνησίας, Εύβοιας και Κορινθίας με 4 έργα, (ποσοστό 2%).

Σε σχέση με τους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας υπερέιχαν οι κλάδοι της διατροφής και των εκδόσεων – εκτυπώσεων με 36 έργα (18,18%) και ακολούθησε ο κλάδος της ένδυσης με 32 έργα (16,16%).

Τέλος σε σχέση με την μορφή των επιχειρήσεων που εντάχθηκαν στην Δράση, 98 επιχειρήσεις ήταν υφιστάμενες, δηλαδή λειτουργούσαν 3 έτη και 100 επιχειρήσεις ήταν υπό ίδρυση και νέες, δηλαδή είτε επρόκειτο να ιδρυθούν είτε λειτουργούσαν λιγότερο από 3 έτη.

Το Πρόγραμμα «Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας» θεωρήθηκε ιδιαίτερα πετυχημένο, έτσι ώστε στο Γ' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης (2000-2006) εφαρμόστηκε και πάλι ως Δράση του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα». Η υλοποίηση της Δράσης έχει ανατεθεί στον Ελληνικό Οργανισμό Μικρών-Μεσαίων Επιχειρήσεων και Χειροτεχνίας (ΕΟΜΜΕΧ) υπό την εποπτεία του Υπουργείου Ανάπτυξης.

Στο Πρόγραμμα εντάσσονται επιχειρηματικά σχέδια γυναικών που είναι άνεργες, μισθωτές ή ελεύθεροι επαγγελματίες και επιχειρήσεις οποιασδήποτε μορφής καθώς και συνεταιρισμοί, με την προϋπόθεση ότι θα μετέχουν στο κεφάλαιο γυναίκες με ποσοστό τουλάχιστον 75% και θα έχουν αποκλειστικά τη διαχείριση της εταιρίας.

Ο συνολικός προϋπολογισμός κάθε επιχειρηματικού σχεδίου μπορεί να κυμαίνεται από 30.000 έως 150.000 ευρώ ανάλογα με τη δραστηριότητα της επιχείρησης και η επιχορήγηση ανέρχεται στο 50% του συνολικού εγκεκριμένου προϋπολογισμού.

Οι επιλέξιμες δαπάνες είναι εξοπλισμός και ειδικές εγκαταστάσεις (έως 80%), διαμόρφωσης χώρων, προβολής – προώθησης και άλλες δαπάνες (έως 20%).

Για το Πρόγραμμα αυτό έχουν πραγματοποιηθεί μέχρι τώρα τέσσερις κύκλοι προκήρυξης. Ο αριθμός των επιχειρήσεων που έχουν ενταχθεί, ο συνολικός προϋπολογισμός και οι νέες θέσεις εργασίας (αυτοαπασχόληση και ετεροαπασχόληση) που έχουν δημιουργηθεί σύμφωνα με στοιχεία που δόθηκαν από

τον EOMMEX στο πλαίσιο της παρούσας έρευνας (Μάρτιος 2006) και από Δελτία Τύπου του Υπουργείου Ανάπτυξης φαίνονται στον παρακάτω πίνακα.

**Πίνακας 2.2:** Στοιχεία επιχειρήσεων που έχουν ενταχθεί

Κύκλος Προγράμματος	Εντεταγμένες προτάσεις	Προϋπολογισμός προτάσεων (€)	Αυτοαπασχόληση και Νέες Θέσεις Εργασίας
A	276	17.899.105	870
B	378	30.617.940	1.610
Γ	568	48.957.120	1.639
Δ	1.634	133.442.87	2.147

ΠΗΓΗ: EOMMEX (Μάρτιος 2006)

Σύμφωνα με την έκθεση ενδιάμεσης αξιολόγησης του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα» ([www.ypan.gr](http://www.ypan.gr)) εκτιμάται ότι η συμμετοχή των γυναικών στις προκύπτουσες θέσεις εργασίας ανέρχεται σε 58% και η συμμετοχή των ανδρών σε 42%.

Ο τομέας δραστηριότητας που συγκεντρώνει τον μεγαλύτερο αριθμό των υποβαλλόμενων προτάσεων και επομένως και των εγκεκριμένων έργων είναι οι Υπηρεσίες, ακολουθεί η μεταποίηση ενώ οι τομείς του εμπορίου και του τουρισμού έχουν πολύ μικρή συμμετοχή (EOMMEX Μάρτιος 2006). Ως προς την κατανομή των επιχειρήσεων στο χώρο, μεγάλος αριθμός προτάσεων κατατίθεται από τα μεγάλα αστικά κέντρα, κύρια από Αθήνα.

**Πίνακας 2.3:** Τομείς δραστηριότητας

Κύκλος Προγράμματος	Εντεταγμένες προτάσεις	Μεταποίηση	Εμπόριο	Υπηρεσίες	Τουρισμός
A	276	139	28	22	87
B	378	148	8	200	21
Γ	568	199	14	331	23
Δ	1.63				

ΠΗΓΗ: EOMMEX (Μάρτιος 2006)

Για την αξιοποίηση του προγράμματος από επιχειρήσεις της Περιφέρειας, η Δημόσια Δαπάνη κάθε κύκλου προκήρυξης διατέθηκε κατά 50% ανεξάρτητα από την Περιφέρεια και κατά 50% με περιφερειακή κατανομή.



Ενδεικτικά, η περιφερειακή κατανομή των εγκεκριμένων προτάσεων του Δ' Κύκλου προκήρυξης, φαίνεται στον παρακάτω πίνακα

**Πίνακας 2.4:** Περιφερειακή κατανομή των εγκεκριμένων προτάσεων του Δ' Κύκλου προκήρυξης

Περιφέρεια	Αριθμός επιχειρήσεων	Ποσοστό %	Συνολικός προϋπολογισμός	Δημόσια Δαπάνη
Αττική	592	36,23	49.298.575	27.114.216
Κεντρική Μακεδονία	325	19,89	27.211.512	14.966.331
Κρήτη	100	6,12	7.667.003	4.216.852
Θεσσαλία	97	5,94	8.571.280	4.714.204
Δυτική Ελλάδα	80	4,90	6.317.859	3.474.822
Πελοπόννησος	80	4,90	6.144.394	3.379.416
Αν. Μακεδονία-Θράκη	79	4,83	6.441.722	3.542.947
Στερεά Ελλάδα	72	4,41	6.067.089	3.336.899
Νότιο Αιγαίο	62	3,79	4.459.025	2.452.463
Ήπειρος	44	2,69	3.293.922	1.811.657
Ιόνια Νησιά	42	2,57	3.266.028	1.796.315
Δυτική Μακεδονία	35	2,14	2.769.713	1.523.342
Βόρειο Αιγαίο	26	1,59	1.934.743	1.064.108

ΠΗΓΗ: ΕΟΜΜΕΧ (Μάρτιος 2006)

## 5.2 Ενίσχυση νεανικής επιχειρηματικότητας

Στο Γ' κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης (2000-2006), στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα» περιλαμβάνονταν η Δράση «Ενίσχυση Νεανικής Επιχειρηματικότητας» η οποία έδινε τη δυνατότητα σε νέες και νέους 21-39 ετών, άνεργους, μισθωτούς ή ελεύθερους επαγγελματίες που δεν ασκούσαν επιχειρηματική δραστηριότητα τουλάχιστον ένα χρόνο πριν από την ημερομηνία προκήρυξης του προγράμματος να δημιουργήσουν ή να βελτιώσουν τη δική τους επιχείρηση.

Στο Πρόγραμμα αυτό εντάσσονται επιχειρηματικά σχέδια με συνολικό προϋπολογισμό από 30.000 έως 150.000 ευρώ, ανάλογα με το αντικείμενο της επιχείρησης, η δημόσια επιχορήγηση ανέρχονταν στο 50% του συνολικού εγκεκριμένου προϋπολογισμού και οι επιλέξιμες δαπάνες ήταν εξοπλισμός και ειδικές εγκαταστάσεις, διαμόρφωσης χώρων, προβολής – προώθησης και άλλες δαπάνες.

Για το Πρόγραμμα αυτό έχουν πραγματοποιηθεί μέχρι τώρα τέσσερις κύκλοι προκήρυξης. Σύμφωνα με στοιχεία του Γραφείου Τύπου και Δημοσίων Σχέσεων του

Υπουργείου Ανάπτυξης, ο αριθμός των επιχειρήσεων που έχουν ενταχθεί, ο συνολικός προϋπολογισμός και οι νέες θέσεις εργασίας (αυτοαπασχόληση και ετεροαπασχόληση) που έχουν δημιουργηθεί φαίνονται στον παρακάτω πίνακα.

**Πίνακας 2.5** Στοιχεία επιχειρήσεων που έχουν ενταχθεί

Κύκλος Προγράμματος	Εντεταγμένες προτάσεις	Προϋπολογισμός προτάσεων (εκ. ευρώ)	Αυτοαπασχόληση και Νέες Θέσεις Εργασίας
A	245	20,27	1.006
B	529	43,09	1.365
Γ	699	55,31	1.740
Δ	2.173	177,66	

ΠΗΓΗ: Υπουργείο Ανάπτυξης, Γραφείο Τύπου και Δημοσίων Σχέσεων

Στοιχεία για την αξιοποίηση του Προγράμματος από νέες γυναίκες δεν υπάρχουν. Σύμφωνα όμως με την έκθεση ενδιάμεσης αξιολόγησης του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα» ([www.ypan.gr](http://www.ypan.gr)) εκτιμάται ότι η συμμετοχή των γυναικών στις προκύπτουσες θέσεις εργασίας θα είναι 42% για την ετεροαπασχόληση και 19% για τους αυτοαπασχολούμενους.

Ο τομέας δραστηριότητας που συγκεντρώνει τον μεγαλύτερο αριθμό των υποβαλλόμενων προτάσεων και επομένως και των εγκεκριμένων έργων είναι οι Υπηρεσίες, ακολουθεί η μεταποίηση ενώ ο τομέας του τουρισμού έχει μικρή συμμετοχή και ο τομέας του εμπορίου μηδαμινή.

Επίσης ως προς την κατανομή τους στο χώρο, μεγάλος αριθμός προτάσεων κατατίθεται από τα μεγάλα αστικά κέντρα, κύρια από Αθήνα.

### 5.3 Άλλα Προγράμματα του ΕΠ «ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ»

Υπάρχουν και άλλα προγράμματα του Ε. Π. «Ανταγωνιστικότητα» τα οποία ενισχύουν ιδιωτικές επενδύσεις και μπορούν να αξιοποιηθούν και από τις γυναίκες όπως μπορούν να αξιοποιηθούν και από τους άνδρες (χωρίς να υπάρχει ρήτρα ποσόστωσης για τη συμμετοχή γυναικών ή επιπλέον βαθμολογία).

Κάποια από τα προγράμματα αυτά είναι:

1. *Ενίσχυση επιχειρηματικότητας ατόμων με αναπηρίες* (έχουν πραγματοποιηθεί τρεις κύκλοι προκήρυξης και έχουν ενταχθεί συνολικά 284 επιχειρηματικά σχέδια)

2. *Ενίσχυση ανταγωνιστικότητας πολύ μικρών επιχειρήσεων του εμπορίου* (ενισχύθηκαν 2.444 επιχειρηματικά σχέδια συνολικού προϋπολογισμού 200 εκ ευρώ).

3. *Ενίσχυση ανταγωνιστικότητας Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων και πολύ Μικρών Επιχειρήσεων* (πραγματοποιήθηκαν τέσσερις κύκλοι προκηρύξεων και έχουν ενταχθεί συνολικά 3.538 επιχειρήσεις με συνολικό προϋπολογισμό προτάσεων 916,4 εκ. ευρώ).

4. *Ενίσχυση τουριστικών επιχειρήσεων*

5. *Ενίσχυση πολύ μικρών επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών*

6. *Πρόγραμμα «Δικτυωθείτε».*

#### **5.4 Ανάπτυξη της γυναικείας απασχόλησης και επιχειρηματικότητας**

Στις 18/7/2007 ανακοινώθηκε η προκήρυξη του προγράμματος του EOMMEX «Ανάπτυξη της γυναικείας απασχόλησης και επιχειρηματικότητας» (λήξη υποβολής φακέλων υποψηφιότητας 5/11/2007). Το πρόγραμμα υλοποιείται στο πλαίσιο των ΠΕΠ και περιλαμβάνει την παροχή οικονομικής ενίσχυσης για την ανάπτυξη και λειτουργία υφιστάμενων επιχειρήσεων γυναικών επιχειρηματιών ή γυναικών ελεύθερων επαγγελματιών, με στόχο την ενδυνάμωση και διατήρηση της απασχόλησης σ' αυτές τις επιχειρήσεις.

Η οικονομική ενίσχυση καλύπτει τα εξής:

1) Παροχή εξειδικευμένων συμβουλευτικών υπηρεσιών

2) Συμμετοχή σε θεματικά εργαστήρια (workshops)

3) Συμμετοχή σε εκθέσεις, ανοικτά συνέδρια και ημερίδες

4) Συμμετοχή των γυναικών σε επιχειρηματικές αποστολές.

5) Διαφήμιση και προβολή μικρής κλίμακας των γυναικείων επιχειρήσεων.

6) Προμήθεια εξοπλισμού και λογισμικού.

Στοιχεία για την αξιοποίηση του Προγράμματος δεν υπάρχουν ακόμα.

## 6. Συνοπτικά

Οι περισσότερες γυναικείες επιχειρήσεις αξιοποιούν το πρόγραμμα *Ενίσχυσης Νέων Ελεύθερων Επαγγελματιών*, του ΟΑΕΔ για τους εξής λόγους:

- Οι γυναίκες που δημιουργούν επιχείρηση στην ύπαιθρο είναι κύρια άνεργες γυναίκες, που αντιμετωπίζουν την επιχείρηση τους ως διέξοδο για απασχόληση και όχι με επιχειρηματικό πνεύμα.

- Σε περιόδους όξυνσης της ανεργίας, όπως χαρακτηρίζεται η σημερινή κατάσταση, η επιχειρηματικότητα αποτελεί σημαντική πηγή δημιουργίας απασχόλησης. Οι γυναίκες δηλαδή δημιουργούν τη δική τους επιχείρηση για αυτοαπασχόληση και όχι γιατί επενδύουν με στόχο την κερδοφορία.

- Το πρόγραμμα αυτό δεν απαιτεί ίδια συμμετοχή, και αυτό αποτελεί το πλεονέκτημα για τις γυναίκες έναντι άλλων προγραμμάτων (στα οποία η ίδια συμμετοχή ανέρχεται περίπου στο 50%). Αυτό ερμηνεύεται είτε ως αποτέλεσμα οικονομικών δυσχερειών, δηλαδή δεν υπάρχουν οι οικονομικοί πόροι για την έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας, είτε ως επιφύλαξη για την επένδυση που πρόκειται να γίνει.

- Μέρος της ενίσχυσης δίνεται προκαταβολικά, πριν να γίνουν δαπάνες και επομένως οι γυναίκες έχουν τη δυνατότητα να ξεκινήσουν την επιχείρησή τους χωρίς να καταβάλουν άμεσα δικά τους χρήματα. Αντίθετα στα άλλα προγράμματα η ενίσχυση δίνεται *απολογιστικά*, δηλαδή αφού πραγματοποιηθούν και πληρωθούν οι δαπάνες, με συνέπεια η επιχειρηματίας να πρέπει να ξεκινήσει με δικά της χρήματα.

- Επιπλέον τα προγράμματα αυτά απαιτούν για την έγκριση του φακέλου υποψηφιότητας να αποδεικνύεται η δυνατότητα κάλυψης της ίδιας συμμετοχής της επένδυσης με *ιδίους πόρους* τουλάχιστον κατά το 20%.

Τα προγράμματα γυναικείας και νεανικής επιχειρηματικότητας δεν είχαν αποδοχή από τις γυναίκες της υπαίθρου, ενδεχόμενα διότι απαιτούσαν το 50% του προϋπολογισμού ως ίδια συμμετοχή. Την ίδια δυσκολία είχαν και οι Κοινοτικές Πρωτοβουλίες.

Τέλος επισημαίνεται ότι οι διοικητικού χαρακτήρα δυσκολίες, που συνδέονται με την έκδοση των αναγκαίων δικαιολογητικών και αδειοδοτήσεων καθώς και η ύπαρξη γραφειοκρατικών εμποδίων όπως χρονοβόρες και πολύπλοκες διαδικασίες για την υλοποίηση των επενδύσεων αφορούν στο σύνολο των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων .

***ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ:***  
***Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα με Στοιχεία***  
***Διεθνών Οργανισμών***

---

## 1. Εισαγωγή

Η συμβολή των γυναικών στην οικονομική δραστηριότητα αυξάνεται συνεχώς στις περισσότερες χώρες του κόσμου. Οι γυναίκες επιχειρηματίες και οι επιχειρήσεις τους αποτελούν σημαντικό κομμάτι του επιχειρηματικού γίγνεσθαι και έχουν συμβάλει στην ανάπτυξη πολλών υπηρεσιών και προϊόντων (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2004). Πράγματι, σε όλο τον κόσμο, γενεές γυναικών συμβάλλουν στην ανάπτυξη του οικονομικού περιβάλλοντός τους και καταδεικνύουν πολύ ενθαρρυντικά σημάδια επιχειρηματικού πνεύματος. Τα στατιστικά δεδομένα του Οργανισμού για την Οικονομική Συνεργασία και Ανάπτυξη (Ο.Κ.Δ.Ε., 2000) δείχνουν ότι από τις αρχές της δεκαετίας του 1980 παρατηρείται αύξηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας στις χώρες – μέλη του, σε τέτοιο βαθμό ώστε σε ορισμένες περιοχές να υπερβαίνει ακόμη και την ανδρική επιχειρηματικότητα (St-Cyr et al., 2004).

Είναι τέτοιος ο δυναμισμός που επιδεικνύουν οι γυναίκες στον επιχειρηματικό τομέα, τα τελευταία χρόνια, που ορισμένοι ερευνητές υποστηρίζουν ότι *«οι χώρες που δεν ενθαρρύνουν σημαντικά τις γυναίκες να δημιουργήσουν δικές τους επιχειρήσεις και να τις αναπτύξουν, αγνοούν το πραγματικό επιχειρηματικό τους δυναμικό»* (Reynolds and al., 2000). Άλλωστε, η ενθάρρυνση της γυναικείας επιχειρηματικότητας αποτελεί για πολλές χώρες τη συνισταμένη πολιτικών που στοχεύουν τόσο στην ανάπτυξη του επιχειρηματικού τους δυναμικού και στην καταπολέμηση της ανεργίας όσο και στην προώθηση των συνθηκών ισότητας μεταξύ των φύλων (Γιδαράκου, 2005).

Τα μεγέθη της γυναικείας επιχειρηματικότητας, όπως παρουσιάζονται από μελέτες και επίσημες καταγραφές είναι συνεχώς αυξανόμενα και ενδεχομένως πολλές φορές να μην αποδίδουν την πραγματική διάσταση του φαινομένου, καθώς είναι γεγονός ότι κλάδοι απασχόλησης, οι οποίοι δεν συμπεριλαμβάνονται στις επίσημες στατιστικές, κυριαρχούνται από γυναίκες. Πράγματι, η έλλειψη στατιστικών στοιχείων για τις γυναικείες επιχειρήσεις είναι ένα πρόβλημα που έχει επισημανθεί και οφείλεται κατά κύριο λόγο στο γεγονός ότι τα στατιστικά στοιχεία συγκεντρώνονται κυρίως για μεγάλες επιχειρήσεις και όσες δραστηριοποιούνται στο βιομηχανικό τομέα, παρά για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις άλλων κλάδων, όπως είναι συνήθως οι γυναικείες. Εξάλλου, οι μέθοδοι συγκέντρωσης στοιχείων από τους

υπεύθυνους φορείς συχνά δεν προβλέπουν την καταγραφή των διαφορών που υπάρχουν ανάμεσα σε γυναικείες και ανδρικές επιχειρήσεις (OECD, 2001).

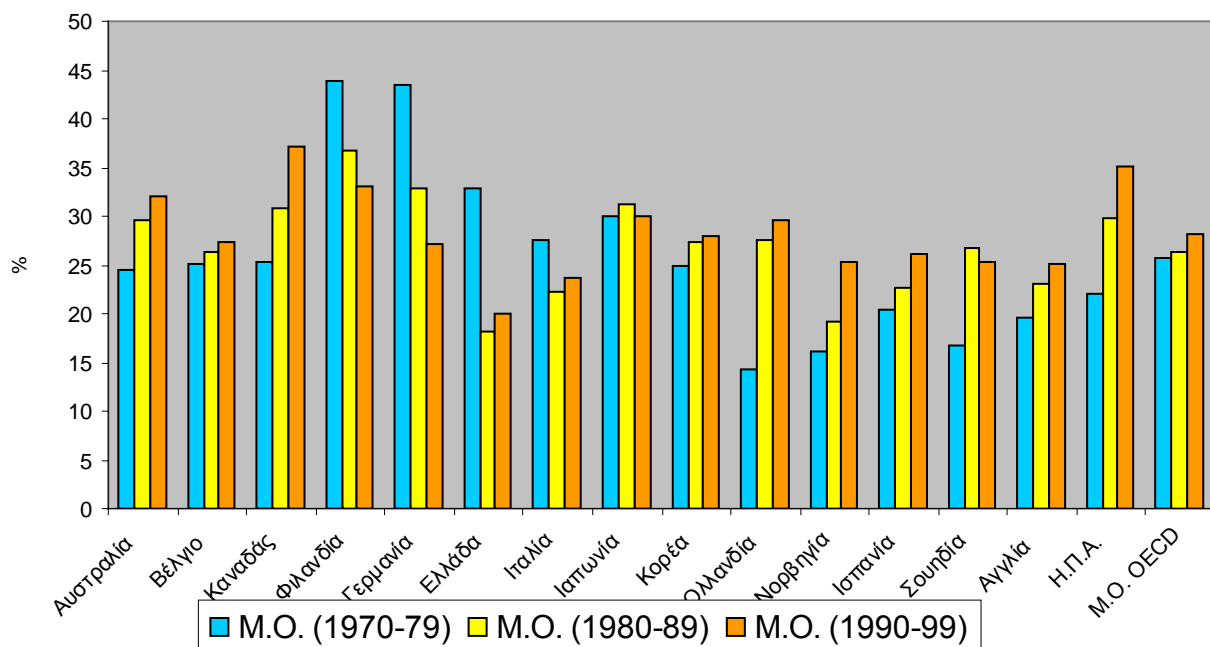
Το παραπάνω φαινόμενο είναι έντονο και στην Ελλάδα, όπου επίσης δεν έχει καταγραφεί συστηματικά το πώς επιχειρηματίες διαφορετικού φύλου απαντούν στις προκλήσεις της αγοράς, καινοτομούν ή προσδένονται σε οικείες μεθόδους παραγωγής, υποτάσσονται στις επιταγές της οικονομικής πολιτικής ή καταφεύγουν σε στρατηγικές με τις οποίες αναδιατάσσουν τις δυνάμεις τους. Σύμφωνα με την πρόεδρο του Συνδέσμου Επιχειρηματιών Γυναικών Ελλάδας (ΣΕΓΕ), η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα εξακολουθεί να βρίσκεται αρκετά βήματα πίσω σε σχέση με τις πιο αναπτυγμένες χώρες της Ε.Ε. Παρόλαυτά, ο ρόλος της γυναίκας και η αναγκαία συμμετοχή της στις διαδικασίες ανάπτυξης είναι σημαντικός και για την Ελλάδα (Ονουφρίου, αχρονολόγητο) και κατά τη διάρκεια της τελευταίας πενταετίας τουλάχιστον αρχίζει να λαμβάνει οργανωμένη μορφή η στήριξή της (<http://www.dream.net.gr>).

## 2. Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα με Αριθμούς

Σύμφωνα με επίσημα στοιχεία του Οργανισμού για την Οικονομική Ανάπτυξη και Συνεργασία (OECD, 2001), για τις χώρες μέλη του, όπως χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ανατολικής Ευρώπης, τις Η.Π.Α., της Λατινικής Αμερικής, της Ασίας και την Αυστραλία, τη δεκαετία του 1970 οι γυναίκες εργαζόμενες και επιχειρηματίες αποτελούσαν το 1/4 του συνόλου στις χώρες αυτές και μόνο δύο χώρες (Φιλανδία και Γερμανία) είχαν αρκετά υψηλότερα ποσοστά (43,9% και 43,5% αντίστοιχα) (Σχήμα 3.1).

Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1980 το ποσοστό των γυναικών εργαζομένων και επιχειρηματιών στις χώρες αυτές αυξήθηκε, με αποτέλεσμα να αποτελούν το 1/3 του συνόλου των επιχειρήσεων, με εξαίρεση την Τουρκία (7,7%). Επιμέρους, σε χώρες όπως η Φιλανδία, η Γερμανία, η Ελλάδα και η Ιταλία το ποσοστό αυτό παρουσίασε σημαντική μείωση (36,8%, 32,9%, 18,1% και 22,3% αντίστοιχα) ενώ στις ΗΠΑ και τον Καναδά αξιόλογη αύξηση (29,7% και 30,8% αντίστοιχα).

**Σχήμα 3.1:** Ποσοστό γυναικών εργαζομένων και επιχειρηματιών σε χώρες-μέλη του ΟΟΣΑ, στο σύνολο αυτών για την περίοδο 1970-1999



ΠΗΓΗ: OECD, 2001



Η περαιτέρω αύξηση του ποσοστού των γυναικών εργαζομένων και επιχειρηματιών που παρατηρήθηκε κατά τη δεκαετία του 1990 στις χώρες μέλη του Οργανισμού, ήταν ουσιαστική όχι μόνο σε ανεπτυγμένες χώρες, όπως οι Η.Π.Α. και ο Καναδάς, αλλά και σε χώρες με μεταβατική οικονομία, όπως η Πολωνία, η Ουγγαρία και η Τσεχία και οφειλόταν κατά κύριο λόγο στη βελτίωση του εργασιακού περιβάλλοντος, όπως ευελιξία στο ωράριο, το οποίο επέτρεψε την ισορροπία ανάμεσα στις επαγγελματικές και τις οικογενειακές υποχρεώσεις μίας γυναίκας (OECD, 2001).

Στην Ευρώπη, την προηγούμενη δεκαετία, τα ποσοστά γυναικείας επιχειρηματικότητας κυμαίνονταν γύρω στο 20-30% αλλά οι τάσεις ήταν αυξητικές. Ωστόσο, παρά την αυξανόμενη τάση που παρατηρήθηκε στη δεκαετία του '90, το ποσοστό των γυναικών επιχειρηματιών παραμένει χαμηλό, τόσο συγκριτικά με αυτό των ανδρών επιχειρηματιών όσο και με το ποσοστό του γυναικείου πληθυσμού (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2004).

Μετά το τέλος της δεκαετίας του '90 στην Ευρωπαϊκή Ένωση των 19 ευρωπαϊκών χωρών (Σκορδίλη, 2005) το Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων καταγράφει ένα ποσοστό 22% των μικρομεσαίων επιχειρήσεων να ανήκει σε γυναίκες. Τα πιο χαμηλά ποσοστά καταγράφονται στην Ελλάδα, και στη συνέχεια στην Αυστρία, το Ηνωμένο Βασίλειο και στη Δανία (μεταξύ 14-16%) (Σκορδίλη 2005).

Από τα στοιχεία του πίνακα 3.1 διαπιστώνεται ότι σήμερα, σε χώρες με χαμηλό ΑΕΠ και ρυθμό ανάπτυξης, όπως είναι οι χώρες της Νότιας Αμερικής, της Ανατολικής Ευρώπης και της Αφρικής, η γυναικεία επιχειρηματικότητα, κυρίως των αρχικών σταδίων, κυμαίνεται σε υψηλά ποσοστά. Τα υψηλότερα καταγράφονται στη Βενεζουέλα (23,86%), στην Ταυλάνδη (19,33%), στην Κίνα (11,60%) και στη Βραζιλία (10,83%).

Αντίθετα, σε χώρες με υψηλό ΑΕΠ, όπως η Ιαπωνία, η Γαλλία, η Γερμανία, η Δανία, η Ελβετία κ.α η γυναικεία επιχειρηματικότητα των αρχικών σταδίων κυμαίνεται σε χαμηλά ποσοστά, σε σχέση με τη συνολική επιχειρηματικότητα και αυτό γιατί στις χώρες αυτές οι μεγάλες εταιρίες και ο δημόσιος τομέας μεριμνούν σε μεγαλύτερο βαθμό για την υγεία και την υποστήριξη των εργαζόμενων μητέρων, στρέφοντας το ενδιαφέρον μακριά από την έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας και την αυτοαπασχόληση.

**Πίνακας 3.1:** Ποσοστά (%) γυναικείας επιχειρηματικής δραστηριοποίησης στις 35 χώρες του GEM (2005)

Χώρα	Επιχειρηματίες αρχικών σταδίων (νέοι και επίδοξοι)	Καθιερωμένοι επιχειρηματίες	Σύνολο
Αγγλία	3,74	2,08	5,82
Αργεντινή	7,39	1,58	8,97
Αυστραλία	7,55	7,09	14,65
Αυστρία	3,66	2,58	6,23
Βέλγιο	2,42	4,03	6,46
Βενεζουέλα	23,86	6,25	30,12
Βραζιλία	10,83	7,00	17,84
Γαλλία	3,33	1,79	5,11
Γερμανία	3,82	2,35	6,18
Δανία	3,09	2,12	5,21
Ελβετία	4,89	7,59	12,47
Ελλάδα	3,37	9,63	13,00
Η.Π.Α.	9,65	3,35	13,00
Ιαπωνία	1,20	3,11	4,31
Ιρλανδία	5,48	3,88	9,35
Ισλανδία	6,40	5,48	11,88
Ισπανία	4,15	6,68	10,83
Ιταλία	3,70	3,64	7,34
Καναδάς	5,56	5,09	10,65
Κίνα	11,60	10,27	21,87
Κροατία	2,58	2,61	5,19
Λετονία	5,02	3,60	8,62
Μεξικό	4,55	0,77	5,32
Νέα Ζηλανδία	13,75	8,03	21,77
Νορβηγία	4,47	4,38	8,85
Νότια Αφρική	4,49	1,00	5,49
Ολλανδία	2,11	3,94	6,05
Ουγγαρία	2,39	1,95	4,34
Σιγκαπούρη	5,04	2,15	7,19
Σλοβενία	2,92	3,78	6,70
Σουηδία	2,99	3,91	6,92
Ταϊλάνδη	19,33	13,15	32,49
Τζαμάικα	15,69	9,49	25,18
Φιλανδία	4,41	4,73	9,14
Χιλή	8,21	2,76	10,97

ΠΗΓΗ: GEM, 2005

Στην Ελλάδα οι γυναίκες αρχίζουν να αναπτύσσουν επιχειρηματική δραστηριότητα κυρίως από τη δεκαετία του 1970, γεγονός που διαχρονικά εξελίσσεται, καθώς στη δεκαετία του 1980 εμφανίζονται ακόμη περισσότερες γυναίκες επιχειρηματίες (Nina-Pazarzi, Giannacourou, 2003). Σύμφωνα με τη Σκορδίλη (2005), τη δεκαετία του 1970 το ποσοστό των γυναικών επιχειρηματιών πλησίαζε μόλις το 5% ενώ σήμερα υπάρχει μία εμφανής ανοδική τάση, αν και με μικρότερους ρυθμούς σε σχέση με τον παγκόσμιο χάρτη, που έχει φτάσει στο 13% του συνόλου των επιχειρήσεων (πίνακας 4.1). Από τα στοιχεία του ίδιου πίνακα διαπιστώνεται ότι το 2005, το 3,4% των γυναικών (110.000 άτομα) ηλικίας 18-64 ετών βρισκόταν στη φάση έναρξης ενός νέου εγχειρήματος στην Ελλάδα, ποσοστό το οποίο εμφάνισε άνοδο σε σχέση με το 2004, που κυμαινόταν στο 2,9%.

Η αύξηση της συμμετοχής των γυναικών στη απασχόληση συνδέεται άμεσα με το ΑΕΠ και ειδικότερα έχει αποδειχθεί ότι συμβάλλει στην αύξησή του. Σύμφωνα με τους οικονομολόγους, η αύξηση του ΑΕΠ εξαρτάται κυρίως από τρεις πηγές: α) την εργασία περισσότερων ανθρώπων, β) τη χρησιμοποίηση περισσότερου κεφαλαίου ανά εργαζόμενο (επενδύσεις) και γ) την τεχνολογική εξέλιξη. Οι υπολογισμοί δείχνουν ότι η αυξημένη γυναικεία απασχόληση έχει ξεπεράσει, σε συνεισφορά στην ανάπτυξη, τις κεφαλαιουχικές επενδύσεις και την αυξημένη παραγωγικότητα λόγω τεχνολογίας. Επιπλέον, αν ήταν δυνατό να προστεθεί η ανατροφή των παιδιών, η οικιακή εργασία που δεν αμείβονται και συνεπώς δεν καταγράφονται από τις στατιστικές υπηρεσίες και δεν καταγράφονται στο ΑΕΠ, τότε θα διαπιστώναμε ότι οι γυναίκες παράγουν περισσότερο από το ήμισυ της παγκόσμιας παραγωγής. Η συμμετοχή, επομένως, ενός μεγαλύτερου αριθμού γυναικών στην αγορά εργασίας, αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για την επίλυση προβλημάτων που σχετίζονται με το ΑΕΠ όπως το δημογραφικό και η φτώχεια (Αργυρή, 2006).

Σύμφωνα με στοιχεία του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας (GEM, 2006), κάποια από τα προγράμματα που κατάφεραν να αυξήσουν τη συμμετοχή της γυναίκας στην επιχειρηματική δραστηριοποίηση θεωρήθηκαν επιτυχημένα γιατί μερίμνησαν για την ύπαρξη ευκαιριών δικτύωσης και διαθεσιμότητας προτύπων, γεγονός που κρίνεται ιδιαίτερα σημαντικό, καθώς οι γυναίκες επιχειρηματίες στρέφονται στα πρότυπα επιχειρηματιών και στα δίκτυα επιχειρήσεων τόσο για πληροφορίες όσο και για πρόσβαση σε πόρους.

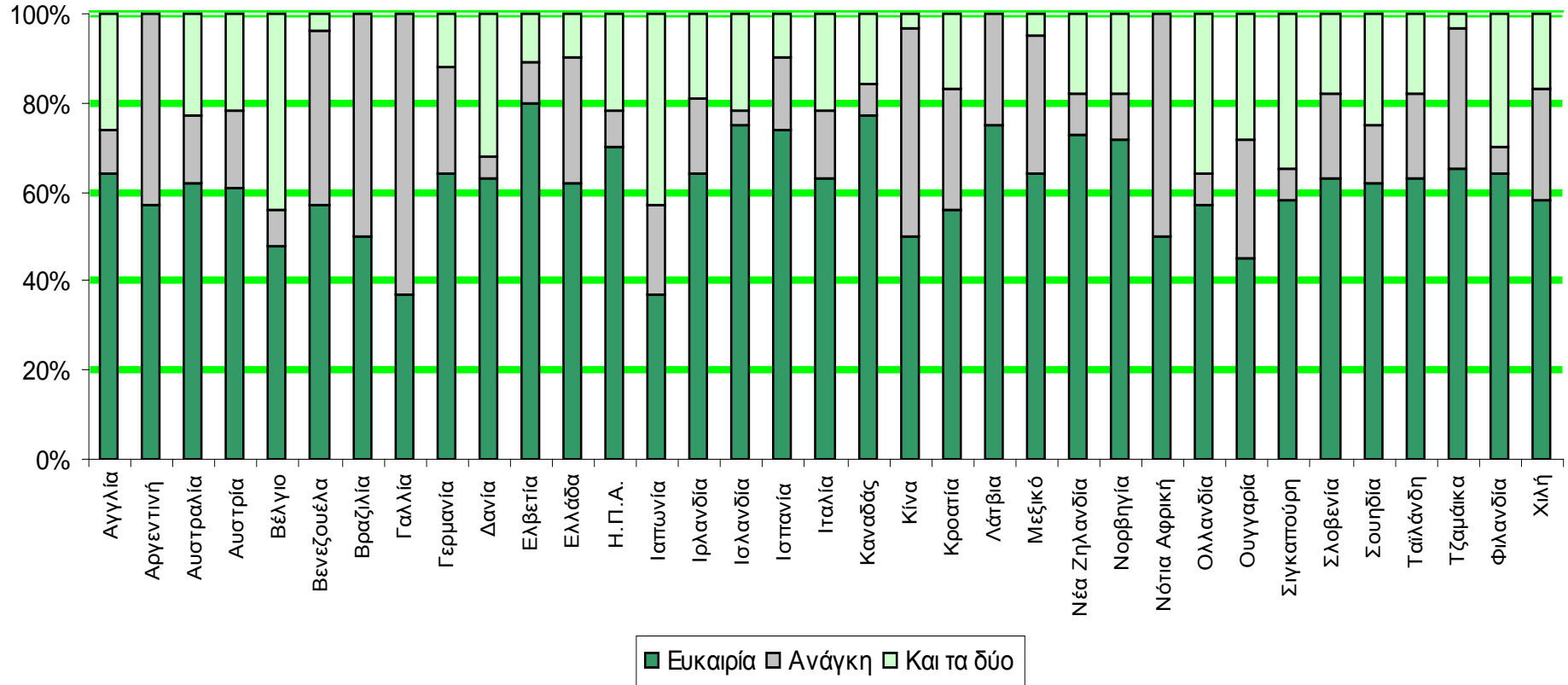
Σημαντικές είναι οι πληροφορίες από το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας, σε ότι αφορά τα κίνητρα ανάληψης επιχειρηματικής

δραστηριότητας από τις γυναίκες. Σύμφωνα με αυτές η αξιοποίηση μια επιχειρηματικής ευκαιρίας αποτελεί το κυρίαρχο κίνητρο για την πλειοψηφία των γυναικών επιχειρηματιών παγκοσμίως (Σχήμα 3.2). Ωστόσο, σε ορισμένες περιπτώσεις τόσο η ευκαιρία όσο και η ανάγκη αποτελούν σημαντικά κίνητρα για την απόφαση μίας γυναίκας να ξεκινήσει τη δική της επιχείρηση. Έρευνες έχουν δείξει ότι ποσοστό 71,4% του συνόλου των γυναικών επιχειρηματιών ξεκινούν επιχειρηματική δραστηριότητα προκειμένου να εκμεταλλευτούν ή να αξιοποιήσουν μία ευκαιρία, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό που ξεκινούν από ανάγκη είναι 24,8% (GEM, 2005). Αξίζει να σημειωθεί ότι αυτή η αναλογία της «ευκαιρίας» προς την αντίστοιχη «ανάγκης» διαφέρει σημαντικά από χώρα σε χώρα (Πίνακας 4.2).

Σε χώρες με κοινωνική μέριμνα και διαφοροποιημένες αγορές εργασίας, παρατηρείται μεγαλύτερη αναλογία γυναικείας επιχειρηματικότητας που έχει ως κίνητρο την ευκαιρία έναντι της ανάγκης. Οι γυναίκες που διαβιούν σε αυτές τις χώρες έχουν περισσότερες επιλογές για παραγωγή εισοδήματος, γεγονός που περιορίζει την πίεση έναρξης επιχείρησης από ανάγκη.

Στην περίπτωση της Ελλάδας παρατηρείται μία σταδιακή αύξηση της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας κατά την διετία 2004-2005 και αντίστροφα μία μείωση της επιχειρηματικότητας ανάγκης (Πίνακας 3.3). Βέβαια, η προοπτική για μία γυναίκα να συνειδητοποιήσει το ενδεχόμενο και την ευκαιρία να γίνει επιχειρηματίας εξαρτάται τόσο από τη θέση και το ρόλο της μέσα σε μία κοινωνία όσο και από ένα πλήθος παραγόντων που συνυπάρχουν στο εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον της γυναίκας δηλαδή στο πλαίσιο της ίδιας της κοινωνίας (OECD, 2004).

Σχήμα 3.2. : Κατανομή γυναικείας επιχειρηματικότητας με βάση το κίνητρο στις χώρες του GEM το 2005



ΠΗΓΗ: GEM, 2006

**Πίνακας 3.2:** Αναλογία επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ευκαιρίας έναντι ανάγκης στις 35 χώρες του GEM το 2005

<b>Χώρα</b>	<b>Αναλογία</b>	<b>Κατάταξη</b>
Αγγλία	10,22	32
Αργεντινή	1,44	5
Αυστραλία	4,70	21
Αυστρία	3,72	17
Βέλγιο	8,25	28
Βενεζουέλα	1,50	6
Βραζιλία	0,98	2
Γαλλία	0,61	1
Γερμανία	2,56	13
Δανία	13,79	33
Ελβετία	9,10	30
<b>Ελλάδα</b>	<b>2,75</b>	<b>14</b>
Η.Π.Α.	9,68	31
Ιαπωνία	1,84	7
Ιρλανδία	4,52	20
Ισλανδία	21,21	35
Ισπανία	5,33	22
Ιταλία	4,42	19
Καναδάς	8,92	29
Κίνα	1,10	3
Κροατία	1,93	8
Λετονία	2,91	15
Μεξικό	2,27	10
Νέα Ζηλανδία	8,05	27
Νορβηγία	6,62	24
Νότια Αφρική	1,16	4
Ολλανδία	6,95	2
Ουγγαρία	2,30	11
Σιγκαπούρη	7,29	26
Σλοβενία	4,01	18
Σουηδία	5,59	23
Ταϊλάνδη	3,43	16
Τζαμάικα	1,96	9
Φιλανδία	19,62	34
Χιλή	2,31	12

ΠΗΓΗ: GEM, 2006

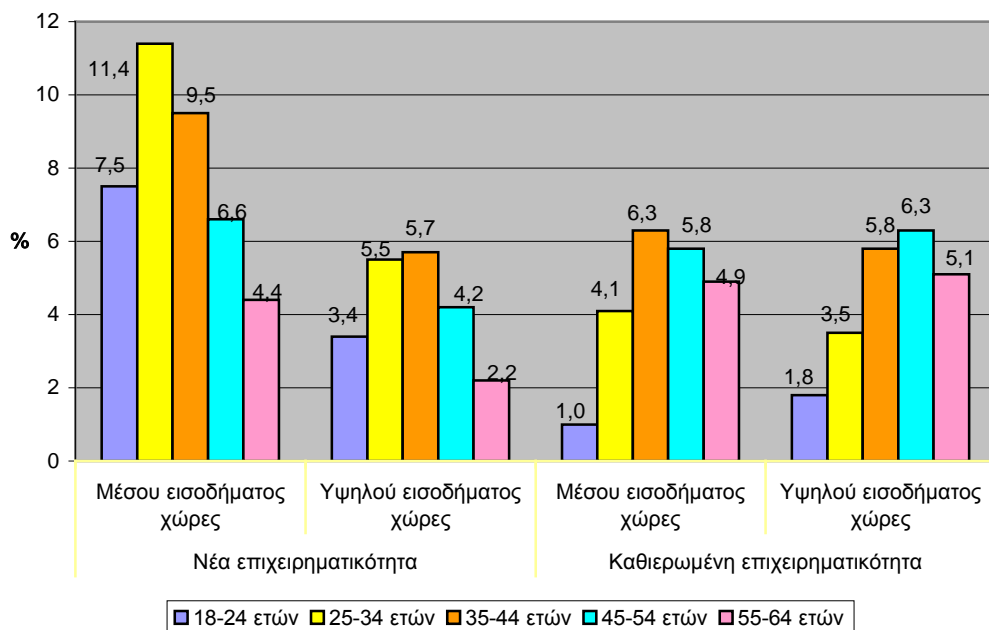
**Πίνακας 3.3:** Ποσοστό (%) γυναικείας επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ευρώπη με κίνητρο την εκμετάλλευση κάποιας επιχειρηματικής ευκαιρίας

Ευρωπαϊκές χώρες του GEM	Γυναικεία επιχειρηματικότητα	
	(2004)	(2005)
Αυστρία	-	77,9
Βέλγιο	79,5	86,4
Γαλλία	73,6	34,4
Γερμανία	64,6	71,2
Δανία	83,3	86,2
Ελβετία	-	89,3
<b>Ελλάδα</b>	<b>56,6</b>	<b>70,9</b>
Ηνωμένο Βασίλειο	84,1	83,4
Ιρλανδία	81,8	81,5
Ισλανδία	89,0	91,2
Ισπανία	90,7	83,1
Ιταλία	69,7	79,5
Κροατία	70,1	65,2
Λετονία	-	73,3
Νορβηγία	73,7	83,6
Ολλανδία	85,5	86,0
Ουγγαρία	59,8	68,2
Σλοβενία	75,5	79,4
Σουηδία	88,5	80,0
Φιλανδία	80,1	88,5

ΠΗΓΗ: I.O.B.E., 2006

Ενδιαφέρον παρουσιάζει και η περιγραφή του προφίλ των γυναικών επιχειρηματιών ανά τον κόσμο. Σύμφωνα με το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας στις χώρες με υψηλό κατά κεφαλήν εισόδημα, οι γυναίκες ασχολούνται με την επιχειρηματικότητα σε ηλικία 35-44 ετών, ενώ στις χώρες με μέτριο και χαμηλό κατά κεφαλήν εισόδημα, σε μικρότερη ηλικία μεταξύ 25-34 ετών (GEM, 2005). Αυτό που καταγράφεται είναι ότι η επιχειρηματικότητα «αρχικών σταδίων» είναι πιο διαδεδομένη στην ηλικιακή κλάση των 25 με 44 ετών, ενώ η «καθιερωμένη» επιχειρηματικότητα παρουσιάζει αιχμή στις ηλικίες από 35 έως 54 ετών (GEM, 2006). Η ηλικιακή κατανομή των γυναικών που εμπλέκονται σε όλα τα στάδια της επιχειρηματικής διαδικασίας ακολουθεί μία καμπύλη αντίστροφη του σχήματος U (Σχήμα 3.3).

**Σχήμα 3.3:** Ηλικιακή κατανομή γυναικών επιχειρηματικών ανάλογα με την ομάδα χωρών του GEM και το στάδιο επιχειρηματικότητας το 2005



ΠΗΓΗ: GEM, 2006

Αυτό που αξίζει να σημειωθεί, είναι ο χαμηλός μέσος όρος ηλικίας των γυναικών επιχειρηματιών στις χώρες με χαμηλό ΑΕΠ, σε σχέση με τον αντίστοιχο των χωρών υψηλότερου ΑΕΠ. Το γεγονός αυτό πιθανώς συνδέεται με το υψηλότερο ποσοστό επιχειρηματικότητας «ανάγκης» που παρουσιάζεται στις γυναίκες επιχειρηματίες στις χώρες αυτές, καθώς οι γυναίκες εκεί συνήθως δεν έχουν τη δυνατότητα να ξεκινήσουν μία επιχειρηματική δραστηριότητα.

Σε ότι αφορά το εκπαιδευτικό επίπεδο των γυναικών επιχειρηματιών, διαπιστώθηκε ότι τουλάχιστον τα 2/3 των γυναικών επιχειρηματιών στις χώρες με υψηλό ΑΕΠ έχουν απολυτήρια δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, ποσοστό διπλάσιο από το αντίστοιχο στις χώρες με μικρότερο ΑΕΠ. Επιπλέον, περισσότερο από το 25% των γυναικών επιχειρηματιών στις χώρες με υψηλό ΑΕΠ έχουν κάποιο πτυχίο ή δίπλωμα (GEM, 2006).

Η Ελλάδα κατέχει ένα υψηλό ποσοστό όσον αφορά στην σιγουριά και ασφάλεια που αισθάνονται οι γυναίκες, το οποίο ανέρχεται σε 55,6% όταν το αντίστοιχο ποσοστό των γυναικών στην Ιαπωνία είναι πολύ μικρότερο, μόλις 10%. Ωστόσο το ποσοστό αυτό αυξάνεται σημαντικά σε χώρες όπως η Αυστραλία, ο Καναδάς και οι Η.Π.Α. (GEM, 2005). Οι γυναίκες που έχουν εμπιστοσύνη στις

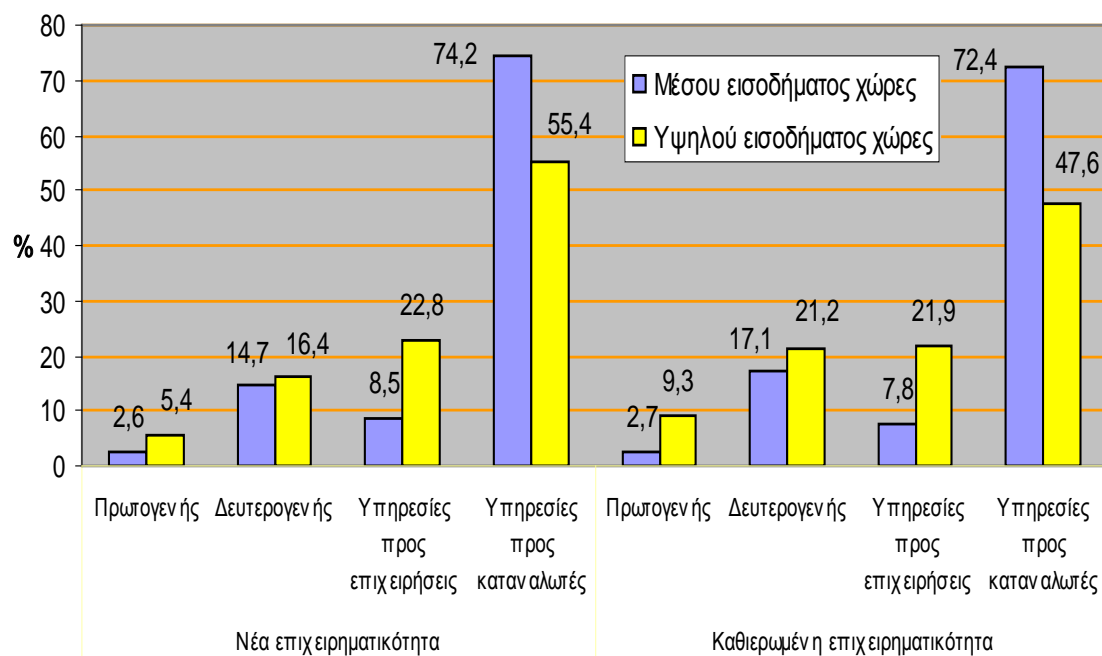


ικανότητες τους και στη δυναμική της οικονομίας της χώρας τους έχουν περισσότερες πιθανότητες να ξεκινήσουν επιχειρηματική δραστηριότητα. Ακόμη και στις λιγότερο αναπτυγμένες χώρες οι γυναίκες δε διστάζουν υπερβολικά να ρισκάρουν επιχειρηματικά αφού φαίνεται να είναι ο μόνος τρόπος να επιβιώσουν οικονομικά και να βοηθήσουν την οικογένεια τους. Αντίθετα, στις μέτρια αναπτυγμένες οικονομίες οι γυναίκες είναι πιο διστακτικές και για αυτό προτείνεται οι κυβερνήσεις των κρατών αυτών να τις βοηθήσουν εκπαιδεύοντας τις μέσα από σεμινάρια. Στις αναπτυγμένες χώρες, οι πολύ μορφωμένες γυναίκες που σε ποσοστό ξεπερνάνε και τους άντρες δεν κατέχουν ιδιαίτερες τεχνικές γνώσεις και είναι οι γυναίκες δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, εκείνες που πρωτοστατούν στον επιχειρηματικό τομέα (GEM, 2005).

Οι γυναίκες γενικώς προτιμούν να ξεκινούν και να λειτουργούν τις επιχειρήσεις τους σε τομείς διαφορετικούς από τους λεγόμενους «ανδροκρατούμενους». Αυτοί οι τομείς περιλαμβάνουν κατά κύριο λόγο το εμπόριο, την εκπαίδευση και άλλες υπηρεσίες, οι οποίοι όμως συχνά αντιμετωπίζονται ως τομείς που δεν προσφέρουν στην οικονομική ανάπτυξη σε σχέση με τομείς όπως η βιομηχανία και οι δραστηριότητες που περιλαμβάνουν υψηλή τεχνολογία (OECD, 2004). Μία πιθανή εξήγηση γι' αυτό το γεγονός είναι ότι οι γυναίκες φαίνεται να «αποδίδουν» καλύτερα από τους άνδρες σε ηγετικές θέσεις που θεωρούνται «θηλυκές» από τη φύση τους, δηλαδή απαιτούν ικανότητες διαπροσωπικής επικοινωνίας και συνεργασίας, όπως η παροχή υπηρεσιών, σε αντίθεση με τους άνδρες που «αποδίδουν» καλύτερα σε ηγετικές θέσεις που απαιτούν καθοδήγηση και έλεγχο (Σαλαμούρης, Χάλκος, 2001). Οι Loscocco et al. (1991) χαρακτηρίζουν τις επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου και υπηρεσιών "γυναικείου τύπου" καθώς φαίνεται ότι οι γυναίκες αποδίδουν καλύτερα από τους άντρες σε ηγετικές θέσεις που θεωρούνται "θηλυκές" από τη φύση τους, δηλαδή, απαιτούν ικανότητες διαπροσωπικής επικοινωνίας και συνεργασίας, όπως η παροχή υπηρεσιών, σε αντίθεση με τους άντρες που αποδίδουν καλύτερα σε ηγετικές θέσεις που απαιτούν καθοδήγηση και έλεγχο. Στα ίδια συμπεράσματα καταλήγουν και οι Eagly et al. (1995) αλλά και οι Σαλαμούρη και Χαλκού (2001). Οι τελευταίοι υποστηρίζουν για την Ελλάδα ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες που ασχολούνται με το λιανικό εμπόριο και ιδιαίτερα στους τομείς της ένδυσης και των υποδημάτων είναι περισσότερες επιτυχημένες από τις, λιγότερες γυναίκες επιχειρηματίες που ασχολούνται στη βιομηχανία (5%), ενώ ένα μεγάλο ποσοστό των επιτυχημένων επιχειρηματιών (49%) αποδίδει την επιτυχία στην οργάνωση και την επικοινωνία.

Με βάση στατιστικά στοιχεία για το 2005 (Σχήμα 3.4), διαπιστώνεται ότι παγκοσμίως το μεγαλύτερο μέρος των γυναικών επιχειρηματιών δραστηριοποιείται στον τομέα των υπηρεσιών προς τους καταναλωτές (λιανικό εμπόριο, υπηρεσίες εστίασης και φιλοξενίας, υπηρεσίες υγείας, κοινωνικές υπηρεσίες και αναψυχή), ενώ η δραστηριοποίηση στον πρωτογενή τομέα (γεωργία, δασοκομία, αλιεία) κατέχει το μικρότερο ποσοστό. Επίσης, παρατηρείται διαφοροποίηση στους τομείς δραστηριοποίησης ανάμεσα στις νέες και τις καθιερωμένες επιχειρηματίες. Παράλληλα, φαίνεται να υπάρχει κάποια σύνδεση ανάμεσα στην οικονομική κατάσταση που επικρατεί σε μία χώρα και στους τομείς δραστηριοποίησης των γυναικείων επιχειρήσεων καθώς το ποσοστό δραστηριοποίησης των γυναικών επιχειρηματιών στον τομέα των υπηρεσιών προς τους καταναλωτές είναι μεγαλύτερο στις χώρες με χαμηλό ΑΕΠ από ότι στις χώρες με υψηλό ΑΕΠ. Αντίστροφη εικόνα παρατηρείται ως προς τη δραστηριοποίηση των γυναικείων επιχειρήσεων στον τομέα των υπηρεσιών προς άλλες επιχειρήσεις.

**Σχήμα 3.4:** Τομεακή κατανομή γυναικείων επιχειρήσεων ανά ομάδα κρατών και στάδιο επιχειρηματικότητας στις 35 χώρες του GEM το 2005



ΠΗΓΗ: GEM, 2006

Η παραπάνω διαπίστωση ενισχύεται και από το γεγονός ότι ακόμη και οι γυναίκες που δραστηριοποιούνται στον τομέα της μεταποίησης επιλέγουν κυρίως επιχειρήσεις που έχουν παραδοσιακή σχέση με την εργασία των γυναικών στο σπίτι (π.χ. ενδύματα, παραδοσιακά γλυκά, βιοτεχνία επίπλων, κλπ) (Nina-Pazarzi, Giannacourou, 2003). Ωστόσο, σύμφωνα με παλαιότερα στοιχεία του ΟΟΣΑ διαπιστώθηκε έντονη κινητοποίηση των γυναικών και σε «μη παραδοσιακούς» τομείς, όπως είναι οι μεταφορές, οι επικοινωνίες, οι χρηματοοικονομικές, ασφαλιστικές και κτηματικές υπηρεσίες (OECD, 2001).

Σε ότι αφορά την Ελλάδα, από στοιχεία της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας αλλά και του ΚΕΘΙ, σχετικά με τη γυναικεία απασχόληση κατά κλάδο (Πίνακας 3.4), κατά το δεύτερο τρίμηνο του 2002 οι περισσότερες γυναίκες απασχολούνται σαν προσωπικό σε ιδιωτικά νοικοκυριά, στην παροχή υπηρεσιών και στην εκπαίδευση. Αν λάβουμε όμως υπόψη τη θέση απασχόλησης, φαίνεται ότι οι περισσότερες γυναίκες επιχειρηματίες δραστηριοποιούνται στην γεωργία (19,7%), το εμπόριο (25%), ξενοδοχεία και εστιατόρια (14%) και τη διαχείριση της ακίνητης περιουσίας (14%). (Nina-Pazarzi and Giannacourou, 2003).

**Πίνακας 3.4:** Συνολική απασχόληση και γυναικεία απασχόληση στην Ελλάδα, κατά κλάδο (2ου τριμ 2002)

Κλάδοι	Σύνολο	Γυναίκες	% στο σύνολο
ΣΥΝΟΛΟ	3.948.902	1.506.395	38,1
Γεωργία, κτηνοτροφία, θήρα και δασοκομία	610.255	267.554	43,7
Αλιεία	13.564	1.432	10,55
Ορυχεία και Λατομεία	18.899	909	4,8
Μεταποιητικές Βιομηχανίες	540.765	157.231	29
Παροχή ρεύματος, Φυσικού αερίου, Νερού	33.725	4.908	14,5
Κατασκευές	293.871	5.296	1,7
Χονδρικό και Λιανικό Εμπόριο, κ. λ. π.	674.618	267.908	39,6
Ξενοδοχεία και Εστιατόρια	272.717	125.983	45,9
Μεταφορές, Αποθηκεύσεις και Επικοινωνίες	243.533	38.690	15,6
Ενδιάμεσοι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί	92.871	45.199	48,9
Διαχείριση ακίνητης περιουσίας, Εκμισθώσεις	231.393	106.781	45,8
Δημόσια Διοίκηση, Άμυνα, Υποχρ. Ασφάλιση	294.037	99.957	33,6
Εκπαίδευση	248.434	156.507	62,9
Υγεία και κοινωνική μέριμνα	179.559	114.444	63,6
Άλλες δραστηριότητες παροχής υπηρεσιών	147.603	65.258	44,2
Προσωπικό σε Ιδιωτικά Νοικοκυριά	52.367	47.900	90,3
Ετερόδοκοι Οργανισμοί και Όργανα	691	438	63,3

Πηγή: ΚΕΘΙ, ΕΣΥΕ.

Όσον αφορά τη μορφή των επιχειρήσεων που επιλέγουν οι γυναίκες έχει καταγραφεί από τον OECD (2001), ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των γυναικείων επιχειρήσεων είναι ατομικές επιχειρήσεις και μόνο ένα μικρό ποσοστό είναι νομικά πρόσωπα συλλογικής μορφής. Το γεγονός αυτό αποτελεί συχνά επιλογή των ίδιων των γυναικών, και μάλιστα ο περιορισμός του μεγέθους της επιχείρησης παρατηρείται για μεγάλη χρονική περίοδο καθώς οι γυναίκες θεωρούν τις στρατηγικές γρήγορης ανάπτυξης ως απειλή για τις σχέσεις τους, οικογενειακές και άλλες (LeBrasseur et al., 2005).

Στην Ελλάδα στοιχεία ερευνών δείχνουν ότι μόνο το 12% των γυναικείων επιχειρήσεων είναι Εταιρείες Περιορισμένης Ευθύνης, το 12% Ομόρρυθμες Εταιρείες, το 7,8% Ετερόρρυθμες Εταιρείες και το 8,3% Ανώνυμες Εταιρείες (Nina-Pazarzi and Giannacourou, 2003).

Όπως έχει καταγραφεί, σε χώρες με χαμηλό ΑΕΠ, όπως της Νότιας Αμερικής και της Ανατολικής Ευρώπης, οι περισσότερες γυναικείες επιχειρήσεις λειτουργούν λιγότερο από 3,5 χρόνια (GEM, 2006). Η αναλογία επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ως προς την καθιερωμένη επιχειρηματικότητα μπορεί να αποτελέσει ένδειξη για τις πιθανότητες επιβίωσης των νέων γυναικών επιχειρηματιών σε μία περιοχή. Όσο μεγαλύτερη είναι η αναλογία μεταβίβασης από τη νέα στην καθιερωμένη επιχειρηματικότητα, τόσο μεγαλύτερες είναι οι πιθανότητες της νέας επιχειρηματικότητας να επιτύχει. Για το 2005 διαπιστώθηκε ότι οι νέες επιχειρηματίες σε χώρες με υψηλό ΑΕΠ έχουν κατά μέσο όρο διπλάσιες πιθανότητες μεταβίβασης στην καθιερωμένη επιχειρηματικότητα από τις αντίστοιχες επιχειρήσεις στις χώρες με χαμηλό ΑΕΠ. Επίσης, παρατηρήθηκε ότι, για το ίδιο έτος, οι γυναίκες επιχειρηματίες που έχουν περισσότερες πιθανότητες να επιτύχουν στο εγχείρημα τους, ανάμεσα στις χώρες που συμμετείχαν στην έρευνα του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας (GEM, 2006), εδρεύουν στο Βέλγιο, την Κροατία, την Ελλάδα, την Ολλανδία και την Ισπανία.

Σε σχέση με τη χρήση της τεχνολογίας από διάφορες γυναικείες επιχειρήσεις, όπως προέκυψε από έρευνα του Παγκοσμίου Παρατηρητηρίου Επιχειρηματικότητας (GEM, 2006), τόσο οι νέες επιχειρηματίες όσο και οι καθιερωμένες σε χώρες με λιγότερο ανεπτυγμένες οικονομίες απάντησαν πως ότι χρησιμοποιούν τις πιο σύγχρονες τεχνολογίες πιο συχνά από τις αντίστοιχες επιχειρήσεις σε χώρες με υψηλό ΑΕΠ. Το γεγονός αυτό ερμηνεύεται ως εξής: ξεκινώντας από ένα σχετικά χαμηλότερο επίπεδο, οι γυναίκες σε χώρες με χαμηλό ΑΕΠ έχουν μεγαλύτερα

περιθώρια και ευκαιρίες να αναβαθμίσουν και να εκσυγχρονίσουν την τεχνολογία που εφαρμόζουν στις επιχειρήσεις τους. Επιπλέον, ορισμένες μορφές τεχνολογίας που θεωρούνται δεδομένες και διαδεδομένες στις βιομηχανοποιημένες χώρες μπορεί να θεωρούνται καινοτόμες στις λιγότερο ανεπτυγμένες οικονομίες.

Σε σχέση με την καινοτομία του προϊόντος ή της υπηρεσίας που παράγουν και παρέχουν οι γυναικείες επιχειρήσεις διαπιστώθηκε ότι η πλειοψηφία των γυναικών αναγνωρίζει ότι τα προϊόντα και οι υπηρεσίες των επιχειρήσεων δεν είναι καινούργια στην καταναλωτική αγορά και μόνο ένα μικρό ποσοστό ισχυρίζεται το αντίθετο (GEM, 2006). Αξίζει να σημειωθεί ότι οι νέες επιχειρηματίες θεωρούν ότι προσφέρουν πιο καινοτόμα προϊόντα ή υπηρεσίες από ότι οι καθιερωμένες επιχειρηματίες. Επιπλέον, οι γυναίκες επιχειρηματίες που θεωρούν ότι παράγουν ή παρέχουν ιδιαίτερα καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες είναι σχετικά σπάνιες. Βέβαια, θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι η έννοια της καινοτομίας και των δυνατοτήτων ανάπτυξης διαφέρει σημαντικά από χώρα σε χώρα.

Σε ότι αφορά το μέγεθος των γυναικείων επιχειρήσεων, διαπιστώνεται ότι είναι κυρίως μικρές, ωστόσο προσφέρουν στην απασχόληση και στην οικονομική ανάπτυξη των χωρών τους. Στις ΗΠΑ για παράδειγμα, ενώ ο αριθμός των γυναικείων επιχειρήσεων διπλασιάστηκε τη χρονική περίοδο 1987-1999, η απασχόληση σε αυτές τις επιχειρήσεις τετραπλασιάστηκε και τα έσοδα πενταπλασιάστηκαν. Γι' αυτό οι γυναικείες επιχειρήσεις αναπτύσσονται πιο ώριμα και η συμβολή τους στην οικονομία είναι πιο ουσιαστική. Επιπλέον, ακόμη και στις περιπτώσεις που δεν εργάζονται άλλοι υπάλληλοι στην επιχείρηση εκτός από την ιδιοκτήτρια, η επιχείρηση προσφέρει συμπληρωματικό εισόδημα στην οικογένεια και συμβάλει οικονομικά στην τοπική κοινωνία (Weeks, 2000).

Σε ότι αφορά τα εμπόδια και τις δυσκολίες που αντιμετωπίζει μία γυναικεία επιχείρηση, τα οποία φαίνεται να αλλάζουν κατά τη διάρκεια της επιχειρηματικής διαδικασίας, αυτά είναι η ύπαρξη διακρίσεων όσον αφορά στο φύλο και στις ευκαιρίες που τους δίνονται, η αύξηση των χρηματοοικονομικών πόρων και η δυσκολία πρόσβασης σε δίκτυα και ξένες αγορές (OECD, 2001, 2004). Οι γυναίκες αντιμετωπίζουν λιγότερα προβλήματα στο μάρκετινγκ και στις δημόσιες σχέσεις, διαθέτουν μεγαλύτερη ικανότητα επικοινωνίας, προγραμματισμού και διαχείρισης, ενώ δεν διαθέτουν όσο οι άνδρες συνάδελφοι τους ευελιξία, δυνατότητα εκτίμησης του περιβάλλοντος και ικανότητα προσαρμογής στις αλλαγές (<http://www.istoselides.gr/istoselides/article.php?sid=609>). Ωστόσο, το κυριότερο

πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες είναι η προσπάθεια συγκερασμού διαφορετικών υποχρεώσεων, η δυσκολία δηλαδή διαχώρισης του χρόνου απασχόλησης από το χρόνο οικογενειακής ζωής, σε συνδυασμό με την έλλειψη κοινωνικής πρόνοιας αλλά και των κοινωνικών στερεοτύπων συμπεριφοράς και ηθικών προτεραιοτήτων των γυναικών που ακόμη επικρατούν (Στρατηγάκη, 2005). Στην Ελλάδα, για παράδειγμα, υπάρχει η αντίληψη, ακόμη και από τις ίδιες τις γυναίκες, ότι η επιχειρηματική δραστηριότητα δύσκολα συμβαδίζει με τη «γυναικεία φύση» και μάλλον αυτοί οι ρόλοι αντιδιαστέλλονται και ανταγωνίζονται (Ανθοπούλου, 2005).

Ορισμένα από τα βασικά ευρήματα έρευνας της Κεντρικής Ένωσης Επιμελητηρίων Ελλάδας (ΚΕΕΕ) αφορούν στα κυριότερα εμπόδια που συναντά η γυναίκα όταν αποφασίζει να ενταχθεί πλήρως στο εργατικό δυναμικό της χώρας. Στην κορυφή του σχετικού πίνακα βρίσκονται τα εμπόδια που έχουν σχέση με την εξεύρεση κεφαλαίων για χρηματοδότηση, η έλλειψη οικιακής βοήθειας, οι οικογενειακές υποχρεώσεις, ο ανελαστικός χρόνος εργασίας. Σύμφωνα με την έρευνα της ΚΕΕΕ, σχεδόν το 50% των γυναικών που ενδιαφέρονται να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά, αντιμετωπίζουν από την πρώτη στιγμή προβλήματα οικονομικής φύσης. Το 30% εκτιμά ότι είναι πολύ δύσκολος ο συνδυασμός εργασίας και οικογένειας, ενώ το 28% δεν μπορεί να βρει τους κατάλληλους φορείς για να πάρει συμβουλές και πληροφορίες. Οικονομικά είναι τα σημαντικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζει και μια γυναικεία επιχείρηση που ήδη λειτουργεί, και κυρίως προβλήματα ρευστότητας, για το 50% των γυναικών που διαθέτουν ήδη τέτοια επιχείρηση. Το 45% αντιμετωπίζει σοβαρά προβλήματα στο να συνδυάζει τις εργασιακές με τις οικογενειακές υποχρεώσεις. (<http://www.philoxenous.gr>).

Πολλές έρευνες τονίζουν τα χαμηλά ποσοστά ανάληψης ρίσκου εκ μέρους των γυναικών επιχειρηματιών (Nina-Pazarzi, Giannacourou, 2003), γεγονός το οποίο συναντάται εν γένει σαν τάση στις γυναικείες συμπεριφορές οικονομικού περιεχομένου. Οι γυναίκες επιλέγουν συχνότερα στρατηγικές αποφυγής επικίνδυνων καταστάσεων και δίνουν έμφαση στην ασφάλεια, προτιμώντας παράλληλα βραδύτερους ρυθμούς ανάπτυξης της επιχείρησης ενώ φαίνεται να θέτουν και όρια ανάπτυξης αυτής. Η αποφυγή ανάληψης ρίσκου φαίνεται όχι μόνο στις επιχειρηματικές δραστηριότητες, αλλά παρουσιάζεται σαν τάση σε γενικότερες γυναικείες συμπεριφορές, οικονομικού περιεχομένου (Giannakopoulos and Bernasec, 1998). Ιδιαίτερα στο χώρο των επιχειρήσεων οι γυναίκες φαίνεται ότι είναι λιγότερο

πρόθυμες από τους άντρες συναδέλφους τους να εμπλακούν σε καταστάσεις με αβέβαια αποτελέσματα ενώ επιλέγουν συχνότερα στρατηγικές αποφυγής επικίνδυνων καταστάσεων και δίνουν έμφαση στην ασφάλεια (Sexton and Bowman-Upton, 1990). Επιλέγουν, ακόμα, βραδύτερους ρυθμούς ανάπτυξης της επιχείρησής τους ενώ φαίνεται να θέτουν και όρια ανάπτυξης αυτής (Nina-Pazarzi and Giannacourou, 2003).

Έχει ενδιαφέρον να αναφέρουμε στο σημείο αυτό τα συμπεράσματα έρευνας του ΣΕΓΕ σχετικά με τα προβλήματα των γυναικών επιχειρηματιών στην Ελλάδα όπως διαμορφώνονται χωρικά-κατά περιοχές. Φαίνεται ότι οι πιο ευνοημένες γυναίκες επιχειρηματίες είναι αυτές στη *Μακεδονία*, οι οποίες και πλεονεκτούν ως προς την τη στήριξη που απολαμβάνουν από την οικογένειά τους, τα προγράμματα επιδότησης γυναικών επιχειρηματιών, την εύκολη πρόσβαση στην πληροφόρηση και το μεγαλύτερο αγοραστικό κοινό. Στη *Θεσσαλία*, με βάση την ίδια έρευνα, σοβαρότερη δυσκολία συνιστά το γεγονός ότι πρόκειται για έναν τόπο κυρίως αγροκτηνοτροφικό, με αποτέλεσμα οι εργασίες που υπάρχουν να είναι πολύ δύσκολες για τις γυναίκες, αλλά και σε ό,τι αφορά την επιχειρηματικότητα, οι γυναίκες που ηγούνται σε μεγάλα επιχειρηματικά σχήματα είναι λίγες έως ελάχιστες. Στην *Ηπειρο*, σε επίπεδο επιχειρηματικής δράσης, οι γυναίκες περιορίζονται σε μικρές ατομικές επιχειρήσεις αυτοαπασχόλησης, ενώ ελάχιστες είναι εκείνες που κατέχουν υψηλή θέση σε επιχειρηματικά σχήματα, όπως προκύπτει και από την έρευνα. Οι ευκολίες στην *Ηπειρο* για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα συνίστανται στη παροχή συμβουλευτικής στήριξης από τη Νομαρχία Ιωαννίνων σε νέες επιχειρηματίες. Τέλος, στη *Θράκη* οι δυσκολίες για τη γυναίκα επιχειρηματία, δεν σχετίζονται με το φύλο της, αλλά με την ελλιπή ενημέρωση για επιδοτήσεις και τη μείωση της αγοραστικής δύναμης του τοπικού πληθυσμού, που είναι κατά πλειοψηφία αγροτικός και επηρεάζει αρνητικά τις εμπορικές επιχειρήσεις. (<http://www.dream.net.gr>).

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ:**

*Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ύπαιθρο  
Μέσα από την Διεθνή και Ελληνική Βιβλιογραφία*

---



## 1. Οι Γυναίκες Επιχειρηματίες στην Ύπαιθρο.

Με δεδομένη την αυξανόμενη επιχειρηματική δραστηριότητα των γυναικών πολλοί ερευνητές έστρεψαν το ενδιαφέρον τους στην περιγραφή των χαρακτηριστικών τους, ιδιαίτερα κατά τη διάρκεια της αρχικής φάσης, όταν τα εμπόδια για την επιτυχία της επιχείρησης, μπορεί να είναι πολλά (McDermott 1993, Tigges και Green, 1994). Όπως προκύπτει από έρευνα που έγινε σε αγροτική περιοχή των Η.Π.Α. (Sullivan et al., 1997), το προφίλ των γυναικών επιχειρηματιών δεν διαφέρει από το αντίστοιχο των γυναικών που δραστηριοποιούνται σε άλλες περιοχές. Πρόκειται για γυναίκες με μέσο προς ανώτερο εκπαιδευτικό επίπεδο και μέσο όρο ηλικίας 47 έτη. Το μεγαλύτερο ποσοστό των γυναικών είναι παντρεμένες ενώ κατά μέσο όρο ένα άτομο εξαρτάται από αυτές (είτε παιδί είτε ηλικιωμένο άτομο).

Έρευνα που πραγματοποιήθηκε στις αγροτικές περιοχές της Αυστραλίας κατέγραψε προσωπικά στοιχεία των γυναικών επιχειρηματιών, σύμφωνα με τα οποία η ηλικία των γυναικών επιχειρηματιών στην ύπαιθρο κυμαίνεται μεταξύ 21 και 65 ετών, με μέση ηλικία τα 41 έτη. Η πλειοψηφία ήταν ηλικίας μεταξύ 31 και 60 ετών. Επίσης, οι περισσότερες γυναίκες ήταν παντρεμένες και είχαν από ένα έως οκτώ παιδιά. Σχεδόν οι μισές είχαν δύο ή τρία παιδιά. Το ένα τρίτο των γυναικών ήταν απόφοιτοι της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Η πλειοψηφία είχε ζήσει για περισσότερο από έξι έτη σε αγροτική περιοχή (Still and Simmons, 2005).

Σύμφωνα με μία άλλη έρευνα που πραγματοποιήθηκε στην Εσθονία, οι περισσότερες γυναίκες επιχειρηματίες στην υπαίθρο είναι ηλικίας 36 έως 65 ετών και μόλις το 1/3 του δείγματος αποτελούν οι γυναίκες ηλικίας κάτω των 35 ετών (Talves K. And Laas A., 2004). Σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε στην Πολωνία για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην ύπαιθρο, με έμφαση στις μικρές επιχειρήσεις διαπιστώθηκε ότι το μεγαλύτερο μέρος των επιχειρηματιών (74%), ήταν ηλικίας 19 έως 45 ετών. Οι περισσότερες, επίσης, είχαν αποφοιτήσει, τουλάχιστον, από τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση (Sawicka, 2001).

Όσον αφορά στα δημογραφικά χαρακτηριστικά των γυναικών επιχειρηματιών στην ελληνική ύπαιθρο η Γιδαράκου (2005) υποστηρίζει ότι ανήκουν κατά κύριο λόγο στην ηλικιακή ομάδα των 36-55 ετών και έχουν απολυτήριο Γυμνασίου ή/και Λυκείου. Παρόμοια είναι και τα ευρήματα της Βλάχου (2001) η οποία υποστηρίζει ότι η γυναίκα επιχειρηματίας της υπαίθρου είναι παντρεμένη με παιδιά και η ηλικία στην οποία ξεκινάει την λειτουργία της επιχείρησής της είναι 30 με 45 ετών.

Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες στην ελληνική ύπαιθρο βρέθηκαν να είναι ιδιαίτερα ανασφαλείς, να αρχίζουν δειλά την επιχειρηματική τους δραστηριότητα θέλοντας να διαπιστώσουν εάν ταιριάζει στην κατάσταση που βρίσκονται και στο χαρακτήρα τους και εάν διαπιστώσουν ότι δεν ταιριάζει να μπορούν να αποχωρήσουν (Βλάχου, 2001).

Οι Shelleman and Shields (2003), σε έρευνα που πραγματοποίησαν, παρουσιάζουν ένα άλλο σημαντικό στοιχείο όσον αφορά στα χαρακτηριστικά της γυναίκας που είναι η μόνιμη κατοικία της. Σχεδόν οι μισές από τις γυναίκες επιχειρηματίες ήταν μόνιμοι κάτοικοι της περιοχής όπου ήταν εγκατεστημένη η επιχείρησή τους και σχεδόν τα τρία τέταρτα είχαν ζήσει εκεί για 20 ή περισσότερα έτη.

Σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε στον αγροτικό χώρο του Illinois στην Αμερική (Gruidl, 1991), διαπιστώθηκε ότι οι γυναίκες που ζουν στην ύπαιθρο έχουν διαφορετικές εμπειρίες όσον αφορά στην επιχειρηματικότητα, από τις γυναίκες των αστικών περιοχών, λόγω του κοινωνικού και πολιτικού "συντηρητισμού" που αντιτίθεται σε κάθε μορφή αλλαγής και εξέλιξης, και λόγω του προσανατολισμού της οικογένειας, συνήθως, στην αυτάρκεια (Cloke 1989, 1995, Oberhauser 1995, Beggs et al., 1996). Μόνο το 6% των γυναικών είχε προηγούμενη επιχειρηματική εμπειρία (Brush, 1992).

Στην Ελλάδα οι γυναικείες επιχειρηματικές δραστηριότητες στην ύπαιθρο εντάσσονται κατά κανόνα στο πλαίσιο της ευρύτερης πολυαπασχόλησης του αγροτικού νοικοκυριού. Βασίζονται σε ευέλικτες μορφές οργάνωσης της παραγωγής και της εργασίας και συντελούν σε μια ιδιότυπη αλλαγή του ρόλου της γυναίκας στην οικογένεια. Από συμβοηθούν, μη αμειβόμενο και «αόρατο» εργατικό δυναμικό της οικογενειακής γεωργικής εκμετάλλευσης η γυναίκα αυτενεργεί ως ιδιοκτήτρια μικρής επιχείρησης, που όχι μόνο παράγει πρόσθετα εισοδήματα, αλλά προσφέρει συχνά θέσεις εργασίας στα υπόλοιπα μέλη του νοικοκυριού ή/και επαγγελματικές προοπτικές για τα παιδιά της-εν δυνάμει διαδόχους της επιχείρησης (Ανθοπούλου, 2006).

## 2. Γυναικείες Επιχειρήσεις στην Ύπαιθρο

Οι γυναίκες της υπαίθρου δημιουργούν κατά κανόνα μικρές ή πολύ μικρές ατομικές επιχειρήσεις (Ανθοπούλου, 2006). 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 τον λόγο επίσης προτιμούν η έδρα της επιχείρησης να είναι κοντά στο σπίτι ή το ίδιο το σπίτι (IFAD, 2000). 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 (Ιακωβίδου κ.α., 2006).

Το μικρό μέγεθος των γυναικείων επιχειρήσεων στην ύπαιθρο έχει επισημανθεί και σε πολλές άλλες έρευνες. Οι Tigges and Green (1994) αναφέρουν ότι οι γυναικείες επιχειρήσεις που αναπτύσσονται στον τομέα του λιανικού εμπορίου και των καταναλωτικών υπηρεσιών, χαρακτηρίζονται από μικρή προστιθεμένη αξία ανά εργαζόμενο, χαμηλές αμοιβές, χαμηλά εισοδήματα, και μικρές απαιτήσεις σε κεφάλαιο. Οι επιχειρήσεις αυτές απασχολούν κανέναν ή πολύ λίγους υπαλλήλους και δεν αναπτύσσονται γρήγορα. Στο ίδιο συμπέρασμα καταλήγουν και οι Clark and James (1992) ότι δηλαδή πολλές γυναικείες επιχειρήσεις στην ύπαιθρο, είναι μικρές και με λίγους έμμισθους υπαλλήλους. Σε αγροτικές περιοχές της Γκάνα διαπιστώθηκε επίσης ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες τείνουν να διευθύνουν πολύ μικρές ή αλλιώς μικρο-επιχειρήσεις, η πλειοψηφία των οποίων είναι ατομικές, αν και συχνά τα υπόλοιπα μέλη της οικογένειας βοηθούν στη λειτουργία τους. Ορισμένες από αυτές είναι επιχειρήσεις μερικής απασχόλησης ή λειτουργούν εποχιακά (κατά την περίοδο για παράδειγμα που δεν υπάρχουν απαιτήσεις από τον γεωργικό τομέα). Ξεκινούν με τα προσωπικά κεφάλαια των γυναικών ιδιοκτητών τους παρά με δάνειο (IFAD, 2000).

Σύμφωνα με τους Rooney et al. (2003) οι γυναίκες της υπαίθρου δημιουργούν

επιχειρήσεις κυρίως στον τομέα των τροφίμων και της ένδυσης, γίνονται συχνά μικροέμποροι ή παρέχουν υπηρεσίες σχετιζόμενες με την καθημερινή ζωή του τόπου στον οποίο διαμένουν. Σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε στην Πολωνία (Sawicka, 2001) διαπιστώθηκε ότι οι περισσότερες γυναικείες επιχειρήσεις ασχολούνταν με το εμπόριο, την παροχή υπηρεσιών, την εστίαση, το catering, την επεξεργασία φρούτων και λαχανικών, την χειροτεχνία, καθώς και με οποιαδήποτε μορφή εποχιακής εργασίας. Οι περισσότερες επιχειρήσεις, είχαν ως κύρια δραστηριότητα, το εμπόριο. Η ομάδα αυτή περιελάμβανε τα καταστήματα, τις αποθήκες χονδρικού εμπορίου, και την αποκαλούμενη "από σπίτι σε σπίτι" πώληση. Η υπεροχή του εμπορίου συνδέθηκε περισσότερο με το γεγονός ότι αυτό ήταν ο απλούστερος τρόπος για μια ιδιωτική επιχείρηση και όχι με μία μεγάλη ζήτηση για καταναλωτικά αγαθά. Αυτός ο τύπος δραστηριότητας δεν απαιτεί ούτε μεγάλες οικονομικές δαπάνες ούτε κάποια ιδιαίτερα προσόντα. Με τα παραπάνω συμφωνεί και ο IFAD (2000) καθώς ευρήματα ερευνών που διεξήγαγε, εμφανίζουν τις γυναίκες να διευθύνουν πιο παραδοσιακές επιχειρήσεις, όπως μονάδες επεξεργασία τροφίμων, μικρές βιοτεχνίες, ή επιχειρήσεις που ασχολούνται με το εμπόριο. Οι Kraus και Harper (1998) προσθέτουν ότι τα παραδοσιακά προϊόντα με τα οποία ασχολούνται οι γυναίκες είναι τρόφιμα που παράγονται με παραδοσιακό τρόπο, χειροτεχνίες, είδη λαϊκής τέχνης, κεντήματα κα. Αυτές οι παραδοσιακά «γυναικείες» ασχολίες αποτελούν και το αντικείμενο γυναικείων επιχειρήσεων στην αγροτική Εσθονία στην οποία σύμφωνα με τους Talves and Laas (2004), οι γυναίκες δραστηριοποιούνται σε τομείς, όπως η αισθητική, η κομμωτική, η ραπτική και η γεωργία.

Ωστόσο, οι πολιτικές, κατά κύριο λόγο, που εφαρμόζονται για την αγροτική ανάπτυξη, έχουν δημιουργήσει ένα ευρύτερο πεδίο ευκαιριών για απασχόληση των γυναικών και σε άλλους τομείς πέραν των κλασικά «γυναικείων», οι τηλεπικοινωνίες, οι τοπικές υπηρεσίες, ο τουρισμός, οι υπηρεσίες αναψυχής και η περιβαλλοντική βελτίωση αποτελούν ορισμένους από αυτούς. Για παράδειγμα, στην αραιά κατοικημένη περιοχή Vogelsberg της Έσσης στη Γερμανία, στα πλαίσια του προγράμματος LEADER II, ένα σχέδιο για την εκπαίδευση και την απασχόληση γυναικών ως οδηγών λεωφορείων δημιούργησε 12 νέες λεωφορειακές γραμμές και προσέφερε πλήρη ή μερική απασχόληση σε οκτώ γυναίκες (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2000).

Στην Ελλάδα έρευνες έχουν δείξει ότι οι γυναίκες ασχολούνται επιχειρηματικά με κλασικές «γυναικείες» δραστηριότητες. Αξιοποιούν τοπικούς

πόρους και ενεργοποιούν άρρητες γνώσεις και δεξιότητες συσσωρευμένες στο πλαίσιο της οικογένειας και της τοπικής κοινωνίας. Αξιοποιούν την ανάγκη των τοπικών κοινωνιών για εξυπηρέτηση σε υπηρεσίες της καθημερινότητας, αλλά και την ανάγκη των αστικών πληθυσμών για προϊόντα ποιότητας και επαφή με τη φύση. Αξιοποιούν γεωργικούς πόρους, φυσικό περιβάλλον, γειτνίαση με αστικά ή τουριστικά κέντρα, καθώς και το γενικότερο επίπεδο ανάπτυξης των αγροτικών ζωνών στις οποίες διαμένουν ή από τις οποίες κατάγονται. (Ανθοπούλου, 2006). Η αυξανόμενη ζήτηση για τοπικά- υγιεινά- ασφαλή τρόφιμα αποτελεί όχι μόνο εχέγγυο για την απορρόφηση των προϊόντων τους, αλλά συχνά και μια πρόκληση για τις πιο καινοτόμες γυναίκες που νοιώθουν ότι το να κατέχουν τις παραδοσιακές συνταγές και την «τέχνη του παράγειν» είναι μια ευκαιρία για επαγγελματική δραστηριοποίηση. (Ανθοπούλου, 2006).

Σημαντική εμφανίζεται η παρουσία των γυναικών επιχειρηματιών και στον τομέα του τουρισμού (Κασιμάτη κα, 2005). Τα τελευταία χρόνια οι γυναίκες της υπαίθρου κάνουν έντονη την παρουσία τους στο χώρο του αγροτικού τουρισμού, μια ιδιαίτερη μορφή αυτοαπασχόλησης, η οποία συνδυάζει αφενός τη μικρού μεγέθους οικογενειακή επιχείρηση και αφετέρου την παράλληλη απασχόληση στο σπίτι ή τη γεωργική εκμετάλλευση (Γιδαράκου, 2006). Εκτός από τις μικρές ατομικές επιχειρήσεις, οργανώνονται σε συνεταιρισμούς των 20-25 κατά μέσο όρο μελών και παράγουν με συλλογικό τρόπο τοπικά παραδοσιακά προϊόντα ή λειτουργούν από κοινού μικρούς παραδοσιακούς ξενώνες και εστιατόρια, δίνοντας έτσι μια άλλη χροιά στη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην ελληνική ύπαιθρο (Koutsou et al, 2006).

Το γεγονός ότι η ανάπτυξη γυναικείων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών στον αγροτικό χώρο της Ελλάδας αφορά τους παραπάνω τομείς (αγροτουρισμού, οικοτεχνικής ή βιοτεχνικής παραγωγής και εμπορίας ειδών που προέρχονται από μεταποίηση προϊόντων του πρωτογενή τομέα, κατασκευής και εμπορίας ειδών λαϊκής τέχνης και παραγωγή - εμπορία προϊόντων βιολογικής γεωργίας) οδηγεί πολλούς να θεωρούν τις γυναίκες επιχειρηματίες της υπαίθρου φορείς της «αυθεντικότητας» και ότι βρίσκονται πιο κοντά στη φύση και τις τοπικές παραδόσεις. Επίσης, ο «παραδοσιακός» γυναικείος κόσμος και οι ασχολίες του συνιστούν πεδίο ιδιαίτερα προσιτό και εύκολο αλλά και αφετηρία από την οποία οι γυναίκες πορεύονται με τον τρόπο τους, κάνοντας παράλληλα αυτόν τον επιχειρηματικό κόσμο και ευκολότερα αποδεκτό (Γιδαράκου, 1997, Γενική Γραμματεία Ισότητας, 2000).

Τα απαιτούμενα κεφάλαια για την έναρξη της επιχείρησης προέρχονται από

ίδια κεφάλαια. Για τις περισσότερες γυναίκες επιχειρηματίες η αυτοχρηματοδότηση ήταν η κύρια πηγή των απαιτούμενων κεφαλαίων. Η δεύτερη πλέον σημαντική πηγή χρηματοδότησης είναι οι τοπικές τράπεζες. Σε μερικές περιπτώσεις βοήθησαν η οικογένεια και οι φίλοι (Scannell, Wang and Halbrendt, 2004). Τα παραπάνω επιβεβαιώνουν και οι Still and Simmons (2005) σύμφωνα με τους οποίους μισές περίπου επιχειρήσεις χρηματοδοτήθηκαν από ίδια κεφάλαια των γυναικών και οι υπόλοιπες από δανεισμό ή συνδυασμό δανείου και ιδίων κεφαλαίων. Εν κατακλείδι, τα συμπεράσματα της έρευνας, επιβεβαιώνουν τον γενικό κανόνα, ότι οι μικροί επιχειρηματίες αντλούν τα κεφάλαια για την δημιουργία και λειτουργία των επιχειρήσεών τους, από τις προσωπικές τους οικονομίες. Δεν καταφεύγουν, δηλαδή, σε δανεισμό χρημάτων από τράπεζες (Sawicka, 2001).

Όσον αφορά σε θέματα διαχείρισης της επιχείρησης έχει διαπιστωθεί ότι μία στις τρεις γυναίκες αποφασίζει μόνη της για τη λειτουργία της επιχείρησής της. Οι υπόλοιπες αποφασίζουν μαζί με κάποιο άλλο άτομο, που για την πλειοψηφία των γυναικών επιχειρηματιών είναι ο σύζυγός τους. Όσον αφορά το χρόνο που μεσολάβησε από τη στιγμή που οι γυναίκες αποφάσισαν να δημιουργήσουν μία επιχείρηση έως τη στιγμή που δημιουργήθηκε η επιχείρηση αυτή, οι περισσότερες χρειάστηκαν έως έξι μήνες και ακολούθησαν εκείνες που δημιούργησαν την επιχείρησή τους μετά από ένα έτος (Still and Simmons, 2005).

Οι βασικοί παράγοντες που έχουν βοηθήσει τις γυναίκες επιχειρηματίες να πετύχουν περιλαμβάνουν την υποστήριξη από τα μέλη της οικογένειας, την ισχυρή τοπική υποστήριξη και την κατανόηση των τοπικών αναγκών, τη δυνατότητα προσδιορισμού των αγορών, την κατοχή των απαραίτητων δεξιοτήτων και την προσωπική εμπειρία (Scannell et al, 2004). Οι σημαντικότερες πηγές συμβουλευτικής στήριξης των γυναικών, κατά την έναρξη των επιχειρήσεών τους, ήταν οι φίλοι, οι συνάδελφοι, η οικογένεια και ο λογιστής (Still and Simmons, 2005). Οι επιρροές της οικογένειας επισημάνθηκαν ως θετικός παράγοντας και από τους (Still and Simmons, 2005), σύμφωνα με τους οποίους η οικογενειακή εμπειρία στην επιχειρηματικότητα, η οικογενειακή υποστήριξη και ενθάρρυνση, η κατοχή παρόμοιας επιχείρησης από άλλο μέλος της οικογένειας είναι δυνατόν να συμβάλλουν στην επιτυχία της γυναίκας επιχειρηματία. Οι ίδιοι σημειώνουν ότι μία στις τρεις γυναίκες δημιούργησε μόνη της την επιχείρησή της ενώ μία στις τρεις δημιούργησε την επιχείρησή της με τη βοήθεια κάποιου άλλου ατόμου. Οι υπόλοιπες αγόρασαν μία υπάρχουσα επιχείρηση ή κληρονόμησαν την επιχείρησή τους από κάποιο μέλος της οικογένειας. Επίσης,

διαπιστώθηκε ότι η οικογενειακή υποστήριξη είναι ένα άλλο αξιοσημείωτο χαρακτηριστικό γνώρισμα των γυναικών επιχειρηματιών στις αγροτικές περιοχές. Παιδιά και σύζυγοι προσφέρουν έμμεση υποστήριξη μέσω της ενθάρρυνσης καθώς και άμεση υποστήριξη μέσω των συμβουλών και της πραγματικής προσφοράς εργασίας στην επιχείρηση (Mankelow et al, 1999).

Ένα ακόμη χαρακτηριστικό των επιχειρήσεων των γυναικών είναι η στοιχειώδης τεχνολογία που χρησιμοποιούν, καθώς δεν είναι εξοικειωμένες με τη συνεχώς εξελισσόμενη τεχνολογία. Ακόμη και οι γυναίκες που γνωρίζουν να χειρίζονται τη νέα τεχνολογία δεν έχουν τη δυνατότητα να την αποκτήσουν λόγω της μικρής τους επιχείρησης (Kraus- Harper, 1998).

Σύμφωνα με τον IFAD (2000) οι γυναικείες επιχειρήσεις έχουν μικρή διάρκεια ζωής, έως πέντε έτη ενώ οι Still and Simmons (2005) εμφανίζουν ακόμη πιο μικρή διάρκεια ζωής που φτάνει μόλις τα τρία χρόνια για τις μισές από αυτές ενώ οι περισσότερες δεν ξεπερνούν τα 20 έτη. Πολλοί είναι, οι λόγοι που οδηγούν τις γυναίκες στο κλείσιμο των επιχειρήσεών τους. Κατ' αρχήν, οι επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου και καταναλωτικών υπηρεσιών που ανήκουν σε γυναίκες, τείνουν να είναι οριακά κερδοφόρες, να διαθέτουν μικρά κεφάλαια και να είναι ευάλωτες στον ανταγωνισμό από μεγάλες τις αλυσίδες καταστημάτων. Ακόμη, οι γυναίκες τείνουν να έχουν μικρή εμπειρία από προηγούμενες επιχειρήσεις, γεγονός που περιορίζει τις γνώσεις τους για κάποιες δεξιότητες, όπως είναι η διαχείριση και το μάρκετινγκ (Clark and James 1992).

Οι περιορισμένες επιχειρηματικές εμπειρίες των γυναικών οδηγούν πολλές φορές σε περιορισμένες οργανωτικές και διευθυντικές ικανότητες, ελλείψεις που οδηγούν τις γυναικείες επιχειρήσεις σε υψηλά ποσοστά αποτυχίας και χαμηλά εισοδήματα. Η απομόνωση, η έλλειψη πρόσβασης σε ευκαιρίες κατάρτισης και οι κοινωνικές συνθήκες της υπαίθρου είναι γεγονός ότι περιορίζουν την πρόσβαση των γυναικών σε αυτές τις ευκαιρίες και ως εκ τούτου τις οδηγούν πολλές φορές στην αποτυχία (Clark and James 1992).

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. Συναντούν, επίσης, δυσκολίες στη διαδικασία χορήγησης αδειών και άλλους παρόμοιους περιορισμούς. Οι περισσότερες από τις γυναίκες που δημιουργούν επιχειρήσεις στην ύπαιθρο και χρειάζονται χρηματοδότηση,

αντιμετωπίζουν προβλήματα κατά την προσπάθειά τους για ανάληψη δανείων από τις τράπεζες. Επίσης, είναι περιορισμένες οι ευκαιρίες για αποταμίευση ή για επέκταση της επιχείρησης και για διαφοροποίηση (Kibas, 2005). Η έλλειψη ποιοτικών υπηρεσιών παροχής περίθαλψης εκτιμάται επίσης ως σημαντικό εμπόδιο για τις γυναίκες στην ύπαιθρο προκειμένου να αναλάβουν επιχειρηματική πρωτοβουλία, καθώς σε λίγες αγροτικές περιοχές η υπάρχουσα υποδομή καλύπτει τη ζήτηση υπηρεσιών που αφορούν τα παιδιά και τους ηλικιωμένους. Για παράδειγμα, το 1992, μελέτη στην Ολλανδία έδειξε ότι το 1% των παιδιών στην ύπαιθρο κάτω των τεσσάρων ετών ήταν σε ημερήσιους παιδικούς σταθμούς σε σύγκριση με το 16% των αντίστοιχων παιδιών στα αστικά κέντρα. Επίσης, στη Μαγιόρκα, το 1990, μελέτη έδειξε ότι κανένα παιδί ηλικίας 2 ετών, 10% των παιδιών ηλικίας 3 ετών και 20% των παιδιών ηλικίας 4 ετών ήταν σε προσχολικές υπηρεσίες στις αγροτικές περιοχές, σε σύγκριση με το 50% των παιδιών ηλικίας 2 ετών, το 90% των παιδιών ηλικίας 3 ετών και το 100% των παιδιών ηλικίας 4 ετών που ήταν σε αντίστοιχες υπηρεσίες στις αστικές περιοχές. Άλλη μελέτη στη Σκωτία έδειξε ότι αν υπήρχε δυνατότητα φροντίδας των παιδιών, λιγότερο από το 25% των μη εργαζόμενων γυναικών στην ύπαιθρο με παιδί ηλικίας κάτω των 5 ετών θα επέλεγε να μένει στο σπίτι (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2000).

Από τις σημαντικότερες δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες κατά την ίδρυση των επιχειρήσεών τους εντοπίζονται και στην προσπάθεια να κερδίσουν την απαραίτητη εμπιστοσύνη, στην αναζήτηση πληροφόρησης και συμβουλευτικής στήριξης για την έναρξη της επιχείρησης, στην εύρεση και οργάνωση της τοποθεσίας εγκατάστασης της επιχείρησης και στην λήψη της απαιτούμενης χρηματοδότησης (Still and Simmons, 2005).

Μετά από μελέτη της επιχειρηματικότητας σε περιοχές της υπαίθρου στην Αφρική, παρατηρήθηκε ότι αντιμετωπίζουν πολλές προκλήσεις, οι οποίες περιλαμβάνουν: τον ανταγωνισμό από τις μεγάλες επιχειρήσεις, την έλλειψη πληροφοριών, υποστήριξης και χρηματοδότησης για επέκταση, την αβεβαιότητα και τις οικογενειακές υποχρεώσεις (Kibas, 2005). Η ίδια έρευνα καταλήγει στο ότι η έλλειψη πληροφόρησης για τις νέες αγορές και τους νέους τομείς, και οι αυξανόμενες απαιτήσεις από τους πελάτες για μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών, θέτουν τις προκλήσεις στις γυναίκες επιχειρηματίες στο χώρο της υπαίθρου. Αυτά, σε συνδυασμό με την έλλειψη γνώσεων σχετικά με τη διαχείριση της επιχείρησης, τους ανεπαρκείς πόρους και την έλλειψη υποστήριξης από τους συζύγους αποτελούν



περιορισμούς για την ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας (Kibas, 2005).

Η επιχειρηματικότητα πάντα περιλαμβάνει κάποιο επίπεδο κινδύνου και αβεβαιότητας. Για τις γυναίκες στην ύπαιθρο, τα στερεότυπα που επικρατούν, ο φόβος για ανάληψη "ρίσκου" και η έλλειψη εμπιστοσύνης και ασφάλειας εμφανίζονται να είναι σημαντικά εμπόδια. Η θέση των γυναικών σε μια πατριαρχική κοινωνική δομή καθιστά τις γυναίκες εξαρτώμενες από τους άνδρες -σύζυγοι ή πατέρες- και η αντίδραση της οικογένειας είναι ένα σημαντικό αντικίνητρο στην ίδρυση μιας επιχείρησης (Kibas, 2005). Το τελευταίο ισχύει και στις αγροτικές περιοχές της Ελλάδας όπου το σημαντικότερο εμπόδιο για τις γυναίκες επιχειρηματίες είναι ο συντηρητισμός σε ότι αφορά τους ρόλους των δύο φύλων, καθώς η κοινωνία είναι λιγότερο δεκτική στην αποδοχή και την ενθάρρυνση της γυναικείας επιχειρηματίας, γεγονός που αποτυπώνεται και στον περιορισμό των δυνατοτήτων χρηματοδότησης από κάποιους φορείς (συνήθως τις συζητήσεις με τους χρηματοδοτικούς φορείς αναλαμβάνει ο σύζυγος) (Γιδαράκου κ.α., 2005). Άλλα επιχειρηματικά προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες στην ελληνική ύπαιθρο είναι η διάθεση των παραγόμενων προϊόντων, ταυτόχρονα με την ανάπτυξη διασυνδέσεων και εμπορικών διαύλων, η πληροφόρηση και η έλλειψη γνώσεων που σχετίζονται με τη λογιστική παρακολούθηση της επιχείρησης και την απαιτούμενη τεχνογνωσία για τη βελτίωση της ποιότητας των προσφερόμενων προϊόντων (Γιδαράκου κ.α., 2005).

Σε έρευνες που έχουν γίνει για τις ανάγκες των γυναικών της υπαίθρου, εμφανίζεται σταθερά η ανάγκη για κατάλληλη αλλά και προσιτή κατάρτιση. Ειδικά για τα πρώτα στάδια δραστηριοποίησης, οι γυναίκες συνήθως χρειάζονται καθοδήγηση για την ανάπτυξη των ιδεών τους, τον εντοπισμό των ικανοτήτων τους και την ενίσχυση της εμπιστοσύνης στον εαυτό τους. Αργότερα, οι ανάγκες σε ότι αφορά την επιχειρηματική στήριξη, περιλαμβάνουν μαθήματα έναρξης επιχειρήσεων, τεχνική συνδρομή, χρηματοδότηση αλλά και συμμετοχή έμπειρων επιχειρηματιών, οι οποίοι δρουν ως καθοδηγητές.

Επίσης, έχει διαπιστωθεί ότι οι γυναίκες, πριν αρχίσουν το δικό τους επιχειρηματικό εγχείρημα, προτιμούν να συμμετέχουν σε μαθήματα και ομάδες που απευθύνονται μόνο σε γυναίκες. 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).

### **3. Κίνητρα για τη Δημιουργία Επιχειρήσεων από Γυναίκες της Υπαιθρου**

Γιατί ορισμένες γυναίκες επιλέγουν να αναπτύξουν επιχειρηματική δράση ενώ άλλες όχι είναι ένα βασικό ερώτημα που απασχόλησε σημαντικό τμήμα της ερευνητικής κοινότητας. Οι Brush and Hisrich (1991) επισημαίνουν ότι η εμπειρία, οι ικανότητες και προσωπικοί λόγοι σχετίζονται με την γυναικεία επιχειρηματικότητα. Επίσης, οι κοινωνικοποίηση των γυναικών, η διαθεσιμότητα κεφαλαίων, οι ικανότητες διαχείρισης παίζουν σημαντικό ρόλο. Ωστόσο το ερώτημα παραμένει αναπάντητο όσον αφορά στα κίνητρα ανάληψης επιχειρηματικής δραστηριότητας από τις γυναίκες και ειδικότερα από αυτές που διαβιούν στην ύπαιθρο .

Σύμφωνα με την βιβλιογραφία το πρώτο σχετικό άρθρο εμφανίστηκε στα μέσα της δεκαετίας του '70. Η Schwartz (1976) συνδύασε πρωτογενή και δευτερογενή στοιχεία προκειμένου να αναγνωρίσει τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των γυναικών επιχειρηματιών αλλά και συμπεριφοράς και κίνητρα βάση των οποίων επιλέγουν να ασχοληθούν με μια επιχείρηση. Η ανάγκη για επιτυχία, η ικανοποίηση από την εργασία, οι οικονομικές απολαβές και η ανεξαρτησία ήταν τα βασικότερα κίνητρα που κατέγραψε.

Η απόφαση για μια γυναίκα, να γίνει επιχειρηματίας, είναι συχνά η συνισταμένη διαφόρων παραγόντων (Goffee and Scase, 1983). Ο Wilkins (1987), αναφερόμενος στις γυναίκες επιχειρηματίες, τόνισε ότι: «ανεξάρτητα από το υπόβαθρο τους, όλες οι γυναίκες πιστεύουν ότι η δημιουργία επιχείρησης, είναι συνεπακόλουθο του ξεχωριστού συνόλου των εμπειριών τους». Μερικές γυναίκες διατηρούν τις επιχειρήσεις που έχουν ιδρύσει ο άνδρας τους, ο αδελφός τους ή ο πατέρας τους. (Ram and Jones, 1997; Ram, 1992; Phizacklea, 1990). Επίσης, μερικές γυναίκες επιλέγουν την οικογενειακή επιχειρηματικότητα που ουσιαστικά αποτελεί συν-ιδιοκτησία μαζί με τους συζύγους τους (Barret et al., 1996).

Το αν και σε ποιον τομέα θα αναπτύξει μια γυναίκα επιχειρηματική δράση εξαρτάται από παράγοντες που σχετίζονται τόσο με την ίδια και τις επιθυμίες της όσο και με το εξωτερικό περιβάλλον της περιοχής στην οποία θέλει να αναπτύξει επιχειρηματική δράση. Η έρευνα των Verheul et al (2006) έδειξε ότι η ανεργία, το κατά κεφαλήν εισόδημα, η λειτουργία των δημόσιων υπηρεσιών, ακόμα και η κουλτούρα μιας περιοχής παίζουν καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη επιχειρηματικής δράσης. Παράλληλα όμως και άλλοι παράγοντες όπως τραυματικά γεγονότα (π.χ.

απόλυση από δουλειά), ανία από την υφιστάμενη εργασία, 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 από τις γυναίκες.

Οι DiBenedetto και Tittle (1990), τόνισαν περαιτέρω τη σημασία του περιβάλλοντος για τις αποφάσεις των γυναικών πάνω σε θέματα εργασίας και ειδικότερα του στενού οικογενειακού κύκλου. Ειδικότερα, αναφέρουν ότι οι επιλογές των γυναικών μπορούν να επηρεαστούν από τις αντιλήψεις και τις επιλογές των πατεράδων και των συζύγων τους. Υπάρχουν όμως και άλλοι (Gruidl, 1991) που υποστηρίζουν ακριβώς το αντίθετο ότι δηλαδή οι περισσότερες γυναίκες γίνονται επιχειρηματίες επειδή το θέλουν και όχι επειδή πρέπει.

Εκεί που φαίνεται όμως να συμφωνούν οι περισσότεροι συγγραφείς είναι στο βαθμό στον οποίο η επιθυμία για μεγαλύτερη ευελιξία αποτελεί το αρχικό κίνητρο για να γίνουν οι γυναίκες ιδιοκτήτριες μικρών επιχειρήσεων. Στο παραπάνω καταλήγουν έρευνες της NFWBO (1998) αλλά και ο Brush (1992) ενώ στο μεγαλύτερο μέρος της σχετικής βιβλιογραφίας αναφέρεται ότι τρία είναι τα κίνητρα που ωθούν τις γυναίκες στην επιχειρηματικότητα: η επιθυμία για ευέλικτο ωράριο, οι μεγαλύτερες οικονομικές απολαβές και η ανεξαρτησία στην εργασία (Goffee and Scase, 1985; Wilkens, 1987; Kalleberg and Leicht, 1991; Loscocco and Leicht, 1993; Tigges and Green, 1994). Πράγματι, η ευελιξία που έχει μια γυναίκα αυτοαπασχολούμενη παίζει σημαντικό ρόλο καθώς έχει αποδειχθεί ότι στις περισσότερες περιπτώσεις, μια γυναίκα αναμένεται να φροντίσει το σπίτι και τα παιδιά, ακόμα κι αν απασχολείται πλήρως (Aryee, 1992, DiBenedetto and Tittle, 1990, Lorber, 1993, Loscocco et al, 1991). Σε 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%). Έτσι οι γυναίκες συχνά χρειάζονται ένα εργασιακό πρόγραμμα που θα τους επιτρέψει να ισορροπήσουν την εργασία με την οικογένεια, το οποίο το επιτυγχάνουν όντας οι ίδιες επιχειρηματίες (Loscocco και Leicht, 1993).

Η επίτευξη ενός ικανοποιητικού εισοδήματος επηρεάζει επίσης σε σημαντικό βαθμό την απόφαση των γυναικών να αναπτύξουν επιχειρηματική δράση (Goffee and Scase, 1985; NFWBO, 1998; Kalleberg and Leicht, 1991; Loscocco and Leicht, 1993; Tigges and Green, 1994). Ειδικά για την ύπαιθρο οι έρευνες δείχνουν ότι στη μεγάλη τους πλειοψηφία οι γυναίκες θεωρούν την εξασφάλιση συμπληρωματικού

εισοδήματος για το νοικοκυριό ως τον κυριότερο λόγο ενασχόλησης τους ενώ κοινωνικοί λόγοι όπως η προσωπική αναγνώριση και η κοινωνική καταξίωση παίζουν δευτερεύοντα ρόλο (Kibas, 2005).

Αξίζει να σημειωθεί ότι γυναίκες στην ύπαιθρο, δεν παρακινούνται πάντα από το κέρδος όταν αποφασίζουν να δημιουργήσουν μία επιχείρηση, αλλά περισσότερο από την ανάγκη να βοηθήσουν τις οικογένειές τους. Βλέπουν τις επιχειρήσεις ως ένα μέσο απελευθέρωσης, αφού δεν θα ζητούν πλέον χρήματα από τους συζύγους τους για τις βασικές ανάγκες των οικογενειών τους -τρόφιμα, ιματισμός και υγεία. Έτσι, ότι κερδίζουν από την επιχείρηση, ξοδεύεται προς όφελος ολόκληρης της οικογένειας (Kibas, 2005).

Οι γυναίκες επιχειρηματίες αυτοπροσδιορίζονται με όρους οικογενειακών κυρίως ρόλων και διαπροσωπικών σχέσεων. Οι έρευνες πεδίου, ιδιαίτερα σε αγροτικές περιοχές που αναπτύχθηκαν τουριστικά, καταδεικνύουν ότι η συμπεριφορά των γυναικών επιχειρηματιών απορρέει από την ιδεολογική παραδοχή ότι αυτή η επιχειρηματική πρωτοβουλία δεν αποτελεί προσωπική επιλογή αλλά κατά κύριο λόγο προέκταση των οικογενειακών καθηκόντων που πρέπει να φέρουν σε πέρας, παράλληλα και όχι σε βάρος των οικιακών φροντίδων (Νάζου, 2003).

Μια άλλη ομάδα κινήτρων που έχει καταγραφεί στη βιβλιογραφία περιλαμβάνει την επιθυμία για αυτοαπασχόληση και ανεξαρτησία, την αύξηση του εισοδήματος, την αξιοποίηση μιας υπάρχουσας ιδέας, την αξιοποίηση της μόρφωσης, εμπειριών και των ικανοτήτων τους. τη διαμονή σε ένα συγκεκριμένο τόπο, η επιθυμία για αλλαγή του τρόπου ζωής και η πρόκληση καθώς και την έλλειψη εναλλακτικών λύσεων όσον αφορά στην απασχόληση (Gruidl, 1991 Richardson, 2004; Still and Simmons, 2005).

Σύμφωνα με τους Tigges και Green (1994) η επιχειρηματικότητα παρέχει μια πρόσθετη εναλλακτική λύση εργασίας όταν οι ευκαιρίες εργασίας είναι ανύπαρκτες, ή δεν εκπληρώνουν όλες τις ανάγκες του ατόμου. Συχνά, οι γυναίκες γίνονται επιχειρηματίες από ανάγκη καθώς, έχοντας λίγες ευκαιρίες απασχόλησης, βλέπουν την έναρξη μιας επιχείρησης ως τη μοναδική εναλλακτική λύση (Oberhauser et al., 1996).

Η δυσκολία εύρεσης εργασίας στην ύπαιθρο σε συνδυασμό με τις φυσικές δυσκολίες όσον αφορά τη μετακίνηση σε άλλη περιοχή, ή τις προσωπικές και οικογενειακές συνθήκες είναι ορισμένοι παράγοντες που επίσης επηρεάζουν (Tigges, 2004), οι οποίοι από έρευνα που πραγματοποιήθηκε στην Εσθονία, σχετικά με την

γυναικεία επιχειρηματικότητα στην ύπαιθρο, κατέγραψαν ως κύρια αιτία για την έναρξη μιας επιχείρησης είναι τη δυσκολία των γυναικών να βρουν μία ικανοποιητική εργασία στον τόπο που κατοικούν (Talves and Laas, 2004). Πράγματι η αυτοαπασχόληση μπορεί να αποτελέσει μία ιδιαίτερα ελκυστική επιλογή για τις γυναίκες της υπαίθρου, κυρίως όταν δεν υπάρχουν οι κατάλληλες θέσεις εργασίας και η μετακίνηση στις κοντινές πόλεις δεν είναι εφικτή (Peters and MacDonald, 1994; Oberhauser et al., 1996).

Σύμφωνα με τον Scott (1997), οι γυναίκες από τη στιγμή που συνεισφέρουν με το εισόδημα τους στην τοπική κοινωνία κερδίζουν γόητρο και αναγνώριση ενώ αποκτούν μεγαλύτερη συμμετοχή στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων στο νοικοκυριό αλλά και πρόσβαση στο δημόσιο χώρο. Ωστόσο, πρέπει να σημειωθεί ότι οι αλλαγές στην οικονομική και οικιακή ζωή των γυναικών δεν συνοδεύονται πάντα από ανάλογες ιδεολογικές μεταβολές, ούτε από αλλαγές στον καταμερισμό εργασίας στα νοικοκυριά και στις πολιτισμικές αντιλήψεις που προσδιορίζουν τη γυναικεία ταυτότητα (Galani-Moutafi, 1994).

Έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε αγροτική περιοχή του Vermont των Η.Π.Α. είχε ως σκοπό να μελετήσει τη δυνατότητα βελτίωσης των χαμηλών εισοδημάτων των γυναικών, μέσω της επιχειρηματικότητας. Ο σημαντικότερος λόγος για την έναρξη μιας επιχείρησης ήταν η ευελιξία, ιδιαίτερα για τις μητέρες. Η επόμενη συχνότερη απάντηση ήταν η ανάγκη για εργασία ή η οικονομική ανάγκη. Άλλοι λόγοι ήταν η αξιοποίηση ενός ενδιαφέροντος ή ενός χόμπι, η επαγγελματική ανεξαρτησία, αφού οι γυναίκες είναι πλέον προϊστάμενοι παρά υπάλληλοι, καθώς και η ασφάλεια που τους παρέχει η επιχείρησή τους.

Σε άλλη έρευνα εντοπίστηκαν τέσσερα βασικά κίνητρα για την έναρξη μιας επιχείρησης (Mankelow et al, 1999). Τα δύο πρώτα είναι η απόκτηση εισοδήματος και η πρόκληση της έναρξης μιας νέας επιχείρησης, που αποτελούν κοινά ή παραδοσιακά κίνητρα για τη δημιουργία οποιασδήποτε επιχείρησης. Η προσωπική πρόκληση της έναρξης μιας νέας επιχείρησης είναι πιθανό να είναι μέτριας σπουδαιότητας για τους περισσότερους επιχειρηματίες, αλλά φαίνεται να είναι ιδιαίτερα σημαντική για τις γυναίκες επιχειρηματίες της υπαίθρου. Επίσης, τα ευρύτερα οφέλη για την οικογένεια, όπως η μερική απασχόληση και η απόκτηση εμπειρίας από τα παιδιά, δεν είναι πιθανώς σημαντικό κίνητρο για τους περισσότερους επιχειρηματίες, αλλά είναι πολύ σημαντικό για τις γυναίκες επιχειρηματίες στην ύπαιθρο (Mankelow et al, 1999).

#### 4. Τυπολογία Γυναικών Επιχειρηματιών και Επιχειρήσεων

Από πολύ νωρίς έγινε φανερό ότι η γυναικεία επιχειρηματικότητα δεν χαρακτηρίζεται από έναν μόνο συγκεκριμένο τύπο γυναίκας ή επιχείρησης. Η πραγματικότητα είναι αρκετά πολυδιάστατη και αρχικοί διαχωρισμοί σε «παραδοσιακού τύπου επιχειρήσεις» και «σύγχρονου τύπου επιχειρήσεις» κρίθηκαν πολύ απλοϊκοί και ότι δεν περιγράφουν πλήρως την πραγματική εικόνα της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Αρκετοί ερευνητές υποστήριξαν ότι απαιτείται μια πιο ενδελεχής διερεύνηση των τύπων σύμφωνα με διάφορα χαρακτηριστικά, όπως τα δημογραφικά, τα κίνητρα ανάληψης επιχειρηματικής δράσης αλλά και την εμπειρία (Société Conseil BPS inc., 2004).

Προς αυτή την κατεύθυνση οι Goffee and Scase (1985) ανέπτυξαν μια τυπολογία η οποία βασίστηκε σε δύο κριτήρια: την προσκόλληση σε επιχειρηματικά ιδεώδη και τη αποδοχή των παραδοσιακών ρόλων των δύο φύλων. Τέσσερις τύποι γυναικών επιχειρηματιών προέκυψαν. Ο "συμβατικός" τύπος ο οποίος χαρακτηρίζει γυναίκες επιχειρηματίες πλήρως αφοσιωμένες σε επιχειρηματικά ιδανικά και παραδοσιακές στάσεις γύρω από τους ρόλους των δύο φύλων. Οι επιχειρηματικές δραστηριότητες που αναλαμβάνουν έχουν ως κίνητρο την οικονομική αποκατάσταση και αφορούν αντικείμενα τα οποία χαρακτηρίζονται ως παραδοσιακά «γυναικεία». Οι οικιακές (domestic) επιχειρηματίες επιδεικνύουν μικρό ενδιαφέρον γύρω από επιχειρηματικά ιδανικά και εκφράζουν παραδοσιακές στάσεις όσον αφορά τους ρόλους των δύο φύλων. Αναλαμβάνουν δράση σε αντικείμενα «γυναικεία» ψάχνοντας για ικανοποίηση και προσωπική έκφραση. Οι «πρωτοπόρες» είναι επαγγελματίες που έχουν πολύ ισχυρά επιχειρηματικά ιδανικά σχετικά με την προσωπική επιτυχία και την επιτυχία της επιχείρησης. Αυτός ο τύπος γυναικών επιχειρηματιών απορρίπτει τους παραδοσιακούς ρόλους που αποδίδουν στις γυναίκες και στους άνδρες ενώ έχουν αντιμετωπίσει εμπόδια στην καριέρα τους τα οποία ήταν αποφασισμένες να τα υπερνικήσουν. Τέλος, οι «ριζοσπαστικές» επιχειρηματίες οι οποίες δεν έχουν ισχυρά επιχειρηματικά ιδανικά και δεν υποστηρίζουν τους παραδοσιακούς ρόλους των δύο φύλων. Αυτές οι γυναίκες θεωρούν τους εαυτούς τους μέλη του φεμινιστικού κινήματος και τις επιχειρήσεις τους ως ένα μέσο για να βελτιώσουν τη θέση της γυναίκας στην κοινωνία.

Μια άλλη τυπολογία βασισμένη σε έρευνες των Cannon et al. (1988) θεωρεί τα ατομικά χαρακτηριστικά των γυναικών όπως η ηλικία, το επάγγελμα, το

μορφωτικό επίπεδο, τα οικογενειακά βάρη και άλλα στοιχεία της οικογένειας ως βασικού παράγοντες για τον καθορισμό τύπων γυναικών επιχειρηματιών. Οι πέντε τύποι που προέκυψαν μέσα από τα παραπάνω κριτήρια ήταν: οι “περιπλανώμενες”, νέες γυναίκες οι οποίες επέλεξαν την αυτοαπασχόληση προκειμένου να μην είναι πλέον άνεργες. Οι “νέες - επιτυχημένες”, εμπνευσμένες, με εμπειρία μορφωμένες νέες γυναίκες. Άλλοι τύποι ήταν οι «επιτυχημένες» οι οποίες ήταν μεσαίου μορφωτικού επιπέδου και με σχετική εμπειρία. Οι “επιστροφής», για τις οποίες η αυτοαπασχόληση η οποία διαρθρώνεται γύρω από την οικογένεια αποτέλεσε μια ευκαιρία για επιστροφή στην απασχόληση μετά από ένα διάλειμμα. Τέλος, οι «παραδοσιακές» γυναίκες άνω των 45 οι οποίες από πάντα δούλευαν σε μια οικογενειακή επιχείρηση.

Η Ionescu (1999) παρουσίασε το προφίλ της γυναίκας επιχειρηματία, βασισμένη στο κίνητρο, το βαθμό ανεξαρτησίας και το μέγεθος της δημιουργούμενης επιχείρησης και διακρίνει τις εξής κατηγορίες :

- ο η πρώτη κατηγορία περιλαμβάνει την «*παρακινούμενη επιχειρηματία*» (motivated businesswoman). Αυτή η κατηγορία περιλαμβάνει μορφωμένες γυναίκες που έχουν διαμορφωμένη επιχειρηματική ιδέα για να αναπτύξουν ή αναζητούν αυτοεκπλήρωση μέσω των δραστηριοτήτων τους.
- ο Η δεύτερη κατηγορία ονομάζεται «*γυναίκα συν-επιχειρηματίας*» (woman co-entrepreneurs) και αναφέρεται στις γυναίκες που είναι μέλοι οικογενειακής επιχείρησης. Μπορεί να εμφανίζονται επίσημα ως ιδιοκτήτριες της επιχείρησης, αλλά δεν είναι αναγκαστικά αυτές που κατέχουν και διαχειρίζονται την επιχείρηση. Απλά για λόγους φορολογικούς ή άλλους, επειδή για παράδειγμα ο άνδρας τους έχει άλλη δουλειά, αναλαμβάνουν επίσημα την ευθύνη της επιχείρησης. Ωστόσο, με την συν-επιχειρηματικότητα αυτή δεν πρέπει να υποτιμάται ο ρόλος των γυναικών στη δημιουργία των επιχειρήσεων, αλλά να δίδεται η απαραίτητη προσοχή για τη σπουδαιότητα της σημασίας του «ζεύγους» στις επιχειρηματικές δραστηριότητες. Επίσης, στην κατηγορία αυτή παρατηρείται το γεγονός ότι υπάρχουν πολλές γυναίκες επιχειρηματίες αλλά είναι αόρατες, και ενώ στην πραγματικότητα είναι πολλές και ενεργές δεν είναι καταγεγραμμένες ως επιχειρηματίες.
- ο Η τρίτη κατηγορία «*επιχειρηματίας του Σαββατοκύριακου*» (weekend entrepreneur) αναφέρεται στις γυναίκες που εργάζονται αμειβόμενες και παράλληλα διοικούν μικρές επιχειρήσεις, μερικής απασχόλησης, συνήθως στα

πλαίσια της αγροτικής οικογενειακής δραστηριότητας, ή κάποιας δραστηριότητας από το σπίτι, κλπ. .

- ο Τέλος, ως τέταρτη κατηγορία αναφέρεται η «*μία δουλειά – μία επιχειρηματίας*» (one job – one entrepreneur) κατηγορία που αφορά – για να διαφοροποιηθεί από την πρώτη κατηγορία – κυρίως γυναίκες με λίγα προσόντα και χωρίς ιδιαίτερη εργασιακή εμπειρία που δημιούργησαν δική τους δουλειά για να απαλλαγούν από την ανεργία επιλέγοντας τομείς που δεν είναι της ειδικότητάς τους. Συνήθως η επιχείρηση που δημιουργούν είναι στον ονομαζόμενο «γυναικείο» τομέα : την ομορφιά ή τον ρουχισμό.

Μία διαφορετική τυπολογία της γυναικείας επιχειρηματικότητας παρουσιάζει η Barrett (2000) και ομαδοποιεί τις γυναίκες επιχειρηματίες στις ακόλουθες κατηγορίες:

- ο *Αυτοαπασχολούμενες*: όταν ακούν ελεύθερο επάγγελμα ή δημιουργούν ατομικές επιχειρήσεις (πχ. γιατροί, δικηγόροι, κλπ.). Στην περίπτωση αυτή δεν έχουν συνεργάτες, ούτε απασχολούν εργαζόμενους, αλλά ούτε υπάρχει και οικογενειακή συμμετοχή.
- ο *Άμισθοι βοηθοί*: όταν ασχολούνται δυναμικά στην οικογενειακή επιχείρηση του πατέρα τους ή του συζύγου, αλλά δεν αμείβονται ούτε έχουν ασφάλιση.
- ο *Συν-επιχειρηματίες*: όταν ο σύζυγος και η σύζυγος δημιουργούν μαζί την επιχείρηση και είναι συνέταιροι σ' αυτήν, αλλά οι διοικητικές και λειτουργικές διαδικασίες της επιχείρησης αποφασίζονται από το σύζυγο.
- ο «*Εικονική*» *επιχειρηματίας*: όταν η επιχείρηση νομικά ανήκει στη γυναίκα, αλλά η διοίκηση και λειτουργία της πραγματοποιείται από τον σύζυγο ή τον πατέρα της. Αυτή η περίπτωση είναι η πιο συχνή στις αγροτικές περιοχές όπου λόγω του ότι οι σύζυγοι έχουν ως κύρια ασχολία τη γεωργία ή την κτηνοτροφία και αναζητούν συμπληρωματική εργασία την οποία δεν μπορούν να εμφανίσουν, δηλώνουν την επιχείρηση στο όνομα της συζύγου τους.
- ο «*Αφανής*» *Επιχειρηματίας*: όταν η επιχείρηση νομικά ανήκει στον σύζυγο αλλά στην πραγματικότητα η γυναίκα είναι αυτή που έχει αναλάβει τη διοίκηση και λειτουργία της. Η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην περίπτωση αυτή δυστυχώς δεν μπορεί να ερευνηθεί καθώς δεν υπάρχουν στοιχεία.



- *Επιχειρηματίας ή Αυτοαπασχολούμενη στην «Ανεπίσημη» οικονομία:* όταν η επιχειρηματίας εργάζεται από ή στο σπίτι της και δεν είναι δηλωμένη επίσημα στην εφορία. Στην περίπτωση αυτή ανήκουν οι καθηγήτριες που πραγματοποιούν ιδιαίτερα, οι γυναίκες που δουλεύουν φασόν κλπ. και δεν είναι δυνατός ο εντοπισμός, η καταγραφή και η μελέτη της επιχειρηματικότητάς τους.
- *Επιχειρηματίας – Συνεταιρίστρια:* όταν η γυναίκα συμμετέχει μέσω της συνεργασίας της με άλλες γυναίκες στη λειτουργία της επιχείρησης, που στην περίπτωση αυτή έχει τη μορφή συνεταιρισμού. Τέλος, η κλασική
- *Επιχειρηματίας:* όταν δημιουργεί μόνη της την επιχείρησή της, η οποία νομικά της ανήκει και αναλαμβάνει η ίδια τη διοικητική, οικονομική και λειτουργική ανάπτυξή της.

Η Mc Kay's (2001) συνέβαλε στην επέκταση της σχετικής βιβλιογραφίας διερευνώντας τύπους γυναικών επιχειρηματιών μεγαλύτερης ηλικίας, ως μια ιδιαίτερη ομάδα. Υποστήριξε ότι η πίεση της δημιουργίας οικογένειας πολλές φορές πιέζει τις γυναίκες και τις αποθαρρύνει από το να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά. Έτσι τοποθετούν τις ανάγκες της οικογένειας πάνω από τις προσωπικές τους. Ως εκ τούτου όταν περάσουν τα χρόνια και οι οικογενειακές υποχρεώσεις δεν υφίστανται πλέον εμφανίζονται ακόμη όμως και αυτή η ομάδα γυναικών επιχειρηματιών δεν είναι ομοιογενής καθώς κίνητρα, ηλικία, μορφωτικό επίπεδο και εμπειρία είναι δυνατόν να διαφοροποιούνται και να συνιστούν διαφορετικούς τύπους.

Η Gangon (2002) πρότεινε μια επίσης αξιόλογη τυπολογία βασιζόμενη στα κίνητρα αλλά και στην προσωπική και επιχειρηματική πορεία της γυναίκας. Βασιζόμενη στις προτεραιότητες που θέτει η γυναίκα ξεχώρισε τρεις τύπους επιχειρηματιών. Την “*etabilie*” με χαρακτηριστικά παρόμοια με αυτά των ανδρών επιχειρηματιών. Αυτός ο τύπος γυναίκας επιχειρηματία λειτουργεί προκειμένου να πετύχει μια μεγάλη καριέρα και επιθυμεί μια ακόμη μεγαλύτερη οικονομική επιτυχία. είναι έμπειρη με υψηλό μορφωτικό επίπεδο και αναπτύσσει δραστηριότητα στο εμπόριο και στις υπηρεσίες. Επιτυγχάνει υψηλά έσοδα, απασχολεί υπαλλήλους και παίρνει ρίσκα και καταφέρνει να διαχειριστεί τέλεια τον χρόνο της.

Ο δεύτερος τύπος γυναίκας επιχειρηματία σύμφωνα με την Gangon (2002) είναι η “δυναδική” η οποία παίρνει στα σοβαρά τόσο τις επιχειρηματικές της υποχρεώσεις όσο και τις οικογενειακές. Έχει επιλέξει την αυτοαπασχόληση ως τρόπο να εκφραστεί αλλά και να αποκτήσει εισοδήματα. Αναπτύσσει

δραστηριότητα σε καθαρά γυναικείους τομείς (κομμωτήρια, ινστιτούτα αισθητικής κλπ) είναι χαμηλού μορφωτικού επιπέδου και τα έσοδα που επιτυγχάνει δεν είναι χαμηλά.

Ο τρίτος τύπος “νοικοκυρές” αφορά τις γυναίκες επιχειρηματίες που δίνουν προτεραιότητα στην οικογένεια αφιερώνοντας στην επιχείρηση το χρόνο που περισσεύει μετά την οικογένεια.

Σύμφωνα με μια άλλη τυπολογία, της ίδιας χρησιμοποιώντας όμως περισσότερο γενικά χαρακτηριστικά εντοπίζονται τρεις άλλοι τύποι γυναικών επιχειρηματιών. Οι “*πρωτοπόρες*”, οι οποίες έχουν περιορισμένη πρόσβαση στο κεφάλαιο και στην εκπαίδευση και ιδρύουν επιχειρήσεις σε καθαρά γυναικείους τομείς. Ο δεύτερος τύπος οι “*απελευθερωμένες*”, είναι γυναίκες με προηγούμενη επιχειρηματική εμπειρία και διαφορετικό επίπεδο εκπαίδευσης που λειτουργούν σε μια ποικιλία αντικειμένων και είναι δυνατόν να συγκριθούν ακόμη και με τους άντρες επιχειρηματίες. Τέλος, αφορά επίσης γυναίκες με επιχειρηματική εμπειρία που έχουν πρόσβαση σε σημαντικά κέντρα απόφασης και επηρεάζουν τις επόμενες γενεές γυναικών επιχειρηματιών.

Όσον αφορά ειδικότερα τις γυναίκες στην υπαίθρο οι Sullivan et al (1997) επισημαίνουν ότι τα αρχικά κίνητρα αφορούν την ελαστικότητα του ωραρίου και της θέσης, η οικονομική ανεξαρτησία και η ασφάλεια. Άλλη έρευνα αναλύοντας τα κίνητρα καταλήγει ότι ο τύπος της διαχείρισης επηρέασε τη γυναίκα κατά την ανάληψη της πρωτοβουλίας. Οι συγγραφείς τονίζουν ότι οι γυναίκες αποδίδουν μεγάλη σημασία στις σχέσεις και στην κουλτούρα της επιχείρησης περιορίζοντας στο ελάχιστο τα προβλήματα και τις διαμάχες μεταξύ των εργαζομένων (Robinson, 2001). Οι Mankelow και Merrilees (2001) τέλος, προτείνουν ένα μοντέλο κατάταξης χρησιμοποιώντας στρατηγικές που σχετίζονται με την αναζήτηση ευκαιριών, τη συλλογή πληροφοριών και καινοτόμες τεχνικές και μάρκετινγκ.

Παρόλαυτά, ελάχιστοι ερευνητές ξεχώρισαν τις γυναίκες της υπαίθρου όσον αφορά σε έρευνες τυπολογίας. Έτσι, το ερώτημα που τίθεται είναι σε ποιο βαθμό οι γυναίκες της υπαίθρου που αναπτύσσουν επιχειρηματική δραστηριότητα ταιριάζουν με τους υφιστάμενους – γενικούς-τύπους επιχειρηματιών ή κατά πόσο υπάρχει αναγκαιότητα για νέες προσεγγίσεις και προσδιορισμό διαφορετικών παραγόντων που καθορίζουν νέους τύπους γυναικών επιχειρηματιών για την περίπτωση της υπαίθρου.

Από έρευνα της Ανθοπούλου (2006) που πραγματοποιήθηκε στην Περιφέρεια Πελοποννήσου προέκυψε ότι υπάρχουν πολλαπλοί τύποι και δυναμικές επιχειρήσεων με βάση το προφίλ των γυναικών και τη δομή των επιχειρήσεων. Συναντάμε τόσο παλαιότερες επιχειρήσεις εξειδικευμένες σε παραδοσιακούς κλάδους τροφίμου, όπως ελαιοτριβεία, τυροκομεία, οινοποιεία, που κληροδοτήθηκαν στη νεότερη γενιά, και όπου οι γυναίκες μπορεί να είναι οι «τυπικά υπεύθυνες», όμως ασχολούνται ενεργά στην οικογενειακή επιχείρηση, όσο και νεότερες και πιο καινοτόμες επιχειρήσεις, που γεννήθηκαν από καθαρά γυναικεία πρωτοβουλία έναρξης επαγγέλματος, όχι σπάνια στο πλαίσιο κάποιου αναπτυξιακού προγράμματος. Από την ίδια έρευνα συμπεραίνουμε ότι σε κάθε περίπτωση, οι γυναίκες- επιχειρηματίες είναι στο μεγαλύτερο μέρος τους ντόπιας καταγωγής, αγροτικών οικογενειακών καταβολών και χαμηλού εκπαιδευτικού επιπέδου, που αποτολμούν την ανάληψη επιχειρηματικής δράσης με εφόδια τις εμπειρικές τους γνώσεις και πρακτικές γύρω από το τρόφιμο και την προσωπική τους εργασία, συχνά στο όριο της υπεραπασχόλησης. Πρόκειται για επενδυτικές κινήσεις μικρής κλίμακας και χαμηλού σχετικά επιχειρηματικού ρίσκου, αφού οι γυναίκες μπορούν να διαθέσουν λίγα μόνο κεφάλαια, γι' αυτό και προσφέρουν αφειδώς την προσωπική τους εργασία. Παρατηρούμε ότι οι επιχειρήσεις αυτές εντάσσονται στο ευρύτερο τοπικό κοινωνικοπαραγωγικό σύστημα, με την έννοια ότι η προστιθέμενη αξία αντλείται, κυρίως, από τους τοπικούς πόρους. Καταλυτικό ρόλο παίζει ο βαθμός ενσωμάτωσης των εν λόγω αγροτικών περιοχών και επιχειρήσεων στις οικονομίες των αστικών/ τουριστικών κέντρων και η γενικότερη όσμωση πόλης- υπαίθρου που γεννά καινοτομίες και στηρίζει τις αγορές των τοπικών προϊόντων. Βέβαια, θα πρέπει να υπογραμμίσουμε, το γεγονός ότι οι γυναίκες στο μεγαλύτερο μέρος τους νοιώθουν ικανοποιημένες από το επιχειρηματικό τους εγχείρημα γιατί αποκτούν εισοδήματα και εξασφαλίζουν κάποιες επαγγελματικές προοπτικές για τα παιδιά τους, σε καμία περίπτωση δεν σημαίνει και επαναδιαπραγμάτευση της θέσης τους τόσο στην οικογένεια (έμφυλες κατανομές των ρόλων) όσο και στην τοπική κοινωνία. Άλλωστε, όπως φάνηκε και από την επιτόπια έρευνα, οι ίδιες προτάσσουν ως στόχο «να βοηθήσω τα οικονομικά της οικογένειας», δεδομένης της κρίσης και της γενικότερης αβεβαιότητας στον αγροτικό (και όχι μόνο) χώρο, ώστε οι προσωπικές τους προσδοκίες να υποτάσσονται στην οικογενειακή στρατηγική (Ανθοπούλου, 2006).

***ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ:***  
***Μεθοδολογία Έρευνας***

---

## 1. Εισαγωγή

Για τη διερεύνηση των στόχων της μελέτης επιλέχθηκαν πέντε αγροτικές περιοχές της χώρας με βάση τα ακόλουθα κριτήρια:

1. τη μορφολογίας τους
2. το επίπεδο ανάπτυξης των τριών τομέων της οικονομίας

Στη συνέχεια επιλέχθηκαν οι οικισμοί σε αυτές τις περιοχές με κριτήριο το μέγεθος του οικισμού, που ορίστηκε στους 2000 κατοίκους, για να αποδοθεί ο αγροτικός χαρακτήρας του οικισμού, σύμφωνα με την Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδος

Με βάση τα δύο πρώτα κριτήρια, επιλέχθηκαν δυο ορεινοί όγκοι: **του Πάικου**, ο οποίος διοικητικά βρίσκεται στα όρια των νομών Κιλκίς και Πέλλας και χαρακτηρίζεται από την επικράτηση του πρωτογενή τομέα και **του Βόρρα** στο νομό Πέλλας ο οποίος, παράλληλα με την ανάπτυξη του πρωτογενή τομέα παρουσιάζει σημαντική ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού σε ορισμένες περιοχές του. Επιλέχθηκε ακόμη μια πεδινή – βιομηχανική περιοχή, αυτή **του νομού Σερρών**, όπου παράλληλα με την έντονη ανάπτυξη της εντατικής γεωργίας αναπτύσσεται και ο δευτερογενής τομέας. Επιλέχθηκαν τέλος και δύο τουριστικά ανεπτυγμένες περιοχές, η περιοχή της **Χερσονήσου της Κασσάνδρας** στο νομό Χαλκιδικής, με υψηλό επίπεδο τουριστικής ανάπτυξης και ανάπτυξη του πρωτογενή τομέα και το **νησί Σαμοθράκη** του Νομού Έβρου το οποίο χαρακτηρίζεται από ήπια τουριστική ανάπτυξη και ανεπτυγμένη την κτηνοτροφία.

Με δεδομένο ότι για τη συγκέντρωση των στοιχείων μιας έρευνας η προσφυγή σε περισσότερες της μια μεθόδους διασφαλίζει σε μεγαλύτερο βαθμό την αξιοπιστία των αποτελεσμάτων (Δαουτόπουλος 1994:3, Χρήστου 1999:75), για την παρούσα έρευνα χρησιμοποιήθηκαν ποιοτικές και ποσοτικές μέθοδοι. Επιπρόσθετα, χρησιμοποιήθηκαν επικουρικά η ανάλυση δευτερογενών δεδομένων καθώς και άλλες ερευνητικές μέθοδοι και τεχνικές ενώ παράλληλα έγινε καταγραφή ορισμένων γυναικών επιχειρηματιών και των επιχειρήσεών τους μέσω βιντεοσκόπησης και φωτογράφισης.

## 2. Ποιοτική Έρευνα

Η ποιοτική έρευνα (qualitative research), περιελάμβανε τις τεχνικές της άμεσης παρατήρησης και των συνεντεύξεων τόσο με εκπροσώπους της τοπικής αυτοδιοίκησης όσο και με συγκεκριμένες γυναίκες επιχειρηματίες, που δραστηριοποιούνται στην περιοχή έρευνας. Ένα μέρος της έρευνας αυτής ξεκίνησε πριν την ποσοτική έρευνα βοηθώντας στο να αντληθούμε σημαντικές πληροφορίες για τη διατύπωση του προβληματισμού, των υποθέσεων της έρευνας και τη σύνταξη του ερωτηματολογίου και ένα άλλο μέρος μετά την ποσοτική έρευνα, κυρίως με συνεντεύξεις σε βάθος και βιντεοσκοπήσεις, προκειμένου να μελετήσουμε σε βάθος το προς μελέτη θέμα και σε μερικές περιπτώσεις να επανεξετάσουμε κάποιες επιχειρήσεις μετά από ένα χρονικό διάστημα. Η προσέγγιση αυτή μας βοήθησε σε πολλές περιπτώσεις. Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση της επιχείρησης «ΓΟΥΜΕΝΙΣΣΕΣ» στο Πάικο, την οποία επισκεφθήκαμε στην αρχή της έρευνας και στη συνέχεια μετά ένα χρόνο διαπιστώνοντας τις εξαιρετικά σημαντικές μεταβολές που επήλθαν σ' αυτή σ' αυτό το χρονικό διάστημα (Video ΓΟΥΜΕΝΙΣΣΕΣ ).

Έτσι η περίοδος πραγματοποίησης της ποιοτικής έρευνας ξεκίνησε τον Ιούνιο του 2005 και ολοκληρώθηκε τον Σεπτέμβριο του 2007.

Αντιμετώπισαμε πολλά προβλήματα, κυρίως κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων με τις γυναίκες επιχειρηματίες αλλά και κατά τη διάρκεια των βιντεοσκοπήσεων. Προβλήματα που απορρέουν από την επιφυλακτικότητα με την οποία μας αντιμετώπιζαν στην πρώτη επαφή, προβλήματα φόρτου εργασίας αλλά και αντιδράσεων από το σύζυγο. Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση επιχειρηματία στη Σαμοθράκη που η συνέντευξη σταμάτησε στη μέση όταν εμφανίστηκε ο σύζυγος, και παρ' ότι του εξηγήσαμε ότι είμαστε από το Πανεπιστήμιο και τους σκοπούς της έρευνας, μας υποχρέωσε, όχι με τον καλύτερο τρόπο, να σταματήσουμε τη συνέντευξη. Εξάλλου, όταν ζητήσαμε από μια επιχειρηματία της περιοχής των Σερρών να βιντεοσκοπήσουμε την επιχείρησή της αυτή αρνήθηκε και πρότεινε κάποια άλλη, διότι θεωρούσε ότι οι εγκαταστάσεις της επιχείρησής της δεν έπρεπε να καταγραφούν σε εικόνα.

### 3. Ποσοτική Έρευνα

Η ποσοτική έρευνα αφορούσε τη δειγματοληπτική έρευνα, από τις πιο συνηθισμένες και δημοφιλείς μεθόδους για τη συλλογή πρωτογενών δεδομένων (Χρήστου 1999:108), η οποία απετέλεσε τη βασική ερευνητική μέθοδο με την οποία συγκεντρώθηκαν τα πρωτογενή δεδομένα και αναζητήθηκαν απαντήσεις στα ερωτήματα και τους προβληματισμούς της έρευνας.

#### 3.1 Αναγνώριση πληθυσμού και προσδιορισμός μεγέθους δείγματος

Ως μονάδα ανάλυσης της δειγματοληπτικής έρευνας επιλέχθηκε να είναι οι γυναίκες επιχειρηματίες που λειτουργούν τις επιχειρήσεις τους στους οικισμούς της περιοχής έρευνας. Για την επιλογή του δείγματος χρησιμοποιήθηκαν, ως δειγματοληπτικό πλαίσιο, οι κατάλογοι των Εμπορικών και Βιομηχανικών Επιμελητηρίων των νομών Κιλκίς, Πέλλας, Σερρών και Χαλκιδικής ενώ για τη Σαμοθράκη χρησιμοποιήθηκαν οι κατάλογοι που παραχωρήθηκαν από τον «Επιταχυντή Σαμοθράκης». Στους καταλόγους αυτούς είναι εγγεγραμμένες επιχειρήσεις που ανήκουν τόσο σε άνδρες όσο και σε γυναίκες, κατά οικισμό εγκατάστασης της επιχείρησης, αντικείμενο επιχείρησης και ονοματεπώνυμο επιχειρηματία. Από το σύνολο των εγγεγραμμένων επιχειρήσεων ξεχωρίσαμε αυτές που ανήκουν σε γυναίκες και διαμορφώσαμε τον πληθυσμό της έρευνάς μας, από τον οποίο επιλέξαμε το δείγμα των γυναικών επιχειρηματιών, οι οποίες απετέλεσαν το υποκείμενο της έρευνας. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να σημειώσουμε ότι στην περίπτωση του Βόρα τα στοιχεία που μας δόθηκαν αφορούσαν το σύνολο των Δήμων και όχι κάθε οικισμό χωριστά, γεγονός που επιρέασε τη δειγματοληψία.

Ο υπολογισμός του δείγματος έγινε με βάση την ενστρωματωμένη τυχαία δειγματοληψία κατανομής κατά Neyman. Είναι δειγματοληψία άριστης κατανομής του μεγέθους του δείγματος μεταξύ στρωμάτων και το μέγεθος του δείγματος ορίζεται από τη σχέση (Σιάρδος, 2004, Yamane, 1967):

$$n = \frac{(\sum N_h \sqrt{p_h q_h})^2}{N^2 D^2 \sqrt{p_h q_h}}$$

όπου:

(n) το μέγεθος του δείγματος,

( $p_h$ ) η αναλογία του χαρακτηριστικού, δηλαδή των γυναικείων επιχειρήσεων στο σύνολο των επιχειρήσεων (αντρικών και γυναικείων) στο στρώμα  $h$  (στο κάθε δημοτικό διαμέρισμα),  $q_h=1-p_h$ ,

$D^2 = d^2/z^2$  όπου  $d$  είναι η επιθυμητή ακρίβεια (το μισό του διαστήματος εμπιστοσύνης) δηλαδή  $d=|p-P|$  και  $z$  ο συντελεστής αξιοπιστίας σε αντίστοιχο επίπεδο πιθανότητας .

$N_h =$  ο δειγματοληπτούμενος σε κάθε στρώμα (οικισμός) πληθυσμός και

$N =$  ο συνολικά δειγματοληπτούμενος πληθυσμός

Με επιζητούμενη ακρίβεια  $d=7\%$  και αξιοπιστία  $z=1,96$  (για  $P=95\%$ ) υπολογίστηκε το μέγεθος του δείγματος για κάθε μια από τις πέντε περιοχές, λαμβάνοντας ένα ποσοστό επιπλέον της τάξης του 10% για περιπτώσεις αναξιπιστίας, άρνησης ή έλλειψης απαντήσεων. Από το σύνολο των ερωτηματολογίων που συγκεντρώθηκαν διαπιστώθηκαν ωστόσο, κατά την επεξεργασία, αρκετές περιπτώσεις μη αξιοπιστίας γεγονός που οδήγησε στην τελική απόρριψη ορισμένων.

Η κατανομή του δείγματος στα στρώματα, στους οικισμούς της κάθε περιοχής έγινε σύμφωνα με τον τύπο:

$$n_h = \frac{N h \sqrt{p h q h}}{\sum N h \sqrt{p h q h}} n$$

Στην περίπτωση του Βόρα, η έλλειψη δεδομένων σε επίπεδο οικισμού, διαφοροποίησε τον επιμερισμό του δείγματος στα στρώματα, ο οποίος δεν έγινε βάσει του παραπάνω τύπου, αλλά αναλογικά με τις υπόλοιπες περιοχές της έρευνας.

Οι γυναικείες επιχειρήσεις, για κάθε οικισμό, επιλέχθηκαν τυχαία. Το τελικό δείγμα της έρευνας όπως διαμορφώθηκε για κάθε περιοχή παρουσιάζεται στον πίνακα που ακολουθεί. Αναλυτικά ο υπολογισμός του δείγματος για την κάθε περιοχή και η κατανομή στα δημοτικά διαμερίσματα περιγράφεται στους πίνακες στο Παράρτημα II.

**Πίνακας 5.1:** Κατανομή δείγματος στις περιοχές έρευνας

α/α	Περιοχή	Τελικό Δείγμα
1	Βόρρας	84
2	Πάϊκο	106
3	Σαμοθράκη	69
4	Σέρρες	138
5	Κασσάνδρα	119
	<b>Σύνολο</b>	<b>516</b>



### 3.2 Σχεδιασμός ερωτηματολογίου

Παράλληλα με τον καθορισμό του δείγματος έγινε και ο σχεδιασμός του ερωτηματολογίου για την εκπόνηση της δειγματοληπτικής έρευνας. Η σύνταξη του ερωτηματολογίου βασίστηκε στη μελέτη της σχετικής βιβλιογραφίας και ακολούθησε τις διεθνώς αποδεκτές διαδικασίες (Δαουτόπουλος 1994:124, Σιάρδος 1997:153, Χρήστου 1999:126) ενώ, έλαβε υπόψη της τους σκοπούς και τις υποθέσεις της έρευνας, καθώς και βασικά συμπεράσματα από την ποιοτική έρευνα που προηγήθηκε. Το ερωτηματολόγιο ( Παράρτημα Ι ) συντάχθηκε ειδικά και αποκλειστικά για την έρευνα αυτή και περιελάμβανε πέντε ενότητες σχετικές με το υπό διερεύνηση θέμα

- Μέρος Α΄: Ατομικά στοιχεία
- Μέρος Β΄: Στοιχεία για την επιχειρηματία
- Μέρος Γ΄: Στοιχεία επιχείρησης
- Μέρος Δ΄: Προβλήματα επιχειρηματία
- Μέρος Ε΄: Χρηματοδότηση – Επενδύσεις
- Μέρος Στ΄: Προοπτικής – Επέκταση επιχείρησης
- Μέρος Ζ΄: Ικανοποίηση από τη λειτουργία της επιχείρησης

Το ερωτηματολόγιο περιελάμβανε συνολικά 98 ερωτήσεις διαφόρων τύπων: ερωτήσεις κλειστού τύπου, ερωτήσεις ανοιχτού τύπου και ερωτήσεις με προκατασκευασμένες απαντήσεις, εξυπηρετώντας τόσο τις ανάγκες της έρευνας όσο και τους ίδιους τους ερωτώμενους. Ειδικότερα, χρησιμοποιήθηκαν ερωτήσεις τύπου «ναι» και «όχι», ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής (multiple choice), κλίμακας Likert, κλίμακας σπουδαιότητας (importance scale) και κλίμακας βαθμονόμησης (rating scale) (Pizam 1994:99, Τερζάκης 1999:223, Χρήστου 1999:151).

Να σημειωθεί ότι, στο εξώφυλλο του ερωτηματολογίου δίνονταν όλες οι απαραίτητες πληροφορίες σχετικά με την έρευνα, μέσα από ένα μικρό εισαγωγικό κείμενο καθώς και τηλέφωνα επικοινωνίας του ερευνητή με σκοπό, όπως επισημαίνει και ο Δαουτόπουλος (1994:117), την ενημέρωση των ερωτώμενων για τους πραγματικούς σκοπούς της έρευνας, τη δημιουργία πνεύματος συνεργασίας και αμοιβαίας εμπιστοσύνης περιορίζοντας παράλληλα μια πηγή δειγματοληπτικών σφαλμάτων (non-sampling errors) που προέρχεται από αρνήσεις συμμετοχής στην έρευνα ή απαντήσεις θεληματικά λανθασμένες.

### 3.3 Πιλοτική δοκιμή

Πριν από την τελική διεξαγωγή της έρευνας, πραγματοποιήθηκε πιλοτική δοκιμή (pilot test) του ερωτηματολογίου, ένας προέλεγχος δηλαδή, όπως αναφέρει ο Σιάρδος (1997:186), προκειμένου να απαλειφθούν τυχόν σφάλματα κατά το σχεδιασμό του. Η δοκιμαστική συμπλήρωση του ερωτηματολογίου είχε σκοπό να καταγράψει τις δυσκολίες στην συμπλήρωση των ερωτήσεων, το βαθμό συνεργασίας των ερωτώμενων κατά τη διάρκεια της συνέντευξης και άλλες τυχόν παραλείψεις. Ο έλεγχος έγινε τελικά στο 10% του τελικού δείγματος, ποσοστό αποδεκτό σύμφωνα με αναφορές του Χρήστου (1999:154) και οι παρατηρήσεις που προέκυψαν οδήγησαν στην βελτίωση του ερωτηματολογίου και στην τελική διανομή του.

Κατά την πιλοτική δομική έγινε επίσης έλεγχος και του μεγέθους του ερωτηματολογίου, το οποίο έπρεπε αφενός να συγκεντρώνει όλες τις αναγκαίες πληροφορίες, αφετέρου να μην είναι πολύ μεγάλο. Η μέση χρονική διάρκεια συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου, όπως προέκυψε από την πιλοτική δομική, ήταν 28 λεπτά και εμπίπτει, σύμφωνα και με τον Σιάρδο (1997:159), στην αποδεκτή μέση χρονική διάρκεια μιας συνέντευξης.

Η συμπλήρωση των ερωτηματολογίων πραγματοποιήθηκε από το Μάρτιο του 2006 έως το Φεβρουάριο του 2007, με τη βοήθεια προσωπικών συνεντεύξεων (personal interviews), τεχνική η οποία θεωρείται ως η πλέον ολοκληρωμένη και περιεκτική μέθοδος επικοινωνίας με το κοινό (Pizam 1994:100). Η παραπάνω μέθοδος χρησιμοποιήθηκε παρά τα μειονεκτήματα του μεγάλου κόστους και της προσωπικής απασχόλησης, για λόγους μεγαλύτερης αξιοπιστίας των αποτελεσμάτων. Οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν, τις περισσότερες φορές, στους χώρους της επιχείρησης, κατόπιν σχετικής συνεννόησης με την ιδιοκτήτρια.

#### 4. Στατιστικές Μέθοδοι Ανάλυσης των Στοιχείων της Έρευνας

Μετά την ολοκλήρωση των συνεντεύξεων και τη συγκέντρωση των ερωτηματολογίων έγινε έλεγχος όσον αφορά στην πληρότητα, τη συνέπεια και την αληθοφάνεια των απαντήσεων και στη συνέχεια η κωδικοποίηση και η μεταφορά τους σε ειδικά διαμορφωμένη κοινωνιολογική μήτρα του στατιστικού πακέτου για τις κοινωνικές επιστήμες S.P.S.S., έκδοση 12.

Η επεξεργασία των δεδομένων ξεκίνησε ουσιαστικά με ορισμένους αρχικούς ελέγχους και ειδικότερα την περιγραφική στατιστική ανάλυση όλων των μεταβλητών της έρευνας, οι οποίες ανήλθαν συνολικά σε 174 ( Παράρτημα ΙΙΙ).

Αξίζει να σημειωθεί ότι από το σύνολο των 516 γυναικών επιχειρηματιών, διαπιστώθηκε ότι σε 178 περιπτώσεις (34,5%) η ιδιοκτησία της επιχείρησης ανήκε τυπικά σε γυναίκα, αλλά η διαχείριση σε κάποιον άνδρα, συνήθως του στενού οικογενειακού της περιβάλλοντος (σύζυγος, πατέρας ή γιος). Πρόκειται δηλαδή για «κατ' όνομα» γυναικείες επιχειρήσεις, οι οποίες συμμετείχαν μόνο στην περιγραφική ανάλυση των μεταβλητών που αφορούσαν στα ατομικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματίας. Οι επιχειρηματίες αυτές αποκλείστηκαν από τις άλλες στατιστικές αναλύσεις που εφαρμόστηκαν στα δεδομένα της έρευνας, καθώς λόγω της ιδιαιτερότητάς τους δεν μπορούσαν να απαντήσουν στις υπόλοιπες ερωτήσεις του ερωτηματολογίου, οι οποίες αφορούσαν στην επιχειρηματικότητα και στην επιχείρηση.

Οι περαιτέρω αναλύσεις των δεδομένων της έρευνας περιελάμβαναν 338 γυναίκες επιχειρηματίες και τις επιχειρήσεις τους (65,5% του δείγματος), στις οποίες οι γυναίκες έχουν τόσο την ιδιοκτησία όσο και τη διαχείρισή τους. Οι αναλύσεις αυτές αφορούσαν επαγωγικές μεθόδους στατιστικής και κατά κύριο λόγο στη χρήση στατιστικών μεθόδων, αναγκαίων για την περιγραφή, γενίκευση και ερμηνεία των συμπερασμάτων από το δείγμα μας. Η επιλογή της στατιστικής μεθόδου έγινε με βάση το είδος των μεταβλητών, των σκοπών της έρευνας και την αντίστοιχη βιβλιογραφία σε παρόμοιες έρευνες (Παρασκευόπουλος 1990:52).

Ειδικότερα, για την τυπολογία των γυναικείων επιχειρήσεων χρησιμοποιήθηκε η τεχνική της διβηματικής ανάλυσης σε συστάδες<sup>1</sup> (Two Step Cluster Analysis) (Σιάρδος 2004) προκειμένου να προσδιοριστούν συστάδες ομοειδών αντικειμένων ενός μεγάλου αριθμού παρατηρήσεων. Υποθέτοντας τις

<sup>1</sup> Η απόδοση του όρου *two step cluster analysis* στα ελληνικά έγινε πρώτη φορά στην διδακτορική διατριβή της Παρταλίδου Μαρίας (ΑΠΘ, Τμήμα Γεωπονίας, 2006)

μεταβλητές ανεξάρτητες μεταξύ τους, η τεχνική αυτή δίνει τη δυνατότητα χειρισμού κατηγορικών και συνεχών μεταβλητών ταυτόχρονα, με τις πρώτες να ακολουθούν πολυωνυμική κατανομή και τις δεύτερες κανονική κατανομή (SPSS 2003). Η επιλογή του άριστου αριθμού των συστάδων γίνεται αυτομάτως, με βάση το κριτήριο πληροφόρησης κατά Bayes (BIC) του Schwartz ή με βάση το κριτήριο πληροφόρησης Akaike (AIC). Ως άριστη λύση του αριθμού των συστάδων επιλέγεται εκείνη στην οποία αντιστοιχεί η μικρότερη τιμή του κριτηρίου BIC ή AIC.

Η τυπολογία των γυναικών επιχειρηματιών και επιχειρήσεων τους έγινε με βάση τρεις ομάδες μεταβλητών.

Η πρώτη αφορούσε τα χαρακτηριστικά της επιχειρηματία η δεύτερη τα κίνητρα ανάληψης επιχειρηματικής δραστηριότητας (σε συνδυασμό με ορισμένα βασικά στοιχεία της επιχείρησης) και η τρίτη βασικά χαρακτηριστικά της επιχείρησης. Οι μεταβλητές που επιλέχθηκαν για την τυπολογία των γυναικείων επιχειρήσεων, με βάση τα χαρακτηριστικά τη επιχειρηματία ανέρχονται σε 18 από τις οποίες 12 αφορούν την ίδια την επιχειρηματία, 3 το συγγενικό της περιβάλλον και 3 την επιχείρησή της.

Η τυπολογία που έγινε με βάση τα κίνητρα, ανέρχονται συνολικά σε 16 εκ των οποίων οι 6 αφορούν κίνητρα ανάληψης της επιχειρηματικής δραστηριότητας των γυναικών όπως: εξασφάλιση απασχόλησης, επίτευξη οικονομικής άνεσης, κοινωνική καταξίωση, συνέχιση οικογενειακής επιχείρησης, δημιουργία επιχείρησης για τα παιδιά, ανεξαρτησία. Οι υπόλοιπες 10 μεταβλητές αφορούν χαρακτηριστικά της επιχείρησης αντικείμενο, ηλικία επιχείρησης, χρόνος λειτουργίας κατά τη διάρκεια του έτους, τζίρος, αριθμός απασχολούμενων, προβλήματα που αντιμετωπίζουν κατά τη λειτουργία και σχέδια διαδοχής.

Η τυπολογία των γυναικείων επιχειρήσεων στην ύπαιθρο σύμφωνα με τα χαρακτηριστικά της επιχείρησης στηρίχτηκε σε δώδεκα συνολικά μεταβλητές οι οποίες αφορούν: τον τόπο εγκατάστασης της επιχείρησης, την αιτία εγκατάστασης στον συγκεκριμένο τόπο, το αντικείμενό της, την ηλικία της, το ιδιοκτησιακό καθεστώς, τον αριθμό των απασχολούμενων, μόνιμο και εποχικό προσωπικό, την απασχόληση μελών της οικογένειας, τη λειτουργία κατά τη διάρκεια του έτους, το είδος της πελατείας, το μάνατζμεντ της επιχείρησης και τις δυσκολίες από τη λειτουργία. Σε αυτήν την περίπτωση οι τύποι που προέκυψαν διασταυρώθηκαν με κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά των γυναικών όπως η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο, η οικογενειακή κατάσταση, ο τόπος διαμονής, ο τόπος καταγωγής, το

επάγγελμα του πατέρα και του συζύγου, κ. α προκειμένου να έχουμε μια πληρέστερη εικόνα του προφίλ της ίδιας της γυναίκας επιχειρηματία σε κάθε τύπο επιχειρήσεων. Για το σκοπό αυτό εφαρμόστηκαν οι έλεγχοι του  $\chi^2$  του Pearson, των Mann-Whitney και Kruskal-Wallis κατά περίπτωση. Αναλυτικά τα διαγράμματα που περιγράφουν το προφίλ κάθε συστάδας επισυνάπτονται στο Παράρτημα IV.

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ:**  
***Οι Περιοχές της Έρευνας***

---

## 1. Εισαγωγή

Για τη διερεύνηση των στόχων της έρευνας επιλέχθηκαν πέντε διαφορετικές αγροτικές περιοχές της Βόρειας Ελλάδας με βάση τα γεωμορφολογικά τους χαρακτηριστικά, τα χαρακτηριστικά της οικονομίας τους και το επίπεδο ανάπτυξης των τομέων της οικονομίας. Επιλέχθηκαν δυο ορεινές περιοχές, η πρώτη στον ορεινό όγκο του Πάικου, που ανήκει στους Νομούς Κιλκίς και Πέλλας και η δεύτερη στον ορεινό όγκο του Βόρα, που ανήκει στο Νομό Πέλλας. Η περιοχή του Πάικου χαρακτηρίζεται από περιορισμένη ανάπτυξη του πρωτογενή τομέα, όπως και αυτή του Βόρα, με τη διαφορά ότι η δεύτερη χαρακτηρίζεται επίσης από την ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού ειδικά κατά την τελευταία δεκαετία. Η τρίτη περιοχή αφορά τα πεδινά τμήματα του Νομού Σερρών, όπου, παράλληλα με την έντονη ανάπτυξη της εντατικής γεωργίας, είναι αναπτυγμένος και ο δευτερογενής τομέας. Επιλέχθηκαν τέλος και δύο τουριστικά αναπτυγμένες περιοχές. Η πρώτη αφορά στη χερσόνησο της Κασσάνδρας του Νομού Χαλκιδικής, που χαρακτηρίζεται από υψηλό επίπεδο τουριστικής ανάπτυξης, με κυρίαρχο το μοντέλο του μαζικού τουρισμού και παράλληλη ανάπτυξη του πρωτογενή τομέα. Η δεύτερη αφορά στο νησί Σαμοθράκη του Νομού Έβρου, το οποίο χαρακτηρίζεται από ήπια τουριστική ανάπτυξη και παράλληλα αναπτυγμένη την κτηνοτροφία.

Στις επόμενες παραγράφους γίνεται σύντομη περιγραφή των χαρακτηριστικών των περιοχών έρευνας.

## 2. Ο Ορεινός Όγκος του Πάικου

Το Πάικο είναι όρος που εκτείνεται στην Κεντρική Μακεδονία στα όρια των επαρχιών Αλμωπίας και Γιαννιτσών του νομού Πέλλας και της επαρχίας Παιονίας του νομού Κιλκίς. Διοικητικά η περιοχή περιλαμβάνει τους Δήμους Γουμένισσας, Αξιούπολης και Ευρωπού από το νομό Κιλκίς και τους Δήμους Εξαπλατάνου και Κύρου από το Νομό Πέλλας. Οι οικισμοί που αποτελούν την περιοχή μελέτης ανέρχονται στους 40, από τους οποίους οι 6 ανήκουν διοικητικά στο δήμο Γουμένισσας, οι 10 στο δήμο Αξιούπολης, οι 4 στο δήμο Ευρωπού οι 5 στο δήμο Κύρου και οι 15 στο δήμο Εξαπλατάνου (Πίνακας 6.1).

Πίνακας 6.1: Οικισμοί της περιοχής Πάικου

ΔΗΜΟΣ	ΔΗΜΟΤΙΚΟ ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑ	ΟΙΚΙΣΜ ΟΙ	ΠΛΗΘΥΣ ΜΟΣ '01
ΗΣ	ΑΞΙΟΥΠΟΛ	Αξιουπόλεως	346
		Γοργόπη	592
		Ειδομένης	154
		Πλαγιών	219
		Ρυζιών	960
		Σκρα	171
		Φανού	304
			183
			235
			169
ΣΑΣ	ΓΟΥΜΕΝΙΣ	Γουμένισσας	813
		Γρίβας	418
		Κάρπης	237
		Καστανερής	279
		Πενταλόφου	286
		Στάθη	400
		Φιλυρίας	
ΕΥΡΩΠΟΥ		Ευρωπού	1813
		Αγίου Πέτρου	316
		Μεσιάς	936
		Πολυπέτρου	552
		Τούμπας	
ΚΟΙΝΟΤΗΤ Α ΛΙΒΑΔΙΩΝ	Λιβαδιών		
ΑΝΟΥ	ΕΞΑΠΛΑΤ	Εξαπλάτ	686
		Αρχαγγέλου	1768
		Θεοδωρακείου	772
		Θηριοπέτρας	401
		Ίδας	735
		Κωνσταντίας	759
		Μηλέας	677
		Νερομύλων	123
		Νοτίας	388
		Περικλείας	382
		Φιλωτείας	186
		Φούστανης	537
		Χρυσής	639



<b>Υ</b> <b>ΚΥΡΡΟ</b>		Φούσταν	542
		Χρυσή	395
	Μυλοτόπου	Πλαγιάρι	363
	Αξού	Λάκκα	401
	Αραβησσού	Αχλαδοχ	417
	Αχλαδοχωρίο	Αραβησ	1514
	Λάκκας	Αξός	1442
	Παλαιού		
	Μυλοτόπου		
	Πλαγιαρίου		
<b>Σύνολο</b>			<b>22510</b>

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων ΕΣΥΕ 2001

Τα σημαντικότερα πληθυσμιακά κέντρα τοπικού χαρακτήρα είναι η Γουμένισσα και τα Γιαννιτσία υπερτοπικού το Κιλκίς και η Έδεσσα η οποία απέχει λιγότερο από 100 χλμ. από το ποιο απομακρυσμένο χωριό της περιοχής μελέτης. Ο πληθυσμός της περιοχής μελέτης ανέρχεται στα 22.510 άτομα το 2001, από τα οποία το 50,54% είναι άνδρες και το 49,64% γυναίκες, ενώ η κατανομή κατά ηλικία δείχνει ότι τα άτομα ηλικίας άνω των 65 ετών αποτελούν το 24,3% του συνολικού πληθυσμού της περιοχής μελέτης, ο παιδικός πληθυσμός ανέρχεται μόλις στο 13,03% και το υπόλοιπο 62,67% αποτελεί τον ώριμο πληθυσμό. Ο δείκτης γήρανσης στην περιοχή έρευνας φτάνει το 187 με σημαντικές διακυμάνσεις μεταξύ των οικισμών (Σκρά 468, Καστανερή 430, Κάρπη 426 και Ειδομένη 402) και ο δείκτης εξάρτησης το 60. Όσον αφορά το επίπεδο εκπαίδευσης του πληθυσμού της περιοχής του Πάικου, αυτό εμφανίζεται πολύ χαμηλότερο από το αντίστοιχο του συνόλου της χώρας, με τους αναλφάβητους να αντιπροσωπεύουν το 5,73% του πληθυσμού (έναντι 3,61% σε εθνικό επίπεδο) και τους έχοντες ανώτατη και ανώτερη εκπαίδευση μόλις το 4,25% (14,80% στο σύνολο της χώρας), (ΕΣΥΕ, 2001). Αξίζει να σημειωθεί ότι διαπιστώνεται σημαντική διακύμανση του ποσοστού των αναλφάβητων στους διάφορους οικισμούς της περιοχής έρευνας (Καστανερή 18,92%, Αχλαδοχώρι 14,04%, Κάρπη 12,43% ). Λαμβάνοντας υπ' όψιν τα παραπάνω δεδομένα και το γεγονός ότι την περίοδο 1961-2001 η περιοχή έχασε το 21,5% του πληθυσμού της, διαπιστώνουμε ότι η περιοχή αντιμετωπίζει σοβαρά προβλήματα από δημογραφική αποψη τα οποία καθορίζουν τη φυσιογνωμία της και τις προοπτικές ανάπτυξης της.

Ο οικονομικά ενεργός πληθυσμός της περιοχής του Πάικου αποτελεί το 42,47% του συνολικού πληθυσμού ηλικίας άνω των 10 ετών (46,8% στο σύνολο της χώρας) με το ποσοστό των ανέργων να ανέρχεται στο 4,4% (5,5% για το σύνολο της χώρας). Η απασχόληση του μόνιμου πληθυσμού των οικισμών του Πάικου

χαρακτηρίζεται από την επικράτηση του πρωτογενή τομέα – γεωργία, κτηνοτροφία- δάση- στον οποίο απασχολείται ποσοστό μεγαλύτερο του 60,0% του οικονομικά ενεργού πληθυσμού.

Η γεωργία στηρίζεται ως επί το πλείστον σε εκτατικούς από άποψη εργασίας κλάδους παραγωγής, με μικρή συμμετοχή των εντατικών κλάδων. Στα πιο ορεινά χωριά του Πάικου καλλιεργούνται πατάτες και κάστανα, στα λιγότερα ορεινά καλλιεργείται ο καπνός, στα ημιορεινά σημαντικές καλλιέργειες αποτελούν τα οπωροφόρα δένδρα και το αμπέλι, ενώ η κτηνοτροφία βασίζεται στην εκτροφή αιγοπροβάτων. Τα δάση της περιοχής παράγουν τεχνική ξυλεία και μεγάλες ποσότητες καυσόξυλων, απασχολώντας ένα μέρος του πληθυσμού των πιο ορεινών οικισμών του Πάικου.

Από αυτούς που δήλωσαν οικονομική δραστηριότητα στην περιοχή του Πάικου, το 55,2% απασχολείται στον πρωτογενή τομέα. Η γεωργία, η κτηνοτροφία και η απασχόληση στο δάσος χαρακτηρίζονται από τα χαμηλά επιτυγχανόμενα εισοδήματα και τη μη ικανοποιητική αξιοποίηση της ανθρώπινης εργασίας, λόγω των εγγειοδιαρθρωτικών προβλημάτων που αντιμετωπίζει η περιοχή, καθώς και της παραγωγικής της κατεύθυνσης. Η κτηνοτροφία, η οποία βασίζεται στην εκτροφή αιγοπροβάτων και αποφέρει τα υψηλότερα εισοδήματα στον πρωτογενή τομέα, αποτελεί περιορισμένη δραστηριότητα.

Στη περιοχή του Πάικου το 16,13% των εργαζομένων απασχολείται στον δευτερογενή τομέα, καθώς στην ευρύτερη περιοχή είναι διασκορπισμένες πολλές μεταποιητικές μονάδες που σχετίζονται τόσο με τον πρωτογενή τομέα (οινοποιεία, εργοστάσια τυροκομίας, μονάδες επεξεργασίας ξυλείας) όσο και με υπεργολαβίες κυρίως στο κλάδο της ένδυσης.

Τέλος, σχετικά με τον τριτογενή τομέα απασχολείται μόνο το 23,72% του συνολικού ενεργού πληθυσμού της περιοχής του Πάικου, (58,54% στο σύνολο της χώρας). Ένας μεγάλος αριθμός μικρών και μεσαίων καταστημάτων εξυπηρετούν τις καθημερινές ανάγκες του ντόπιου πληθυσμού και τα περισσότερα από αυτά βρίσκονται στα μεγάλα επαρχιακά κέντρα –Γουμένισσα, Αξιούπολη, Γιαννιτσά. Πολλά μικρομάγαζα(μπακάλικά, καφενεία, ταβέρνες) είναι διασκορπισμένα στα διάφορα χωριά της υπαίθρου. Ωστόσο το εμπόριο ( λιανικό και χοντρικό) εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την πόλη της Θεσσαλονίκης και των Γιαννιτσών.

Όσον αφορά στις δημόσιες υπηρεσίες ,λειτουργούν σε ικανοποιητικό επίπεδο στην Αξιούπολη, στη Γουμένισσα και στα Γιαννιτσά, με τους υπαλλήλους να

μετακινούνται καθημερινά από και προς τη Θεσσαλονίκη, γεγονός που μειώνει την προοπτική ανάπτυξης των υπηρεσιών της περιοχής

Ο τουρισμός στην περιοχή του Πάικου, παρά τα συγκριτικά πλεονεκτήματα που παρουσιάζει για τις ειδικές μορφές τουρισμού, δεν είναι αναπτυγμένος. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι σε όλη την περιοχή έρευνας λειτουργούν μόνο δύο ξενοδοχεία περιορισμένης δυναμικότητας. Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια έχουν αρχίσει να γίνονται προσπάθειες ανάπτυξης αυτού μέσα από τα προγράμματα που επιδοτεί η Ευρωπαϊκή Ένωση για την ανάπτυξη της υπαίθρου (Εναλλακτικές μορφές τουρισμού- αγροτουρισμός, κ.α.).

### **3. Η Περιοχή του Βόρα**

Η περιοχή του Βόρα βρίσκεται στο νομό Πέλλας, στα σύνορα της Ελλάδας με την πρώην Γιουγκοσλαβική Δημοκρατία της Μακεδονίας. Ο νομός Πέλλας με πρωτεύουσα την Έδεσσα έχει 145.797 κατοίκους το 2001 με πυκνότητα 58,2 κατοίκους ανά τ. χλμ. και συγκεντρώνει ποσοστό 1,3% του πληθυσμού της χώρας. Στο νομό παράγεται το 1% του ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος της χώρας το 2001 ενώ με κατά κεφαλή Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν 9,6 χιλ. ευρώ, κατατάσσεται 42<sup>ος</sup> σε σχέση με τους 52 νομούς της χώρας. ([www.economics.gr](http://www.economics.gr), 2007).

Στην περιοχή της έρευνας περιλαμβάνονται συνολικά 39 οικισμοί με πληθυσμό μέχρι 2.000 κατοίκους, από τους οποίους 21 οικισμοί ανήκουν στο Δήμο Αριδαίας, 10 στο Δήμο Βεγορίτιδος και 8 στο Δήμο Έδεσσας. Τα σημαντικότερα πληθυσμιακά κέντρα τοπικού χαρακτήρα, που περιβάλλουν την περιοχή Βόρα-Βεγορίτιδα, είναι η Αριδαία και η Έδεσσα, υπέρ-τοπικού χαρακτήρα η Φλώρινα, η Κοζάνη και η Βέροια και περιφερειακού χαρακτήρα η Θεσσαλονίκη, η οποία απέχει γύρω στα 120 χλμ. από την περιοχή μελέτης (<http://www.pella.gr/econ/ecdtgr.html>).

Ιστορικά η περιοχή χαρακτηρίζεται από την απομόνωση στα μεταπολεμικά χρόνια, είτε λόγω του εμφυλίου, είτε λόγω της μετανάστευσης (εσωτερικής προς τα αστικά κέντρα και εξωτερικής κυρίως προς Γερμανία), η οποία προκάλεσε την κατάρρευση του «πλαισίου ζωής» και την ερήμωσή της περιοχής. Η παραπάνω κοινωνική διαδικασία της «απομόνωσης-ερήμωσης» των μεταπολεμικών χρόνων εντάθηκε την περίοδο της στρατιωτικής δικτατορίας (1967-74), (Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Πέλλας, 1998).

Πίνακας 6.2: Οικισμοί της περιοχής Βόρα

ΔΗΜΟΣ	ΔΗΜΟΤΙΚΟ ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑ	ΟΙΚΙΣΜΟΙ	ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ '01
ΑΡΙΔΑΙΑΣ	Αριδαίας	Λυκόστομο	395
	Αλώρου	Βορεινό	871
	Αψάλου	Νεοχώρι	469
	Βορεινού	Γαρέφι	736
	Γαρεφείου	Δωροθέα	691
	Δωροθέας	Αγάθη	58
	Λουτρακίου	Σωσάνδρα	1206
	Λυκοστόμου	Πρόμαχοι	1825
	Μεγαπλάτανου	Λουτράκι	1187
	Ξιφιανής	Σαρακηνοί	375
	Όρμης	Κάτω κορυφή	96
	Πιπεριών	Μεγαπλάτανος	310
	Πολυκαρπίου	Μοναστηράκι	169
	Προμάχων	Υδραία	462
	Σαρακηνών	Ξιφιανή	850
	Σωσάνδρας	Άψαλος	1178
	Τσάκων	Πολυκάρπη	1071
		Άλωρο	464
		Όρμη	649
		Πιπεριές	589
	Τσάκοι	1020	
ΒΕΓΟΡΙΤΙΔΟΣ	Αρνίσσης	Παναγίτσα	750
	Αγίου Αθανασίου	Ζέρβη	349
	Γραμματικού	Άγιος Αθανάσιος	644
	Παναγίτσας	Άρνισσα	1550
	Περαίας	Αγ. Δημήτριος	63
		Δροσιά	68
		Νεα Ξανθόγεια	114
		Ξανθόγεια	2
		Περαία	352
		Γραμματικό (κάτω & άνω)	308
ΕΔΕΣΣΑΣ	Άγρα	Σωτήρας	592
	Βρυτών	Λύκοι	64

	Καρυδιάς	Μαργαρίτα	209
	Νησίου	Καρυδιά	438
	Σωτήρας	Κερασιά	455
		Νησί	415
		Άγρας	883
		Βρυτά	506
<b>Σύνολο</b>			<b>22433</b>

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων ΕΣΥΕ 2001

Η περιοχή έρευνας<sup>2</sup>, στην οποία κυριαρχεί το ορεινό ανάγλυφο, ως αποτέλεσμα του ορεινού όγκου του Βόρα (2.524 μ.), συγκεντρώνει 27.682 κατοίκους οι οποίοι αντιπροσωπεύουν ποσοστό 15,4% του συνολικού πληθυσμού του νομού, με πληθυσμιακή πυκνότητα 26,7 κάτοικοι ανά τ. χλμ.- η μισή από αυτήν του νομού ([www.statistics.gr](http://www.statistics.gr), 2007). Την περίοδο 1961-2001 ο πληθυσμός της περιοχής παρουσιάζει μείωση της τάξης του 9,2%, ενώ ο πληθυσμός του νομού αυξάνει κατά 9,4%.

Ο πληθυσμός το 2001 είναι γηρασμένος, σε μικρότερα επίπεδα όμως από άλλες ορεινές περιοχές της χώρας. Ο γερωντικός πληθυσμός (άνω των 65 ετών) αποτελεί το 20% του πληθυσμού (16,7% στο σύνολο της χώρας), ενώ αντίστοιχα η συμμετοχή του παιδικού πληθυσμού (έως 14 ετών) είναι υψηλότερη του εθνικού μέσου όρου (16,5% έναντι 15,2% σε εθνικό επίπεδο). Ο δείκτης γήρανσης στο σύνολο της περιοχής έρευνας ανέρχεται σε 121 και είναι υψηλότερος αυτού του νομού και της χώρας (106 και 110 αντίστοιχα). Αξίζει να σημειωθεί ότι υπάρχουν Δημοτικά Διαμερίσματα, όπως είναι αυτά του Αλώρου και του Γραμματικού που ο δείκτης γήρανσης υπερβαίνει το 250 και άλλοι όπως του Αγίου Αθανασίου και των Προμάχων που είναι κάτω του 100 .

Ο δείκτης εξάρτησης, της περιοχής, ανέρχεται στο 58 και είναι υψηλότερος αυτού του συνόλου του νομού και της χώρας (52 και 47 αντίστοιχα) ([www.statistics.gr](http://www.statistics.gr), 2007).

Η κατανομή του πληθυσμού με βάση το φύλο τόσο στο σύνολο της περιοχής του Βόρα (50,31% άνδρες και 49,69% γυναίκες), όσο και ανά Δημοτικό Διαμέρισμα, δείχνει ότι οι άνδρες υπερτερούν των γυναικών, αφού μόνο στα 9 από τα 27 Δημοτικά Διαμερίσματα το ποσοστό των γυναικών στο σύνολο του πληθυσμού ξεπερνά το αντίστοιχο των ανδρών ([www.statistics.gr](http://www.statistics.gr), 2007).

<sup>2</sup> Τα διαθέσιμα στοιχεία για την ανάλυση που αφορά στην περιοχή έρευνας υπάρχουν σε επίπεδο Δημοτικού Διαμερίσματος και όχι οικισμών, γι' αυτό και η ανάλυση που ακολουθεί γίνεται κατά δημοτικό διαμέρισμα.

Το επίπεδο εκπαίδευσης του πληθυσμού της περιοχής Βόρα, εμφανίζεται χαμηλότερο από αυτό του συνόλου του Νομού Πέλλας με τους αναλφάβητους να φθάνουν το 5% του πληθυσμού, ποσοστό μεγαλύτερο από το αντίστοιχο του νομού. ([www.statistics.gr](http://www.statistics.gr), 2007).

Σύμφωνα με στοιχεία της ΕΣΥΕ ([www.statistics.gr](http://www.statistics.gr), 2007), το ποσοστό του οικονομικά ενεργού πληθυσμού στην περιοχή Βόρας αντιστοιχεί στο 44,84% του πληθυσμού άνω των 10 ετών, εμφανίζεται δηλαδή ελαφρώς μικρότερο από το αντίστοιχο του νομού (46,9%). Αξίζει να σημειωθεί ότι σε 18 από τα 27 Δημοτικά Διαμερίσματα το ποσοστό αυτό είναι μικρότερο του 46,9%. Επίσης, χαμηλότερο εμφανίζεται και το ποσοστό ανεργίας (4,15%) σε σχέση με το σύνολο του νομού (5,06%). Ωστόσο σε 10 από τα 27 Δημοτικά Διαμερίσματα τα ποσοστά ανεργίας είναι υψηλότερα .

Στον πρωτογενή τομέα απασχολείται το 55,9% του οικονομικά ενεργού πληθυσμού. Το αντίστοιχο ποσοστό σε επίπεδο νομού ανέρχεται σε 44,4% ενώ σε επίπεδο χώρας 14,42%. Στη γεωργία οι κλάδοι που επικρατούν είναι τα οπωροφόρα ροδάκινα, κεράσια, μήλα, τα δημητριακά, τα σιτηρά και ο καπνός ανατολικού τύπου. Η κτηνοτροφία βασίζεται κυρίως στην εκτροφή αιγοπροβάτων και δευτερευόντως στην εκτροφή βοοειδών. Στην περιοχή εκτρέφονται επίσης χοίροι και πουλερικά (Αναπτυξιακή Πέλλας, 2001). Ιδιαίτερα σημαντικά τα παραγωγικά δάση του Βόρα τόσο για την παραγωγή ξυλείας όσο και για την ανάπτυξη δραστηριοτήτων αναψυχής. (Αναπτυξιακή Πέλλας, 2001).

Στη μεταποίηση του νομού Πέλλας, αναλογεί το 10% του προϊόντος της χώρας το 2002 και εκεί παράγεται το 0,9% της συνολικής μεταποιητικής παραγωγής της χώρας ([www.economics.gr](http://www.economics.gr), 2007). Στο σύνολο του νομού Πέλλας, το 17,1% των εργαζομένων απασχολείται στον δευτερογενή τομέα. Το αντίστοιχο ποσοστό στην περιοχή μελέτης ανέρχεται στο 13,8% ([www.statistics.gr](http://www.statistics.gr), 2007).

Το έντονο ανάγλυφο, και κυρίως ο αποκλειστικά γεωργικός για πολλά χρόνια προσανατολισμός των κατοίκων είχαν σαν αποτέλεσμα την σημαντική υστέρηση της περιοχής σε ότι αφορά τις επενδύσεις στο δευτερογενή τομέα. Οι μονάδες με κάποιο σημαντικό μέγεθος ανήκουν στους χώρους της πρώτης μεταποίησης αγροτικών προϊόντων και υπόδησης. Σημαντικός αριθμός μικρότερων μονάδων συγκεντρώνεται στον χώρο των τροφίμων, γεγονός απόλυτα φυσικό αφού πρόκειται για περιοχή όπου κυριαρχεί ο πρωτογενής τομέας. Σημαντικός για την οικονομία της περιοχής είναι και ο κλάδος της ένδυσης (εμφανίζεται με μορφή Φασόν), ο οποίος όμως βρίσκεται σε

κρίση καθώς πολλές επιχειρήσεις έχουν μετεγκατασταθεί σε γειτονικές χώρες (Αναπτυξιακή Πέλλας, 2001).

Ένας ακόμη σημαντικός κλάδος είναι εκείνος της επεξεργασίας Ξύλου. Στην Περιοχή της Αριδαίας (Πρόμαχοι- Σωσάνδρα - Βορεινό – Λουτράκι -Αριδαία) εμφανίζονται ορισμένες μικρές μονάδες επεξεργασίας Ξύλου – Πριστήρια, που εξειδικεύονται στην παραγωγή παλετών και ξυλοκιβωτίων και σε μικρότερο βαθμό πριστής ξυλείας κατασκευών. Ένας κλάδος με μικρό αριθμό μονάδων αλλά με μεγάλο δυναμισμό και συμβολή στην απασχόληση είναι και εκείνος των μονάδων Επεξεργασίας Μαρμάρου (Αναπτυξιακή Πέλλας, 2001). Εκτός των παραπάνω εμφανίζονται σποραδικά στην περιοχή και αξιόλογες μικρές βιοτεχνίες-βιομηχανίες κυρίως στον χώρο των μεταλλικών κατασκευών και κατασκευών αγροτικών μηχανημάτων (Αναπτυξιακή Πέλλας, 2001).

Στον τριτογενή τομέα απασχολείται το 29,1% των εργαζομένων της περιοχής έρευνας με το αντίστοιχο ποσοστό για το νομό να ανέρχεται στο 36,2%. Ένας μεγάλος αριθμός μικρομάγαζων- μπακάλικα, καφενεία, ταβέρνες- είναι διασκορπισμένα στους οικισμούς της περιοχής έρευνας και εξυπηρετούν τις καθημερινές και κοινωνικές ανάγκες του ντόπιου πληθυσμού (Αναπτυξιακή Πέλλας, 2001).

Στην περιοχή Βόρας-Βεγορίτιδα ο τριτογενής τομέας αναπτύσσεται τα τελευταία χρόνια κύρια στην κατεύθυνση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Το χιονοδρομικό κέντρο του Βόρα, τα Λουτρά Λουτρακίου, η λίμνη Βεγορίτιδα, η λίμνη του Άγρα προσφέρουν πληθώρα δραστηριοτήτων στους επισκέπτες και τη δυνατότητα στον τοπικό πληθυσμό των γύρω οικισμών να δημιουργήσουν επιχειρήσεις κυρίως φιλοξενίας, εστίασης και αναψυχής. Με εξαίρεση τον θερμαλισμό ο οποίος υπήρχε στην περιοχή Λουτρακίου από το 1920, οπότε και τα νερά των λουτρών, γνωστών ως Πόζαρ, ανακηρύχθηκαν ως ιαματικά, οι άλλες μορφές τουρισμού άρχισαν να αναπτύσσονται από τις αρχές της δεκαετίας του 90, γεγονός που υποδηλώνει την πρόσφατη ανάπτυξη της περιοχής στον τομέα αυτό. Ακόμη όμως και στην περιοχή Λουτρακίου ιδιαίτερη ανάπτυξη παρατηρήθηκε μετά το 1990, οπότε τη διαχείριση τους ανέλαβε η Δημοτική Επιχείρηση «Λουτρά Λουτρακίου». Ιδιαίτερη ώθηση στην ανάπτυξη της περιοχής έδωσε το χιονοδρομικό κέντρο του Βόρα , το ψηλότερο κέντρο χειμερινών σπορ της Ελλάδας, το οποίο ξεκίνησε τη λειτουργία του το 1994. Τα προγράμματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης συνέβαλλαν σημαντικά προς την κατεύθυνση αυτή (Αναπτυξιακή Πέλλας, 2001).





#### 4. Η Βιομηχανική περιοχή των Σερρών

Ο νομός Σερρών, με πρωτεύουσα τις Σέρρες, ανήκει στους πεδινότερους νομούς της Ελλάδας, δεδομένου ότι το 48% της συνολικής έκτασης του χαρακτηρίζεται σαν πεδινό-ηιορεινό, (el.wikipedia.org). Με 200.561 κατοίκους το 2001 και πληθυσμιακή πυκνότητα 50,6 κατοίκους ανά τ. χλμ. συγκεντρώνει το 1,83% του πληθυσμού της χώρας. Είναι ο νομός με τα περισσότερα χωριά σε όλη την Ελλάδα καθώς αποτελείται από 148 συνολικά Δημοτικά Διαμερίσματα, 13 αστικά και 135 αγροτικά.

Η περιοχή έρευνας συγκεντρώνει συνολικά 13 Δήμους και 1 Κοινότητα ΜΕ 57 οικισμούς συνολικά. Ο πληθυσμός της περιοχής έρευνας, με βάση την απογραφή του 2001, είναι 47.874, οι οποίοι αντιπροσωπεύουν το 23,8% του πληθυσμού του νομού. Όσον αφορά στην κατανομή του πληθυσμού με βάση το φύλο, το 2001, οι άνδρες να αντιπροσωπεύουν το 50,14% του πληθυσμού και οι γυναίκες το 49,86%. Αξίζει να σημειωθεί ότι σε όλα τα δημοτικά διαμερίσματα της περιοχής έρευνας τα ποσοστά μεταξύ ανδρών γυναικών δεν απέχουν αισθητά μεταξύ τους. Εξαιρέση αποτελεί το δημοτικό διαμέρισμα του Ελαιώνα όπου οι άντρες αντιστοιχούν στο 54,13 % του πληθυσμού και οι γυναίκες στο 45,87% καθώς και το δημοτικό διαμέρισμα της Μονοκκλησιάς όπου οι γυναίκες αποτελούν το 54,52% του πληθυσμού .

Παρατηρώντας την ηλικιακή διάρθρωση του πληθυσμού διαπιστώνεται ότι τα άτομα ηλικίας άνω των 65 ετών αποτελούν το 21,96% του συνολικού πληθυσμού της περιοχής έναντι του 16,7% στο σύνολο της χώρας, ο παιδικός πληθυσμός το 12,9% έναντι 15,18% του συνόλου της χώρας.

Από την κατά φύλο και ηλικία διάρθρωση του πληθυσμού φαίνεται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των γυναικών (35,48%) είναι ηλικίας 40 έως 64 ετών ενώ το 23,92% είναι ηλικίας άνω των 65 ετών.

Ο δείκτης γήρανσης τόσο στην περιοχή έρευνας όσο και στο Νομό Σερρών είναι υπερβολικά υψηλός σε σύγκριση με το σύνολο της χώρας. Έτσι, ενώ στο σύνολο της χώρας ο δείκτης γήρανσης είναι 110, στην περιοχή έρευνας και στο σύνολο του νομού φτάνει το 170 και 144, αντίστοιχα. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι οικισμοί Ανθή και Μονόβρυση εμφανίζουν δείκτη γήρανσης 82 και 76 αντίστοιχα. Ο δείκτης εξάρτησης στην περιοχή έρευνας είναι 54., με τον αντίστοιχο σε επίπεδο νομού να ανέρχεται σε 53 και σε επίπεδο χώρας 47.

Πίνακας 6.3: Οικισμοί της περιοχής Σερρών

ΔΗΜΟΙ ΣΕΡΡΩΝ	ΔΗΜΟΤΙΚΟ ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑ	ΟΙΚΙΣΜΟΙ	ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ '01
ΣΕΡΡΩΝ	Ελαιώνας	Αγ. Ιωάννης	602
	Επτάμυλοι	Ελαιώνας	375
	Οιούσα	Επτάμυλοι	517
		Μετόχι	175
		Οιούσα	524
ΒΙΣΑΛΤΙΑΣ	Αμπελοι	Αμπελοι	945
	Τριανταφυλλιά	Τριανταφυλλιά	963
ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ ΠΑΠΠΑ	Αγ. Πνεύμα	Αγ. Πνεύμα	1954
	Εμμανουήλ Παππά	Εμμανουήλ Παππά	1121
	Τούμπα	Τούμπα	882
ΗΡΑΚΛΕΙΑΣ	Βαλτερό	Βαλτερό	1335
	Δασοχώρι	Δασοχώρι	1191
	Καρπερή	Καρπερή	1099
	Κοίμηση	Κοίμηση	1539
	Λιθότοπος	Λιθότοπος	698
	Ποντισμένο	Ποντισμένο	1589
	Χρυσοχώραφα	Χρυσοχώραφα	1347
		Ψωμοτόπι	217
ΚΑΤΩ ΜΗΤΡΟΥΣΙΟΥ	Προβατάς	Προβατάς	1344
	Αναγέννηση	Αναγέννηση	990
	Ανω Καμήλα	Ανω Καμήλα	746
	Βαμβακιά	Βαμβακιά	700
	Μονοκκλησιά	Μονοκκλησιά	398
ΛΕΥΚΩΝΑ	Καλά Δένδρα	Καλά Δένδρα	1356
	Χριστός	Χριστός	405
ΝΙΓΡΙΤΑΣ	Ανθή	Ανθή	625
	Θερμοπηγή	Θερμοπηγή	197
ΠΕΤΡΙΤΣΙΟΥ	Γόνιμο	Γόνιμο	605
ΣΙΔΗΡΟΚΑΣΤΡΟΥ	Βαμβακόφυτο	Βαμβακόφυτο	1168
	Καμαρωτό	Καμαρωτό	568
	Χαρωπό	Χαρωπό	1432
	Χορτερό	Χορτερό	656
ΣΚΟΤΟΥΣΣΗΣ	Σκοτούσα	Σκοτούσα	1440
	Αμμουδιά	Αμμουδιά	1124
	Γεφυρούδι	Γεφυρούδι	729
	Μελενικίτσι	Μελενικίτσι	759
	Νεα Τυρολόη	Νεα Τυρολόη	614
	Παλαιόκαστρο	Παλαιόκαστρο	723
ΣΚΟΥΤΑΡΕΩΣ	Αγ. Ελένη	Αγ. Ελένη	636
	Αδελφικό	Αδελφικό	526
	Βαμβακούσα	Βαμβακούσα	368
	Κάτω Καμήλα	Κάτω Καμήλα	1430
	Κουβούκλιο	Κουβούκλιο	445
	Κουμαριά	Κουμαριά	533
	Κωνσταντινάτο	Κωνσταντινάτο	414
	Πεπονιά	Πεπονιά	551

Πίνακας 6.3: (συνέχεια)			
<b>ΣΤΡΥΜΩΝΙΚΟΥ</b>	Στρυμονικό	Στρυμονικό	1645
	Ζευγόλατο	Ζευγόλατο	480
	Καλόκαστρο	Καλόκαστρο	368
	Λιβαδοχώρι	Λιβαδοχώρι	560
	Χείμαρος	Χείμαρος	868
<b>ΣΤΡΥΜΩΝΑ</b>	Βαλτοτόπι	Βαλτοτόπι	1138
	Μονόβρυση	Μονόβρυση	604
	Νεοχώρι	Νεοχώρι	1201
	Παραλίμνιο	Παραλίμνιο	713
	Ψυχικό	Ψυχικό	1101
<b>ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ ΟΡΕΙΝΗΣ</b>	Ορεινή	Ορεινή	820
<b>Σύνολο περιοχής έρευνας</b>			<b>47.874</b>
<b>Σύνολο Νομού Σερρών</b>			<b>200.916</b>

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων ΕΣΥΕ 2001

Το επίπεδο εκπαίδευσης του πληθυσμού της περιοχής έρευνας , εμφανίζεται χαμηλότερο από αυτό του συνόλου του Νομού Σερρών και της χώρας. Σύμφωνα με τα στοιχεία της απογραφής πληθυσμού της ΕΣΥΕ το 2001, ο αριθμός των αναλόγητων αποτελεί το 6,6% του πληθυσμού, ποσοστό μεγαλύτερο από το αντίστοιχο του νομού που είναι 5,1% και της χώρας που είναι 3,6%. Ακόμη, αίσθηση προκαλεί η μεγάλη απόκλιση στα ποσοστά που αναφέρονται στους έχοντες Ανώτατη Εκπαίδευση αφού αυτά είναι 1,8% στη περιοχή έρευνας 5,4% στο σύνολο του νομού και 9,1% στο σύνολο της χώρας .

Ο οικονομικά ενεργός πληθυσμός της περιοχής έρευνας αποτελεί ποσοστό 42,47% του συνολικού πληθυσμού της, ηλικίας άνω των 10 ετών, ποσοστό που συμπίπτει με το αντίστοιχο του νομού 42,65% αλλά μικρότερο από αυτό του συνόλου της χώρας (46,8%). Οι άνεργοι ανέρχονται στο (5,34%) ποσοστό χαμηλότερο από αυτό του συνόλου του νομού (5,78%) αλλά υψηλότερο σε σχέση με το σύνολο της χώρας (5,2%).

Ο Νομός Σερρών, ο μεγαλύτερος σε επιφάνεια νομός της Μακεδονίας, με τις μεγαλύτερες εκτάσεις σε αροτραίες καλλιέργειες μετά το νομό Λάρισας και τις περισσότερες αρδευόμενες από όλους τους νομούς της χώρας, έχει υψηλό σχετικά εισόδημα από τη γεωργία και την κτηνοτροφία. Στη γεωργία αναλογεί το 22% του προϊόντος του νομού το 2002 και εκεί παράγεται το 3,8 του συνολικού γεωργικού προϊόντος της χώρας (www.economics.gr , 2007).

Από αυτούς που δήλωσαν οικονομική δραστηριότητα στην περιοχή έρευνας

το 55,2% απασχολείται στον πρωτογενή τομέα, ποσοστό σημαντικά υψηλότερο από αυτό στο σύνολο του νομού που φτάνει το 36,39% και τριπλάσιο από αυτό στο σύνολο της χώρας 14,4% .

Σε ό,τι αφορά τον δευτερογενή τομέα, η δραστηριότητα είναι περιορισμένη, ενώ παρατηρείται σταδιακή απαξίωση κλάδων που κατά το παρελθόν παρουσίασαν ιδιαίτερη δυναμική (π.χ. αλλαντοποιία). Στη μεταποίηση αναλογεί το 4,5% του προϊόντος του νομού το 2002 από 5,2% το 1997. Σημαντική είναι η παραγωγή βοείου κρέατος και τυριού φέτας καθώς και η απόδοση των δασών του νομού. (www.economics.gr: 'Οι Νομοί της Ελλάδος', 2007).

Στη περιοχή έρευνας το 16,13% των εργαζομένων απασχολείται στον δευτερογενή τομέα, το αντίστοιχο ποσοστό στο σύνολο του νομού είναι 16,48% ενώ στο σύνολο της χώρας είναι 21,75%.

Στον τριτογενή τομέα ασχολείται το 23,72% της περιοχής μελέτης και το 42,87 του συνόλου του νομού έναντι του 58,54% που ασχολούνται στο σύνολο της χώρας. Εδώ βέβαια θα πρέπει να αναφέρουμε ότι σημειώνεται χαμηλός βαθμός κινητοποίησης των ιδιωτικών κεφαλαίων και σχετική στασιμότητα της επιχειρηματικής πρωτοβουλίας και σε μια σειρά άλλων κλάδων του εμπορίου. Πάντως οι σημαντικότερες αναπτυξιακές ευκαιρίες της περιοχής προέρχονται κυρίως από το προγραμματικό πλαίσιο χρηματοδοτούμενων αναπτυξιακών προγραμμάτων και άλλων χρηματοδοτικών μέσων του Γ' ΚΠΣ (www.economics.gr : "Νομοί της Ελλάδος", 10/2005.)

## 5. Η Χερσόνησος της Κασσάνδρας

Η χερσόνησος της Χαλκιδικής βρίσκεται περίπου στη μέση της Μακεδονίας και καταλήγει σε τρεις μικρότερες, την Κασσάνδρα, τη Σιθωνία και το Άγιο Όρος, που εισχωρούν βαθιά στο Αιγαίο και κάνουν τη Χαλκιδική να έχει το μεγαλύτερο μήκος ακτών από όλους τους χερσαίους νομούς της Ελλάδας (περισσότερα από 500 χιλ. χιλιόμετρα). Παρά τον αριθμό των οροσειρών που υπάρχουν στην περιοχή, τα σχετικά χαμηλά ύψη τους δεν είναι ικανά να της προσδώσουν το χαρακτήρα του ορεινού ανάγλυφου, γεγονός που χαρακτηρίζει τη χερσόνησο ως ημιορεινή περιοχή με κύριες πεδινές εκτάσεις στα χαμηλότερα παραθαλάσσια τμήματα, στα δυτικά και νότια του κορμού. Η περιοχή δεν έχει μεγάλα ποτάμια και αυτός είναι ο βασικός λόγος που οι θάλασσές της είναι από τις διαυγέστερες της Ελλάδας.

Η χερσόνησος της Κασσάνδρας, που αποτελεί και την περιοχή της έρευνας, περιλαμβάνει 19 οικισμούς από 2 δήμους του νομού, αυτούς της Παλλήνης και της Κασανδρείας (Πίνακας 6.4) και έχει πληθυσμό 15.889 κατοίκους, από τους οποίους οι άνδρες αντιπροσωπεύουν το 52,7% του πληθυσμού και οι γυναίκες το 47,3%. Σύμφωνα με τα στοιχεία της απογραφής του πληθυσμού το 2001 ([www.statistics.gr](http://www.statistics.gr)), η κατά ηλικία κατανομή του πληθυσμού της περιοχής έδειξε ότι ο παιδικός πληθυσμός αντιπροσωπεύει το 17% του συνολικού πληθυσμού, υψηλότερο από αυτό του συνόλου της χώρας (15,2%) ενώ ο γεροντικός το 14,5% , μικρότερο από το αντίστοιχο ποσοστό σε επίπεδο χώρας (16,7%).

Ο δείκτης γήρανσης στην περιοχή έρευνας είναι χαμηλότερος σε σύγκριση με το σύνολο της χώρας, με σχετικές διακυμάνσεις. Έτσι, ενώ στο σύνολο της χώρας ο δείκτης γήρανσης είναι 110, στην περιοχή έρευνας φτάνει το 85. Ο μέγιστος παρουσιάζεται στην Αγία Παρασκευή και ανέρχεται σε 288 και ο ελάχιστος στη Χανιώτη που φθάνει στο 48. Ο δείκτης εξάρτησης στην περιοχή έρευνας είναι 46, κατά μία μονάδα μικρότερος από αυτόν της χώρας, ο οποίος ανέρχεται σε 47.

Σε ό,τι αφορά επίπεδο εκπαίδευσης του πληθυσμού της περιοχής έρευνας, από τα στοιχεία της απογραφής πληθυσμού της ΕΣΥΕ το 2001 διαπιστώνεται ότι αυτό είναι ιδιαίτερα ικανοποιητικό, αφού παρουσιάζει υψηλότερα ποσοστά στην πρωτοβάθμια (49%) και δευτεροβάθμια εκπαίδευση (18,7%) από τα αντίστοιχα της χώρας (43,1% και 15,1%) ενώ ο αριθμός των αναλφάβητων ανέρχεται μόλις στο 1,7% του πληθυσμού, όταν σε επίπεδο χώρας αντιπροσωπεύουν το 3,6% του πληθυσμού.

Πίνακας 6.4: Οικισμοί της περιοχής Κασσάνδρας

ΔΗΜΟΣ	ΔΗΜΟΤΙΚΟ ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑ	ΟΙΚΙΣΜΟΙ	ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ '01
ΚΑΣΣΑΝΔΡΑΣ	Κασσανδρείας	Νέα Φωκαία	2061
	Αφύτου	Άφυτος	1231
	Καλάνδρας	Καλλιθέα	779
	Καλλιθέας	Κασσάνδρει α	2801
	Κασσανδρηνού	Ελάνη	30
	Κρουσηγής	Σάνη	66
	Νέας Φωκαίας	Σίβηρη	267
	Φούρκας	Καλάνδρα	665
		Ποσειδί	76
		Κασσανδρηνόν	296
		Κρουσηγή	518
		Φούρκα	1203
		Μόλα Καλύβα	134
ΠΑΛΛΙΝΗΣ	Χανιώτη	Αγία Παρασκευή	361
	Αγίας Παρασκευής	Νέα Σκιώνη	889
	Νέας Σκιώνης	Παλιούριον	826
	Παλιουρίου	Πευκοχώριο ν	1655
	Πευκοχωρίου	Πολύχρονον	1063
	Πολυχρόνου	Χανιώτης	968
<b>Σύνολο</b>			<b>15889</b>

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων ΕΣΥΕ 2001

Ακόμη και τα ποσοστά που αναφέρονται στους έχοντες ανώτατη και ανώτερη εκπαίδευση (9,7%) παρ' ότι είναι μικρότερα από τα αντίστοιχα της χώρας (15,8%), είναι σε ικανοποιητικό επίπεδο. Τα στοιχεία που προαναφέρθηκαν σε συνδυασμό και με την σημαντική αύξηση που παρουσιάζει ο πληθυσμός, της περιοχής έρευνας τα τελευταία χρόνια ( 4,8% τη δεκαετία 1971-81, 16% τη δεκαετία 1981-91 και 44,1% τη δεκαετία 1991-2001) προσδίδουν στην περιοχή το χαρακτηρισμό της δυναμικής περιοχής από άποψη ανθρώπινου δυναμικού που συνδέεται άμεσα με τις αυξημένες δυνατότητες απασχόλησης που προκάλεσε η ανάπτυξη του τουρισμού, τόσο στο δευτερογενή τομέα(κυρίως οικοδομικές δραστηριότητες) όσο και στον τριτογενή (τουρισμός).

Ο οικονομικά ενεργός πληθυσμός της περιοχής έρευνας αποτελεί το 46,41% του συνολικού πληθυσμού της, ηλικίας άνω των 10 ετών, με το ποσοστό των ανέργων να ανέρχεται σε 5,50 %, σχετικά υψηλότερο από το αντίστοιχο της χώρας.(5.2%). Η κατανομή του οικονομικά ενεργού πληθυσμού στους τρεις τομείς της οικονομικής δραστηριότητας, δείχνει την άμεση επικράτηση του τριτογενή τομέα (49,8%) έναντι

του δευτερογενούς( 29,45%) και του πρωτογενούς (16,2%), ενώ 4,55% δεν δήλωσαν κλάδο οικονομικής δραστηριότητας (statistics.gr).

Η επικράτηση του τριτογενή τομέα στην απασχόληση της περιοχής αποδίδεται στη μεγάλη τουριστική ανάπτυξη που έχει επιτευχθεί τα τελευταία χρόνια με τη δημιουργία μεγάλων πολυτελών ξενοδοχειακών μονάδων, ικανών να προσφέρουν υψηλής ποιότητας υπηρεσίες. Στην περιοχή έρευνας, σύμφωνα με στοιχεία της Ένωσης Ξενοδόχων Ν. Χαλκιδικής (2007), συγκεντρώνονται 254 ξενοδοχειακές μονάδες δυναμικότητας 23481 κλινών, αντιπροσωπεύοντας το 52,3% των ξενοδοχειακών μονάδων του νομού. Επίσης μεγάλη ανάπτυξη σημειώνει και η δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων σε επίπεδο ενοικιαζόμενων δωματίων τα οποία ανέρχονται σε 970 ενώ παράλληλα αναπτύσσεται ένα δίκτυο υποστηρικτικών μονάδων εστίασης και αναψυχής (Ομοσπονδία Σωματίων Τουριστικών Καταλυμάτων Χαλκιδικής, 2006).

Ένας δεύτερος τομέας στον οποίο στηρίζεται η τοπική οικονομία είναι ο δευτερογενής τομέας λόγω της προόδου που συντελείται τα τελευταία χρόνια στη δημιουργία μεταποιητικών μονάδων εκμετάλλευσης αγροτικών προϊόντων αλλά και της οικοδόμησης και των κατασκευών που συνδέονται με την ανάπτυξη του τουρισμού. Στο δευτερογενή τομέα απασχολείται το 28,55% των εργαζομένων ποσοστό υψηλότερο από το αντίστοιχο της χώρας, το οποίο ανέρχεται σε 21,7%.

Ο πρωτογενής τομέας είναι ο τρίτος κατά σειρά τομέας στον οποίο στηρίζεται η απασχόληση στην περιοχή έρευνας. Κυριότερες καλλιέργειες είναι τα σιτηρά, το βαμβάκι και οι δεντροκαλλιέργειες. Η κτηνοτροφία δεν παρουσιάζει ιδιαίτερη ανάπτυξη. Αναπτυγμένη είναι και η αλιεία στη Χαλκιδική.

## 6. Το νησί της Σαμοθράκης

Η Σαμοθράκη είναι το μοναδικό νησί του Νομού Έβρου και βρίσκεται στο βορειοανατολικό Αιγαίο. Το σχήμα της είναι ελλειψοειδές και η έκτασή της είναι 178 τετραγωνικά χιλιόμετρα. Η Σαμοθράκη απέχει από τη Αλεξανδρούπολη 22 περίπου ναυτικά μίλια. Έχει την δυνατότητα να επικοινωνεί με την Καβάλα και την Αλεξανδρούπολη με τακτικά δρομολόγια πλοίων, ενώ πλησιέστερο αεροδρόμιο βρίσκεται στην Αλεξανδρούπολη ([www.samothraki.gr](http://www.samothraki.gr)).

Στη Σαμοθράκη υπάρχει μόνο ένας δήμος, ο Δήμος Σαμοθράκης με 16 οικισμούς και 2.723 κατοίκους. Από τους οικισμούς αυτούς οι 9 αποτελούν την περιοχή της έρευνας, γιατί σ' αυτούς διαπιστώθηκε η ύπαρξη γυναικείων επιχειρήσεων, συγκεντρώνοντας 2.624 κατοίκους το 2001.

Η διαχρονική εξέλιξη του πληθυσμού κατά τη διάρκεια των ετών 1961-2001, δείχνει σημαντική μείωση τόσο στην περιοχή μελέτης (18,4%) όσο και στο σύνολο του νησιού (28,9%). Η μείωση αυτή, εντονότερη κατά τη δεκαετία 1961-71, αποδίδεται στη μετανάστευση του πληθυσμού του νησιού, η οποία έπληξε περισσότερο τα απομονωμένα χωριά του νησιού.

Από την κατανομή του πληθυσμού με βάση το φύλο, το 2001, φαίνεται ότι στη Σαμοθράκη οι άνδρες υπερτερούν κατά πολύ των γυναικών, αφού αποτελούν ποσοστό 56,2% του τοπικού πληθυσμού και οι γυναίκες 43,8%.

Όσον αφορά στην ηλικιακή διάρθρωση του πληθυσμού, τα άτομα ηλικίας άνω των 65 ετών αποτελούν το 18,8% του συνολικού πληθυσμού της Σαμοθράκης ενώ η συμμετοχή του παιδικού πληθυσμού (έως 14 ετών) ανέρχεται στο 12,6%.

**Πίνακας 6.5** Οικισμοί της περιοχής έρευνας στη Σαμοθράκη

ΔΗΜΟΣ	ΟΙΚΙΣΜΟΙ	'01	ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ
ΣΑΜΟΘΡΑΚΗΣ	Αλώνια		251
	Άνω Καρυώτες		52
	Άνω Μεριά		58
	Θέρμα		74
	Καμαριώπισσα		969
	Κάτω Καρυώτες		
	Λάκκωμα		329
	Προφήτης Ηλίας		214
	Χώρα		677
<b>Σύνολο</b>			<b>2624</b>

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων ΕΣΥΕ 2001



Από την κατά φύλο και ηλικία διάρθρωση του πληθυσμού της Σαμοθράκης, φαίνεται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των γυναικών (34,1%) είναι ηλικίας 40 έως 64 ετών ενώ ένα ποσοστό 21,7% είναι ηλικίας άνω των 65 ετών.

Ο δείκτης γήρανσης στη Σαμοθράκη είναι υψηλός και ανέρχεται στο 149 με το δείκτη εξάρτησης να φτάνει στο 46. Σε επίπεδο νομού Έβρου ο δείκτης γήρανσης ανέρχεται σε 139 και ο δείκτης εξάρτησης στο 50.

Το επίπεδο εκπαίδευσης του πληθυσμού της Σαμοθράκης εμφανίζεται χαμηλότερο τόσο από εκείνο του νομού, όσο και του συνόλου της χώρας. Έτσι η πλειοψηφία του πληθυσμού (58,2%) έχει αποφοιτήσει από το δημοτικό ή δεν έχει τελειώσει τη στοιχειώδη εκπαίδευση, ενώ το ποσοστό των αναλφάβητων στη Σαμοθράκη (4,9%) είναι χαμηλότερο από εκείνο στο σύνολο του νομού (5,6%).

Ο οικονομικά ενεργός πληθυσμός της Σαμοθράκης αποτελεί ποσοστό 40,1% του συνολικού πληθυσμού της, ηλικίας άνω των 10 ετών. Το ποσοστό αυτό είναι χαμηλότερο από το αντίστοιχο στο σύνολο της χώρας (46,8%). Το ποσοστό της ανεργίας ανέρχεται σε 3,1% και εμφανίζεται χαμηλότερο από το αντίστοιχο της χώρας (5,2%).

Οι κάτοικοι της Σαμοθράκης ασχολούνται κυρίως με τον πρωτογενή και τον τριτογενή τομέα. Έτσι, το 44,7% των ατόμων, που δήλωσαν κλάδο οικονομικής δραστηριότητας, στο νησί απασχολείται κυρίως με τη γεωργία αλλά και παράλληλα με την κτηνοτροφία, τη μελισσοκομία και την αλιεία. Σε επίπεδο νομού το ποσοστό αυτό είναι πολύ μικρότερο 27,6%. Τέλος, το 40,4% των εργαζομένων της Σαμοθράκης απασχολείται στον τριτογενή τομέα, ποσοστό χαμηλότερο από αυτό του Νομού Έβρου (53%).

Στον πρωτογενή τομέα επικρατεί η γεωργία. Οι γεωργικές καλλιέργειες επικρατούν στη δυτική και νοτιοδυτική πλευρά του νησιού και καταλαμβάνουν το 17% της συνολικής του έκτασης (30.800 στρέμματα). Κυρίαρχη καλλιέργεια είναι το σκληρό σιτάρι (περίπου το 65% της συνολικής γεωργικής έκτασης) και ακολουθούν το κριθάρι, ο βίκος, τα κηπευτικά και τα αμπέλια, που βρίσκονται κυρίως μεταξύ Καμαριώτισσας, Αλωνίων και Ξηροπόταμου. Τα ελαιόδενδρα καταλαμβάνουν τους χαμηλούς λόφους του Λακκώματος και Προφήτη Ηλία, σε ποσοστό 30% της συνολικής γεωργικής γης. Μόλις το 17% της συνολικής γεωργικής έκτασης αρδεύεται, ενώ οι υπόλοιπες καλλιέργειες είναι ξηρικές ([www.xanthi.ilsp.gr/thraki/per/perivallon.asp](http://www.xanthi.ilsp.gr/thraki/per/perivallon.asp)). Η κτηνοτροφία στο νησί

επικεντρώνεται στην εκτροφή αιγοπροβάτων, με την οποία ασχολούνται περίπου 100 κτηνοτρόφοι.

Στη Σαμοθράκη το 13,2% των εργαζομένων απασχολείται στον δευτερογενή τομέα, σε επιχειρήσεις που συνδέονται κυρίως με την μεταποίηση γεωργικών και κτηνοτροφικών προϊόντων (ελαιουργεία, τυροκομία κ.α.) και με τις κατασκευές. Το ποσοστό απασχόλησης στον δευτερογενή τομέα σε επίπεδο νομού είναι 16,9%

Στη Σαμοθράκη, ποσοστό 49,2% των εργαζομένων στον τριτογενή τομέα απασχολείται στη δημόσια διοίκηση, στην άμυνα, στην κοινωνική ασφάλιση, στην εκπαίδευση, στην υγεία κ.λ.π. Ακολουθούν τα άτομα που απασχολούνται σε ξενοδοχεία και εστιατόρια με ποσοστό 23,7%, το εμπόριο με το 13% των εργαζομένων, και οι μεταφορές με 9,6% (ΕΣΥΕ, 2001).

Την τελευταία 20ετία το νησί αναπτύσσεται και τουριστικά, χωρίς μεγάλες τουριστικές εγκαταστάσεις και σχετικά περιορισμένη τουριστική κίνηση. Η τουριστική περίοδος αρχίζει το Μάιο και τελειώνει τον Οκτώβριο, με περίοδο αιχμής από 15 Ιουλίου έως 15 Αυγούστου. Στη Σαμοθράκη λειτουργούν 88 καταλύματα ξενοδοχεία και ενοικιαζόμενα δωμάτια- συνολικής δυναμικότητας 1663 κλινών, σε 7 οικισμούς του Δήμου. Από αυτά τα 79 (ποσοστό 89,8%) βρίσκονται στους οικισμούς της περιοχής μελέτης. Οι οικισμοί που συγκεντρώνουν την πλειοψηφία των καταλυμάτων είναι τα Θέρμα και η Καμαριώτισσα, 36 και 29 καταλύματα, αντίστοιχα ([www.xanthi.ilsp.gr/thraki/tour/tour1.asp](http://www.xanthi.ilsp.gr/thraki/tour/tour1.asp), 2007).

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΒΔΟΜΟ:**  
***Γυναίκες Επιχειρηματίες στην Ελληνική***  
***Ύπαιθρο- Αποτελέσματα Της Έρευνας***

---

## 1. Εισαγωγή

Στην πρώτη επαφή της ερευνητικής ομάδας με τις γυναίκες που συμμετείχαν στην έρευνα, γινόταν εκτενής αναφορά στους στόχους της έρευνας και ενημέρωση για τον τρόπο επιλογής τους. Αξίζει να σημειωθεί ότι στις περισσότερες περιπτώσεις οι γυναίκες έδειχναν να εκπλήσσονται που τις αποκαλούσαμε «επιχειρηματίες», ιδιαίτερα όταν επρόκειτο για τις ιδιοκτήτριες των πολύ μικρών ή μικρών επιχειρήσεων. Διακρίναμε ωστόσο ένα αίσθημα κολακείας για τον τίτλο της επιχειρηματία που τις αποδίδαμε. Η συνέντευξη με τις επιχειρηματίες γινόταν στην έδρα της κάθε επιχείρησης. Ο εντοπισμός των επιχειρήσεων σε ορισμένες περιπτώσεις ήταν δύσκολος, ιδιαίτερα στις επιχειρήσεις με αντικείμενο «φασόν», οι οποίες είναι σχεδόν στο σύνολό τους εγκατεστημένες είτε μέσα στο ίδιο το σπίτι της ιδιοκτήτριας (κάποιο δωμάτιο), είτε σε κάποιο κτίριο-αποθήκη του οικοπέδου, χωρίς να υπάρχει πάντα διακριτή ταμπέλα -πινακίδα. Δυσκολευτήκαμε επίσης να εντοπίσουμε και το πρατήριο άρτου της κυρίας Μαρίκας. «Γιατί να βάλω ταμπέλα», μας είπε, «εδώ με γνωρίζουν όλοι, ακόμα και οι πέτρες».

Στις πέντε περιοχές της έρευνας καταγράφηκαν συνολικά 2166 γυναικείες επιχειρήσεις. Οι 643 καταγραφήκαν στη βιομηχανική περιοχή των Σερρών και αντιπροσωπεύουν το 34,24% του συνόλου των επιχειρήσεων της περιοχής, οι 636 στην Κασάνδρα της Χαλκιδικής αντιπροσωπεύοντας το 25,05% του συνόλου των επιχειρήσεων, οι 89 στη Σαμοθράκη (32,25% του συνόλου), οι 428 στο Πάικο (36,90% του συνόλου) και οι 370 στο Βόρρα.

Από το σύνολο των 2166 γυναικείων επιχειρήσεων επιλέχθηκαν 516 στην παρούσα έρευνα. Από αυτές, οι επιχειρήσεις των οποίων την ιδιοκτησία και διαχείριση έχει η ίδια η γυναίκα, ανέρχονται σε 338 και αντιπροσωπεύουν το 65,5% του συνόλου των επιχειρήσεων του δείγματος. Οι 87 λειτουργούν στην ευρύτερη βιομηχανική περιοχή των Σερρών, οι 76 και 56 στις τουριστικά αναπτυγμένες περιοχές της Χαλκιδικής και της Σαμοθράκης αντίστοιχα και οι 60 και 59 στις ορεινές περιοχές του Πάικου και του Βόρα αντίστοιχα.

Στις υπόλοιπες 178 επιχειρήσεις, καταγράφεται το φαινόμενο σύμφωνα με το οποίο ενώ η ιδιοκτησία ανήκει σε γυναίκα, η διαχείρισή της γίνεται από άνδρα, ο οποίος προέρχεται από το στενό οικογενειακό περιβάλλον της γυναίκας (σύζυγος, πατέρας, γιος). Πρόκειται για τις «κατ' όνομα» γυναικείες επιχειρήσεις, στις οποίες αναφέρεται η ανάλυση που ακολουθεί.

## 2. Οι «Κατ' Όνομα» Γυναίκες Επιχειρηματίες Της Ελληνικής Υπαιθρου.

Η ανάλυση των στοιχείων του δείγματος έδειξε ότι ένα σημαντικό ποσοστό των γυναικών ιδιοκτητών επιχειρήσεων στην ελληνική ύπαιθρο είναι μόνο «κατ' όνομα» επιχειρηματίες, ενώ στην πραγματικότητα δεν έχουν καμία ή έχουν ελάχιστη σχέση με την οργάνωση και διαχείρισή της επιχείρησής τους. Το ποσοστό αυτό υπερβαίνει το ένα τρίτο των γυναικείων επιχειρήσεων.

Αναλυτικότερα, από το σύνολο των 516 ερωτηματολογίων που έχουν συμπληρωθεί, τα 178 (34,49%) αφορούν γυναίκες οι οποίες είναι μόνο «κατ' όνομα» επιχειρηματίες. Πρόκειται για γυναίκες που εμφανίζονται στα επιμελητήρια της περιοχής ως κάτοχοι μιας επιχείρησης, ενώ από την έρευνα αποδείχθηκε ότι την ευθύνη αυτής, τη διαχείριση και οργάνωσή της έχει άλλο άτομο, που σχεδόν στο σύνολο των περιπτώσεων είναι κάποιος άνδρας, με τον οποίο συνδέονται με σχέσεις αίματος ή αγχιστείας.

Η μελέτη της γεωγραφικής κατανομής του δείγματος δείχνει ότι οι «κατ' όνομα» γυναικείες επιχειρήσεις εντοπίζονται κατά κύριο λόγο στις περιοχές όπου είναι έντονη η παρουσία του πρωτογενή τομέα και ακολουθούν οι περιοχές με λιγότερο έντονη την παρουσία του, που όμως χαρακτηρίζονται από την παρουσία του τουρισμού, που είναι από πολύ σημαντική (Χαλκιδική), έως σχετικά σημαντική (Βόρρας, Σαμοθράκη). Η ανάλυση των στοιχείων κατά περιοχή δείχνει ότι οι «κατ' όνομα» γυναικείες επιχειρήσεις αντιπροσωπεύουν το 44% των επιχειρήσεων στο Πάικο, το 36% στις Σέρρες και τη Χαλκιδική, το 29,8% στο Βόρρα και μόνο το 18,9% στη Σαμοθράκη. Διαπιστώνεται δηλαδή ότι στις περιοχές όπου επικρατεί ο μικρής κλίμακας τουρισμός εντοπίζονται τα χαμηλότερα ποσοστά των «κατ' όνομα» γυναικείων επιχειρήσεων και κατά συνέπεια αναμένεται στον τομέα αυτό να εμφανίζονται οι περισσότερες «πραγματικές» γυναικείες επιχειρήσεις.

Σε ό,τι αφορά τον τομέα δραστηριοποίησης των κατ' όνομα γυναικείων επιχειρήσεων, το ένα τρίτο περίπου αυτών (29,8%) δραστηριοποιούνται σε «ανδρικά επαγγέλματα», όπως γεωργικά μηχανήματα, πρατήρια υγρών καυσίμων, πρακτορεία προ-πο κλπ. Ακολουθούν τα «δύσκολα επαγγέλματα», όπως φούρνοι, καφετέριες, καφε-ζαχαροπλαστεία κλπ με 22,5%, και καταστήματα όπως φωτογραφεία, ψιλικά κλπ με 16,3%. Αξίζει να σημειωθεί ότι είναι πολύ μικρή η συμμετοχή των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον τομέα των ενοικιαζόμενων δωματίων

(6,7%), καθώς και στον τομέα του φασόν (1,7%), δραστηριότητες που έχουν περισσότερο «γυναικείο» χαρακτήρα. Η κατανομή των επιχειρήσεων αυτών κατά δραστηριότητα και κατά περιοχή μελέτης δείχνει ότι οι περισσότερες επιχειρήσεις της κατηγορίας «γεωργικά μηχανήματα, υγρά καύσιμα κλπ» εντοπίζονται στις Σέρρες (25) και το Πάικο (17), λιγότερο στη Χαλκιδική (9) και στο Βόρρα (2) και καμία στη Σαμοθράκη. Με άλλα λόγια το ποσοστό των «κατ' όνομα» γυναικών επιχειρηματιών βαίνει μειούμενο όσο μειώνεται ο γεωργικός χαρακτήρας μιας περιοχής.

**Πίνακας 7.1:** Αντικείμενο επιχείρησης κατά περιοχή

Αντικείμενο Επιχείρησης	Περιοχή					Σύνολο	%
	Πάικο	Χαλκιδική	Βόρρα	Σαμοθράκη	Σέρρες		
Ενοικιαζόμενα Δωμάτια	0	5	2	4	1	12	6,7
Ζαχαροπλαστείο, φούρνος, καφετερία, παντοπωλείο	11	7	10	3	9	40	22,5
Ταβέρνα	0	6	1	4	3	14	7,9
Κομμωτήριο, ψιλικά, φωτογραφείο, ανθοπωλείο κα	7	9	3	1	9	29	16,3
Υγρά καύσιμα, γεωργικά μηχανήματα, μεσιτικό, προπό	17	9	2	0	25	53	29,8
Φασόν	2	0	1	0	0	3	1,7
Άλλο	9	7	6	1	4	27	15,2
<b>Σύνολο</b>	<b>46</b>	<b>43</b>	<b>25</b>	<b>13</b>	<b>51</b>	<b>178</b>	<b>100,0</b>

Κατά τη μελέτη των ατομικών χαρακτηριστικών των γυναικών επιχειρηματιών, μελετήθηκε κατ' αρχάς η ηλικία τους. Παρατηρείται συγκέντρωση στις ηλικίες άνω των 35 ετών, δεδομένου ότι το ένα τρίτο περίπου (31,5%) του συνόλου των γυναικών είναι ηλικίας 36-45 ετών, 20,8% είναι ηλικίας 46-55 ετών, 15,2% ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα 56-65 ετών, ενώ το 14,6% είναι ηλικίας άνω των 65 ετών. Μικρό είναι το ποσοστό των νέων γυναικών ηλικίας 26-35 ετών (16,3%) και σχεδόν ανύπαρκτο των πολύ νέων γυναικών κάτω των 25 ετών (1,7%). Στην ανάλυση των ηλικιών κατά περιοχή διαπιστώνεται ότι στη μεν περιοχή των Σερρών και του Πάικου υπάρχει μια ελαφρά τάση συγκέντρωσης προς τις

μεγαλύτερες ηλικίες, ενώ στη Χαλκιδική προς τις μικρότερες. Πράγματι, οι 11 από τις 32 γυναίκες του δείγματος που είναι ηλικίας κάτω των 35 ετών εντοπίζονται στην περιοχή της Χαλκιδικής.

**Πίνακας 7.2:** Ηλικία επιχειρηματία κατά περιοχή

Κλάσεις ηλικιών	Περιοχή					Σύνολο	%
	Πάϊκο	Χαλκιδική	Βόρας	Σαμοθράκη	Σέρρες		
22 με 25 ετών	1	1	0	0	1	3	1,7
26 με 35 ετών	8	10	2	2	7	29	16,3
36 με 45 ετών	11	17	6	2	20	56	31,5
46 με 55 ετών	10	6	5	4	12	37	20,8
56 με 65 ετών	9	4	4	3	7	27	15,2
Άνω των 65	7	5	8	2	4	26	14,6
Σύνολο	46	43	25	13	51	178	100,0

Το μορφωτικό επίπεδο των γυναικών, εξεταζόμενο στο σύνολο του δείγματος, είναι σχετικά χαμηλό, δεδομένου ότι οι μισές περίπου γυναίκες (46,6%) είναι απόφοιτες Δημοτικού, 16,3% απόφοιτες Γυμνασίου, το ένα τέταρτο (25,8%) απόφοιτες Λυκείου και τέλος το 11,2% έχει πραγματοποιήσει ανώτερες ή ανώτατες σπουδές. Η ίδια περίπου κατανομή παρατηρείται σε όλες τις περιοχές, εξεταζόμενες κατά μόνας, εκτός από τη Χαλκιδική όπου παρατηρείται μια μετατόπιση των γυναικών προς τις ανώτερες κλάσεις μορφωτικού επιπέδου. Οι γυναίκες με απολυτήριο Δημοτικού περιορίζονται στο 23%, ενώ οι γυναίκες με απολυτήριο Λυκείου ανέρχονται στο 44% και οι γυναίκες με πτυχίο ανώτερης ή ανώτατης σχολής στο 23%. Γενικότερα όμως οι γυναίκες της Χαλκιδικής εμφανίζονται περισσότερο μορφωμένες σε σχέση με τις γυναίκες του δείγματος των υπόλοιπων περιοχών, δεδομένου ότι εκεί συναντώνται τα υψηλότερα ποσοστά γνώσης μιας ξένης γλώσσας και χρήσης ηλεκτρονικού υπολογιστή (οι μισές).

Η οικογενειακή κατάσταση των περισσότερων γυναικών είναι η αναμενόμενη: το 86,5% αυτών είναι παντρεμένες και το 7,3% υπήρξαν παντρεμένες. Το ποσοστό των ανύπαντρων γυναικών περιορίζεται στο 6,2% (το 73% αυτών εντοπίζεται στη Χαλκιδική). Η Χαλκιδική είναι η μόνη περιοχή που εμφανίζει σχετικά σημαντικό ποσοστό ανύπαντρων γυναικών, δεδομένου ότι αυτές αντιπροσωπεύουν το 19% των γυναικών «επιχειρηματιών» της περιοχής, ενώ στις άλλες περιοχές το αντίστοιχο ποσοστό κυμαίνεται μεταξύ 0 και 4%.

Σε ό,τι αφορά την τεκνοποίηση, οι αγροτικοί πληθυσμοί έχουν υιοθετήσει το πρότυπο των αστικών, με αποτέλεσμα οι περισσότερες οικογένειες να περιορίζονται στα δύο παιδιά. Μεταξύ των παντρεμένων γυναικών του δείγματος (167), το 71,8% έχει ένα ή δύο παιδιά, το 25,1% τρία ή περισσότερα και το 3,1% κανένα. Όσο πιο έντονος είναι ο αγροτικός χαρακτήρας μιας περιοχής, τόσο πιο συχνά συναντώνται οικογένειες με περισσότερα από δύο παιδιά. Σε επίπεδο περιοχής λοιπόν, το ποσοστό των γυναικών με σχετικά αυξημένη γεννητικότητα (τρία ή και περισσότερα παιδιά) κυμαίνεται μεταξύ 15% και 30%, το υψηλότερο ποσοστό συναντάται στις Σέρρες και το χαμηλότερο στη Σαμοθράκη και τη Χαλκιδική.

Στη συντριπτική τους πλειοψηφία οι γυναίκες διαμένουν στον τόπο όπου είναι εγκατεστημένη η επιχείρηση και οι περισσότερες (62%) δηλώνουν ότι εκεί διαμένουν από τότε που γεννήθηκαν ή τα τελευταία είκοσι χρόνια της ζωής τους (11%), ενώ οι υπόλοιπες ζουν στο συγκεκριμένο τόπο λιγότερο από είκοσι χρόνια. Οι λόγοι αυτής της εγκατάστασης είναι κυρίως οικογενειακοί (γάμος), με τόπο καταγωγής των περισσότερων τα γύρω χωριά.

Στην πλειοψηφία τους οι γυναίκες προέρχονται από αγροτικές οικογένειες, δεδομένου ότι το επάγγελμα του πατέρα του 67,4% αυτών είναι ή ήταν γεωργός και η μητέρα αγρότισσα και αυτό ισχύει για όλες τις περιοχές μελέτης. Οι μισές περίπου συνεχίζουν να είναι μέλη αγροτικής οικογένειας, διότι ο σύζυγος είναι γεωργός (47,3% των παντρεμένων γυναικών). Το ένα τέταρτο περίπου (23,9%) των παντρεμένων δηλώνει ότι ο σύζυγος είναι ελεύθερος επαγγελματίας (οι περισσότερες περιπτώσεις, 15 στις 40, εντοπίζονται στη Χαλκιδική), το 10,8% τεχνίτης ή εργάτης, ενώ οι δημόσιοι ή ιδιωτικοί υπάλληλοι και οι συνταξιούχοι μοιράζονται πολύ μικρά ποσοστά και μόνο μία γυναίκα μεταξύ των 167 παντρεμένων δήλωσε ότι ο σύζυγός της είναι άνεργος. Αραγε είναι δείγμα πολύ χαμηλής έως ανύπαρκτης ανεργίας στις αγροτικές περιοχές, διαφορετικής θεώρησης της ανεργίας ή «ντροπής» για τον άνεργο σύζυγο;

Είναι ενδιαφέρον να μελετήσουμε με τι ασχολούνται οι γυναίκες αυτές, εφ' όσον δεν ασχολούνται με την επιχείρηση της οποίας φέρονται ιδιοκτήτριες. Ένα σημαντικό ποσοστό, περίπου 40%, ασχολούνται με τα οικιακά και την ανατροφή των παιδιών. Ωστόσο είναι αξιοσημείωτο ότι οι μισές από αυτές στην αντίστοιχη ερώτηση δήλωσαν «χωρίς επάγγελμα» και όχι οικιακά, συμπληρώνοντας ως αναγκαστική την ενασχόληση με τα οικιακά, εκφράζοντας ίσως την επιθυμία τους να απασχοληθούν εκτός σπιτιού. Ένα ποσοστό επίσης της τάξης του 40% δήλωσε ότι ασχολείται στον



τομέα των υπηρεσιών, ενώ είναι πολύ μικρά τα ποσοστά που μοιράζονται οι εργάτριες και οι συνταξιούχες. Είναι ενδιαφέρον το γεγονός ότι, σύμφωνα με τα στοιχεία, μόνο 8 γυναίκες σε σύνολο 178 (4,5%) δηλώνουν ως κύριο επάγγελμα τη γεωργία. Σε επίπεδο περιοχών μελέτης το ποσοστό αυτό είναι εξαιρετικά χαμηλό, τόσο στις περιοχές με έντονη την παρουσία του πρωτογενή τομέα, όσο και σε αυτές που είναι λιγότερο έντονη, γεγονός που καταδεικνύει τη σχεδόν πλήρη απόσυρση της γυναίκας από τις εργασίες της γεωργικής εκμετάλλευσης, έστω και ως συμβοηθούν μέλος, τόσο στις περιοχές εντατικής γεωργίας όσο και στις περιοχές εκτατικής γεωργίας.

**Πίνακας 7.3:** Πραγματικός υπεύθυνος της επιχείρησης κατά περιοχή

Υπεύθυνος	Περιοχή					Σύνολο	%
	Πάϊκο	Χαλκιδική	Βόρας	Σαμοθράκη	Σέρρες		
πατέρας	1	6	1	0	1	9	5,1
σύζυγος	26	23	13	4	35	101	56,7
παιδιά	11	8	8	4	5	36	20,2
άλλος	8	6	3	5	10	32	18,0
Σύνολο	46	43	25	13	51	178	100,0

Τέλος, σε ό,τι αφορά τον πραγματικό υπεύθυνο της επιχείρησης, για τις περισσότερες γυναίκες του δείγματος (56,7%) είναι ο σύζυγος, για το 20,2% είναι τα παιδιά, για το 18% κάποιος άλλος και για το 5,1% ο πατέρας. Οι λόγοι για τους οποίους επίσημοι διαχειριστές της επιχείρησης εμφανίζονται οι γυναίκες είναι κυρίως φορολογικοί: είτε ο σύζυγος είναι γεωργός (41,6%) και θα είχε μειωμένη πρόσβαση στις επιδοτήσεις της ΚΑΠ ως κάτοχος επιχείρησης εκτός της γεωργικής, είτε έχει άλλη απασχόληση και δεν μπορεί να εμφανίζεται κάτοχος ατομικής επιχείρησης (15,2%), είτε είναι ήδη συνταξιούχος (14%). Ασφαλώς ο πρώτος λόγος συναντάται πιο συχνά στις Σέρρες, περιοχή με έντονο αγροτικό χαρακτήρα. Το 18,7% των γυναικών δήλωσαν άλλη αιτία, ενώ το 10,7% δεν απάντησαν.

### **3. Η Γυναίκα Επιχειρηματίας και οι Γυναικείες Επιχειρήσεις στην Ελληνική Ύπαιθρο**

Η ανάλυση που ακολουθεί αφορά στις 338 γυναίκες επιχειρηματίες που έχουν τόσο την ιδιοκτησία όσο και τη διαχείριση της επιχείρησής τους. Από αυτές, οι 87 εντοπίζονται στην περιοχή των Σερρών, οι 76 της Χαλκιδικής, οι 60 του Πάικου, οι 59 του Βόρα και οι 56 της Σαμοθράκης. Γίνεται ανάλυση των χαρακτηριστικών της γυναίκας επιχειρηματία, της επιχείρησής της, των επιδράσεων που επιφέρει η επιχειρηματική της δραστηριότητα στην οικογένεια και τον τόπο της, οι στάσεις της απέναντι στην επιχειρηματικότητα

#### **3.1 Τα χαρακτηριστικά της γυναίκας επιχειρηματία.**

##### *3.1.1 Η ηλικία της γυναίκας επιχειρηματία*

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, η μέση ηλικία του συνόλου των γυναικών του δείγματος είναι τα 44,51 χρόνια. Ένα τρίτο αυτών ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 36-45 ετών και ένα τρίτο στην ηλικιακή ομάδα 46-55 ετών. Το υπόλοιπο ένα τρίτο μοιράζεται ανάμεσα στις νεότερες (κυρίως) και μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες. Η διαπίστωση ότι οι περισσότερες γυναίκες επιχειρηματίες ανήκουν στις ώριμες ηλικίες (35-55 ετών), συμφωνεί με τα ευρήματα και άλλων αντίστοιχων ερευνών, τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό (Ανθοπούλου 2006, Γιδαράκου 2005, Baygan 2000).

Μελετώντας την ηλικία των γυναικών κατά περιοχές έρευνας διαπιστώνονται ορισμένες αποκλίσεις από την παραπάνω κατανομή. Οι δύο πόλοι αυτής της κατανομής είναι η Χαλκιδική και η Σαμοθράκη. Στη μεν Χαλκιδική συναντώνται οι πιο νέες γυναίκες, όπου το ένα τρίτο είναι κάτω των 35 ετών, ενώ οι ηλικιωμένες (>56 ετών) αντιπροσωπεύουν μόνο το 5%, γεγονός που μαρτυρεί ότι η ιδιαίτερη ανάπτυξη του τουριστικού τομέα στην περιοχή προσελκύει νέες γυναίκες να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά. Στη Σαμοθράκη αντίθετα, συναντώνται οι πιο ηλικιωμένες γυναίκες επιχειρηματίες, το ένα τρίτο αυτών είναι άνω των 56 ετών, ενώ οι πολύ νέες αντιπροσωπεύουν περίπου το 15% των γυναικών επιχειρηματιών της περιοχής.

**Πίνακας 7.4:** Ηλικία επιχειρηματία κατά περιοχή

Κλάσεις ηλικιών	Περιοχή					Σύνολο	%
	Παίκο	Χαλκιδική	Βόρρας	Σαμοθράκη	Σέρρες		
22 - 25	0	7	2	1	0	10	3,0
26 - 35	16	17	10	8	12	63	18,6
36 - 45	22	25	16	17	27	107	31,7
46 - 55	16	23	24	11	37	111	32,8
56 - 65	4	4	6	15	9	38	11,2
> 65	2	0	1	4	2	9	2,7
Σύνολο	60	76	59	56	87	338	100,0

### 3.1.2 Το μορφωτικό της επίπεδο

Σε ό,τι αφορά το μορφωτικό επίπεδο των γυναικών επιχειρηματιών, σε έρευνα που έκανε το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας (GEM, 2005) διαπιστώθηκε ότι πολύ μικρό είναι το ποσοστό των γυναικών που διαθέτουν υψηλή μόρφωση, αφού οι γυναίκες αυτές βρίσκουν ευκολότερα επαγγελματική διέξοδο σε αξιόλογες θέσεις εργασίας. Η ίδια έρευνα έδειξε ότι στις αναπτυγμένες χώρες οι γυναίκες δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης είναι εκείνες που πρωτοστατούν στον επιχειρηματικό τομέα.

Εάν τα παραπάνω στοιχεία ισχύουν για την επιχειρηματικότητα των γυναικών γενικώς, στην περίπτωση της ελληνικής υπαίθρου επαληθεύονται μερικώς, δεδομένης της αυξημένης μεταναστευτικής κίνησης των γυναικών της υπαίθρου, και ειδικότερα των πιο μορφωμένων, προς τα αστικά κέντρα. Πράγματι, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, διαπιστώνεται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των γυναικών του δείγματος είναι απόφοιτες Δημοτικού Σχολείου (37,9%). Το ποσοστό τους είναι αυξημένο στις περιοχές του Βόρα, των Σερρών και της Σαμοθράκης (πάνω από 40%), ενώ σχετικά περιορισμένο στη Χαλκιδική και το Πάικο (κάτω από 30%). Το 17,8% είναι απόφοιτες Γυμνασίου, το 29% απόφοιτες Λυκείου και το 15,4% απόφοιτες τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Τα υψηλότερα ποσοστά γυναικών αποφοίτων ανώτερων ή ανώτατων σχολών συναντώνται στη Σαμοθράκη και τη Χαλκιδική (21,4% και 19,7% αντίστοιχα), περιοχές στις οποίες είναι αναπτυγμένος ο παραθαλάσσιος τουρισμός, ενώ στις υπόλοιπες περιοχές το ποσοστό αυτό κυμαίνεται μεταξύ 10% και 15%.

**Πίνακας 7.5:** Μορφωτικό επίπεδο επιχειρηματιών κατά περιοχή

Μορφωτικό επίπεδο	Περιοχή					Σύνολο	%
	Παίκο	Χαλκιδική	Βόρρας	Σαμοθράκη	Σέρρες		
Δημοτικό	17	14	31	24	42	128	37,9
Γυμνάσιο	10	17	7	7	19	60	17,8
Λύκειο	24	30	14	13	17	98	29,0
Ανώτερη – Ανώτατη	9	15	7	12	9	52	15,4
Σύνολο	60	76	59	56	87	338	100,0

Ξένες γλώσσες γνωρίζουν, όπως ήταν αναμενόμενο, οι επιχειρηματίες στις περιοχές με αναπτυγμένο τον τουρισμό, στη Χαλκιδική το 37% και στη Σαμοθράκη το 43% των γυναικών. Ωστόσο, στο Βόρρα, όπου επίσης είναι αναπτυγμένος ο εναλλακτικός τουρισμός, το αντίστοιχο ποσοστό είναι μικρότερο, της τάξης μόνο του 15%. Πιθανόν το γεγονός ότι στην περιοχή αυτή είναι αναπτυγμένες οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, οι οποίες ως γνωστό προσελκύουν κατά κύριο λόγο έλληνες τουρίστες (Παρταλίδου 2005), δεν καθιστά απαραίτητη τη γνώση μιας ξένης γλώσσας. Εξ' άλλου το στοιχείο αυτό συνάδει και με το χαμηλό μορφωτικό επίπεδο των γυναικών, όπου περισσότερες από τις μισές (52,5%) είναι απόφοιτες πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης.

Ανάλογα αποτελέσματα εξάγονται και για τα ποσοστά γνώσης χειρισμού ηλεκτρονικού υπολογιστή, τα οποία, παρ' ό,τι χαμηλά στο σύνολο, είναι αυξημένα επιμέρους στη Χαλκιδική, τη Σαμοθράκη και χαμηλά ή ιδιαίτερα χαμηλά στο Πάικο, το Βόρρα και τις Σέρρες .

### 3.1.3 Η οικογενειακή της κατάσταση

Σχετικά με την οικογενειακή κατάσταση των γυναικών επιχειρηματιών, από τα στοιχεία της έρευνας διαπιστώθηκε ότι η συντριπτική πλειοψηφία είναι παντρεμένες (84,3%) ή υπήρξαν παντρεμένες (9,8%) και μόνο 5,9% είναι ανύπαντρες. Οι μισές από τις ανύπαντρες γυναίκες (10 από τις 20) και από τις διαζευγμένες και χήρες (15 από τις 33) συναντώνται στη Χαλκιδική. Οι τρεις στις τέσσερις γυναίκες έχουν ένα έως δύο παιδιά και μία στις πέντε έχουν τρία και περισσότερα. Αξίζει να σημειωθεί ότι στις Σέρρες, μια περιοχή με έντονο αγροτικό χαρακτήρα, καταγράφεται το υψηλότερο ποσοστό (29,4%) πολύτεκνων γυναικών (με τρία και περισσότερα παιδιά), στη Χαλκιδική το χαμηλότερο (12,1%), ενώ στις υπόλοιπες περιοχές τα ποσοστά έχουν ενδιάμεσες τιμές.

### 3.1.4 Τόπος διαμονής – Τόπος καταγωγής της γυναίκας επιχειρηματία

Όσον αφορά στον τόπο διαμονής της γυναίκας επιχειρηματία, διαπιστώθηκε ότι στη συντριπτική τους πλειοψηφία, 80% περίπου, οι γυναίκες διαμένουν μόνιμα στον τόπο που είναι εγκατεστημένη η επιχείρησή τους και 10% πολύ κοντά σ' αυτή (σε διπλανό χωριό). Το υπόλοιπο 10% των γυναικών διαμένει στον τόπο της επιχείρησης μόνο κατά τις περιόδους αιχμής της εργασίας. Από αυτές, που είναι 34, οι 17 εντοπίζονται στη Χαλκιδική, οι 11 στη Σαμοθράκη, και όπως ήταν αναμενόμενο, δραστηριοποιούνται κατά κύριο λόγο στον τουρισμό. Τις γυναίκες αυτές αποκαλούμε «επισκέπτες-επιχειρηματίες».

Προκειμένου να σκιαγραφήσουμε τα χαρακτηριστικά των γυναικών «επισκεπτών-επιχειρηματιών», διερευνήσαμε το μορφωτικό τους επίπεδο και τον τόπο καταγωγής τους. Διαπιστώσαμε λοιπόν ότι είναι υψηλό το ποσοστό αυτών που έχουν ανώτατη μόρφωση (38,2%), ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τις υπόλοιπες γυναίκες (που διαμένουν μόνιμα στον τόπο της επιχείρησης) είναι μόλις 11,1%. Το ερώτημα ασφαλώς που γεννάται για τις συγκεκριμένες επιχειρηματίες είναι εάν πρόκειται για γυναίκες που δραστηριοποιήθηκαν επιχειρηματικά στον τόπο καταγωγής τους ή απλώς προσελκύστηκαν από άλλο τόπο, λόγω των επιχειρηματικών ευκαιριών που προσφέρει η συγκεκριμένη περιοχή. Η περαιτέρω διερεύνηση των στοιχείων οδήγησε στη διαπίστωση ότι οι μισές από αυτές τις γυναίκες (17) «ούτε κατάγονται», «ούτε μένουν» στην περιοχή, απλώς έχουν την έδρα της επιχείρησής τους εκεί και διαμένουν στον τόπο μόνο κατά τις περιόδους αιχμής της εργασίας. Παρόλο που στο σύνολο των γυναικών της έρευνας, οι «επισκέπτες επιχειρηματίες» αντιπροσωπεύουν μικρό ποσοστό (10%) και μόνο 5% δεν έχουν ούτε σχέση καταγωγής με την περιοχή όπου έχουν εγκαταστήσει την επιχείρησή τους, ωστόσο για τις περιοχές με παραθαλάσσιο τουρισμό, τη Χαλκιδική και τη Σαμοθράκη, αντιπροσωπεύουν 22% και 20% αντίστοιχα των γυναικών επιχειρηματιών της κάθε μιας.

Μπορούμε λοιπόν να υποστηρίξουμε ότι οι τουριστικά αναπτυγμένες περιοχές της έρευνας (Χαλκιδική, Σαμοθράκη) λειτουργούν σχετικά περιορισμένα ως τόπος προσέλκυσης γυναικών επιχειρηματιών από αστικά κέντρα, φαινόμενο που παρατηρείται έντονα σε άλλες περιοχές της χώρας με ιδιαίτερη ανάπτυξη του παραθαλάσσιου τουρισμού. Λειτουργούν εν μέρει ως έτσι μόνο για γυναίκες που κατάγονται από το συγκεκριμένο τόπο. Με άλλα λόγια, η γυναικεία

επιχειρηματικότητα των περιοχών της έρευνας αφορά κατά κύριο λόγο τον ντόπιο πληθυσμό, ιδιαίτερα στις περιοχές με έντονο τον αγροτικό χαρακτήρα.

Εκτός από τον τόπο διαμονής, μελετήθηκε και ο τόπος καταγωγής των γυναικών επιχειρηματιών. Για τη συντριπτική πλειοψηφία διαπιστώνεται ταύτιση του τόπου καταγωγής και της έδρας της επιχείρησης. Η καταγωγή είναι είτε το ίδιο το χωριό (57,4%), είτε κάποιο άλλο κοντινό (22,8%).

Προηγούμενη εμπειρία διαβίωσης σε άλλες περιοχές δεν εμφανίζεται έντονη, καθώς το 45,6% των γυναικών δεν έχει ζήσει ποτέ αλλού και δηλώνει «πάντα έμεινα εδώ». Ποσοστό 20,1% έχει ζήσει σε τόπο πολύ κοντινό (μέσα στα όρια του νομού) και το 34,3% των γυναικών έχει ζήσει «αλλού» πριν εγκατασταθεί στο συγκεκριμένο τόπο (δεν περιλαμβάνονται οι γυναίκες που δεν είναι μόνιμα εγκατεστημένες). Το «αλλού» είναι «μακρινό» και «αστικό» (Αθήνα, Θεσσαλονίκη, άλλη πόλη της χώρας ή εξωτερικό). Οι γυναίκες αυτές, των οποίων ο αριθμός είναι σημαντικός, εφ' όσον αντιπροσωπεύουν πάνω από το ένα τρίτο των γυναικών της έρευνας, πιθανόν να αποτελούν φορείς καινοτομίας για τις τοπικές κοινωνίες, διότι αναμένεται να μεταφέρουν και αστικά πρότυπα ζωής στους αγροτικούς χώρους όπου μετακινήθηκαν και ζουν πλέον μόνιμα. Ο σημαντικότερος λόγος αυτής της μετακίνησης είναι ο γάμος, για τις γυναίκες των περισσότερων περιοχών έρευνας, εκτός από τη Χαλκιδική και τη Σαμοθράκη, όπου κοινωνικοί και οικονομικοί λόγοι υπήρξαν οι κυριότερες αιτίες. Αυτή η μετακίνηση πραγματοποιήθηκε για τις περισσότερες γυναίκες (63,5%) πριν από τουλάχιστο δέκα χρόνια. Το ένα τρίτο των σχετικά πρόσφατων μετακινήσεων εμφανίζονται στη Χαλκιδική. Από την ανάλυση των ατομικών χαρακτηριστικών των γυναικών επιχειρηματιών του δείγματος κατά περιοχές μπορούμε να ξεχωρίσουμε δύο πόλους γυναικών επιχειρηματιών: τις γυναίκες της Χαλκιδικής και τις γυναίκες των Σερρών. Οι γυναίκες της Χαλκιδικής εμφανίζονται πιο «κοσμοπολίτισσες» και πιο «αστικοποιημένες», δεδομένου ότι είναι πιο νέες, πιο μορφωμένες, τεκνοποιούν λιγότερο, εκεί συναντώνται οι περισσότερες ανύπαντρες και διαζευγμένες, προέρχονται σε χαμηλότερα ποσοστά από αγροτικές οικογένειες, ελάχιστες από αυτές ανήκουν σήμερα σε αγροτικές οικογένειες και εκεί παρατηρούνται οι περισσότερες μετακινήσεις από αστικά κέντρα. Στον αντίποδα βρίσκεται η περιοχή των Σερρών, όπου τα χαρακτηριστικά των γυναικών είναι ακριβώς τα αντίθετα.

Η Χαλκιδική έχει ένα διπλό πλεονέκτημα σε σχέση με τις άλλες περιοχές έρευνας: αφ' ενός βρίσκεται σε μικρή απόσταση από ένα μεγάλο αστικό κέντρο, τη

Θεσσαλονίκη, αφ' ετέρου έχει ένα αναπτυσσόμενο τομέα της οικονομίας, τον παραθαλάσσιο τουρισμό. Οι υπόλοιπες περιοχές φέρουν το ένα –γεινίαση με μεγάλο αστικό κέντρο (Σέρρες, Πάικο, Βόρας) ή το άλλο –παραθαλάσσιος τουρισμός (Σαμοθράκη) πλεονέκτημα, όχι όμως το συνδυασμό τους, με αποτέλεσμα τη δημιουργία λιγότερο ευνοϊκού επιχειρηματικού κλίματος.

### *3.1.5 Η προηγούμενη επαγγελματική εμπειρία της επιχειρηματία*

Η επαγγελματική εμπειρία που αποκτούν οι γυναίκες πριν γίνουν επιχειρηματίες αναμένεται να τις επηρεάσει θετικά στην απόφαση να ιδρύσουν τη δική τους επιχείρηση, ιδιαίτερα όταν αυτή η εμπειρία είναι σχετική με το αντικείμενο που επιλέγουν να δραστηριοποιηθούν.

Πράγματι, η πλειοψηφία των γυναικών (60,9%) είχε προηγούμενη επαγγελματική εμπειρία, όμως δεν είναι και μικρό το ποσοστό αυτών (περίπου 40%) που εργάζονται για πρώτη φορά και θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν ως ιδιαίτερα θαρραλέες. Τα ποσοστά αυτά έχουν περίπου τις ίδιες τιμές σε όλες τις περιοχές έρευνας.

Σε πολύ λίγες περιπτώσεις η προηγούμενη επαγγελματική εμπειρία ήταν σχετική με το αντικείμενο της επιχείρησης των γυναικών (18,6%) και αποτέλεσε κίνητρο για την ίδρυση της δικής της επιχείρησης. Στις Σέρρες, τη Χαλκιδική και το Πάικο συναντώνται τα υψηλότερα ποσοστά (περίπου 20%) και στη Σαμοθράκη το χαμηλότερο (8,9%). Οι υπόλοιπες γυναίκες απασχολούνταν σε αντικείμενο άσχετο με αυτό της επιχείρησής τους, ωστόσο η επαφή τους με ζητήματα οργάνωσης, διοίκησης, η επαφή τους με κόσμο (πελάτες, προμηθευτές κλπ) είναι στοιχεία που τις διευκόλυναν στην απόφασή τους για ίδρυση δικής τους επιχείρησης. Ωστόσο, μερικές γυναίκες πρόσθεσαν και άλλο λόγο για να εξηγήσουν πώς η προηγούμενη επαγγελματική εμπειρία συνετέλεσε στην επιχειρηματική τους δραστηριοποίηση. Μία από αυτές μας είπε: «Αν έχεις δουλέψει και έχεις μάθει στην ανεξαρτησία, δύσκολα κάθεσαι στο σπίτι σου». Στο ίδιο πνεύμα συμπλήρωσε μια άλλη: «Εγώ δούλευα, είχα τα δικά μου λεφτά. Δεν μπορούσα ξαφνικά να ζητάω λεφτά από τον άνδρα μου. Έπρεπε κάτι να βρω να κάνω».

### *3.1.6 Το σημερινό της επάγγελμα*

Σχεδόν το σύνολο των γυναικών του δείγματος (97%) δηλώνει ως κύριο επάγγελμα την απασχόλησή του στην επιχείρηση, με το υπόλοιπο (μόλις 3%) να

δηλώνει ως κύριο επάγγελμα την απασχόλησή του στην οικογενειακή γεωργική εκμετάλλευση. Δευτερεύον επάγγελμα δήλωσε ότι ασκεί το 20% περίπου των γυναικών, οι μισές από τις οποίες αποτελούν συμβοηθούντα μέλη στην οικογενειακή γεωργική εκμετάλλευση (εντοπίζονται κυρίως στις Σέρρες και το Βόρρα), το 8% είναι ελεύθερες επαγγελματίες (εντοπίζονται κυρίως στη Σαμοθράκη) και το 2% υπάλληλοι.

Διαπιστώνουμε δηλαδή ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες της υπαίθρου είναι σχεδόν αποκομμένες από τη γεωργία, δεδομένου ότι μόνο 43 από αυτές (12,7%) ασκούν τη γεωργία είτε ως κύριο είτε ως δευτερεύον επάγγελμα. Το στοιχείο αυτό σε συνδυασμό με το ότι μόνο το ένα τρίτο των συζύγων είναι γεωργοί, δείχνει την αδύναμη σχέση της γεωργίας με την γυναικεία επιχειρηματικότητα σε όλες τις περιοχές έρευνας, ιδιαίτερα στις τουριστικές.

### *3.1.7 Η επιμόρφωση της επιχειρηματία*

Η συντριπτική πλειοψηφία των γυναικών επιχειρηματιών (80,5%) δεν είχε καμία επιμόρφωση σχετική με θέματα που αφορούν την επιχείρησή της, ούτε πριν ούτε μετά την ίδρυσή της. Το 19,5% των γυναικών παρακολούθησαν επιμορφωτικά σεμινάρια διάρκειας 150 ωρών οι περισσότερες, και αυτές εντοπίζονται κυρίως στη Σαμοθράκη, όπου σχεδόν οι μισές επιχειρηματίες έχουν επιμορφωθεί. Οι επιχειρηματίες της Χαλκιδικής, που βρίσκονται τόσο κοντά στο αστικό κέντρο της Θεσσαλονίκης και θεωρητικά έχουν εύκολη πρόσβαση στους αντίστοιχους φορείς, έχουν το χαμηλότερο ποσοστό επιμόρφωσης (μόνο μία στις δέκα).

Ο φορέας που πραγματοποίησε τα επιμορφωτικά σεμινάρια στις μισές περιπτώσεις ήταν κρατικός ή τοπικός και για τις άλλες μισές ιδιωτικός και μία στις δύο γυναίκες επιδοτήθηκε γι' αυτό. Η θεματική ήταν ποικίλη (εναλλακτικές μορφές τουρισμού, χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή, επιχειρηματικότητα κλπ.). Η συμβολή αυτής της επιμόρφωσης ήταν πολύ σημαντική, όπως δήλωσαν δύο στις τρεις γυναίκες, για την ίδρυση ή/και λειτουργία της επιχείρησής τους.

Σχεδόν το σύνολο των γυναικών (90%) δηλώνει ότι γνωρίζει πολύ ή πάρα πολύ καλά το αντικείμενο της επιχείρησής του, αλλά μία στις τρεις δηλώνει ότι έχει ανάγκη επιμόρφωσης, για να παρακολουθεί καλύτερα τις εξελίξεις στον τομέα της. Τα υψηλότερα ποσοστά συναντώνται στη Σαμοθράκη, όπου μία στις δύο γυναίκες το υποστηρίζει, και τα χαμηλότερα στη Χαλκιδική όπου το υποστηρίζει μία στις τέσσερις. Με άλλα λόγια, οι γυναίκες που έχουν επιμορφωθεί περισσότερο



(Σαμοθράκη) είναι αυτές που επιζητούν περισσότερο την περαιτέρω επιμόρφωσή τους και αντίστροφα, οι γυναίκες που έχουν επιμορφωθεί λιγότερο (Χαλκιδική) πιστεύουν λιγότερο στην αξία της επιμόρφωσης. Οι τομείς στους οποίους θα τους ενδιέφερε να επιμορφωθούν είναι για την πλειοψηφία (66%) η διοίκηση/διαχείριση της επιχείρησης, η προώθηση των προϊόντων και γενικότερα θέματα που αφορούν τη λειτουργία μιας επιχείρησης, και λιγότερο τεχνικά θέματα (π.χ. κομμωτική, ανθοδετική, συντήρηση προϊόντων κλπ), που πιστεύουν ότι κατέχουν περισσότερο.

### 3.2 Η γυναικεία επιχείρηση

#### 3.2.1 Το οικογενειακό περιβάλλον και η επιχειρηματικότητα των γυναικών

Σε ό,τι αφορά την απόφαση ανάληψης επιχειρηματικής δραστηριότητας από τις γυναίκες, η έρευνα του Παγκόσμιου Παρατηρητήριου Επιχειρηματικότητας (2005) έδειξε ότι αυξάνονται οι πιθανότητες ανάληψης επιχειρηματικής δραστηριότητας από τις γυναίκες που συναναστρέφονται επιχειρηματίες, καθώς γνωρίζουν, έστω και σε αρχικό στάδιο, τα βασικά βήματα που απαιτούνται για την έναρξη της δραστηριότητας (GEM,2005). Με την παραδοχή ότι το οικογενειακό περιβάλλον επηρεάζει σε σημαντικό βαθμό τις επαγγελματικές επιλογές των παιδιών, διερευνήσαμε το επάγγελμα των γονιών των γυναικών επιχειρηματιών. Από την ανάλυση των στοιχείων διαπιστώνεται ότι μόνο το 17% των γυναικών δήλωσαν ότι ο πατέρας τους είναι ή ήταν ελεύθερος επαγγελματίας, διαπίστωση που καταδεικνύει ότι η παραπάνω υπόθεση δεν επαληθεύεται στην ελληνική ύπαιθρο. Το επάγγελμα του πατέρα των περισσότερων γυναικών της έρευνας (52,9%) είναι αυτό του γεωργού και ποσοστό 25% των γυναικών δήλωσαν ότι ο πατέρας τους ασκεί ή ασκούσε επάγγελμα με σχέση εξαρτημένης εργασίας (εργάτης, τεχνίτης, δημόσιος ή ιδιωτικός υπάλληλος). Χωρικά το ποσοστό των γυναικών που έχουν πατέρα γεωργό είναι υψηλότερο, όπως ήταν αναμενόμενο, στις περιοχές με έντονο αγροτικό χαρακτήρα: στις Σέρρες είναι 74,7%, στο Βόρρα 61%, στο Πάικο το 55%, στη Σαμοθράκη 42,8%, ενώ στη Χαλκιδική περιορίζεται στο 27,6%. Αντίστοιχα και για το επάγγελμα της μητέρας τους, οι μισές γυναίκες (49,5%) δήλωσαν ότι η μητέρα τους ασχολείται (ή ασχολούνταν) με τα οικιακά, το ένα τρίτο περίπου (31,6%) ότι είναι αγρότισσα και το 18,9% εργαζόμενη στο δευτερογενή ή τριτογενή τομέα. Μόνο το 7% δήλωσε ότι η μητέρα τους είναι ή ήταν ελεύθερη επαγγελματίας. Οι μισές μητέρες-ελεύθερες επαγγελματίες εντοπίζονται στη Σαμοθράκη και τη Χαλκιδική. Επομένως δεν μπορούμε να υποστηρίξουμε ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες της ελληνικής υπαίθρου

είχαν επιρροές από το άμεσο οικογενειακό τους περιβάλλον (γονείς) για να στραφούν προς την επιχειρηματικότητα.

Στο πλαίσιο του ίδιου προβληματισμού (επιρροές από το οικογενειακό περιβάλλον) διερευνήσαμε και το επάγγελμα του συζύγου. Από την ανάλυση των στοιχείων (μόνο για τις παντρεμένες γυναίκες, που είναι 318 στο σύνολο) διαπιστώνεται ότι το ποσοστό των συζύγων που είναι ελεύθεροι επαγγελματίες, αν και χαμηλό, είναι ελαφρώς υψηλότερο από αυτό των πατεράδων και αντιπροσωπεύουν το 21,7%. Το ποσοστό των συζύγων που ασκούν το γεωργικό επάγγελμα είναι αρκετά χαμηλότερο από αυτό των πατεράδων και αντιπροσωπεύουν το 35,5%. Οι υπόλοιποι σύζυγοι ασκούν επαγγέλματα εξαρτημένης εργασίας (εργάτες, τεχνίτες, δημόσιοι ή ιδιωτικοί υπάλληλοι).

Η μελέτη των στοιχείων κατά περιοχές αποκαλύπτει ενδιαφέρουσες διαφοροποιήσεις. Έτσι, στη Χαλκιδική και στη Σαμοθράκη, ελάχιστοι σύζυγοι ασκούν το γεωργικό επάγγελμα (6% στη Χαλκιδική, 13,8% στη Σαμοθράκη), ενώ τα ποσοστά των γυναικών με συζύγους ελεύθερους επαγγελματίες στις ίδιες περιοχές ανέρχονται στο 37,8% και 26,9% αντίστοιχα. Στις υπόλοιπες όμως περιοχές, οι μισοί περίπου σύζυγοι είναι γεωργοί (52,6% στο Πάικο, 50% στο Βόρρα, 48,3% στις Σέρρες), ενώ τα ποσοστά των συζύγων – ελευθέρων επαγγελματιών είναι χαμηλά, περίπου 15%.

Τα παραπάνω στοιχεία δείχνουν ότι στις περιοχές με αναπτυσσόμενο τον παραθαλάσσιο τουρισμό (Χαλκιδική, Σαμοθράκη), είναι ελάχιστο το ποσοστό των γυναικών των οποίων ο σύζυγος είναι γεωργός. Αντίθετα, είναι σχετικά σημαντικό το ποσοστό αυτών των οποίων ο σύζυγος είναι επιχειρηματίας και πιθανόν να επηρεάζει και τη σύζυγο προς την κατεύθυνση αυτή. Κατά συνέπεια μπορούμε να υποστηρίξουμε ότι στις περιοχές αυτές η επιχειρηματικότητα δεν εντάσσεται στο πλαίσιο της πολυδραστηριότητας της γεωργικής οικογένειας.

Ωστόσο, στις υπόλοιπες περιοχές, που έχουν πιο έντονο αγροτικό χαρακτήρα, οι μισές περίπου γυναίκες επιχειρηματίες ανήκουν σε γεωργικές οικογένειες, με την έννοια ότι ο σύζυγός τους είναι γεωργός. Σ' αυτές τις περιοχές είναι ενδιαφέρουσα η διαπίστωση ότι το ποσοστό των γυναικών-συζύγων γεωργών που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά είναι το ίδιο (περίπου 50%) τόσο εκεί που υπάρχει ισχυρό κίνητρο για επιχειρηματικότητα (Βόρρας - εναλλακτικός τουρισμός), όσο και εκεί που δεν υπάρχει ισχυρό κίνητρο (Πάικο, Σέρρες- πρωτογενής τομέας). Με άλλα λόγια, η ανάπτυξη των εναλλακτικών μορφών τουρισμού σε μια περιοχή (που εξαγγέλλεται ως

μια κατ' εξοχήν ευκαιρία για πολυδραστηριότητα των αγροτισσών) δε διαπιστώνεται να κινητοποιεί τις γυναίκες αγρότισσες περισσότερο σε σχέση με αυτές που ζουν σε μια περιοχή όπου δεν είναι αναπτυγμένες αυτές οι μορφές τουρισμού.

Επίσης διαπιστώνουμε ότι στις Σέρρες, βιομηχανική περιοχή με έντονο αγροτικό χαρακτήρα, όπου θα ήταν αναμενόμενο ένα σημαντικό ποσοστό των συζύγων-ανδρών να απασχολείται στο δευτερογενή τομέα (βιομηχανική περιοχή Σερρών) ως εργάτες, τεχνίτες κλπ, το ποσοστό αυτό είναι σχετικά χαμηλό, μόλις 14,1%. Πιθανόν σ' αυτές τις περιοχές οι γυναίκες-σύζυγοι των ανδρών που απασχολούνται στο δευτερογενή τομέα δε δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά.

Ο Farmer (1985) όπως αναφέρεται στους Di Benedetto & Tittle (1990) τόνισε τη σημασία του οικογενειακού περιβάλλοντος για τις αποφάσεις των γυναικών πάνω σε θέματα εργασίας. Σύμφωνα με τον ίδιο «οι επιλογές των γυναικών για εξέλιξη της καριέρας γίνονται στα πλαίσια των επιλογών ή των προτιμήσεων των πατεράδων ή των συντρόφων τους, επειδή οι προτιμήσεις τους μπορούν να επηρεαστούν από τις αντιλήψεις τους για τις επιθυμίες των ανδρών».

Μελετήσαμε λοιπόν την επίδραση του οικογενειακού περιβάλλοντος στη σύλληψη της επιχειρηματικής ιδέας. Στο σύνολο των γυναικών, οι περισσότερες (39,6%) δήλωσαν ότι μόνες τους, χωρίς την επιρροή άλλων, πήραν την απόφαση να ιδρύσουν την επιχείρησή τους και απλώς το οικογενειακό περιβάλλον συναίνεσε. Το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών των γυναικών συναντάται στις Σέρρες και ακολουθεί η Σαμοθράκη. Είναι όμως σημαντικό και το ποσοστό των γυναικών που δηλώνουν ότι ο σύζυγος συνετέλεσε σημαντικά (31,1%) στη σύλληψη της επιχειρηματικής ιδέας, γεγονός που δείχνει ότι η γυναικεία επιχειρηματικότητα σ' αυτές τις περιπτώσεις εντάσσεται περισσότερο στο πλαίσιο της οικογενειακής στρατηγικής για αύξηση των εισοδημάτων της οικογένειας. Το 13,6% δήλωσε άλλους παράγοντες, όπως η ύπαρξη προγραμμάτων επιδότησης. Οι γονείς, και ιδιαίτερα η μητέρα, συνετέλεσαν ελάχιστα προς αυτή την κατεύθυνση (μόνο μία γυναίκα δήλωσε ότι επηρεάστηκε από τη μητέρα της, ποσοστό 3,8%). Ωστόσο, το 23,9% των επιχειρήσεων είναι οικογενειακές και οι γυναίκες-κόρες τις διαδέχθηκαν. Το ποσοστό των επιχειρήσεων αυτών είναι αυξημένο στη Σαμοθράκη, όπου σχεδόν η μία στις δύο επιχειρήσεις είναι οικογενειακές (40%), στη Χαλκιδική η μία στις τέσσερις, ενώ στις άλλες περιοχές το ποσοστό κυμαίνεται μεταξύ 13% και 20%. Προφανώς στις περιοχές αυτές ο αναπτυσσόμενος τουριστικός τομέας κατά τις προηγούμενες δεκαετίες δραστηριοποίησε αρκετές οικογένειες προς την επιχειρηματικότητα

### 3.2.2 Τα κίνητρα δημιουργίας της επιχείρησης

Σύμφωνα με την υπάρχουσα βιβλιογραφία, πολλοί είναι οι λόγοι που οδηγούν μια γυναίκα στη δημιουργία της δικής της επιχείρησης στις περιοχές της υπαίθρου. Μερικές «απωθούνται» από τις αρνητικές περιστάσεις, ενώ άλλες «παρακινούνται» από τις θετικές ευκαιρίες (Tigges & Green, 1994). Πιθανοί λόγοι που οδηγούν στην επιχειρηματικότητα είναι η αύξηση των οικονομικών ανταμοιβών και η μεγαλύτερη ελευθερία και ευελιξία (NFWBO, 1998, Tigges & Green, 1994, Loscosso & Leicht, 1993, Kallemberg & Leicht, 1991, Goffee & Scase, 1985). Η απόφαση μιας γυναίκας να γίνει επιχειρηματίας είναι συχνά η συνισταμένη διαφόρων παραγόντων (Goffee & Scase, 1985).

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της συγκεκριμένης έρευνας, αρκετά ήταν τα κίνητρα που ώθησαν τις γυναίκες να δημιουργήσουν την επιχείρησή τους. Την εξασφάλιση απασχόλησης και την ενίσχυση του οικογενειακού εισοδήματος επικαλέστηκε η συντριπτική πλειοψηφία των γυναικών (τρεις στις τέσσερις). Παράλληλα όμως με το κίνητρο αυτό, που έχει καθαρά οικονομικό χαρακτήρα, το ίδιο σημαντικό είναι και ένα κίνητρο που έχει ψυχολογικό χαρακτήρα. Τρεις στις τέσσερις γυναίκες δήλωσαν ότι η δημιουργία της επιχείρησης ήταν, παράλληλα και με άλλους παράγοντες, έκφραση της επιθυμίας τους για ανεξαρτησία (κίνητρο πάρα πολύ ή πολύ σημαντικό για το 47,3% των γυναικών, μέτρια έως λίγο σημαντικό για το 25,1%). Ακολουθεί σε σημαντικότητα ένας κοινωνικός παράγοντας, η κοινωνική καταξίωση, την οποία δήλωσαν ως κίνητρο οι μισές περίπου γυναίκες. Μία στις τέσσερις τη δήλωσε ως πολύ ή πάρα πολύ σημαντικό παράγοντα και ακόμη μία στις τέσσερις ως μέτρια ή λίγο σημαντικό. Τέλος για τις δύο στις τέσσερις δεν αποτέλεσε καθόλου κίνητρο.

Η τεχνογνωσία αποτέλεσε κίνητρο για το 28,7% των γυναικών. Υπενθυμίζουμε ότι μόνο το 8,3% έχει μόρφωση σχετική με το αντικείμενο της επιχείρησης, όμως οι υπόλοιπες (20,4%) θεωρούν τεχνογνωσία τις γνώσεις και δεξιότητες που απέκτησαν μετά από μαθητεία είτε στην οικογενειακή επιχείρηση, είτε σε άλλη επιχείρηση. Η επιθυμία για συνέχιση της οικογενειακής επιχείρησης ήταν σημαντικό κίνητρο για το 17,5%, παρ' όλο που το ποσοστό των γυναικών που διαδέχθηκε οικογενειακή επιχείρηση είναι 24%.

Είναι σημαντικό το ποσοστό των γυναικών (41,7%) που είχε ως κίνητρο τη μελλοντική εξασφάλιση απασχόλησης για τα παιδιά του, παράγοντας που ήταν πολύ ή πάρα πολύ (26,6%) έως λίγο ή μέτρια σημαντικός (15,1%). Η διαπίστωση αυτή

είναι ενδεικτική του ότι αντιμετωπίζουν την επιχείρησή τους όχι ως μία περιστασιακή απασχόληση, αλλά ως μια οικογενειακή υπόθεση που έχει μέλλον, με αναφορές στα παιδιά. Το στοιχείο αυτό αναμένεται, θεωρητικά τουλάχιστο, να επηρεάσει και τη γενικότερη οργάνωση και διαχείριση της επιχείρησης.

**Πίνακας 7.6:** Ποσοστιαία κατανομή βαθμού σημαντικότητας των κινήτρων δημιουργίας της επιχείρησης

Σημαντικό τητα	Απασχόληση	Οικονομική άνεση	Τεχνολογία	Κοινωνική καταξίωση	Συνέχιση οικογενειακής ής επιχείρησης	Δουλειά για τα παιδιά	Ανεξαρτησία
καθόλου σημαντικό	9,8	3,3	49,7	45,0	71,3	54,1	23,1
λίγο σημαντικό	8,6	5,6	8,0	11,8	3,3	5,0	10,9
μέτρια σημαντικό	8,0	11,2	9,2	16,3	2,7	10,1	14,2
πολύ σημαντικό	19,8	22,5	10,1	13,0	3,0	8,6	18,9
πάρα πολύ σημαντικό	50,3	53,8	18,6	9,2	14,5	18,0	28,4
δεν απάντησαν	3,6	3,6	4,4	4,7	5,3	4,1	4,4
Σύνολο	100	100	100	100	100	100	100

### 3.2.3 Η ηλικία της επιχείρησης

Οι περισσότερες επιχειρήσεις είναι σχετικά νέες, ηλικίας 6-15 ετών (37,6%), ενώ είναι αρκετά σημαντικό και το ποσοστό των πολύ νέων, που ιδρύθηκαν τα τελευταία πέντε χρόνια (29,3%). Για τις υπόλοιπες επιχειρήσεις τα ποσοστά βαίνουν μειούμενα με την ηλικία τους. Έτσι, 17,8% είναι ηλικίας 16-25 ετών, 8,6% είναι 26-35 ετών και 6,8% είναι ηλικίας άνω των 35 ετών. Τα παραπάνω στοιχεία δείχνουν ότι οι περισσότερες επιχειρήσεις του δείγματός μας ιδρύθηκαν πριν το 2000, μεταξύ 1990 και 2000.

Ωστόσο, μια πιο προσεκτική ανάλυση των στοιχείων δείχνει ότι η κινητοποίηση των γυναικών στην επιχειρηματικότητα κατά την τελευταία πενταετία είναι πολύ πιο σημαντική σε σχέση με την προηγούμενη δεκαετία. Εάν το διάστημα 1990-1999 ιδρύθηκαν κατά μέσο όρο 12,7 επιχειρήσεις κατ' έτος, το διάστημα 2000-2005 ιδρύθηκαν 19,8.

Διερευνώντας την εξέλιξη του παραπάνω δείκτη διαχρονικά διαπιστώνουμε ότι για το σύνολο των επιχειρήσεων ο μέσος ετήσιος ρυθμός ίδρυσης για κάθε

δεκαετία διπλασιάζεται σε σχέση με την προηγούμενη, όπως μπορούμε να δούμε στον παρακάτω πίνακα. Ωστόσο, στη δεκαετία που διανύουμε φαίνεται ότι ο ρυθμός αυτός κάμπτεται ελαφρώς.

Αναλύοντας τα στοιχεία του παραπάνω πίνακα γεωγραφικά, διαπιστώνουμε την ίδια ανοδική τάση σε όλες τις περιοχές έρευνας. Οι γυναίκες των Σερρών δραστηριοποιήθηκαν πρώτες επιχειρηματικά κατά τη δεκαετία του 1980, ακολουθούμενες από τις γυναίκες της Σαμοθράκης, ενώ στις άλλες περιοχές οι γυναικείες επιχειρήσεις την ίδια περίοδο ήταν σχεδόν ανύπαρκτες. Κατά τη δεκαετία του 1990 εμφανίζεται μια αυξημένη κινητικότητα σε όλες τις περιοχές, με τις Σέρρες να πρωτοστατούν και πάλι. Ωστόσο, την ίδια περίοδο στο Βόρρα η κινητικότητα είναι ιδιαίτερα έντονη, δεδομένου ότι ο ετήσιος ρυθμός σχεδόν εξαπλασιάζεται συγκρινόμενος με αυτόν της προηγούμενης δεκαετίας. Κατά την παρούσα δεκαετία η κινητικότητα είναι έντονη παντού και εντονότερη από κάθε άλλη χρονική περίοδο, ιδιαίτερα όμως στη Χαλκιδική, όπου ο ρυθμός διπλασιάζεται σε σχέση με τη δεκαετία του 1990, ενώ στις άλλες περιοχές αυξάνεται λιγότερο (Σαμοθράκη, Πάικο, Βόρρας) ή παραμένει σταθερός (Σέρρες).

**Πίνακας 7.7:** Μέσος ετήσιος ρυθμός ίδρυσης επιχειρήσεων ανά περιοχή (επιχειρήσεις/ έτος)

Διάστημα	Πάικο	Χαλκιδική	Βόρρας	Σαμοθράκη	Σέρρες	Συνολικός μέσος όρος
2000-2005	3,8	5,8	3,8	3,2	3,2	19,8
1990-1999	2,1	2,8	2,9	1,8	3,1	12,7
1980-1989	0,9	1,1	0,5	1,5	2,0	6,0
1970-1979	0,6	0,7	0,3	0,4	0,9	2,9

Μπορούμε λοιπόν να υποστηρίξουμε ότι η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην ύπαιθρο είναι μια υπόθεση των τελευταίων 15 χρόνων, δεδομένου ότι το 67% των γυναικείων επιχειρήσεων ιδρύθηκαν την περίοδο αυτή. Η κινητικότητα των γυναικών είναι εντονότερη την τελευταία πενταετία και πιθανόν να εξελιχτεί με τους ίδιους ρυθμούς και τα επόμενα χρόνια

Υποστηρίζεται ότι «όσο η οικονομία προοδεύει το επιχειρηματικό ενδιαφέρον μειώνεται, αφού υπάρχουν περισσότερες δυνατότητες εύρεσης σταθερής και αποδοτικής εργασίας. Ακολούθως, αν το κατά κεφαλήν εισόδημα αυξηθεί περισσότερο, τότε περισσότερες επιχειρήσεις συστήνονται, αφού υπάρχει διαθέσιμο κεφάλαιο». Παράλληλα όμως και ο παράγοντας «ευκαιρία» μπορεί να παίζει

σημαντικό ρόλο, αφού «πολλές γυναίκες παρακινούνται από τις θετικές ευκαιρίες» (Tigges & Green 1994).

Τα παραπάνω μπορούν εν μέρει μόνο να εξηγήσουν την εξέλιξη του ρυθμού σύστασης γυναικείων επιχειρήσεων στην ελληνική ύπαιθρο. Έτσι, η έλλειψη γυναικείας επιχειρηματικότητας κατά τις δεκαετίες του εβδομήντα και του ογδόντα μπορεί πράγματι να εξηγηθεί από «τις αυξημένες δυνατότητες εύρεσης σταθερής και αποδοτικής εργασίας», δηλαδή εξαρτημένης εργασίας, με τη διαφορά όμως ότι αυτές οι δυνατότητες εντοπίζονταν κατά κύριο λόγο στα αστικά κέντρα. Η χωροθέτηση αυτή των δυνατοτήτων απασχόλησης προκάλεσε έντονα μεταναστευτικά ρεύματα του αγροτικού πληθυσμού προς τα αστικά κέντρα και κατά συνέπεια στέρησε την ύπαιθρο από τα νέα και δυναμικά της στοιχεία, γεγονός που συνεπάγεται την ισχνή παρουσία επιχειρήσεων, και ιδιαίτερα γυναικείων, την περίοδο αυτή. Για τις επόμενες δεκαετίες, η «αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος» μπορεί μερικώς να εξηγήσει τη δραστηριοποίηση των γυναικών στον τομέα της επιχειρηματικότητας, όπως επίσης η ανακοπή των μεταναστευτικών ρευμάτων προς τα αστικά κέντρα, «οι θετικές ευκαιρίες» που εμφανίστηκαν σε ορισμένες περιοχές, η κρίση του πρωτογενή τομέα, αλλά και η συγκεκριμένη πολιτική που εφαρμόστηκε για την ανάπτυξη της υπαίθρου. Οποσδήποτε όμως η απόφαση μιας γυναίκας να στραφεί προς την επιχειρηματικότητα αποτελεί τη συνισταμένη της επίδρασης πολλών παραγόντων (Goffee & Scase 1985).

#### *3.2.4 Η νομική μορφή της επιχείρησης*

Σχεδόν το σύνολο των επιχειρήσεων (325 στις 338) είναι ατομικές επιχειρήσεις και είναι αμελητέος ο αριθμός των Ο.Ε. (7) και Ε.Ε. (3). Η ατομική μορφή της επιχείρησης ανταποκρίνεται καλύτερα στην επιθυμία των γυναικών για ελαστικότητα και περιορισμό των δεσμεύσεων, στοιχεία τα οποία ταυτίζονται με τις μικρού μεγέθους επιχειρήσεις. Οι ατομικές επιχειρήσεις είναι χαρακτηριστικές της υπαίθρου και είναι συνεπάγονται του μικρού μεγέθους της πελατείας τους, εκτός βέβαια από τις επιχειρήσεις των οποίων η πελατεία δεν περιορίζεται στον τοπικό πληθυσμό. Πράγματι, οι σχετικά μεγάλες επιχειρήσεις του δείγματος που έχουν επιλέξει τη νομική μορφή ΟΕ ή ΕΕ, εντοπίζονται στις περιοχές Χαλκιδικής και της Σαμοθράκης και πρόκειται για επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τουρισμό.

### 3.2.5 Το αντικείμενο της επιχείρησης

Σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία οι γυναίκες επιχειρηματίες έχουν την τάση να επιλέγουν τη δραστηριοποίηση στον τριτογενή τομέα (λιανικό εμπόριο και υπηρεσίες κυρίως) (Birley et al. 1987). Μια πιθανή εξήγηση γι' αυτό είναι ότι οι γυναίκες φαίνεται να αποδίδουν καλύτερα σε ηγετικές θέσεις που θεωρούνται «θηλυκές» από τη φύση τους, δηλαδή απαιτούν ικανότητες διαπροσωπικής επικοινωνίας και συνεργασίας, όπως η παροχή υπηρεσιών (Loscocco & Robinson, 1991).

Η ίδια τάση παρατηρείται και στις ελληνίδες επιχειρηματίες. Οι γυναίκες που δραστηριοποιούνται στον τομέα της μεταποίησης επιλέγουν κυρίως επιχειρήσεις που έχουν παραδοσιακή σχέση με την εργασία των γυναικών στο σπίτι (π.χ. ενδυμάτων, παραδοσιακών γλυκών, βιοτεχνία επίπλων κλπ.) (Νίνα-Παζαρτζή, 1998)

Η συγκεκριμένη έρευνα επιβεβαιώνει τις παραπάνω διαπιστώσεις και στο χώρο της υπαίθρου. Πράγματι, ο τομέας στον οποίο δραστηριοποιούνται οι γυναίκες του δείγματος είναι στη συντριπτική τους πλειοψηφία οι υπηρεσίες (92%) και σε ελάχιστο ποσοστό η μεταποίηση (8%), η οποία αφορά αποκλειστικά τις επιχειρήσεις φασόν αλλά και παρασκευής τοπικών προϊόντων.

Ειδικότερα, η κατηγορία των επιχειρήσεων που ενδιαφέρει περισσότερο τις γυναίκες στο σύνολό τους είναι οι «πρατήρια άρτου, ζαχαροπλαστεία, παντοπωλεία κλπ», ακολουθούμενη από την κατηγορία «κομμωτήρια, ανθοπωλεία, ψιλικά». Τρίτη σε προτίμηση είναι η κατηγορία των «ενοικιαζόμενων δωματίων» και έπονται οι «ταβέρνες/ εστιατόρια». Υπάρχει και ένα πολύ χαμηλό ποσοστό που δραστηριοποιείται σε ένα τομέα που έχει περισσότερο «ανδρικό» χαρακτήρα, όπως επιχειρήσεις «υγρών καυσίμων, πώλησης γεωργικών μηχανημάτων, πρακτορείο προπό κλπ», τομέας που όπως είδαμε και σε προηγούμενο κεφάλαιο υπάρχουν αρκετές «κατ' όνομα» γυναίκες επιχειρηματίες. Τέλος οι μόνες μεταποιητικές επιχειρήσεις, οι επιχειρήσεις φασόν και παρασκευής τοπικών προϊόντων, αντιπροσωπεύουν το 8% του συνόλου των επιχειρήσεων του δείγματος.

Ως γνωστό, ένα από τα σημαντικότερα μειονεκτήματα των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην ύπαιθρο και εξυπηρετούν τον τοπικό πληθυσμό είναι η περιορισμένη πελατεία. Οι επιχειρηματίες προκειμένου να μειώσουν τις δυσμενείς επιπτώσεις του παράγοντα αυτού στον κύκλο εργασιών της επιχείρησής τους, διευρύνουν το αντικείμενό της, με αποτέλεσμα αυτό να μην είναι τελικά συγκεκριμένο. Έτσι παραδείγματος χάρη συναντήσαμε επιχειρήσεις που πουλούσαν



από είδη δώρων μέχρι είδη καθαρισμού. Επίσης συναντήσαμε επιχείρηση που στην ταμπέλα της ήταν αναγραμμένο: «Είδη Δώρων – Άνθη, Φυτά – Γραφείο Τελετών».

Αναλύοντας τα στοιχεία κατά περιοχές μελέτης παρατηρούνται διαφοροποιήσεις από περιοχή σε περιοχή σε ό,τι αφορά το αντικείμενο στο οποίο επιλέγουν οι γυναίκες να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά. Στη Σαμοθράκη οι γυναίκες προτιμούν τα «ενοικιαζόμενα δωμάτια», στο Πάικο, τις Σέρρες και το Βόρρα τα «ζαχαροπλαστεία και τους φούρνους», ενώ στη Χαλκιδική τα «κομμωτήρια, ψιλικά».

Οι επιχειρήσεις φασόν είναι αρκετές στις Σέρρες (περίπου μία στις πέντε) και συναντώνται επίσης και στις περιοχές του Πάικου και του Βόρρα, σε χαμηλότερα όμως ποσοστά. Οι παραπάνω επιχειρήσεις είναι «ό,τι απέμεινε», όπως μας είπαν, από ένα τομέα, κατά κύριο λόγο γυναικείο, που ήταν ιδιαίτερα ανθηρός τις δύο προηγούμενες δεκαετίες στη Βόρεια Ελλάδα. Είναι ο τομέας που προκάλεσε το μεγαλύτερο ποσοστό γυναικείας ανεργίας στις περιοχές αυτές τα τελευταία χρόνια.

Στις περιοχές μελέτης όπου η παρουσία του τουρισμού είναι έντονη (Χαλκιδική, Σαμοθράκη, Βόρρας), παρατηρούμε ότι οι γυναίκες δραστηριοποιούνται σε διαφορετικό βαθμό σε επιχειρήσεις που έχουν άμεση σχέση με τον τουρισμό, δηλαδή τα ενοικιαζόμενα δωμάτια. Στη Χαλκιδική μόνο μία στις δέκα, στο Βόρρα δύομισι στις δέκα, ενώ στη Σαμοθράκη πέντε στις δέκα.

Οι παραπάνω παρατηρήσεις έρχονται σε αντίθεση με τη βασική υπόθεση της έρευνας, ότι δηλαδή ο κυρίαρχος οικονομικός τομέας μιας περιοχής τροφοδοτεί ή/και υποστηρίζει την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας της περιοχής αυτής. Με άλλα λόγια ότι οι επιχειρήσεις που αναπτύσσονται στη συγκεκριμένη περιοχή έχουν άμεση σχέση με τον κυρίαρχο οικονομικό τομέα, τόσο στα ανάντη του όσο και στα κατόντη του και τον υποστηρίζουν με υπηρεσίες.

Κατ' αντιστοιχία, στις περιοχές μελέτης όπου η παρουσία του τουρισμού είναι έντονη, θα ήταν αναμενόμενο να είναι έντονη και η επιχειρηματική παρουσία των γυναικών στον τομέα αυτό. Αντίστοιχα, στις περιοχές που είναι αναπτυγμένος ο πρωτογενής τομέας ή ο δευτερογενής, θα ήταν αναμενόμενο να είναι αισθητή η παρουσία των γυναικών σε επιχειρήσεις που έχουν σχέση με τη μεταποίηση γεωργικών προϊόντων, ή/και σε επιχειρήσεις που υποστηρίζουν τον τομέα αυτό.

**Πίνακας 7.8:** Αντικείμενο επιχείρησης κατά περιοχή

Αντικείμενο	Περιοχή					Σύνολο	%
	Πάικο	Χαλκιδική	Βόρρας	Σαμοθράκη	Σέρρες		
Ενοικιαζόμενα δωμάτια	0	7	14	28	0	49	14,5
Ζαχαροπλαστείο, πρατήριο άρτου, καφετερία, παντοπωλείο	23	18	17	8	30	96	28,4
Ταβέρνα/εστιατόριο	7	8	3	6	10	34	10,1
Κομμωτήριο, ψιλικά, φωτογραφείο, ανθοπωλείο κα	12	27	5	8	16	68	20,1
Υγρά καύσιμα, γεωργικά μηχανήματα, μεσιτικό, προπό	1	4	5	1	8	19	5,6
Φασόν	5	0	7	0	15	27	8,0
Άλλα	12	12	8	5	8	45	13,3
<b>Σύνολο</b>	<b>60</b>	<b>76</b>	<b>59</b>	<b>56</b>	<b>87</b>	<b>338</b>	<b>100,0</b>

Ωστόσο αυτή η υπόθεση δεν επαληθεύεται σε όλες τις περιοχές μελέτης. Διαπιστώνεται ότι οι γυναίκες δραστηριοποιούνται στον τομέα των υπηρεσιών που εξυπηρετούν την καθημερινότητα των κατοίκων ή/και των τουριστών της περιοχής, ανεξάρτητα από τον τομέα της οικονομίας που είναι αναπτυγμένος στη συγκεκριμένη περιοχή. Μόνο στη Σαμοθράκη και εν μέρει στο Βόρρα φαίνεται οι γυναικείες επιχειρήσεις να έχουν άμεση σχέση με τον κυρίαρχο οικονομικό τομέα, τον τουρισμό. Αντίθετα με αυτό που ήταν αναμενόμενο, στη Χαλκιδική, όπου η παρουσία του τουρισμού είναι εντονότερη από τη Σαμοθράκη και το Βόρρα, ελάχιστες γυναίκες έχουν επιχείρηση ενοικιαζόμενων δωματίων.

Η γενικότερη παρατήρηση από την υπάρχουσα βιβλιογραφία είναι ότι οι γυναίκες δραστηριοποιούνται ιδιαίτερα στον τομέα του τουρισμού (Κασιμάτη, 1995). 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). Αντίθετα, στις περιοχές όπου είναι ιδιαίτερα αναπτυγμένος ο μαζικός τουρισμός (Χαλκιδική), φαίνεται πως την πρωτοκαθεδρία στον τομέα αυτό

παίρνουν οι άνδρες. Το γεγονός ότι σε περιοχές με αναπτυγμένο 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 δυνατότητες και προσδοκίες των γυναικών της υπαίθρου.

Άρα λοιπόν το κύριο χαρακτηριστικό της γυναικείας επιχείρησης στην ύπαιθρο είναι το μικρό μέγεθος της επιχείρησης και όχι ο τομέας δραστηριοποίησης.

### *3.2.6 Οι διαδικασίες για την ίδρυση της επιχείρησης*

Οι γυναίκες της έρευνας φαίνεται πως είναι πολύ αποφασιστικές, εφ' όσον ίδρυσαν την επιχείρησή τους σε πολύ μικρό χρονικό διάστημα από τη στιγμή που πήραν την απόφαση να την ιδρύσουν: σε ένα μήνα η μία στις τρεις, σε έξι μήνες η δεύτερη από τις τρεις, ενώ η τρίτη χρειάστηκε μεγαλύτερο διάστημα για να ξεκινήσει την ίδρυση. Περισσότερο αποφασιστικές είναι οι γυναίκες των Σερρών και λιγότερο αυτές του Βόρρα.

Η συντριπτική πλειοψηφία των γυναικών (80%) δεν είχαν καμία συμβουλευτική στήριξη κατά την ίδρυση της επιχείρησής τους, αλλά και από αυτές που δηλώνουν ότι είχαν (53 γυναίκες), περίπου η μία στις τρεις εννοεί την οικογένειά της. Προφανώς σ' αυτές τις περιπτώσεις υποδηλώνουν την ηθική περισσότερο (ή και την οικονομική), παρά τη συμβουλευτική υποστήριξη. Άλλη μία στις τρεις δηλώνει ότι συμβουλευτήκε άλλους επιχειρηματίες με ομοειδείς επιχειρήσεις, ενώ η τελευταία από τις τρεις προσέτρεξε είτε σε οικονομικό σύμβουλο (λογιστή), είτε κρατικό ή ιδιωτικό συμβουλευτικό φορέα. Ουσιαστικά λοιπόν μόνο το 6,8% του συνόλου των επιχειρήσεων είχαν συμβουλευτική υποστήριξη κατά την ίδρυση της επιχείρησής τους. Η διαπίστωση αυτή δείχνει την απουσία των φορέων αυτών στην ύπαιθρο, που πιθανόν η παρουσία τους να ενθάρρυνε περισσότερο τις γυναίκες αφ' ενός προς την επιχειρηματικότητα, αφ' ετέρου προς την ίδρυση δυναμικών και βιώσιμων επιχειρήσεων.

### *3.2.7 Η περιοχή εγκατάστασης της επιχείρησης*

Οι λόγοι που επέδρασαν στην επιλογή του τόπου εγκατάστασης της έδρας της επιχείρησης είναι κατ' αρχάς ο τόπος διαμονής, χωρίς ωστόσο να είναι κυρίαρχος (35,2%), και ακολουθούν η ιδιοκτησία του χώρου της επιχείρησης (22,8%), ο τόπος καταγωγής (13,0%) και τέλος η ίδια η περιοχή (10,9%), επειδή, όπως δήλωσαν, είτε

είναι αναπτυγμένη, είτε έχει ιδιαιτερότητες που εγγυούνται ανάπτυξη. Ο τελευταίος παράγοντας έχει μεγαλύτερη βαρύτητα στη Χαλκιδική και τη Σαμοθράκη, ενώ στις άλλες περιοχές υπερισχύουν οι δύο πρώτοι λόγοι.

Τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα που πιστεύουν ότι απορρέουν από το γεγονός ότι η έδρα της επιχείρησής τους βρίσκεται στην ύπαιθρο είναι η γνωστή και σταθερή πελατεία (22,5%), η ανάπτυξη ή οι προοπτικές ανάπτυξης της περιοχής (18,9%) (τονίστηκε στις τουριστικές περιοχές), αλλά και η ιδιοκτησία του χώρου της έδρας (15,0%), στοιχείο το οποίο αναγνωρίζουν ότι είναι από τα σημαντικότερα μειονεκτήματα μιας επιχείρησης σε αστικό κέντρο. Τα κυριότερα μειονεκτήματα που απορρέουν από την εγκατάσταση της επιχείρησης στην ύπαιθρο είναι ο χαμηλός κύκλος εργασιών (27,2%), μειονέκτημα που δεν αναφέρθηκε ιδιαίτερα στη Σαμοθράκη και τη Χαλκιδική, αλλά τονίστηκε στις Σέρρες, το Πάικο και το Βόρρα. Η εποχικότητα της λειτουργίας της επιχείρησης (16,5%) αναφέρθηκε ως μειονέκτημα από τις επιχειρήσεις που έχουν άμεση σχέση με τον τουρισμό, ενώ οι ελλείψεις υποδομές αναφέρθηκαν ως μειονέκτημα μόνο από το 8,3% των γυναικών. Τέλος το 16,5% των γυναικών δεν εντοπίζουν κανένα μειονέκτημα.

### 3.2.8 Χωροθέτηση της επιχείρησης

Για τη μεγάλη πλειοψηφία των γυναικών της έρευνας (τρεις στις τέσσερις) η έδρα της επιχείρησης είναι πολύ κοντά στο σπίτι, ορισμένες δε φορές το ίδιο το σπίτι (στη Χαλκιδική το ποσοστό αυτών των επιχειρήσεων είναι χαμηλότερο). Δύο ήταν οι σημαντικότεροι λόγοι που οδήγησαν σ' αυτή την επιλογή: η ιδιοκτησία του χώρου και η γειτνίασή του στο σπίτι της οικογένειας. Τον πρώτο λόγο ανέφερε το 32,5% των γυναικών (κυρίως στις Σέρρες και το Βόρρα), ωστόσο το ποσοστό ιδιοκτησίας του χώρου της επιχείρησης είναι το διπλάσιο (62,1%), διαπίστωση που δείχνει ότι η ιδιοκτησία δεν αποτελεί πολύ σημαντικό λόγο στην επιλογή του τόπου εγκατάστασης της επιχείρησης, απλώς ορισμένες φορές διευκολύνει. Οικογενειακούς και πρακτικούς λόγους (καλύτερη ανταπόκριση στις οικογενειακές ανάγκες) ανέφερε το 23,6% των γυναικών. Αντίθετα απ' ό,τι θα περιμέναμε, ο λόγος αυτός δεν έχει μεγάλη βαρύτητα στην επιλογή του τόπου εγκατάστασης της επιχείρησης, που σημαίνει ότι αν η έδρα της επιχείρησης ήταν λίγο μακρύτερα από το σπίτι, αυτό δε θα αποτελούσε ανασταλτικό παράγοντα για την ίδρυση της επιχείρησης. Εξ' άλλου, 80 επιχειρηματίες (μία στις τέσσερις) επέλεξε να εγκαταστήσει την επιχείρησή της αρκετά ή πολύ μακριά από το σπίτι της. Οι μισές από αυτές μένουν σε κοντινό

οικισμό και οι άλλες μισές πολύ μακριά και εγκαθίστανται στην περιοχή μόνο κατά τις περιόδους αιχμής. Γι' αυτές λοιπόν τις γυναίκες λειτούργησαν κριτήρια κατά κύριο λόγο επιχειρηματικά, όπως οι αναπτυξιακές δυνατότητες της περιοχής, η καλύτερη πρόσβαση των πελατών, η καλύτερη θέση του καταστήματος στην τοπική αγορά κλπ.

### *3.2.9 Διαμόρφωση του χώρου της επιχείρησης*

Η διαμόρφωση του χώρου της επιχείρησης εξαρτάται κατά κύριο λόγο από το εάν το αντικείμενο της επιχείρησης είναι τέτοιο που επιτρέπει ή όχι την επαφή με τους πελάτες. Στην περίπτωση που η επιχειρηματία έχει επαφή με τους πελάτες, καθοριστικό ρόλο παίζει το εάν οι πελάτες είναι ντόπιοι ή ξένοι. Έτσι λοιπόν, στις επιχειρήσεις όπου η ιδιοκτήτρια δεν έχει καμία επαφή με τους πελάτες, όπως για παράδειγμα οι επιχειρήσεις φασόν, ο τύπος εργασίας είναι σχεδόν πάντα το ίδιο το σπίτι, δηλαδή κάποιο δωμάτιο του σπιτιού ή κάποιο οίκημα δίπλα στο σπίτι, μέσα στο ίδιο το οικόπεδο. Στη δεύτερη περίπτωση πρόκειται συνήθως για μια αποθήκη με πολύ κακές συνθήκες εργασίας. Ακατάστατα, με πολύ πρόχειρες κατασκευές, μια ξυλόσομπα για ζέσταμα το χειμώνα, που σίγουρα δεν εγγυάται καλή θέρμανση, και πιθανόν πολύ ζέστη το καλοκαίρι. Οι γυναίκες αυτές μας δέχτηκαν με δυσκολία στους χώρους εργασίας τους, κυρίως από συστολή για το εργασιακό τους περιβάλλον.

Η δεύτερη κατηγορία, σ' αυτές που έχουν επαφή με πελάτες, ξεχωρίζουμε αυτές των οποίων οι πελάτες είναι ντόπιοι και γνωστοί, και αυτές που οι πελάτες είναι ξένοι και άγνωστοι. Στην πρώτη περίπτωση ο εργασιακός χώρος είναι πάρα πολύ λιτός. Οι απολύτως απαραίτητοι χώροι, χωρίς ιδιαίτερες ανέσεις, χωρίς ιδιαίτερο ή προσεγμένο ντεκόρ, λίγα ράφια, τίποτα τέλος πάντων που να θυμίζει πρακτικές αστικών επιχειρήσεων που προσπαθούν να προσελκύσουν πελατεία μέσω του όμορφου και καλοφτιαγμένου καταστήματος. Σε ορισμένα μάλιστα καταστήματα δεν υπήρχε καν ταμπέλα. Η κυρά-Μαρία, της οποίας το κατάστημα δυσκολευτήκαμε να εντοπίσουμε γιατί δεν υπήρχε διακριτή επιγραφή, καθώς και τίποτε άλλο που να θυμίζει κατάστημα, μας είπε, «για ποιον να βάλω ταμπέλα, εδώ με γνωρίζουν όλοι, ακόμα και οι πέτρες».

Στη δεύτερη περίπτωση είναι οι επιχειρήσεις των οποίων η πελατεία είναι ξένοι και άγνωστοι άνθρωποι. Τα καταστήματα εδώ θυμίζουν αντίστοιχα καταστήματα μεγάλων αστικών κέντρων, ορισμένα μάλιστα θα μπορούσαν να τα συναγωνιστούν σε ντεκόρ, γούστο και εξυπηρέτηση. Η διαμόρφωση του χώρου

υποδηλώνει τα σημαντικά κεφάλαια που έχουν επενδυθεί για την εικόνα του χώρου, αντίστοιχα και η συμπεριφορά των ιδιοκτητριών είναι πιο εκλεπτυσμένη, πιο απρόσωπη.

Ωστόσο, ένας τρίτος παράγοντας που επίσης καθορίζει την εμφάνιση του εργασιακού χώρου είναι το μεράκι της ιδιοκτήτριας. Συναντήσαμε καταστήματα όπου είναι εμφανέστατη η «νοικοκυροσύνη» της ιδιοκτήτριας, καθαρά και τακτοποιημένα έστω και αν τα υλικά και τα ράφια δεν είναι ακριβά και προσεγμένα.

Σε πολλές περιπτώσεις η άποψη της επιχειρηματία για τη δουλειά της, το πόσο την ευχαριστεί, το πόσο ικανοποιητικό εισόδημα της αποδίδει αποτυπώνεται στη διαμόρφωση του χώρου της και γίνεται αντιληπτό από την πρώτη κιόλας ματιά που ρίχνει κανείς με την είσοδό του στο κατάστημα, αλλά και από την εμφάνιση της ίδιας. Χαρακτηριστικά αναφέρουμε το παράδειγμα δύο επιχειρήσεων. Η πρώτη, στην περιοχή των Σερρών, η ιδιοκτήτριά της την αποκάλεσε «μπακάλικο» και δήλωσε ότι ο ανταγωνισμός των μεγάλων σούπερ-μάρκετ των Σερρών την έχουν «τσακίσει». Πράγματι, τα ράφια είχαν λιγοστά προϊόντα, ο χώρος φαινόταν απεριποίητος και η ίδια παραπονιόταν συνεχώς από την αγορά και τους πελάτες της. Συναντήσαμε μια αντίστοιχη επιχείρηση σε ένα χωριό του Κιλκίς, που η ιδιοκτήτριά της την αποκάλεσε «μικρό σούπερ-μάρκετ», ανέφερε το ίδιο πρόβλημα με τα μεγάλα σούπερ-μάρκετ του Κιλκίς και της Θεσσαλονίκης, αλλά δήλωσε «το πολεμάω». Αυτό το «το πολεμάω» ήταν αποτυπωμένο στο χώρο, αλλά και στην ίδια: καθαρά και τακτοποιημένα ράφια, βαμμένοι τοίχοι, πάγκος εξυπηρέτησης πελατών, η ίδια περιποιημένη και καλοχτενισμένη, ιδιαίτερα ευγενική και εξυπηρετική με τους πελάτες-συγχωριανούς της.

### *3.2.10 Η λειτουργία της επιχείρησης κατά τη διάρκεια του έτους*

Το 73,7% των επιχειρήσεων λειτουργούν όλο το χρόνο. Το ποσοστό αυτό γίνεται σημαντικότερο στις Σέρρες και το Πάικο, όπου ξεπερνάει το 90%. Στη Σαμοθράκη και τη Χαλκιδική μειώνεται στο 42,8% και 56,5% αντίστοιχα, όπου το ποσοστό των επιχειρήσεων που λειτουργούν εποχιακά είναι αρκετά σημαντικό (περίπου οι μισές), λόγω της σύνδεσής τους με τον τουρισμό. Στη Σαμοθράκη, όπου η τουριστική περίοδος έχει μικρότερη διάρκεια, 30,3% των επιχειρήσεων λειτουργούν μέχρι τέσσερις μήνες το χρόνο και 25% πέντε έως οκτώ μήνες. Αντίθετα στη Χαλκιδική, όπου η τουριστική περίοδος διαρκεί περισσότερο, οι επιχειρήσεις που λειτουργούν πέντε έως οκτώ μήνες αντιπροσωπεύουν το 32,9% και αυτές που

λειτουργούν μέχρι τέσσερις μήνες μόνο το 9,2%. Στο Βόρρα οι επιχειρήσεις είναι λιγότερο συνδεδεμένες με τον τουρισμό (ή η τουριστική περίοδος είναι αδιάλειπτη), δεδομένου ότι 81,3% αυτών λειτουργούν όλο το χρόνο και οι υπόλοιπες (18,7%) εποχιακά.

### *3.2.11 Η πελατεία της*

Το 57,1% των γυναικείων επιχειρήσεων εξυπηρετούν αποκλειστικά τους ντόπιους κατοίκους, ενώ το 29% των επιχειρήσεων εξυπηρετούν τουρίστες (στη μεγάλη τους πλειοψηφία έλληνες) και παράλληλα και τους ντόπιους κατοίκους. Στη Σαμοθράκη οι μισές περίπου επιχειρήσεις απευθύνονται αποκλειστικά σε τουρίστες, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό στη Χαλκιδική και το Βόρρα είναι 27,6% και 28,8% αντίστοιχα. Επιβεβαιώνεται η διαπίστωση που είχε γίνει σε προηγούμενο κεφάλαιο σύμφωνα με την οποία από τις τρεις περιοχές που είναι αναπτυγμένος ο τουρισμός, μόνο στη Σαμοθράκη σημαντικός αριθμός γυναικών δημιούργησε επιχειρήσεις με αντικείμενο τον τουρισμό.

### *3.2.12 Το εργατικό δυναμικό της επιχείρησης*

Στο σύνολο των επιχειρήσεων της έρευνας τρεις στις τέσσερις δεν απασχολούν εργατικό δυναμικό και πρόκειται για αυτοαπασχολούμενες επιχειρηματίες. Το ποσοστό αυτών των επιχειρήσεων είναι σημαντικότερο στο Βόρρα, τις Σέρρες και το Πάικο (περίπου 80%), ενώ στη Χαλκιδική και τη Σαμοθράκη αντιπροσωπεύουν το 67,1% και 62,5% της κάθε περιοχής αντίστοιχα. Το ξένο εργατικό δυναμικό που απασχολείται στις υπόλοιπες επιχειρήσεις συνήθως δεν ξεπερνά το ένα έως δύο άτομα (18,9%) και σπανιότερα τα τρία άτομα (4,7%) και στις περισσότερες περιπτώσεις είναι εποχιακό, δεδομένου ότι από τις 80 συνολικά επιχειρήσεις που απασχολούν ξένο εργατικό δυναμικό, μόνο η μία στις τρεις απασχολεί μόνιμο προσωπικό (ένα έως δύο άτομα).

Οι περισσότερες επιχειρήσεις είναι οικογενειακές, εφ' όσον δύο στις τρεις (67,5%) απασχολούν μέλη της οικογένειας χωρίς αμοιβή, ανεξάρτητα από το εάν απασχολούν παράλληλα και ξένο εργατικό δυναμικό. Το ποσοστό των οικογενειακών επιχειρήσεων είναι υψηλό σε όλες τις περιοχές, τόσο στις αγροτικές όσο και στις τουριστικές. Μεταξύ των συμβοηθούτων μελών πρωτοστατεί ο σύζυγος (36%) και ακολουθούν τα παιδιά (22,8%) ή όλοι μαζί (21,5%), ενώ η παρουσία των γονιών είναι μικρή (7,5%). Δεν υπάρχει καταμερισμός εργασιών, βοηθούν σε όλες τις εργασίες, σε

«ό,τι προκύψει», όπως δηλώνουν, γεγονός που επιτείνει ακόμη περισσότερο τον οικογενειακό χαρακτήρα των επιχειρήσεων αυτών.

**Πίνακας 7.9:** Συνολικός αριθμός απασχολουμένων κατά περιοχή

Απασχολούμενοι	Περιοχή					Σύνολο	%
	Πάικο	Χαλκιδική	Βόρρας	Σαμοθράκη	Σέρρες		
κανέναν	47	51	53	35	72	258	76,3
1 με 2 άτομα	12	22	6	14	10	64	18,9
3 και άνω	1	3	0	7	5	16	4,7
Σύνολο	60	76	59	56	87	338	100,0

### 3.2.13 Διαχείριση της επιχείρησης

Περίπου μία στις δύο γυναίκες δηλώνει ότι φέρει μόνη της την ευθύνη της διαχείρισης της επιχείρησής της, χωρίς την παρέμβαση κανενός (το υψηλότερο ποσοστό συναντάται στο Πάικο και το χαμηλότερο στις Σέρρες, 60% και 40% αντίστοιχα). Ωστόσο ένα ποσοστό της τάξης του 40% δηλώνει ότι και ο σύζυγος εμπλέκεται ενεργά στη διαχείριση και οι αποφάσεις λαμβάνονται από κοινού.

Πολλές φορές διαπιστώσαμε ότι η ύπαρξη ενός άνδρα στο στενό οικογενειακό περιβάλλον, και ιδιαίτερα του συζύγου, προσδίδει το αίσθημα της ασφάλειας στη γυναίκα, ακόμα κι αν αυτός δεν εμπλέκεται ενεργά στη διαχείριση της επιχείρησης. Στις περιπτώσεις που δεν υπάρχει, η γυναίκα επιχειρηματίας αισθάνεται ανασφαλής και πρέπει να αποδεικνύει συνεχώς στην τοπική κοινωνία τις ικανότητές της. Μια γυναίκα επιχειρηματίας στον τουρισμό που αναγκάστηκε να αναλάβει την επιχείρηση του συζύγου όταν απέμεινε χήρα, δήλωσε ότι έπρεπε να φερθεί «σαν άντρας» για να τη σεβαστούν «στην πιάτσα». Με τον ίδιο τρόπο μας περιέγραψε τις δυσκολίες που αντιμετώπισε μια άλλη επιχειρηματίας όταν έμεινε χήρα, παρ' όλο που είχε ήδη τη διαχείριση της επιχείρησης.

Κατ' αντιστοιχία, στις περιοχές μελέτης όπου η παρουσία του τουρισμού είναι έντονη, θα ήταν αναμενόμενο να είναι έντονη και η επιχειρηματική παρουσία των γυναικών στον τομέα αυτό. Αντίστοιχα, στις περιοχές που είναι αναπτυγμένος ο πρωτογενής τομέας ή ο δευτερογενής, θα ήταν αναμενόμενο να είναι αισθητή η παρουσία των γυναικών σε επιχειρήσεις που έχουν σχέση με τη μεταποίηση γεωργικών προϊόντων, ή/και σε επιχειρήσεις που υποστηρίζουν τον τομέα αυτό.



### 3.2.14 Τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η επιχείρηση

Η μεγάλη πλειοψηφία των γυναικών (78,7%) δηλώνει ότι αντιμετώπισε αρκετά προβλήματα κατά την αρχή της λειτουργίας της επιχείρησής της, τα οποία ήταν ποικίλης φύσης. Τα προβλήματα αυτά εντοπίζονται κατά κύριο λόγο στα μειωμένα κεφάλαια που μπορούσαν να διαθέσουν (39%), και ακολουθούν προβλήματα όπως η έλλειψη εμπειρίας (14,3%), η γραφειοκρατία (11,2%), η έλλειψη υποδομών κλπ. Μία στις τρεις γυναίκες πιστεύει ότι τα προβλήματα αυτά δεν οφείλονται στο γεγονός ότι η επιχείρησή της είναι εγκατεστημένη στην ύπαιθρο. Το αντίθετο μάλιστα, για τις επιχειρήσεις που ασχολούνται με τον τουρισμό το γεγονός αυτό αποτελεί το πλεονέκτημά τους και το λόγο ίδρυσής τους. Ωστόσο το 21,3% πιστεύουν ότι τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οφείλονται εν μέρει σ' αυτή τη χωροθέτηση και το 23% ότι οφείλονται κυρίως σ' αυτή τη χωροθέτηση.

Τα σημερινά προβλήματα των επιχειρήσεων είναι κατά κύριο λόγο οικονομικά (56,3%) και οφείλονται, σύμφωνα με τις δηλώσεις των γυναικών, στη μειωμένη κίνηση στην αγορά, την οποία αποδίδουν στη γενικότερη οικονομική κρίση των τελευταίων ετών. Στις τουριστικές περιοχές οι γυναίκες μίλησαν για μειωμένη τουριστική κίνηση τα τελευταία χρόνια, στις αγροτικές μίλησαν για σημαντική μείωση της αγοραστικής δύναμης των κατοίκων της περιοχής τους. Αναφέρθηκαν επίσης και άλλα προβλήματα, όπως το εξαντλητικό ωράριο, οι υποδομές κλπ. από μικρό όμως αριθμό γυναικών.

**Πίνακας 7.10:** Σημερινά προβλήματα της επιχείρησης κατά περιοχή

Προβλήματα	Περιοχή					Σύνολο	%
	Πάικο	Χαλκιδική	Βόρας	Σαμοθράκη	Σέρρες		
οικονομικά	16	11	16	11	23	77	22,8
εξαντλητικό ωράριο	12	12	4	3	12	43	12,7
μειωμένη κίνηση	8	20	13	16	27	84	24,9
υποδομές	1	2	1	7	1	12	3,6
γεωγραφική απόσταση	1	0	1	0	1	3	0,9
κανένα	10	12	11	8	11	52	15,4
άλλο	12	19	13	11	12	67	19,8
Σύνολο	60	76	59	56	87	338	100,0

Ένας τύπος δυσκολίας που δεν έχει να κάνει με οικονομικούς όρους αλλά περισσότερο με ψυχολογικούς, είναι οι δυσκολίες που προκύπτουν από τη σύγκρουση των ρόλων της μητέρας (κυρίως) και της επιχειρηματία. Τη δυσκολία αυτή ανέφεραν

αρκετές γυναίκες, πολύ περισσότερο από τις αντικειμενικές δυσκολίες μιας επιχείρησης. Τις τόνισαν ιδιαίτερα και περιέγραψαν τις τύψεις και ενοχές που ένιωθαν απέναντι στα παιδιά τους λόγω της «εγκατάλειψής» τους για να εργαστούν, και μάλιστα σε μια εργασία «που δεν είναι σαν τις άλλες», δηλαδή έχει αυξημένες απαιτήσεις σε ώρες εργασίας. Σύμφωνα κα με άλλες έρευνες, συχνά οι γυναίκες χρειάζονται ευέλικτο πρόγραμμα που θα τους επιτρέψει να ισορροπήσουν την εργασία με την οικογένεια, επειδή είναι πρώτα υπεύθυνες για τα «εσωτερικά καθήκοντα» (Loscocco & Leicht 1993). Στις περισσότερες περιπτώσεις μια γυναίκα αναμένεται να φροντίσει το σπίτι και τα παιδιά, ακόμα κι αν απασχολείται πλήρως (Lorber 1993, Aryee 1992, Loscocco et al. 1991, DiBenedetto & Tittle 1990). Γι' αυτούς τους λόγους οι γυναίκες επιδιώκουν την εξασφάλιση ενός ικανοποιητικού εισοδήματος, υπό τους περιορισμούς των οικογενειακών τους υποχρεώσεων (Kelly, 1998, Tiggers & Green 1994).

Σε όλες τις δυσκολίες που αντιμετώπισαν και αντιμετωπίζουν οι γυναίκες της έρευνας δηλώνουν ότι έχουν πάντα αρωγό την οικογένειά τους από πολύ ή πάρα πολύ (86%), έως μέτρια ή λίγο (10,6%). Η αρωγή αυτή συνίσταται τόσο σε ηθική υποστήριξη, όσο και σε υλική (οικονομική και εργασιακή). Σημαντική όμως ήταν, όπως δηλώνουν, και η στήριξη τους από την τοπική κοινωνία, που για τις περισσότερες (60%) ήταν πολύ ή πάρα πολύ σημαντική, και για το 28,1% μέτρια ή λίγο σημαντική, ενώ η στήριξη από τους τοπικούς φορείς δεν ήταν το ίδιο σημαντική, εφ' όσον το ένα τρίτο δηλώνει ότι δεν είχε απολύτως καμία στήριξη, με τις υπόλοιπες να δηλώνουν μικρή (37,8%) έως μεγάλη υποστήριξη (25,7%).

### *3.2.15 Τα οικονομικά στοιχεία της επιχείρησης*

Έρευνες που έχουν γίνει τόσο στη χώρα μας όσο και στο εξωτερικό δείχνουν ότι οι περισσότερες γυναικείες μικρού μεγέθους επιχειρήσεις στηρίζονται κατά κύριο λόγο σε προσωπικές ή/ και οικογενειακές οικονομίες και πολύ λίγο προσφεύγουν σε δανειοληπτικούς οργανισμούς, γεγονός που δικαιολογεί και δικαιολογείται από το μικρό μέγεθος των επιχειρήσεων που ιδρύουν και τα άλλα χαρακτηριστικά της επιχείρησης και της επιχειρηματία.

Η παρούσα έρευνα επιβεβαιώνει τα παραπάνω, καθώς διαπιστώθηκε ότι πάνω από τις μισές γυναίκες (51,7%) βασίστηκαν αποκλειστικά σε προσωπικές (κυρίως) ή οικογενειακές οικονομίες ενώ 41,7% έκαναν συνδυασμό των διαφόρων πηγών χρηματοδότησης- ίδια κεφάλαια, δάνειο από φίλους και συγγενείς, περιορισμένη

δανειοδότηση από τράπεζα και σε πολύ πειορισμένη κλίμακα επιχορήγηση από κάποιο πρόγραμμα. Είναι εξαιρετικά χαμηλό το ποσοστό των γυναικών (2,9%) που στηρίχθηκε αποκλειστικά σε Πρόγραμμα χρηματοδότησης της επιχείρησής της. Αξιίζει να αναφερθεί ότι το πρόγραμμα που αξιοποίησαν, στη συντριπτική τους πλειοψηφία, είναι αυτό της *Ενίσχυσης Νέων Ελεύθερων Επαγγελματιών* του ΟΑΕΔ κυρίως διότι ήταν ένα ευέλικτο πρόγραμμα, μέρος της ενίσχυσης δίνεται προκαταβολικά, δεν απαιτούσε πολύπλοκες διαδικασίες υποβολής και έγγρισης και δεν απαιτούσε ίδια συμμετοχή. Αξιοποίησαν επίσης, σε μικρότερο όμως βαθμό, την LEADER. Η διαπίστωση αυτή δείχνει αφ' ενός την επιφυλακτικότητα των γυναικών, αφ' ετέρου την αδυναμία των προγραμμάτων αυτών να προσεγγίσουν το γυναικείο πληθυσμό της υπαίθρου.

Ενδεικτικό του μικρού μεγέθους των επιχειρήσεων που ιδρύουν οι γυναίκες είναι το ύψος του κύκλου εργασιών τους. Σύμφωνα λοιπόν με τις δηλώσεις τους, το 39,9% των επιχειρήσεων έχει πολύ μικρό κύκλο εργασιών που δεν ξεπερνάει τα 10.000 ευρώ, το 31,1% δηλώνει κύκλο εργασιών μεταξύ 10.000 και 30.000 ευρώ και μόνο το 14,8% πάνω από 30.000 ευρώ.

Επιχειρήσεις με πολύ μικρό κύκλο εργασιών συναντώνται σε όλες τις περιοχές (60% στο Βόρρα, 45% στο Πάικο και τις Σέρρες, 41% στη Σαμοθράκη) εκτός από τη Χαλκιδική που περιορίζονται στο 14,5%. Στη Χαλκιδική συναντώνται παράλληλα οι περισσότερες επιχειρήσεις με κύκλο εργασιών άνω των 30.000 ευρώ (32,9%), ενώ το αντίστοιχο ποσοστό στις υπόλοιπες περιοχές κυμαίνεται από 7% έως 15%. Παρ' όλο που η αξιοπιστία των παραπάνω στοιχείων είναι συζητήσιμη, ωστόσο θεωρούμε ότι οι απαντήσεις που δόθηκαν είναι ενδεικτικές της οικονομικής κατάστασης αυτών των επιχειρήσεων.

Ένα επί πλέον στοιχείο που συνηγορεί στην οικονομική κατάσταση των επιχειρήσεων που μόλις περιγράφηκε είναι η πορεία του κύκλου εργασιών τα τελευταία χρόνια. Για τις περισσότερες από τις μισές επιχειρήσεις (52,1%) η πορεία αυτή είναι φθίνουσα, για το 23,4% είναι σταθερή και μόνο το 15,6% δηλώνει ότι ο κύκλος εργασιών έχει ανοδική πορεία. Στην καλύτερη θέση φαίνεται πως βρίσκονται οι επιχειρήσεις του Βόρρα και της Χαλκιδικής και στη χειρότερη αυτές της Σαμοθράκης και των Σερρών. Πράγματι, στο Βόρρα και τη Χαλκιδική συναντώνται οι περισσότερες επιχειρήσεις με αύξουσα πορεία (περίπου μία στις πέντε), ενώ στη Σαμοθράκη και τις Σέρρες συναντώνται οι περισσότερες επιχειρήσεις με φθίνουσα πορεία (περισσότερες από τις μισές).

### 3.2.16 Τα μελλοντικά σχέδια για την επιχείρηση

Σε ό,τι αφορά τα μελλοντικά σχέδια σε σχέση με την επιχείρησή τους, μία στις τρεις γυναίκες δηλώνει ότι θα διατηρήσει την επιχείρηση ως έχει, χωρίς καμία αλλαγή σε κανένα επίπεδο. Αυτή η διάθεση μπορεί να είναι το αποτέλεσμα «δυσκολιών» που αντιμετωπίζει η επιχείρηση τελευταία ή ακόμα να οφείλεται στο γεγονός ότι η επιχείρηση είναι νέα, με πολύ πρόσφατες επενδύσεις. Η δεύτερη από τις τρεις θα προχωρήσει σε ενέργειες αναβάθμισης της επιχείρησης που αφορούν είτε εκσυγχρονισμό (16,9%), είτε επέκταση σε νέες δραστηριότητες (12,4%) και τέλος η τελευταία από τις τρεις δεν ξέρει ακόμα τι θα κάνει ή θα κάνει κάτι «άλλο».

Το υψηλότερο ποσοστό επιχειρήσεων που πρόκειται να αναβαθμιστούν εντοπίζεται στο Πάικο (36,6%) και το χαμηλότερο στις Σέρρες (24,1%), ενώ το αντίστοιχο ποσοστό στις υπόλοιπες περιοχές είναι της τάξης του 30%. Οι επιχειρηματίες αυτές δήλωσαν ότι αποφάσισαν να προβούν σε αλλαγές στο πλαίσιο μακροχρόνιου σχεδιασμού ή μετά από έρευνα από γενική ή ειδική πληροφόρηση που έχουν για τις τάσεις της αγοράς. Αξίζει να σημειωθεί ότι υπάρχει ένα σχετικά μικρό ποσοστό γυναικών (σχεδόν 14%), οι οποίες σκοπεύουν να κλείσουν την επιχείρησή τους στο άμεσο μέλλον.

**Πίνακας 7.11:** Μελλοντικά σχέδια κατά περιοχή

Μελλοντικά σχέδια	Περιοχή					Σύνολο	%
	Πάικο	Χαλκιδική	Βόρρας	Σαμοθράκη	Σέρρες		
εκσυγχρονισμός	13	10	8	11	15	57	16,9
πρόσληψη προσωπικού	1	1	0	0	0	2	0,6
νέες δραστηριότητες	6	10	9	6	5	36	10,7
κλείσιμο	9	12	6	7	13	47	13,9
νέα επιχείρηση	2	2	1	0	1	6	1,8
διατήρηση	20	20	27	24	30	121	35,8
άλλο	6	16	6	5	3	36	10,7
δεν ξέρω	3	5	2	3	20	33	9,8
Σύνολο	60	76	59	56	87	338	100,0

### 3.2.17 Διαδοχή

Οι περισσότερες γυναίκες (59,2%) δηλώνουν ότι δεν επιθυμούν να διαδεχτούν τα παιδιά τους την επιχείρησή τους και μόνο μία στις τρεις θα το επιθυμούσε. Οι τελευταίες αντιπροσωπεύουν σημαντικό ποσοστό των επιχειρηματιών του Βόρρα (40,6%) και της Χαλκιδικής (31,6%) και λιγότερο του Πάικου (25%). Αυτές που

δηλώνουν ότι επιθυμούν τη διαδοχή, προτιμούν κατά κύριο λόγο το αγόρι (62,8%, κυρίως στο Βόρρα και τις Σέρρες) και λιγότερο το κορίτσι (28,7%). Η προτίμηση στο κορίτσι αφορά περισσότερο περιπτώσεις όπου δεν μπορεί να διαδεχτεί το αγόρι (π.χ. κομμωτήριο) ή δεν υπάρχει αγόρι στην οικογένεια.

## 4. Επιδράσεις της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας

### 4.1 Η θέση της γυναίκας στην οικογένεια και την τοπική κοινωνία

Σχεδόν το σύνολο των γυναικών δηλώνει ότι η ίδρυση της επιχείρησής τους είχε ως συνέπεια την αλλαγή της θέσης τους στην οικογένεια και όλες μιλούν για βελτίωση. Η βελτίωση αυτή ήταν πάρα πολύ ή πολύ σημαντική για το 40,5%, μέτρια ή λίγο σημαντική για το 33,1% και καθόλου σημαντική για το 22,8%. Στις περιοχές με εντονότερο αγροτικό χαρακτήρα (Πάικο και Σέρρες) συναντώνται τα υψηλότερα ποσοστά γυναικών που δηλώνουν πολύ σημαντική βελτίωση της θέσης τους (48,3% και 45,9% αντίστοιχα) και στη Σαμοθράκη τα χαμηλότερα (28,6%).

Ακόμη πιο σημαντική δηλώνουν ότι νιώθουν τη βελτίωση της θέσης τους στην τοπική κοινωνία. Περίπου οι πέντε στις δέκα πιστεύουν ότι βελτιώθηκε πολύ ή πάρα πολύ και οι τρεις στις δέκα μέτρια ή λίγο και μόνο οι δύο στις δέκα δηλώνουν ότι δε νιώθουν καμιά αλλαγή. Και πάλι τα υψηλότερα ποσοστά με την πολύ θετική βελτίωση συναντώνται στις αγροτικές περιοχές.

Πολλές γυναίκες τόνισαν και άλλες αλλαγές στην προσωπική τους ζωή ως συνέπεια της ίδρυσης της επιχείρησής τους, που έχουν να κάνουν με την καθημερινότητά τους και προπαντός την ψυχολογική τους κατάσταση. Η πλειοψηφία των γυναικών δηλώνει ότι βελτιώθηκε η καθημερινότητά τους από πολύ ή πάρα πολύ (36,4%) έως μέτρια ή λίγο (32,2%)(Στη Σαμοθράκη πάνω από τις μισές γυναίκες δηλώνουν πολύ σημαντική βελτίωση της καθημερινότητάς τους). Είναι ενδεικτικές ορισμένες απαντήσεις. «Ήμουν κλεισμένη μέσα στο σπίτι. Με το μαγαζί άρχισα να συναναστρέφομαι με κόσμο, άλλαξε η ζωή μου. Δεν ξαναγυρίζω στο σπίτι». «Ήμουν στα πρόθυρα κατάθλιψης. Το μαγαζί με έσωσε». Μια άλλη στο ίδιο πνεύμα «Δε με νοιάζει να βγάλω λεφτά. Δεν μπορώ να κάθομαι μόνη όλη μέρα στο σπίτι». Η στάση αυτή των γυναικών πιθανόν να εξηγεί και την προτίμησή τους σε αντικείμενα που φέρουν τις γυναίκες σε επαφή με κόσμο, δηλαδή υπηρεσίες και λιανικό εμπόριο.

Επομένως, η δημιουργία της επιχείρησης, εκτός από τις θετικές συνέπειες στην οικονομία της οικογένειας και του τόπου, παράλληλα, για τις ίδιες τις γυναίκες, ιδιαίτερα όμως για τις γυναίκες των αγροτικών περιοχών, αποτέλεσε παράγοντα καταξίωσης και αναβάθμισης της θέσης τους τόσο στην οικογένεια όσο και στην τοπική κοινωνία, καθώς επίσης και παράγοντα ψυχικής ισορροπίας.

#### 4.2 Συμβολή της επιχείρησης στο οικογενειακό εισόδημα

Η συμβολή της γυναίκας-επιχειρηματία στην οικονομία της οικογένειάς της είναι πολύ σημαντική, αφού η επιχείρησή της έχει συντελέσει στην αύξηση του οικογενειακού εισοδήματος πολύ ή πάρα πολύ, όπως δηλώνει το 74,3% των γυναικών, ή μέτρια έως λίγο το 16,3%. Το μεγαλύτερο ποσοστό γυναικών με πολύ σημαντική συμβολή στο οικογενειακό εισόδημα εντοπίζονται στη Χαλκιδική (84,2%) και το μικρότερο στο Πάικο (66,7%).

#### 4.3 Συμβολή της επιχείρησης στην τοπική οικονομία

Οι μισές επιχειρηματίες δεν προμηθεύονται τις πρώτες ύλες τους από τον τόπο που είναι εγκατεστημένη η επιχείρησή τους, ούτε συνεργάζονται με επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών του τόπου τους, αλλά με επιχειρήσεις εκτός περιοχής. Αυτό οφείλεται περισσότερο, όπως δηλώνουν, στο ότι δεν υπάρχουν οι αντίστοιχες επιχειρήσεις στον τόπο τους και λιγότερο στο ότι είναι ακριβότερες. Μόνο μία στις δέκα συνεργάζεται με τοπικές επιχειρήσεις και κυρίως πρόκειται για επιχειρήσεις εστίασης, που προμηθεύονται τις πρώτες ύλες από τοπικούς παραγωγούς. Οι υπόλοιπες αναζητούν τους προμηθευτές εκτός περιοχής.

Ωστόσο μία στις τέσσερις επιχειρηματίες πιστεύει ότι η επιχείρησή της έχει συντελέσει στη δημιουργία νέων επιχειρήσεων ή/και την τόνωση των ήδη υφιστάμενων, είτε άμεσα είτε έμμεσα, ενώ η μεγάλη πλειοψηφία (65,4%) πιστεύει ότι με την επιχείρησή τους συμβάλουν σημαντικά στην εξυπηρέτηση των μόνιμων κατοίκων της περιοχής τους.

Μια άλλη συμβολή των επιχειρήσεων στην τοπική οικονομία είναι η δημιουργία θέσεων απασχόλησης. Όπως έχει ήδη διαπιστωθεί, οι περισσότερες επιχειρηματίες είναι αυτοαπασχολούμενες, ωστόσο, μία στις τρεις γυναίκες πιστεύει ότι έχει συμβάλει στη δημιουργία απασχόλησης στον τόπο της, είτε άμεσα (στη δική της επιχείρηση) είτε έμμεσα (σε άλλες επιχειρήσεις).

Η άποψη των ίδιων των γυναικών για το ρόλο τους στην τοπική κοινωνία υπερβαίνει αυτήν που μόλις περιγράφηκε. Πιστεύουν ότι ο ρόλος τους έχει και άλλες πτυχές. Πιστεύουν ότι επί πλέον επιτελούν και κοινωνικό ρόλο στην τοπική τους μικρή κοινωνία, ιδιαίτερα για τις γυναίκες της κοινωνίας αυτής. Όταν επισκεφτήκαμε την κυρα-Μαρία, μέσα στο κατάστημα υπήρχαν δύο γυναίκες του χωριού που έπιναν το καφεδάκι τους. Αργότερα η κυρα-Μαρία μας είπε ότι σ' αυτήν πάνε οι γυναίκες του χωριού για να αγοράσουν το ψωμί τους, να ξεσκάσουν και να μιλήσουν λιγάκι.

«Ξέρω τα ντέρτια της καθεμιάς» μας είπε. «Εγώ είμαι ο εξομολόγος τους». Το ίδιο μας είπε και μια άλλη γυναίκα που έχει ένα μικρό σούπερ-μάρκετ, ένα μπακάλικο, όπως λέει η ίδια. Αυτή η στενή σχέση με τους πελάτες από επιχειρηματική άποψη εξασφαλίζει μια σίγουρη πελατεία, όμως σίγουρα δεν είναι αυτό που υπολογίζουν οι γυναίκες επιχειρηματίες. Αυτή η σχέση ταυτόχρονα είναι και καταπιεστική συμπλήρωσε: «Σε μας δεν ισχύουν τα ωράρια. Με ξυπνάνε νυχτιάτικα για κάτι που τους χρειάζεται. Με έχουν σηκώσει μέχρι και πασχαλιάτικα από το τραπέζι. Τι να κάνω, σηκώνομαι γιατί τους λυπάμαι, όλο το χρόνο τους έχω».

Συνάγεται λοιπόν ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες πιστεύουν ότι παίζουν σημαντικό ρόλο στη ζωή του τόπου τους, αφ' ενός ενθαρρύνοντας την οικονομία του, αφ' ετέρου συμβάλλοντας στην εξυπηρέτηση της καθημερινότητας των συμπολιτών τους, πεποίθηση που έχουν οι γυναίκες όλων των περιοχών έρευνας, ιδιαίτερα αυτές των αγροτικών περιοχών, οι οποίες έχουν στενότερες σχέσεις με τους συγχωριανούς τους.



## 5. Ικανοποίηση από τις Υποδομές του Περιβάλλοντος

Κατά τη διερεύνηση του βαθμού ικανοποίησης των γυναικών από τις υποδομές του περιβάλλοντός τους διαπιστώνεται ότι θεωρούν ικανοποιητικές τις υπηρεσίες του ταχυδρομείου, της αστυνομίας (στη Χαλκιδική είναι λιγότερο ευχαριστημένες σε σχέση με τις άλλες περιοχές), του δικτύου ύδρευσης και των εμπορικών καταστημάτων με είδη πρώτης ανάγκης.

Είναι λιγότερο ικανοποιημένες από την ιατρική περίθαλψη, την τοπική αυτοδιοίκηση, το δίκτυο μεταφορών και την κατάσταση των δρόμων. Εντύπωση προκαλεί το γεγονός ότι στη Σαμοθράκη οι μισές γυναίκες είναι ευχαριστημένες από την κατάσταση των δρόμων, ενώ στη Χαλκιδική (όπου αντικειμενικά οι δρόμοι είναι σε καλύτερη κατάσταση) οι γυναίκες αυτές περιορίζονται στο 9,2%. Προφανώς εννοούν περισσότερο τα κυκλοφοριακά προβλήματα που δημιουργούνται κατά την τουριστική περίοδο.

Επίσης οι περισσότερες γυναίκες σχεδόν σε όλες τις περιοχές δηλώνουν πολύ λίγο έως καθόλου ευχαριστημένες από τις δυνατότητες ψυχαγωγίας στον τόπο τους, εκτός από τη Χαλκιδική, που δηλώνουν ότι υπάρχουν πολλές δυνατότητες.

Το 44,7% των γυναικών της έρευνας πιστεύουν ότι ο τόπος τους δεν προσφέρει καθόλου δυνατότητες απασχόλησης, ιδιαίτερα στους νέους ανθρώπους, ενώ το 38,5% πιστεύει ότι προσφέρει μεν, αλλά πολύ περιορισμένες. Τέλος μόνο μία στις δέκα πιστεύει ότι υπάρχουν πολλές δυνατότητες. Οι γυναίκες που δηλώνουν ότι ο τόπος τους δεν παρέχει καθόλου ευκαιρίες απασχόλησης εντοπίζονται κατά κύριο λόγο στις αγροτικές περιοχές. Στις Σέρρες το δήλωσε το 67,8% των γυναικών, στο Πάικο το 56,7%, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό στις τουριστικές περιοχές είναι αρκετά χαμηλότερο (44% στο Βόρρα, 25% στη Σαμοθράκη και 23,7% στη Χαλκιδική).

## 6. Στάσεις για την Επιχειρηματικότητα

Διερευνήσαμε τις στάσεις των γυναικών απέναντι στην επιχειρηματικότητα. Δηλαδή τι αντιπροσωπεύει γι' αυτές η επιχειρηματικότητα και η γυναίκα επιχειρηματίας και πώς νιώθουν μετά από αυτή την εργασιακή τους επιλογή.

Κατ' αρχάς οι περισσότερες γυναίκες (57,1%) δήλωσαν ότι έγιναν επιχειρηματίες από ανάγκη. Οι γυναίκες αυτές αντιπροσωπεύουν μεγαλύτερο ποσοστό στις αγροτικές περιοχές (στο Βόρρα 72,9%, στις Σέρρες 64,4% και στο Πάικο 56,7%) λόγω των πολύ περιορισμένων ευκαιριών απασχόλησης που υπάρχουν σ' αυτές τις περιοχές, όπως έχουν ήδη δηλώσει, ενώ στις τουριστικές το ποσοστό τους είναι μικρότερο (50% στη Σαμοθράκη και 42,1% στη Χαλκιδική), όπου σχεδόν οι μισές γυναίκες δηλώνουν ότι έγιναν επιχειρηματίες από επιλογή.

Τι αντιπροσωπεύει όμως γι' αυτές η επιχείρηση; Σχεδόν για το σύνολο των γυναικών (85,2%) σημαίνει πολύ δουλειά και κατ' επέκταση πολύ κούραση (για το 64,5% των γυναικών), που ισχύει όμως λιγότερο για τις επιχειρήσεις στις τουριστικές περιοχές (Χαλκιδική και Σαμοθράκη), όπου πιθανόν η εποχικότητα μειώνει και το αίσθημα της κούρασης. Όλες σχεδόν οι γυναίκες (85,5%) συμφωνούν στο ότι η επιχείρηση είναι ένα μεγάλο ρίσκο -μόνο στη Χαλκιδική η άποψη αυτή εκφράζεται από λιγότερες σχετικά γυναίκες (64,4%)- και σχεδόν όλες (86,7%) συμφωνούν στο ότι η επιχείρηση δεν τις κάνει να νιώθουν πιο ανεξάρτητες. Μία στις τέσσερις θεωρεί ότι η επιχείρηση ικανοποιεί τις φιλοδοξίες της, δύο στις τέσσερις ότι δεν τις ικανοποιεί και η τελευταία δεν έχει γνώμη.

Η αυξημένη κούραση σε συνδυασμό με το αίσθημα της ανασφάλειας που πηγάζει από την επιχείρηση δεν καθιστούν τον τρόπο ζωής τους ευχάριστο, όπως δηλώνει η πλειοψηφία (68,6%) των γυναικών. Ωστόσο, μία στις πέντε (21%) πιστεύει ότι η επιχειρηματικότητα είναι ταυτισμένη με ευχάριστο και ενδιαφέροντα τρόπο ζωής και στη Χαλκιδική εντοπίζονται οι περισσότερες γυναίκες που εξέφρασαν αυτή την άποψη (μία στις τρεις).

Το ισοζύγιο των παραπάνω συναισθημάτων είναι θετικό για μία στις τέσσερις γυναίκες, δεδομένου ότι αυτές δηλώνουν πιο ευτυχισμένες με την ίδρυση της επιχείρησής τους (στη Χαλκιδική το ποσοστό αυτών των γυναικών είναι το υψηλότερο, 30%). Ωστόσο για το 60% το ισοζύγιο είναι αρνητικό και τέλος 14,5% των γυναικών δε νιώθει ούτε περισσότερο ούτε λιγότερο ευτυχισμένη με την επιχείρησή της.

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΟΓΔΩΟ:**  
**Τυπολογίες Γυναικών Επιχειρηματιών &**  
**Γυναικείων Επιχειρήσεων στην Ελληνική**  
**Ύπαιθρο**

---

## 1. Τυπολογία Γυναικών Επιχειρηματιών στην Ύπαιθρο με Βάση τα Δημογραφικά & Κοινωνικό-Οικονομικά Χαρακτηριστικά τους

### 1.1 Γενικά

Η πρώτη τυπολογία των γυναικών επιχειρηματιών της έρευνας έγινε με στόχο να ομαδοποιήσει τις γυναίκες επιχειρηματίες των περιοχών έρευνας με βάση τα κοινωνικοοικονομικά τους χαρακτηριστικά αλλά και κάποια χαρακτηριστικά της επιχείρησης που δίνονται από 18 μεταβλητές (Πίνακας 8.1).

**Πίνακας 8.1:** Κατηγορικές μεταβλητές που συμμετείχαν στην τυπολογία των ατομικών χαρακτηριστικών

α/α.	ΜΕΤΑΒΛΗΤΗ
1	Τόπος διαμονής επιχειρηματία
2	Τόπος καταγωγής
3	Χρόνια παραμονής στο χωριό που είναι η επιχείρηση
4	Λόγοι αλλαγής του τόπου διαμονής
5	Τόπος διαμονής πριν την εγκατάσταση στο χωριό που είναι η επιχείρηση
6	Ηλικία επιχειρηματία
7	Μορφωτικό επίπεδο
8	Γνώση Η/Υ
9	Γνώση ξένων γλωσσών
10	Επιμόρφωση σχετική με το αντικείμενο της επιχείρησης
11	Οικογενειακή Κατάσταση
12	Αριθμός παιδιών
13	Επάγγελμα συζύγου
14	Επάγγελμα πατέρα
15	Επάγγελμα μητέρας
16	Αντικείμενο Επιχείρησης
17	Έδρα επιχείρησης
18	Τζίρος

Οι παραπάνω κατηγορικές μεταβλητές συμμετείχαν στο πρόγραμμα της Διβηματικής Ανάλυσης σε Συστάδες, το οποίο ταξινομήσε (με βάση το κριτήριο Schwarz) τις 338 παρατηρήσεις (γυναίκες επιχειρηματίες του δείγματος), ανάλογα με τις απαντήσεις σε ερωτήσεις που αφορούσαν τις παραπάνω μεταβλητές, σε 3 (τρεις) συστάδες, ως άριστη λύση (Πίνακας 8.2). Ειδικότερα, 144 γυναίκες, ποσοστό 42,60%, εντάσσονται στην πρώτη συστάδα, 122 γυναίκες, 36,90% στη δεύτερη και 72, ποσοστό 21,30% στην τρίτη συστάδα .

**Πίνακας 8.2:** Λύση προγράμματος SPSS -Διβηματικής Ανάλυσης σε Συστάδες

Number of Clusters	Κριτήριο Schwarz's Bayesian (BIC)	BIC Change(a)	Ratio of BIC Changes(b)	Ratio of Distance Measures(c)
1	14946,155			
2	13893,847	-1052,309	1,000	1,831
3	13501,610	-392,237	,373	1,988
4	13504,059	2,449	-,002	1,105
5	13544,371	40,312	-,038	1,107
6	13619,709	75,338	-,072	1,138
7	13734,648	114,938	-,109	1,104
8	13876,625	141,977	-,135	1,072
9	14036,143	159,519	-,152	1,237
10	14242,102	205,959	-,196	1,034
11	14454,495	212,393	-,202	1,045
12	14675,056	220,561	-,210	1,016
13	14898,514	223,458	-,212	1,110
14	15139,630	241,115	-,229	1,055
15	15389,191	249,562	-,237	1,036

a The changes are from the previous number of clusters in the table.

b The ratios of changes are relative to the change for the two cluster solution.

c The ratios of distance measures are based on the current number of clusters against the previous number of clusters.

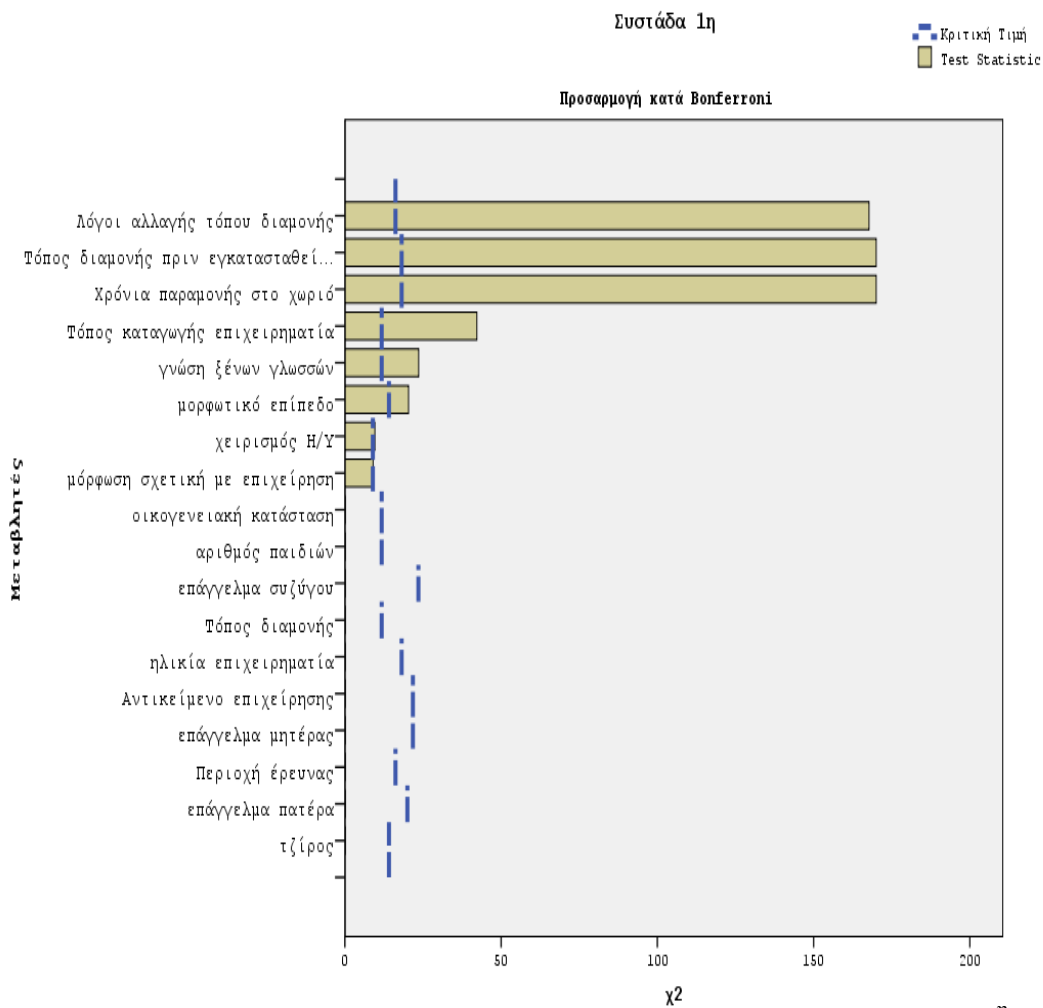
Παράλληλα, το πρόγραμμα μας έδωσε και τη σχετική σημασία των 18 μεταβλητών που χρησιμοποιήθηκαν για το σχηματισμό κάθε μιας από τις παραπάνω συστάδες.

Για την πρώτη συστάδα οι τιμές του στατιστικού  $\chi^2$  εξέρχονται των ορίων της κριτικής τιμής μόνο για 6 μεταβλητές (Σχήμα 8.1), γεγονός που σημαίνει ότι αυτές είναι σημαντικές στη διαμόρφωση της πρώτης συστάδας. Οι μεταβλητές αυτές είναι: «λόγοι αλλαγής τόπου διαμονής», «τόπος διαμονής πριν την εγκατάσταση στο χωριό», «χρόνια παραμονής στο χωριό», «τόπος καταγωγής», «γνώση ξένων γλωσσών» και «μορφωτικό επίπεδο». Δυο μεταβλητές: «χειρισμός ηλεκτρονικών υπολογιστών» και «μόρφωση σχετική με την επιχείρηση» τείνουν να είναι σημαντικές ενώ, όλες οι υπόλοιπες μεταβλητές δεν ξεπερνούν τα όρια της κριτικής τιμής και ως εκ τούτου είναι μη σημαντικές για τον σχηματισμό αυτής της συστάδας.

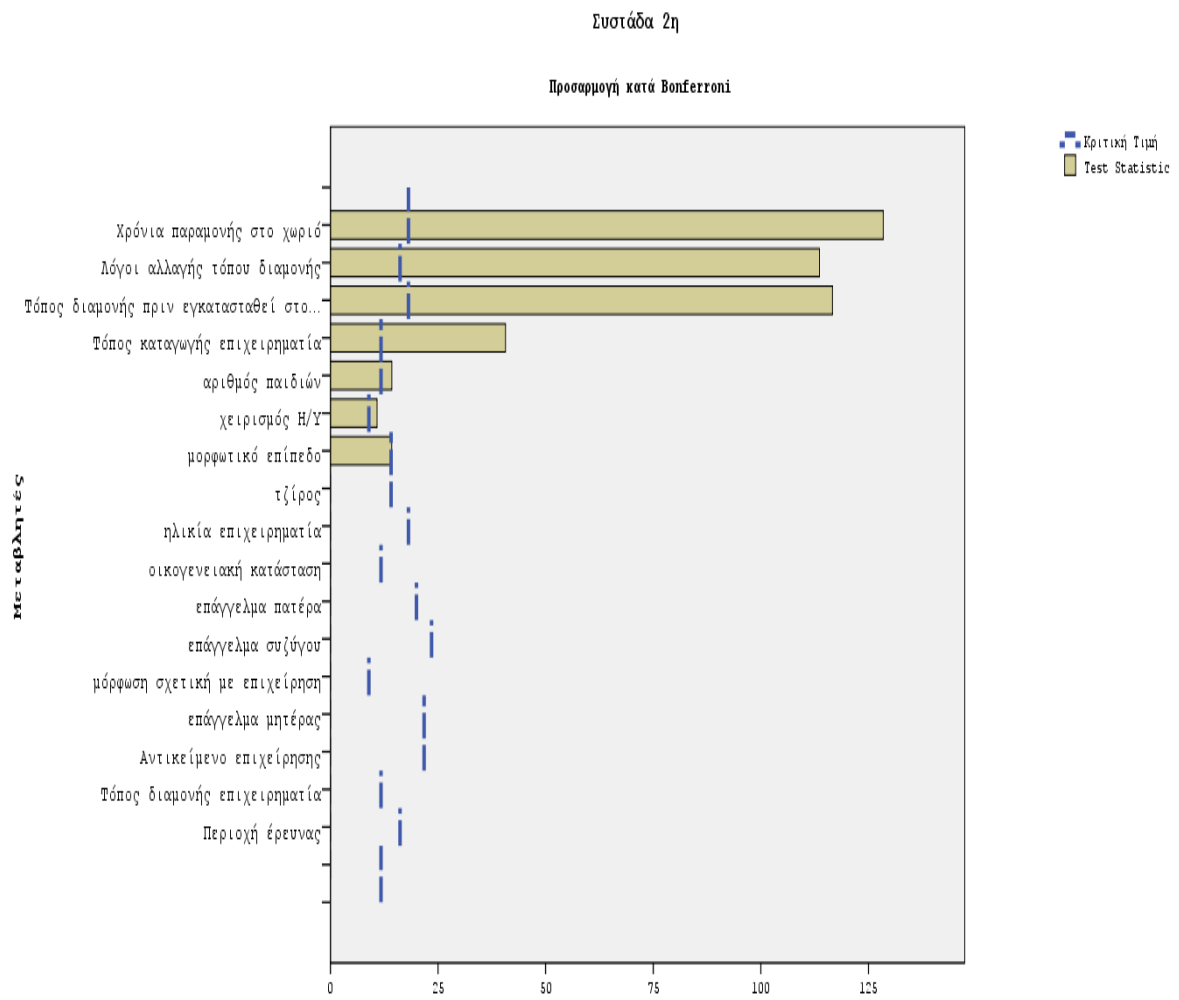
Στο σχηματισμό της δεύτερης συστάδας (Σχήμα 8.2) παρατηρούμε ότι συμμετέχουν επίσης 6 μεταβλητές, οι οποίες εξέρχονται των ορίων της κριτικής τιμής και επομένως είναι σημαντικές για τη διαμόρφωση της δεύτερης συστάδας. Οι μεταβλητές αυτές αφορούν: «χρόνια παραμονής στο χωριό», «λόγοι αλλαγής τόπου διαμονής», «τόπος διαμονής πριν την εγκατάσταση στο χωριό», «τόπος καταγωγής», «αριθμός παιδιών» και «χειρισμός ηλεκτρονικών υπολογιστών». Το «μορφωτικό επίπεδο» τείνει να είναι σημαντική μεταβλητή ενώ όλες οι υπόλοιπες δεν ξεπερνούν

τα όρια της κριτικής τιμής και ως εκ τούτου είναι μη σημαντικές στη διαμόρφωση της συγκεκριμένης συστάδας.

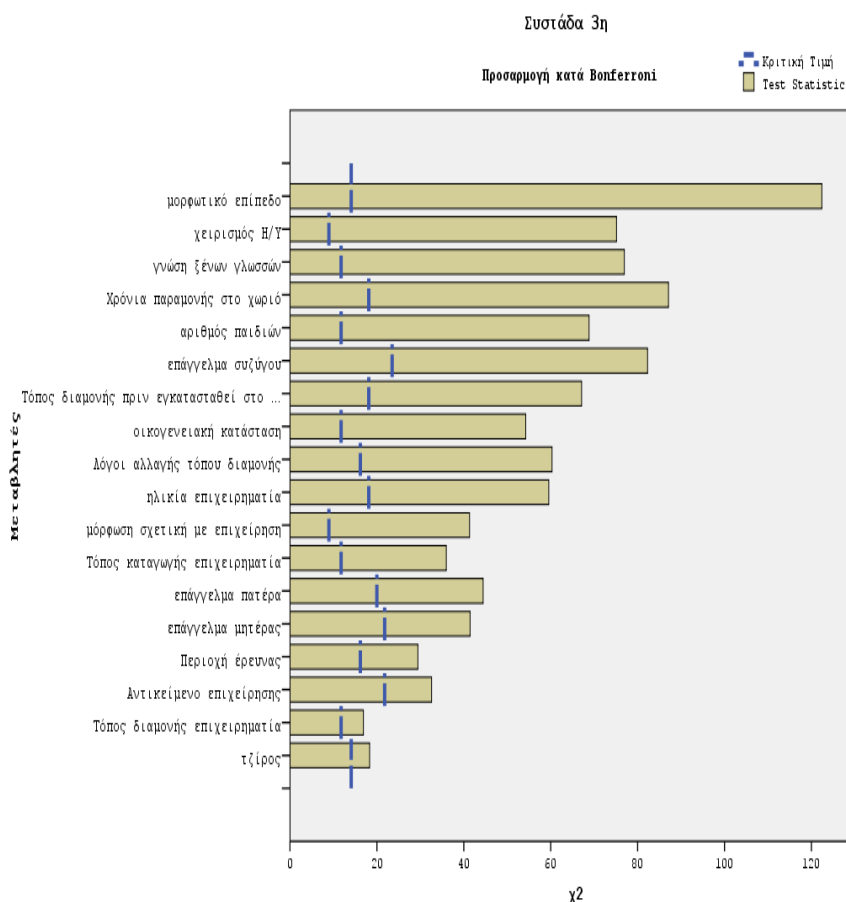
Τέλος, όσον αφορά στην τρίτη συστάδα διαπιστώνουμε όλες οι μεταβλητές είναι σημαντικές, με βασικότερη το «μορφωτικό επίπεδο» όπως φαίνεται και στο Σχήμα 8.3. ενώ ακολουθούν ο «χειρισμός ηλεκτρονικών υπολογιστών» και η «γνώση ξένων γλωσσών».



**Σχήμα 8.1:** Στατιστικός έλεγχος σημαντικότητας μεταβλητών στην 1<sup>η</sup> συστάδα



Σχήμα 8.2: Στατιστικός έλεγχος σημαντικότητας μεταβλητών στην 2<sup>η</sup> συστάδα



**Σχήμα 8.3:** Στατιστικός έλεγχος σημαντικότητας μεταβλητών στην 3<sup>η</sup> συστάδα

Η συμπεριφορά κάθε συστάδας στις σημαντικές μεταβλητές, δηλαδή η σκιαγράφηση του προφίλ κάθε μιας από τις τρεις συστάδες γυναικών επιχειρηματιών, προέκυψε στη συνέχεια από τους συσχετισμένους πίνακες κατανομής των γυναικείων επιχειρήσεων ανά συστάδα και μεταβλητή. Ερμηνεύοντας τα αποτελέσματα αυτών των κατανομών καταλήγουμε στα ακόλουθα συμπεράσματα.

## 1.2 Οι «ντόπιες» επιχειρηματίες

Στην πρώτη συστάδα, η οποία είναι και ο κυρίαρχος τύπος, ανήκουν γυναίκες επιχειρηματίες οι οποίες έμεναν πάντα στο χωριό στο οποίο έχει έδρα η επιχείρησή τους, το οποίο αποτελεί και τόπο καταγωγής τους. Αυτό το χαρακτηριστικό «σημαδεύει» θα λέγαμε το προφίλ αυτής της συστάδας. Το μορφωτικό επίπεδο αυτών των γυναικών είναι χαμηλό καθώς είναι απόφοιτες δημοτικού, δεν γνωρίζουν ξένες γλώσσες αλλά ούτε και χειρίζονται νέες τεχνολογίες και δε διαθέτουν κάποια επιμόρφωση σχετική με το αντικείμενο της επιχείρησής τους.



### 1.3 Οι «νύφες» επιχειρηματίες

Στη δεύτερη συστάδα εντοπίζουμε περίπου κοινά χαρακτηριστικά με την προηγούμενη συστάδα όσον αφορά τις γυναίκες επιχειρηματίες, αλλά και κάποια διαφορετικά. Τα κοινά χαρακτηριστικά αφορούν στο μορφωτικό επίπεδο και στη γνώση της τεχνολογίας. Το μορφωτικό επίπεδο είναι πάλι χαμηλό, αλλά σε λίγο καλύτερη κατάσταση από τις γυναίκες της προηγούμενης συστάδας, καθώς είναι μεγαλύτερο το ποσοστό των γυναικών που είναι απόφοιτες Λυκείου σε σχέση με αυτές του Δημοτικού ενώ δε γνωρίζουν κι αυτές το χειρισμό ηλεκτρονικών υπολογιστών. Ωστόσο τα χαρακτηριστικά εκείνα που «σημαδεύουν» τις γυναίκες της δεύτερης συστάδας και τις διαφοροποιούν από αυτές της προηγούμενης, είναι το γεγονός ότι οι γυναίκες αυτές πριν εγκατασταθούν στο χωριό όπου βρίσκεται και η έδρα της επιχείρησής τους, διέμεναν κάπου αλλού, κυρίως στην πρωτεύουσα του αντίστοιχου νομού ή σε κάποιο γειτονικό χωριό. Οι τόποι αυτοί αποτελούν και τούς τόπους καταγωγής τους, ενώ οι λόγοι για τους οποίους εγκαταστάθηκαν στο χωριό είναι κυρίως ο γάμος, αλλά και άλλοι κοινωνικοί λόγοι. Το χαρακτηριστικό των γυναικών αυτών είναι ότι έχουν από ένα έως δύο παιδιά.

Να σημειώσουμε ότι και στις δύο συστάδες γυναικών επιχειρηματιών το είδος της επιχείρησης που διαθέτουν είναι κυρίως επιχειρήσεις που εξυπηρετούν την καθημερινή ζωή των κατοίκων της υπαίθρου, χωρίς όμως το γεγονός αυτό να είναι σημαντικό στη διαμόρφωση των συστάδων, διότι δεν υπάρχει διαφοροποίηση στο αντικείμενο των γυναικείων επιχειρήσεων στις συγκεκριμένες συστάδες. Επίσης αξίζει να σημειωθεί ότι για τις γυναίκες επιχειρηματίες των συστάδων αυτών το επάγγελμα των γονιών και των συζύγων δεν αποτελεί ιδιαίτερο χαρακτηριστικό που τις οδήγησε στη δημιουργία της επιχείρησής τους, ούτε όμως και η γεωμορφολογία της περιοχής και κατά συνέπεια το επίπεδο της ανάπτυξής της.

### 1.4 Ο «άλλες» επιχειρηματίες

Όσον αφορά στην τρίτη συστάδα τα χαρακτηριστικά των γυναικών επιχειρηματιών διαφέρουν σημαντικά από τις δύο προηγούμενες. Πρόκειται για γυναίκες των οποίων το μορφωτικό επίπεδο είναι πολύ ανώτερο από τις δύο προηγούμενες, καθώς εντοπίζουμε απόφοιτες ανωτάτων και ανωτέρων σχολών, οι οποίες γνωρίζουν ξένες γλώσσες και το χειρισμό ηλεκτρονικών υπολογιστών και έχουν μόρφωση σχετική με το αντικείμενο της επιχείρησής τους. Αν και οι περισσότερες διαμένουν στο χωριό όπου έχει έδρα η επιχείρησή τους όλο το χρόνο,

υπάρχουν και ορισμένες που μένουν σ' αυτό μόνο εποχιακά, κυρίως την περίοδο αιχμής των εργασιών της επιχείρησης. Στο χωριό, το οποίο αποτελεί τόπο καταγωγής μόνο για τις μισές από αυτές, μένουν τα τελευταία πέντε χρόνια ενώ πριν διέμεναν στη Θεσσαλονίκη. Οι λόγοι αλλαγής ήταν κυρίως οικονομικοί. Είναι σαφώς οι νεότερες σε σχέση με τις γυναίκες των άλλων δύο συστάδων, καθώς είναι μεταξύ 26 – 35 ετών και ορισμένες από αυτές είναι ανύπαντρες. Το συγγενικό τους περιβάλλον (πατέρας, μητέρα και σύζυγος όταν υπάρχει) έχει επαγγελματική εμπειρία στο ελεύθερο επάγγελμα. Το αντικείμενο των επιχειρήσεων αυτού του τύπου των γυναικών είναι χαρακτηριστικό στη διαμόρφωση του προφίλ και αφορά κομμωτήρια, ψιλικά και άλλες υπηρεσίες της καθημερινής ζωής του τόπου. Χωρικά οι επιχειρήσεις εντοπίζονται στην περιοχή της Χαλκιδικής και της Σαμοθράκης, περιοχές στις οποίες είναι αναπτυγμένος ο παραθαλάσσιος τουρισμός.

## 2. Τυπολογία Γυναικών Επιχειρηματιών στην Ύπαιθρο με Βάση τα Κίνητρα Ανάληψης Επιχειρηματικής Δράσης

### 2.1 Γενικά

Η δεύτερη τυπολογία των γυναικών επιχειρηματιών της έρευνας έγινε με στόχο να ομαδοποιήσει τις γυναίκες επιχειρηματίες με βάση τα κίνητρα ανάληψης επιχειρηματικής δράσης τα οποία αφορούν 16 μεταβλητές (Πίνακας 8.3).

Οι κατηγορικές αυτές μεταβλητές συμμετείχαν στο πρόγραμμα της διβηματικής ανάλυσης σε συστάδες, το οποίο ταξινόμησε τις επιχειρηματίες, με βάση το κριτήριο Schwarz, σε 3 (τρεις) συστάδες. Αξίζει να σημειωθεί στο σημείο αυτό ότι οι τελικές παρατηρήσεις- γυναίκες επιχειρηματίες που συμμετείχαν στο πρόγραμμα ήταν 312 καθώς απορρίφθηκαν 26 παρατηρήσεις, στις οποίες δεν είχαμε απάντηση σχετικά με τα κίνητρα δημιουργίας της επιχείρησης. Ειδικότερα, 72 επιχειρηματίες, ποσοστό 23,1% του συνόλου της έρευνας εντάσσεται στην πρώτη συστάδα, 163 επιχειρηματίες, ποσοστό 52,2%, στη δεύτερη και τέλος 77 επιχειρηματίες, ποσοστό 24,7% στην τρίτη συστάδα .

**Πίνακας 8.3:** Κατηγορικές μεταβλητές που συμμετείχαν στην τυπολογία των κινήτρων

α/α	ΜΕΤΑΒΛΗΤΗ
1	Εξασφάλιση απασχόλησης
2	Επίτευξη οικονομικής άνεσης
3	Κοινωνική καταξίωση
4	Συνέχιση οικογενειακής επιχείρησης
5	Επαγγελματική αποκατάσταση για τα παιδιά
6	Ανεξαρτησία
7	Αντικείμενο Επιχείρησης
8	Ηλικία Επιχείρησης
9	Χρόνος λειτουργίας κατά τη διάρκεια του έτους
10	Ιδιοκτησιακό Καθεστώς επαγγελματικού χώρου
11	Απόσταση επιχείρησης από το σπίτι
12	Τζίρος
13	Συνολικός αριθμός απασχολουμένων
14	Προβλήματα στην αρχή της επιχείρησης
15	Επιθυμία για διαδοχή
16	Μελλοντικά σχέδια

**Πίνακας 8.4:** Λύση προγράμματος SPSS -Διβηματικής Ανάλυσης σε Συστάδες

Αριθμός συστάδων	Κριτήριο Schwarz's Bayesian (BIC)	BIC Change(a)	Ratio of BIC Changes(b)	Ratio of Distance Measures(c)
1	12399,624			
2	12302,260	-97,364	1,000	1,109
3	12248,890	-53,370	,548	1,283
4	12284,619	35,729	-,367	1,286
5	12390,285	105,666	-1,085	1,065
6	12510,845	120,559	-1,238	1,095
7	12651,363	140,518	-1,443	1,095
8	12810,002	158,639	-1,629	1,102
9	12986,385	176,384	-1,812	1,009
10	13164,266	177,880	-1,827	1,040
11	13348,824	184,559	-1,896	1,032
12	13538,581	189,757	-1,949	1,007
13	13729,466	190,884	-1,961	1,090
14	13933,457	203,992	-2,095	1,006
15	14138,363	204,906	-2,105	1,007

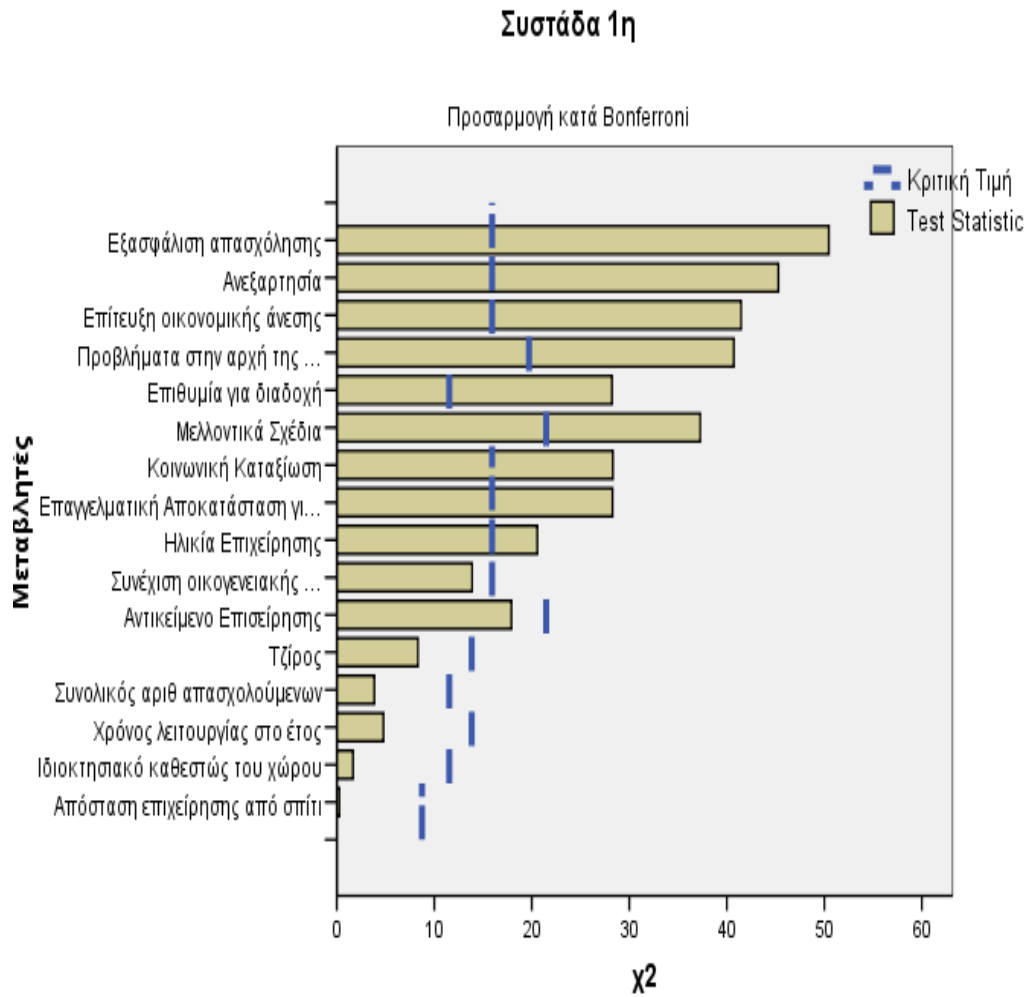
a changes are from the previous number of clusters in the table.

b ratios of changes are relative to the change for the two cluster solution.

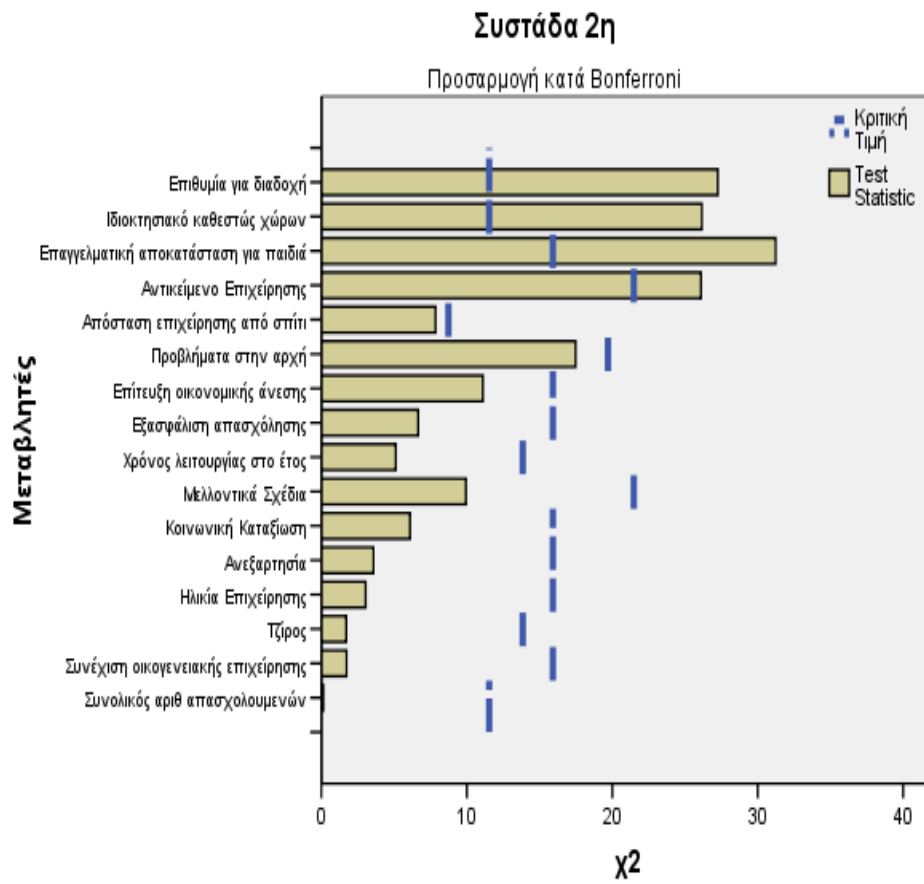
c ratios of distance measures are based on the current number of clusters against the previous number of clusters.

Παράλληλα, το πρόγραμμα μας έδωσε και τη σχετική σημασία των 16 μεταβλητών που χρησιμοποιήθηκαν για το σχηματισμό κάθε μιας από τις παραπάνω συστάδες. Από τους στατιστικούς ελέγχους σημαντικότητας διαπιστώθηκε ότι η τιμή του στατιστικού  $\chi^2$  στην πρώτη συστάδα εξέρχεται των ορίων της κριτικής τιμής για 9 μεταβλητές κι έτσι οι μεταβλητές αυτές είναι σημαντικές στη διαμόρφωση της πρώτης συστάδας (Σχήμα 8.4). Οι μεταβλητές αυτές είναι οι : «Εξασφάλιση απασχόλησης», «Επίτευξη οικονομικής άνεσης», «Κοινωνική καταξίωση», «Επαγγελματική αποκατάσταση για τα παιδιά», «Ανεξαρτησία», «Ηλικία Επιχείρησης», «Προβλήματα στην αρχή της επιχείρησης», «Επιθυμία για διαδοχή» και «Μελλοντικά σχέδια». Για τη δεύτερη συστάδα 4 μεταβλητές ξεπερνούν τα όρια της κριτικής τιμής και είναι σημαντικές στη διαμόρφωσή της (Σχήμα 8.5). Αυτές είναι: «Επαγγελματική αποκατάσταση για τα παιδιά», «Αντικείμενο Επιχείρησης», «Ιδιοκτησιακό Καθεστώς επαγγελματικού χώρου» και «Επιθυμία για διαδοχή». Τέλος, για την τρίτη συστάδα 11 είναι οι σημαντικές μεταβλητές 9 (Σχήμα 8.6): «Εξασφάλιση απασχόλησης», «Κοινωνική καταξίωση», «Επαγγελματική αποκατάσταση για τα παιδιά», «Ανεξαρτησία», «Αντικείμενο Επιχείρησης», «Ηλικία Επιχείρησης», «Ιδιοκτησιακό Καθεστώς επαγγελματικού χώρου», «Απόσταση

επιχείρησης από το σπίτι», «Τζίρος», «Προβλήματα στην αρχή της επιχείρησης» και «Επιθυμία για διαδοχή».

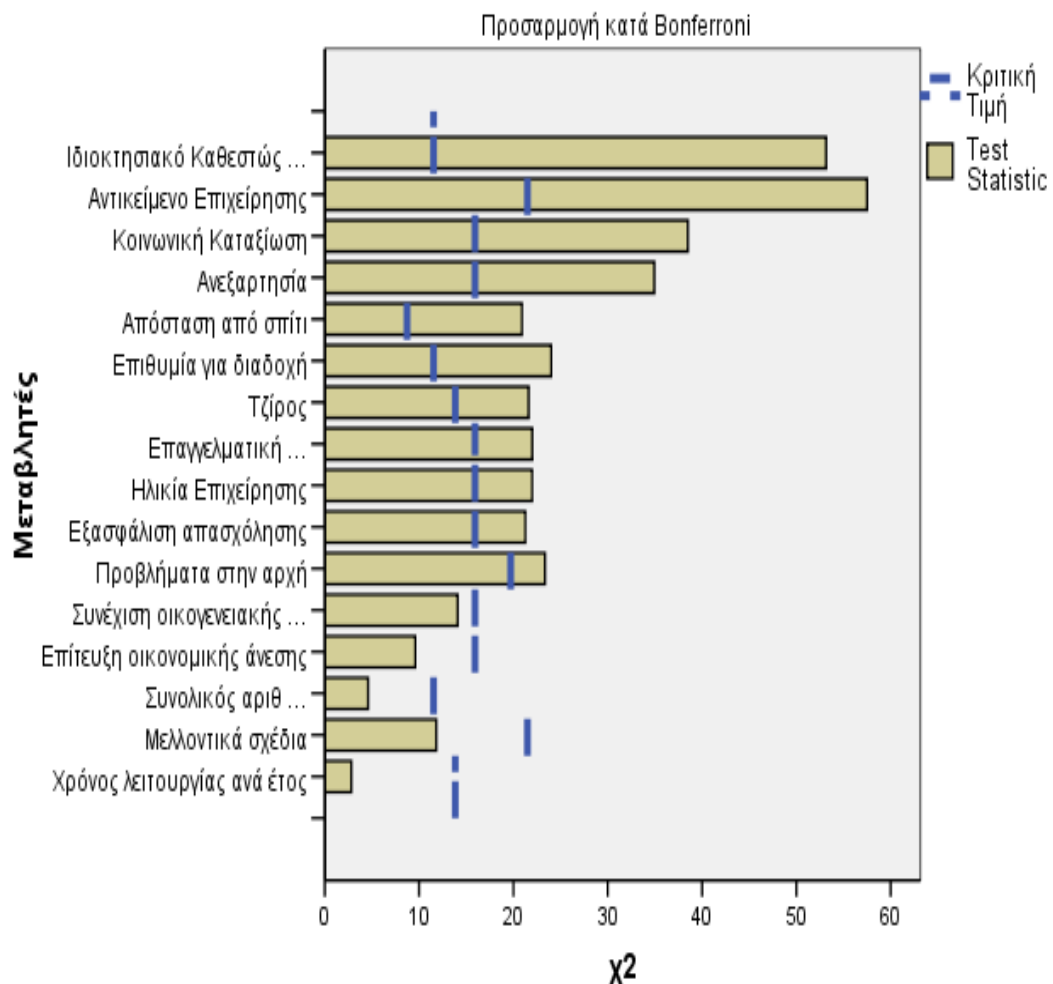


**Σχήμα 8.4:** Στατιστικός έλεγχος σημαντικότητας μεταβλητών στην 1η συστάδα



**Σχήμα 8.5:** Στατιστικός έλεγχος σημαντικότητας μεταβλητών στην 2η συστάδα

### Συστάδα 3η



**Σχήμα 8.6:** Στατιστικός έλεγχος σημαντικότητας μεταβλητών στην 3η συστάδα

Η συμπεριφορά κάθε μιας από τις παραπάνω συστάδες στις σημαντικές μεταβλητές, δηλαδή η σκιαγράφηση του προφίλ κάθε μιας από τις τρεις συστάδες γυναικών επιχειρηματιών, προέκυψε από τους συσχετισμένους πίνακες κατανομής των γυναικών επιχειρηματιών ανά συστάδα και μεταβλητή. Ερμηνεύοντας τα αποτελέσματα αυτών των κατανομών καταλήγουμε στις ακόλουθες διαπιστώσεις.

## 2.2 Ο τύπος «για αυτοαπασχόληση»

Η συστάδα αυτή αφορά σε γυναίκες οι οποίες δημιουργούν την επιχείρησή τους προκειμένου να βρουν μία απασχόληση, καθώς οι μισές από αυτές θεωρούν την εξασφάλιση της απασχόλησης πολύ σημαντικό έως πάρα πολύ σημαντικό κίνητρο για την ανάπτυξη επιχειρηματικής δράσης, ενώ περισσότερες από τις μισές συμφωνούν ότι η οικονομική άνεση αποτέλεσε πολύ έως πάρα πολύ σημαντικό κίνητρο για τη δημιουργία της επιχείρησής τους. Η ανεξαρτησία και η κοινωνική καταξίωση (αν και σημαντικές μεταβλητές στη διαμόρφωση της συστάδας) δεν φαίνεται να αποτελούν κινητήρια δύναμη για τις γυναίκες αυτού του τύπου, καθώς έχουν αρνητική συσχέτιση, ενώ σχεδόν δύο στις τρεις γυναίκες δήλωσαν ότι αυτά τα κίνητρα δεν είναι καθόλου σημαντικά.

Η επαγγελματική αποκατάσταση των παιδιών δεν αποτελεί κίνητρο για την πλειοψηφία των γυναικών αυτής της συστάδας, γεγονός που ενισχύεται και από τη χαμηλή επιθυμία για διαδοχή στην επιχείρηση, καθώς η συντριπτική πλειοψηφία (πάνω από 80%) απάντησε αρνητικά και στις δυο περιπτώσεις.

Τα χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων των επιχειρηματιών αυτών φανερώνουν επιχειρήσεις που λειτουργούν ήδη για αρκετό διάστημα στην ύπαιθρο (μεταξύ 6-15 ετών σε ποσοστό σχεδόν 40% ή ακόμη και μεγαλύτερες σε ποσοστό 30%), χωρίς ιδιαίτερα προβλήματα στην αρχή της λειτουργίας τους για την πλειοψηφία. Ο τύπος αυτός περιγράφει το μικρότερο ποσοστό 23,1% του συνόλου των επιχειρηματιών της έρευνας.

## 2.3 Ο τύπος «για τα παιδιά»

Στη συστάδα αυτή εντοπίζουμε γυναίκες οι οποίες επέλεξαν να ασχοληθούν επιχειρηματικά με διάφορα αντικείμενα (ενοικιαζόμενα δωμάτια, ζαχαροπλαστεία, φούρνους, καφετερίες, ταβέρνες κα) κυρίως για να εξασφαλίσουν μελλοντική απασχόληση στα παιδιά της οικογένειας, καθώς το μοναδικό κίνητρο το οποίο βρέθηκε σημαντικό στο σχηματισμό αυτής της συστάδας ήταν η επαγγελματική αποκατάσταση των παιδιών. Πράγματι, για ποσοστό 40% των γυναικών αυτού του τύπου η αποκατάσταση των παιδιών ήταν πολύ έως πάρα πολύ σημαντικό κίνητρο. Το γεγονός αυτό ενισχύεται και από την τοποθέτηση των γυναικών αυτών (σχεδόν το 60%) υπέρ της διαδοχής στην επιχείρηση (η οποία ήταν και η ισχυρότερη μεταβλητή που επηρέασε τη διαμόρφωση της συστάδας). Οι επιχειρήσεις που λειτουργούν οι γυναίκες αυτού του τύπου λειτουργούν σε ιδιόκτητους χώρους (σχεδόν 80%)



επιτυγχάνοντας ικανοποιητικό τζίρο (σχεδόν 30% αυτών μεταξύ 10.000-30.000€). Αυτός ο τύπος επιχειρηματιών είναι και ο πιο διαδεδομένος καθώς συγκέντρωσε ποσοστό 52,2% του συνόλου των επιχειρηματιών της έρευνας.

#### **2.4 Ο τύπος « καριέρας»**

Στην Τρίτη συστάδα βρίσκουμε γυναίκες οι οποίες ως βασικό κίνητρο για τη δημιουργία της επιχείρησης είχαν την κοινωνική καταξίωση και την ανεξαρτησία τους. Ποσοστό σχεδόν 60% των γυναικών αυτού του τύπου θεωρούν την κοινωνική καταξίωση που τους εξασφαλίζει η επιχείρηση ως το κρισιμότερο κίνητρο για την ανάπτυξη επιχειρηματικής δράσης, ενώ για την συντριπτική πλειοψηφία (ποσοστό 85% περίπου) η ανεξαρτησία αποτέλεσε πολύ έως πάρα πολύ σημαντικό κίνητρο. Για παραπάνω από τις μισές (σχεδόν 70%) η απασχόληση αποτέλεσε πάρα πολύ σημαντικό κίνητρο επίσης. Αντίθετα η εξασφάλιση απασχόλησης για τα παιδιά – ως κίνητρο επιχειρηματικότητας- δεν είναι σημαντικό, καθώς πάνω από 80% των γυναικών απάντησαν ότι δεν καθόρισε την επιχειρηματική τους δραστηριότητα. Οι επιχειρήσεις αυτού του τύπου είναι -σχεδόν οι μισές- «κομμωτήρια-ψιλικά-ανθοπωλεία κα» και λειτουργούν σε ενοικιαζόμενους χώρους (μεταβλητές οι οποίες είναι οι βασικότερες στο σχηματισμό της συστάδας). Είναι νεοσύστατες επιχειρήσεις (έχουν συσταθεί μέσα στην τελευταία πενταετία) που αντιμετώπισαν αρκετά οικονομικά προβλήματα στην αρχή και επιτυγχάνουν σήμερα ικανοποιητικό τζίρο (οι μισές σχεδόν μεταξύ 10.000-30.000€). Ο τύπος αυτός περιγράφει ποσοστό 24,7% του συνόλου των επιχειρηματιών της έρευνας.

### 3. Τυπολογία Γυναικείων Επιχειρήσεων στην Ύπαιθρο με Βάση Χαρακτηριστικά της Επιχείρησης

#### 3.1 Γενικά

Η τρίτη τυπολογία έγινε με στόχο να ομαδοποιήσει τις γυναίκες επιχειρηματίες με βάση τα χαρακτηριστικά των επιχειρήσεών τους, που καθορίζονται από 12 μεταβλητές (Πίνακας 8.5).

**Πίνακας 8.5:** Κατηγορικές μεταβλητές που συμμετείχαν στην τυπολογία των επιχειρήσεων

α/α.	ΜΕΤΑΒΛΗΤΗ
1	Αντικείμενο Της Επιχείρησης
2	Πελατεία
3	Λειτουργία Της Επιχείρησης Κατά Τη Διάρκεια Του Έτους
4	Περιοχή Εγκατάστασης Της Επιχείρησης
5	Αιτία Εγκατάστασης Της Επιχείρησης
6	Απασχολούμενο Προσωπικό
7	Ιδιοκτησιακό Καθεστώς
8	Συνολικός Αριθμός Απασχολουμένων
9	Λήψη Αποφάσεων
10	Συμβοηθούντα Μέλη
11	Δυσκολίες Στη Λειτουργία Της Επιχείρησης
12	Αιτία Εγκατάστασης Στην Περιοχή

Το πρόγραμμα της διβηματικής ανάλυσης σε συστάδες ταξινόμησε αυτόματα τις επιχειρήσεις σύμφωνα με τις δώδεκα μεταβλητές σε 3 (τρεις) συστάδες, ως άριστη λύση (Πίνακας 8.6). Ειδικότερα, από τις 338 επιχειρήσεις, οι 59 (ποσοστό 17,5%) εντάσσονται στην πρώτη συστάδα, οι 140 (ποσοστό 41,7%) στη δεύτερη και οι 138 (ποσοστό 40,8% των γυναικείων επιχειρήσεων του δείγματος) εντάσσονται στην τρίτη συστάδα.

Οι στατιστικοί έλεγχοι σημαντικότητας για το σχηματισμό κάθε μιας από τις παραπάνω συστάδες (Σχήματα 8.7 έως 8.9) μας οδηγούν στις ακόλουθες διαπιστώσεις: Για την πρώτη συστάδα, η τιμή του στατιστικού  $\chi^2$  εξέρχεται των ορίων της κριτικής τιμής για 7 μεταβλητές: «αντικείμενο της επιχείρησης», «πελατεία», «λειτουργία της επιχείρησης κατά τη διάρκεια του έτους», «περιοχή εγκατάστασης της επιχείρησης», «αιτία εγκατάστασης της επιχείρησης», «απασχολούμενο προσωπικό», «ιδιοκτησιακό καθεστώς». Οι παραπάνω μεταβλητές είναι σημαντικές για τη διαμόρφωση της πρώτης συστάδας. Δύο μεταβλητές, «συνολικός αριθμός

απασχολουμένων» και «λήψη αποφάσεων», επηρεάζουν εν μέρει τη συστάδα αυτή καθώς είναι πολύ κοντά στο όριο κριτικής τιμής. Όλες οι υπόλοιπες δεν ξεπερνούν τα όρια της κριτικής τιμής και ως εκ τούτου είναι μη σημαντικές για το σχηματισμό της συγκεκριμένης συστάδας.

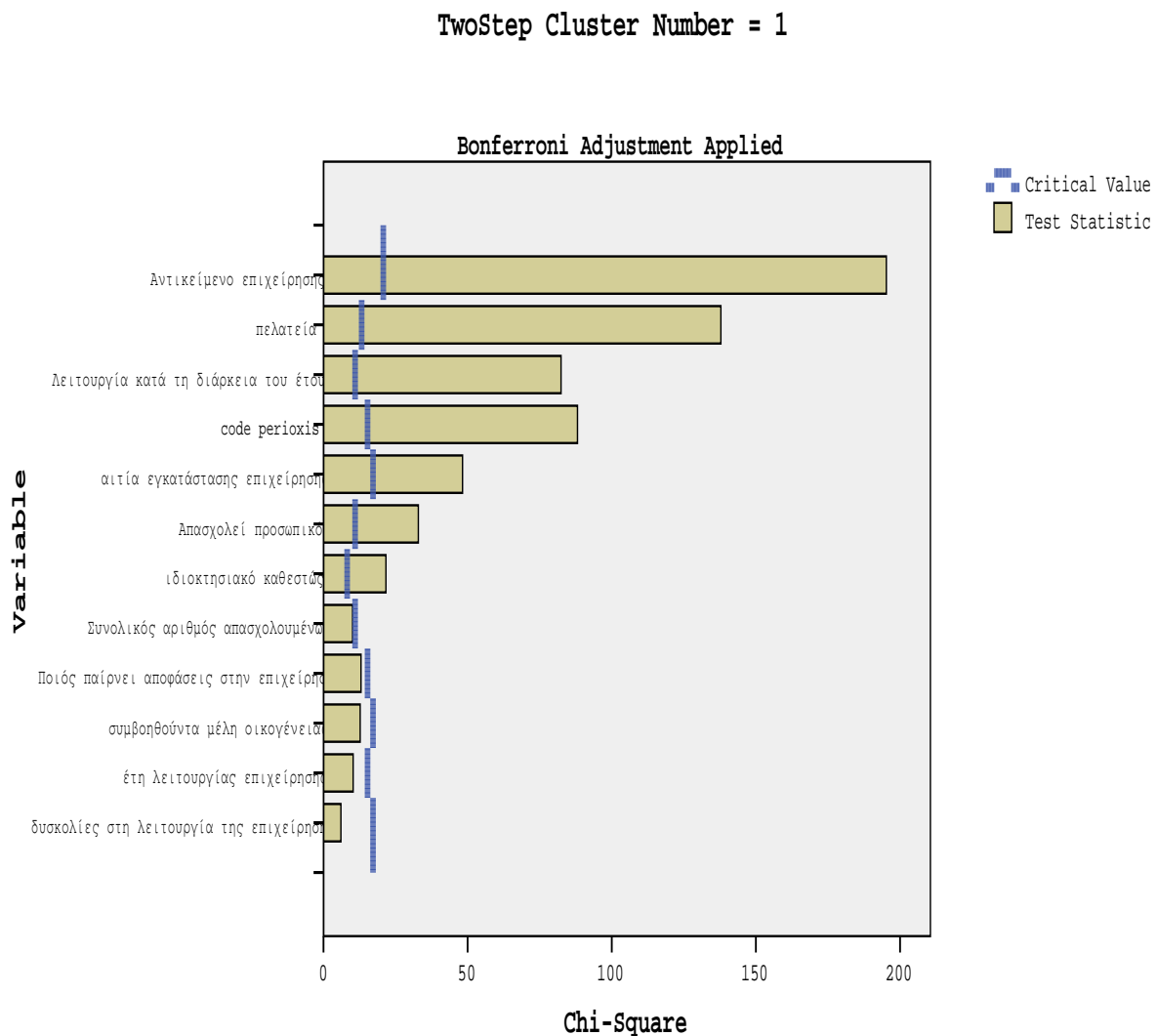
**Πίνακας 8.6:** Λύση προγράμματος SPSS -Διβηματικής Ανάλυσης σε Συστάδες

Αριθμός συστάδων	Κριτήριο Schwarz's Bayesian (BIC)	BIC Change(a)	Ratio of BIC Changes(b)	Ratio of Distance Measures(c)
1	10114,747			
2	9829,801	-284,947	1,000	1,252
3	9656,138	-173,663	,609	2,081
4	9711,862	55,724	-,196	1,004
5	9768,443	56,582	-,199	1,005
6	9826,158	57,714	-,203	1,029
7	9889,874	63,716	-,224	1,066
8	9966,280	76,407	-,268	1,162
9	10069,344	103,064	-,362	1,064
10	10182,329	112,985	-,397	1,008
11	10296,528	114,199	-,401	1,148
12	10430,488	133,960	-,470	1,025
13	10567,710	137,222	-,482	1,043
14	10710,362	142,652	-,501	1,089
15	10863,220	152,858	-,536	1,054

Αντίστοιχα στο σχηματισμό της δεύτερης συστάδας παρατηρούμε ότι συμμετέχουν συνολικά 9 από τις 12 μεταβλητές, οι οποίες εξέρχονται των ορίων της κριτικής τιμής και άρα είναι σημαντικές για τη δεύτερη συστάδα. Πρόκειται για τις μεταβλητές: «αντικείμενο της επιχείρησης», «πελατεία», «ηλικία της επιχείρησης», «περιοχή εγκατάστασης της επιχείρησης», «αιτία εγκατάστασης της επιχείρησης», «απασχολούμενο προσωπικό», «αδιοκτησιακό καθεστώς», «συνολικός αριθμός απασχολουμένων», «συμβοηθόντα μέλη». Η «λήψη αποφάσεων» είναι στα όρια της κριτικής τιμής.

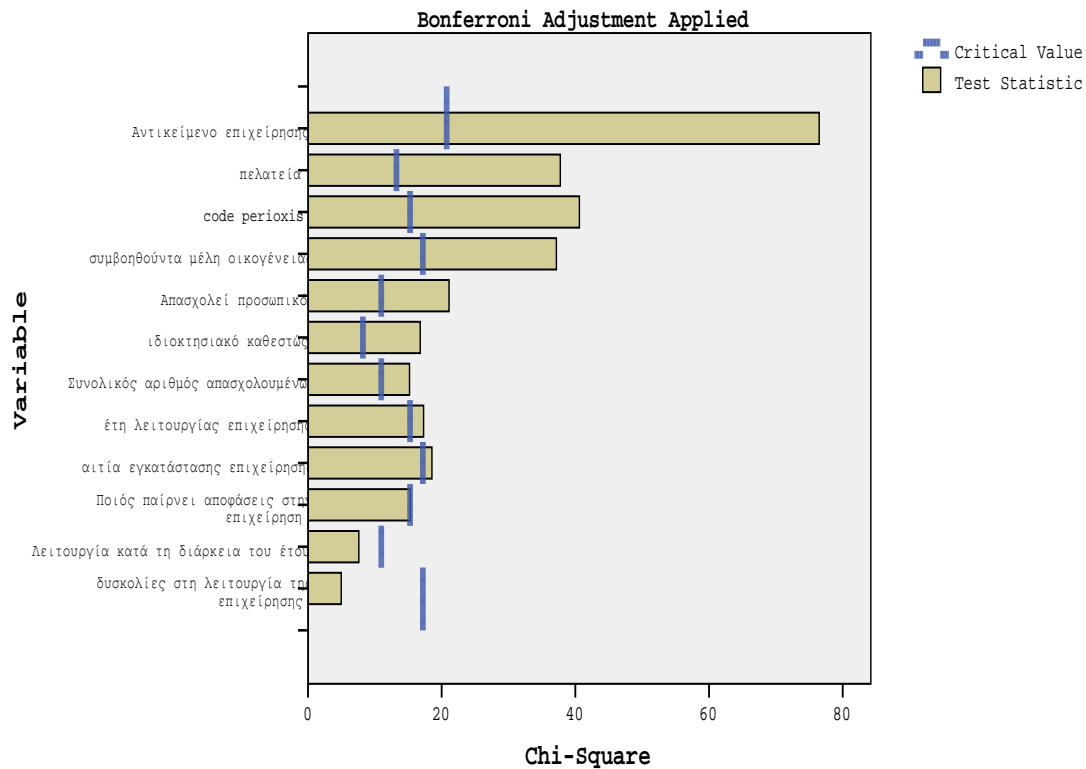
Όσον αφορά τέλος την τρίτη συστάδα, 7 μεταβλητές εξέρχονται των ορίων της κριτικής τιμής και προκύπτουν σημαντικές για τον σχηματισμό της. Οι μεταβλητές αυτές είναι: «αντικείμενο της επιχείρησης», «πελατεία», «περιοχή εγκατάστασης της επιχείρησης», «απασχολούμενο προσωπικό», «συνολικός αριθμός απασχολουμένων», «συμβοηθόντα μέλη» και «λειτουργία της επιχείρησης».

Από την εφαρμογή του ελέγχου του  $\chi^2$  του Pearson, διαπιστώθηκε ότι υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ της κάθε συστάδας και του τόπου διαμονής ( $\alpha=0,000$ ), της οικογενειακής κατάστασης ( $\alpha=0,001$ ), του επαγγέλματος πατρός της επιχειρηματία ( $\alpha=0,001$ ), του επαγγέλματος συζύγου ( $\alpha=0,000$ ) και του δευτερεύοντος επαγγέλματος της επιχειρηματία ( $\alpha=0,000$ ). Σύμφωνα με τον ίδιο έλεγχο διαπιστώθηκε πως είναι σχεδόν σημαντική η σχέση μεταξύ των τριών συστάδων και του τόπου καταγωγής της επιχειρηματία ( $\alpha=0,008$ ). Από τους ελέγχους των Mann-Whitney και Kruskal-Wallis διαπιστώθηκε πως υπάρχει στατιστική σημαντικότητα μεταξύ της κάθε συστάδας και του μορφωτικού επιπέδου των γυναικών ( $\alpha=0,000$ ), καθώς και της ηλικίας τους ( $\alpha = 0,000$ ). Αντίθετα, δε βρέθηκε να υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ της κάθε συστάδας και του μεγέθους του νοικοκυριού ( $\alpha=0,154$ ).

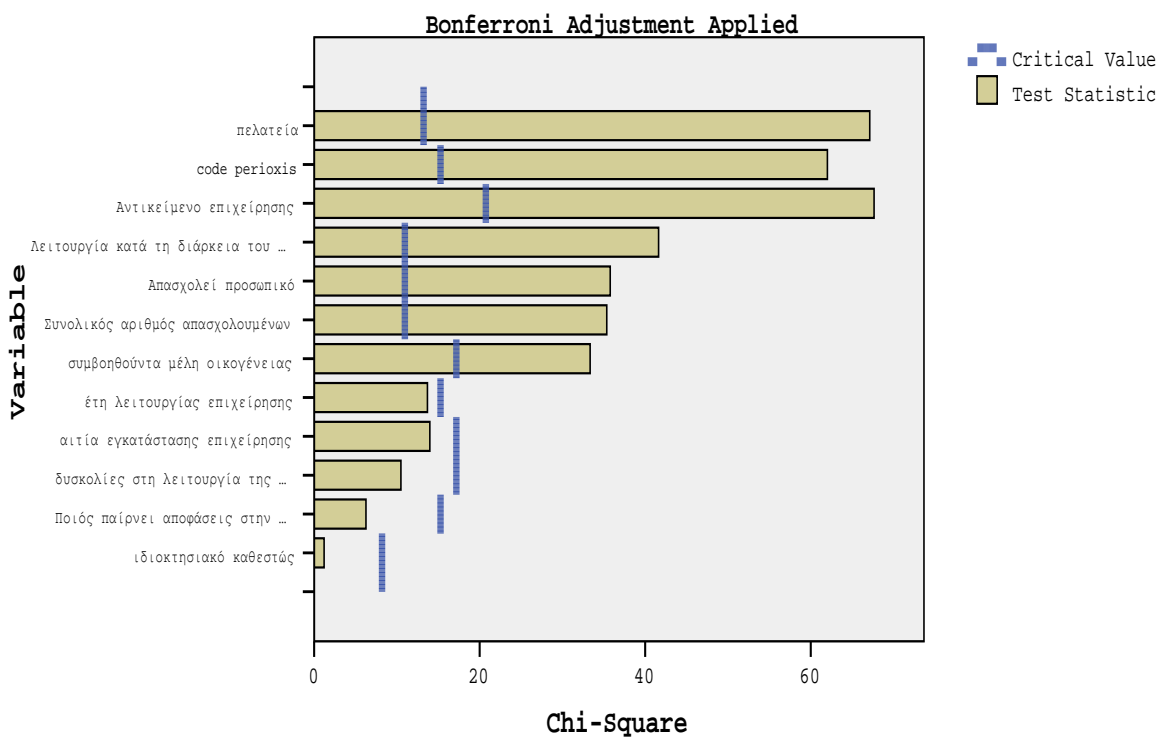


**Σχήμα 8.7.** Στατιστικός έλεγχος σημαντικότητας μεταβλητών στην πρώτη συστάδα

TwoStep Cluster Number = 2



**Σχήμα 8.8.** Στατιστικός έλεγχος σημαντικότητας μεταβλητών στη δεύτερη συστάδα  
TwoStep Cluster Number = 3



**Σχήμα 8.9.** Στατιστικός έλεγχος σημαντικότητας μεταβλητών στην τρίτη συστάδα

### 3.2 Οι «οικογενειακές» επιχειρήσεις

Η πρώτη συστάδα γυναικών επιχειρηματιών (με μικρότερη εμφάνιση σε σχέση με τους άλλους δύο) εντοπίζεται χωρικά στο νησί της Σαμοθράκης και αφορά κυρίως επιχειρήσεις ενοικιαζόμενων δωματίων, οι οποίες λειτουργούν τουλάχιστον μια δεκαετία και για περιορισμένο διάστημα κατά τη διάρκεια του έτους (1-4 μήνες). Οι τοπικές ιδιαιτερότητες του τόπου, αλλά και η ιδιοκτησία του επαγγελματικού χώρου αποτέλεσαν τις κύριες αιτίες ίδρυσης των επιχειρήσεων αυτών στην συγκεκριμένη περιοχή. Η οικογένεια της γυναίκας επιχειρηματία σε αυτή τη συστάδα συμμετέχει ενεργά στη λειτουργία της επιχείρησης, καθώς οι αποφάσεις λαμβάνονται σε συνεργασία με το σύζυγο, ενώ τόσο ο σύζυγος όσο και τα παιδιά της οικογένειας συμμετέχουν στην καθημερινή λειτουργία της επιχείρησης. Εποχιακά οι επιχειρήσεις αυτού του τύπου απασχολούν 1-2 άτομα, ενώ η πελατεία είναι κυρίως Έλληνες τουρίστες. Οι γυναίκες επιχειρηματίες αυτού του τύπου επιχειρήσεων είναι οι μεγάλες σε ηλικία, στην πλειοψηφία τους διαμένουν σε άλλο χωριό όλο το χρόνο, κατάγονται από κάποιο άλλο χωριό της περιοχής και πατέρας τους είναι τεχνίτης ή εργάτης.

### 3.3 Οι «δυναμικές» επιχειρήσεις

Στη δεύτερη συστάδα επιχειρηματιών (η οποία εμφανίζεται να είναι η κυρίαρχη με μικρή όμως διαφορά από την τρίτη) συναντάμε επιχειρηματίες με επιχειρήσεις εξυπηρέτησης της καθημερινής ζωής των κατοίκων του τόπου-κομμωτήρια ψιλικά κ.α., που λειτουργούν από 5 μήνες έως και όλο το χρόνο, σε ενοικιαζόμενους χώρους και απασχολούν μόνιμο και εποχιακό προσωπικό (1 με 2 άτομα). Οι επιχειρήσεις αυτού του τύπου εντοπίζονται στην περιοχή της Χαλκιδικής και η επιλογή του συγκεκριμένου τόπου από τις γυναίκες έγινε κυρίως λόγω του γεγονότος ότι μένουν στην περιοχή και για σχεδόν τις μισές αποτελεί και τόπο καταγωγής τους. Είναι νεότερες επιχειρήσεις- σε σχέση με τον προηγούμενο τύπο- και εξυπηρετούν τόσο τους ντόπιους κατοίκους, όσο και τους τουρίστες. Οι αποφάσεις για την επιχείρηση λαμβάνονται αποκλειστικά από την ίδια τη γυναίκα, ενώ δεν εντοπίζονται συμβοηθούντα μέλη από την οικογένεια. Οι γυναίκες αυτού του τύπου, είναι νεότερες και πιο μορφωμένες σε σχέση με τους άλλους δύο τύπους, στην πλειοψηφία τους διαμένουν στον τόπο που είναι εγκατεστημένη η επιχείρηση μόνο σε περιόδους αιχμής των εργασιών, κατάγονται από άλλες περιοχές και ο πατέρας τους είναι ιδιωτικός υπάλληλος.

### **3.4 Οι «παραδοσιακές» επιχειρήσεις**

Η Τρίτη συστάδα γυναικών επιχειρηματιών εντοπίζεται γεωγραφικά στις περιοχές των Σερρών, του Βόρα και του Πάικου και οι επιχειρήσεις τους έχουν ως αντικείμενο την παροχή υπηρεσιών. Είναι παλαιότερες επιχειρήσεις, που λειτουργούν καθ' όλη τη διάρκεια του έτους εξυπηρετώντας τον ντόπιο πληθυσμό. Δεν απασχολούν προσωπικό και λειτουργούν σε ιδιόκτητους χώρους. Οι επιχειρήσεις αυτού του τύπου στηρίζονται ενεργά από τον σύζυγο, τόσο στη λήψη των αποφάσεων όσο και στην καθημερινή τους λειτουργία, όπου ο σύζυγος είναι το κύριο συμβοηθούν μέλος. Ο λόγος επιλογής του συγκεκριμένου τύπου για την ίδρυση της επιχείρησης ήταν κυρίως το γεγονός ότι η γυναίκα διαμένει στην περιοχή. Οι γυναίκες επιχειρηματίες αυτού του τύπου επιχειρήσεων στην πλειοψηφία τους διαμένουν στο χωριό που είναι η επιχείρηση όλο το χρόνο, ο τόπος καταγωγής τους συμπίπτει με τον τόπο εγκατάστασης της επιχείρησης, είναι παντρεμένες και το επάγγελμα τόσο του πατέρα όσο και του συζύγου είναι αυτό του γεωργού.

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΝΑΤΟ:**  
**ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

---



Η έρευνα για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην ελληνική ύπαιθρο έδειξε ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες δεν αποτελούν μια διαφορετική κατηγορία ανθρώπων με διακριτά χαρακτηριστικά και ότι όλες οι γυναίκες της υπαίθρου θα μπορούσαν να αναλάβουν επιχειρηματική δραστηριότητα. Έδειξε επίσης ότι ο αποκλεισμός των γυναικών από εξαρτημένες θέσεις εργασίας τις έστρεψε στην αυτοαπασχόληση και στη συμμετοχή στις επιχειρηματικές δραστηριότητες.

Η έκφραση της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελληνική ύπαιθρο είναι υπόθεση των τελευταίων ετών και έχει να κάνει με παραμέτρους που συνδέονται με το οικονομικό, το κοινωνικό και το αναπτυξιακό περιβάλλον στο οποίο ζει η γυναίκα αλλά και με ψυχοκοινωνικούς παράγοντες που αφορούν στην ίδια τη γυναίκα. Οι παράμετροι και οι παράγοντες αυτοί έχουν ιδιαιτερότητες στην ελληνική ύπαιθρο, τόσο στο σύνολό της όσο και από τόπο σε τόπο, οι οποίες και καθορίζουν τόσο την εκδήλωση επιχειρηματικότητας από την πλευρά του γυναικείου πληθυσμού, όσο και τα χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας.

Στην ύπαιθρο, δεν είναι τόσο η ανάπτυξη των τομέων της οικονομίας σε μία περιοχή που προκαλεί τη γυναικεία επιχειρηματικότητα, όσο το επίπεδο της ανάπτυξης. Εάν το επίπεδο της ανάπτυξης ευνοεί τη δημιουργία μικρών ατομικών επιχειρήσεων, τότε οι γυναίκες δραστηριοποιούνται. Εάν όμως δεν ευνοεί τέτοιου είδους επιχειρήσεις, αλλά μεγαλύτερου μεγέθους, τότε οι γυναίκες δε συμμετέχουν στην επιχειρηματικότητα και την πρωτοκαθεδρία έχουν οι άνδρες. Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση ανάπτυξης της γυναικείας επιχειρηματικότητας στις τουριστικά αναπτυγμένες περιοχές. 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 όπου ο τουρισμός χαρακτηρίζεται από την ήπια ανάπτυξή του, η οποία στηρίζεται σε μικρές και οικογενειακού τύπου επιχειρήσεις, όπως οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού (Βόρας) ή ο τουρισμός παράκτιων περιοχών με περιορισμένη τουριστική ανάπτυξη (Σαμοθράκη). Το γεγονός ότι σε περιοχές με αναπτυγμένο τον τουρισμό μικρής κλίμακας οι γυναίκες δραστηριοποιούνται περισσότερο, δείχνει ότι οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού ταιριάζουν καλύτερα στα πρότυπα, τις συμπεριφορές και προσδοκίες των γυναικών της υπαίθρου. Εξάλλου, η ανάπτυξη γυναικείας επιχειρηματικότητας σε μια περιοχή εκδηλώνεται ανάλογα με τις τοπικές αναπτυξιακές δυναμικές και ανάγκες που επικρατούν, χωρίς όμως ο τομέας ανάπτυξης να καθορίζει τις δραστηριότητες των επιχειρήσεων, με εξαίρεση τον

τουρισμό μικρής κλίμακας. Με άλλα λόγια εκεί που είναι αναπτυγμένος ο πρωτογενής τομέας ή ο παραθαλάσσιος μαζικός τουρισμός δε δημιουργούνται γυναικείες επιχειρήσεις που συνδέονται με αυτόν, όπως είναι οι μεταποιητικές επιχειρήσεις γεωργικών προϊόντων ή τα ενοικιαζόμενα δωμάτια.

Οι γυναικείες επιχειρήσεις αποτελούν το αποτέλεσμα κατά κανόνα ατομικών αλλά και οικογενειακών πρωτοβουλιών και αναζητήσεων και εντάσσονται στα πλαίσια της οικογενειακής στρατηγικής για αξιοποίηση του διαθέσιμου εργατικού δυναμικού με σκοπό τη συμπλήρωση του οικογενειακού εισοδήματος. Η περιορισμένη δυνατότητα για εύρεση σταθερής εξαρτημένης εργασίας στην ύπαιθρο και η ανάγκη για ενίσχυση του οικογενειακού εισοδήματος, οδήγησαν τη γυναίκα στη δημιουργία μιας επιχείρησης, προσαρμοσμένης στη διαθεσιμότητα της γυναίκας και των οικονομικών δυνατοτήτων της ίδιας και της οικογένειάς της, στις ανάγκες της και στις απαιτήσεις της. 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 αυτοαπασχόληση και όχι με επιχειρηματικό πνεύμα.

Οι παράγοντες αυτοί έχουν άμεση επίπτωση στο χαρακτήρα της επιχείρησης: Οι γυναικείες επιχειρήσεις στην ελληνική ύπαιθρο είναι πολύ μικρές –«νάνο»- ατομικές επιχειρήσεις, με κανένα και σπανίως με μικρό αριθμό απασχολούμενων, που στηρίζονται στην απασχόληση συμβοηθούτων και μη αμοιβόμενων μελών της οικογένειας, που λειτουργούν όλο το χρόνο και έχουν μικρό κύκλο εργασιών, μικρή προσαρμοστικότητα στις νέες συνθήκες και απαιτήσεις της αγοράς, και εξασφαλίζουν χαμηλά εισοδήματα στην επιχειρηματία, τα οποία όμως την ικανοποιούν.

Η τυπική γυναίκα επιχειρηματίας είναι μέσης ηλικίας, παντρεμένη, μέσου μορφωτικού επιπέδου, χωρίς επιμόρφωση σχετική με το αντικείμενο της επιχείρησής της, ούτε εμπειρία ζωής σε αστικό κέντρο, η οποία δε μεγάλωσε σε οικογένεια με επιχειρηματική δραστηριότητα και η οποία δημιούργησε την επιχειρηματική ευκαιρία για αυτοαπασχόληση, για να ικανοποιήσει οικογενειακές και προσωπικές της ανάγκες, χωρίς επιχειρηματικό ρίσκο. Δημιούργησε την επιχείρησή της στηριζόμενη σε προσωπικές και οικογενειακές οικονομίες, χωρίς να προσφύγει σε δανειοληπτικούς οργανισμούς, αξιοποιώντας σε περιορισμένο βαθμό τα προγράμματα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας, λόγω μη ευνοικών όρων χρηματοδότησης και διοικητικού χαρακτήρα δυσκολιών.

Η γυναίκα επιχειρηματίας της ελληνικής υπαίθρου συνέλαβε την ιδέα της επιχείρησής μόνη της ή σε συνεργασία με το σύζυγο, αλλά δεν επηρεάστηκε από το άμεσο οικογενειακό παρελθόν, καθώς δε διαπιστώθηκε επιχειρηματικότητα ούτε στους γονείς της γυναίκας αλλά ούτε και στο σύζυγό της. Αντιμετωπίζει την επιχείρησή της όχι ως περιστασιακή απασχόληση, αλλά ως οικογενειακή υπόθεση με μέλλον και αναφορές στα παιδιά, που μπορεί να επηρεάσει τη γενικότερη οργάνωση και διαχείριση της. Δε είχε συμβουλευτική υποστήριξη από κάποιο φορέα στο στήσιμο της επιχείρησής τους, γιατί σπάνια υπάρχουν τέτοιοι θεσμοί στην ελληνική ύπαιθρο, παρά μόνο την ηθική στήριξη του άμεσου οικογενειακού περιβάλλοντος.

Κατά κανόνα, οι γυναίκες επιχειρηματίες της υπαίθρου έχουν την τάση να επιλέγουν τη δραστηριοποίηση στον τριτογενή τομέα (λιανικό εμπόριο και υπηρεσίες κυρίως) ,σε αντικείμενα που απαιτούν ικανότητες διαπροσωπικής επικοινωνίας και συνεργασίας, στα οποία οι γυναίκες φαίνεται να αποδίδουν καλύτερα, εξυπηρετώντας τις καθημερινές ανάγκες του τοπικού κυρίως πληθυσμού αλλά και των επισκεπτών της περιοχής. Δραστηριοποιούνται κυρίως οι γυναίκες που έχουν προηγούμενη επαγγελματική εμπειρία ως μισθωτές, εμπειρία η οποία τις προσδίδει αυτοπεποίθηση να τολμήσουν την ανάληψη ευθυνών μιας ατομικής επιχείρησης.

Οι γυναικείες επιχειρήσεις παίζουν σημαντικό ρόλο στη ζωή του τόπου τους, αφ' ενός ενθαρρύνοντας την οικονομία του, αφ' ετέρου συμβάλλοντας στην εξυπηρέτηση της καθημερινότητας των συμπολιτών τους. Την πεποίθηση αυτή έχουν οι γυναίκες επιχειρηματίες της ελληνικής, ιδιαίτερα αυτές των περιοχών στις οποίες επικρατεί ο πρωτογενής τομέας. Παίζουν εξ ίσου σημαντικό ρόλο και για τις ίδιες τις γυναίκες καθώς πιστεύουν ότι η ενασχόληση τους με την επιχείρηση απέτέλεσε παράγοντα κοινωνικής καταξίωσης και αναβάθμισης της θέσης τους τόσο στην οικογένεια όσο και στην τοπική κοινωνία, καθώς επίσης και παράγοντα ψυχικής ισορροπίας.

Τα χαρακτηριστικά της γυναικείας επιχείρησης, καθώς και τα χαρακτηριστικά της γυναίκας επιχειρηματία, δε φαίνεται να διαφοροποιούνται από τον παράγοντα «γεωμορφολογία της περιοχής», εφ' όσον περιοχές με διαφορετική γεωμορφολογία (πεδινές, ημιορεινές, ορεινές, Σέρρες-Πάικο-Βόρρας αντίστοιχα) ανήκουν στον ίδιο τύπο επιχειρήσεων. Διαφοροποιούνται όμως ανάλογα με το επίπεδο ανάπτυξής της, τις ανάγκες της τοπικής κοινωνίας και τη γεωγραφική απομόνωση της κάθε περιοχής. Οι παράγοντες αυτοί δρουν συνδυαστικά ή μεμονωμένα και διαμορφώνουν διακριτές

επιχειρήσεις στην ελληνική ύπαιθρο οι οποίες μπορεί να μην είναι πάντα ανταγωνιστικές αλλά επιτελούν ένα σημαντικό ρόλο τόσο για την ίδια την οικογένεια όσο και για την τοπική κοινωνία, δεδομένου ότι η δραστηριότητά τους αφορά στη στήριξη της καθημερινής ζωής του τόπου, απαραίτητη προϋπόθεση για τη συγκράτηση του πληθυσμού στον «τόπο του» και την τοπική ανάπτυξη.

Οι ποιο δυναμικές επιχειρηματίες, σε σχέση με τα χαρακτηριστικά τους, οι οποίες έγιναν επιχειρηματίες από επιλογή εμφανίζονται στις τουριστικά αναπτυγμένες περιοχές ενώ στις περιοχές όπου επικρατεί ο πρωτογενής τομέας εμφανίζεται το φαινόμενο της «εικονικής» γυναικείας επιχείρησης και οι γυναίκες έγιναν επιχειρηματίες από ανάγκη.

Στις τουριστικά αναπτυγμένες περιοχές ( Χαλκιδική ) ο προσανατολισμός της τοπικής οικονομίας προς τον τουρισμό με υψηλό το επίπεδο ανάπτυξής του (μαζικός – παραθαλάσσιος) φαίνεται να μην έχει καθορίσει τη δημιουργία γυναικείων επιχειρήσεων. Οι επιχειρήσεις που δημιουργούνται, σε αντίθεση με το αναμενόμενο, δραστηριοποιούνται σε υπηρεσίες εξυπηρέτησης της καθημερινής ζωής των ντόπιων και των τουριστών και όχι στην προσφορά υπηρεσιών διαμονής – ενοικιαζόμενα δωμάτια- και εστίασης, αντικείμενα με τα οποία, προφανώς, ασχολούνται οι άνδρες επιχειρηματίες. Πρόκειται για νέες επιχειρήσεις, που λειτουργούν κυρίως εποχιακά και δημιουργούν εποχιακές (εώς πέντε μήνες) θέσεις εργασίας. Οι επιχειρηματίες έχουν κάποια σχέση με τον τόπο, καθώς κατάγονται από αυτόν, αλλά διαμένουν μόνιμα σε μεγάλα αστικά κέντρα- Θεσσαλονίκη, είναι νέες, μορφωμένες, ανύπαντρες και αναλαμβάνουν επιχειρηματικό ρίσκο. Εμφανίζονται δηλαδή «κοσμοπολίτισσες» και «αστικοποιημένες».

Σε περιοχές όπου ο προσανατολισμός της οικονομίας είναι ο τουρισμός, παραθαλάσσιος μεν, ήπιας ανάπτυξης δε- Σαμοθράκη- ο καθοριστικός παράγοντας που διαμορφώνει τον τύπο των επιχειρήσεων είναι το επίπεδο ανάπτυξης του τουρισμού και η «γεωγραφική απομόνωση» της περιοχής. Οι επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται στον κλάδο των ενοικιαζόμενων δωματίων και λειτουργούν εποχιακά (έναν έως τέσσερις μήνες το χρόνο). Δεν είναι νέες επιχειρήσεις και απασχολούν τόσο οικογενειακό όσο και εποχιακό προσωπικό. Οι επιχειρηματίες είναι σχετικά ηλικιωμένες, όχι ιδιαίτερα μορφωμένες και δεν ανήκουν σε αγροτικές οικογένειες.

Στις περιοχές στις οποίες κυριαρχεί ο πρωτογενής τομέας (Σέρρες-Βόρρα-Πάικο), οι οποίες χαρακτηρίζονται και από σχετική γεωγραφική απομόνωση, οι γυναικείες επιχειρήσεις δεν επικεντρώνουν τις δραστηριότητές τους σε επιχειρήσεις που συνδέονται με την κυρίαρχη αναπτυξιακή κατεύθυνση όπως για παράδειγμα η μεταποίηση των γεωργικών προϊόντων. Στις περιοχές αυτές οι επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται σε υπηρεσίες εξυπηρέτησης της καθημερινής ζωής της τοπικής κοινωνίας. Οι επιχειρήσεις αυτές λειτουργούν όλο το χρόνο, δεν απασχολούν εργατικό δυναμικό, πέραν της ίδιας της γυναίκας και στηρίζονται στην οικογενειακή εργασία. Οι επιχειρηματίες είναι ηλικιωμένες, λιγότερο μορφωμένες και οι περισσότερες κατάγονται ή/και ανήκουν σε αγροτικές οικογένειες.

Οι γυναικείες επιχειρήσεις στην ελληνική ύπαιθρο μπορεί να μην είναι πάντα βιώσιμες και ανταγωνιστικές με οικονομικούς όρους. Είναι όμως επιχειρήσεις οι οποίες επιτελούν ένα σημαντικό ρόλο για την ίδια τη γυναίκα, για την οικογένεια της και για την τοπική κοινωνία, δεδομένου ότι η δραστηριότητά τους αφορά στη στήριξη της καθημερινής ζωής του τόπου, απαραίτητη προϋπόθεση για τη συγκράτηση του πληθυσμού στον «τόπο του» και την τοπική ανάπτυξη.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

---

## ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Αλεξοπούλου Ζ. (1998)**, «Επιχειρηματικές Πρωτοβουλίες Γυναικών στην αγορά εργασίας 2000», Πρακτικά Ημερίδας 12/1/1998, ΚΕΝΤΡΟ ΕΡΓΑΝΗ.
- Αναπτυξιακή Πέλλας (2001)**, Ενημερωτικό Φυλλάδιο
- Ανθοπούλου Θ. (2005)**, «Πολιτισμικές στάσεις και στερεοτυπικές αντιλήψεις για την επιχειρηματικότητα των γυναικών», στο: Στρατηγάκη Μ., (επιμ.) «Επιχειρηματικότητα γυναικών. Όψεις ιδιοκτησίας και διοίκησης», Gutenberg, Αθήνα, σσ. 145-164.
- Ανθοπούλου Θ. (2006)**, «Όψεις και δυναμικές επιχειρηματικότητας των γυναικών της υπαίθρου στην παραγωγή τροφίμου. Μια πρώτη προσέγγιση (Περιφέρειας Πελοποννήσου)», Εισήγηση στο 9<sup>ο</sup> Πανελλήνιο Συνέδριο Αγροτικής Οικονομίας. Η οικονομία και η κοινωνία μπροστά στις νέες προκλήσεις του παγκόσμιου αγροτροφικού συστήματος, Αθήνα 2-4 Νοεμβρίου.
- Ανθοπούλου Θ., Γούσιος Δ., (2007)**, *Γεωγραφία της Υπαίθρου*, στο Ανθρωπογεωγραφία: Άνθρωπος, κοινωνία και χώρος, Επιμ. Τερκενλή Θ., Ιωσηφίδης Θ., Χωριανόπουλος Ι., Εκδ. Κριτική, σελ. 234- 274.
- Αργυρή Π. (2006)**, «Γυναικεία επιχειρηματικότητα στη Σαμοθράκη», Πτυχιακή Διατριβή, Σχολή Γεωπονίας, Τομέας Αγροτικής Οικονομίας, Επιβλέπουσα: Ιακωβίδου Ο., Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Θεσσαλονίκη, Ελλάδα
- Βλάχου Χ. (2001)**, «Επιχειρηματικές δραστηριότητες γυναικών στις αγροτικές περιοχές του νομού Σερρών», Μεταπτυχιακή διατριβή στη σχολή Γεωπονίας, τμήμα Αγροτικής Οικονομίας, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Ιούνιος.
- Γενική Γραμματεία Ισότητας**, «Πλαίσιο Προτάσεων της ΓΓΙ ενόψει της κατάρτισης του Εθνικού Στρατηγικού Σχεδίου Ανάπτυξης 2007-2013»
- Γιάκκα Μ. (2006)**, «Σύγχρονη αγορά εργασίας και γυναικεία επιχειρηματικότητα», Εγχειρίδιο, Κέντρα Επιχειρηματικής και Τεχνολογικής Ανάπτυξης- ΚΕΤΑ .I.N
- Γιδαράκου Ι. (1997)**, «Απασχόληση, θέση και ρόλος των γυναικών στην οικονομία και στην ανάπτυξη των αγροτικών περιοχών της Ευρωπαϊκής Ένωσης». Εισήγηση στο Ευρωπαϊκό Σεμινάριο με θέμα «Ο αγροτουρισμός και η συμβολή του στη διατήρηση της πολιτιστικής κληρονομιάς των χωρών της Ευρώπης», Πλωμάρι Λέσβου 2-7 Ιουνίου.

- Γιδαράκου Ι. (1998)**, «Αγροτικοί συνεταιρισμοί: παράγοντες τοπικής ανάπτυξης του ελληνικού αγροτικού χώρου», Πρακτικά 4ου Πανελληνίου Συνεδρίου Αγροτικής Οικονομίας, Θεσσαλονίκη
- Γιδαράκου Ι. (2005)**, «Γυναικεία συνεταιριστική επιχειρηματικότητα στον αγροτικό χώρο», Εισήγηση στην 3<sup>η</sup> Δημερίδα Επιχειρηματικότητας, Καινοτομείν-Επιχειρίν, Αθήνα 15-16 Δεκεμβρίου.
- Δαουτόπουλος Γ. (1994)**, «Μεθοδολογία κοινωνικών ερευνών στον αγροτικό χώρο», Ζυγός, Β' Έκδοση, Θεσσαλονίκη
- Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας, (μη χρονολογημένο)**, «Δημιουργία Επιχειρήσεων Γυναικών», Υπουργείο Προεδρίας της Κυβέρνησης Γενική Γραμματεία Ισότητας, Διαχειριστική Αρχή του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Αγροτική Ανάπτυξη και Ανασυγκρότηση της Υπαίθρου ΕΠΑΑ-ΑΥ 2000-2006», Ετήσια Έκθεση 2005.
- ΕΒΕΑ (1994)**, «Γυναικεία Επιχειρηματικότητα»
- Εθνική Στατιστική Υπηρεσία, ΕΣΥΕ**, «Απογραφή Πληθυσμού 2001».
- Ειδική Υπηρεσία Συντονισμού και Παρακολούθησης Δράσεων Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου (ΕΥΣΕΚΤ) (2006)**, Πολιτικές του ΕΚΤ, Ισότητα των Φύλων [www.esfhellas.gr](http://www.esfhellas.gr)
- Έκθεση Πρώτου Απολογισμού (2005)**, Έρευνα πεδίου για την αξιολόγηση της γυναικείας και νεανικής επιχειρηματικότητας στο πλαίσιο του Ε.Π. Κοινοτικής Πρωτοβουλίας LEADER+, ΛΚΝ ΑΝΑΛΥΣΙΣ ΕΠΕ-ΕΥΡΩΤΕΚ ΑΕ-ΕΤΑΜ ΕΠΕ, Οκτώβριος.
- Έκθεση για την πορεία υλοποίησης του Ε.Π. (2005)**, «Απασχόληση και Επαγγελματική Κατάρτιση» στην 5<sup>η</sup> Επιτροπή Παρακολούθησης, Νοέμβριος
- Εμμανουηλίδου Μαρία (2004)**, Η εφαρμογή της Κοινοτικής Πρωτοβουλίας LEADER στην Ελλάδα. Η περίπτωση του Νομού Θεσσαλονίκης, Μεταπτυχιακή διατριβή, ΑΠΘ, Θεσσαλονίκη.
- Ενημερωτικό Δελτίο «Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα» (2005)**, Τεύχος 19, Μάιος- Σεπτέμβριος.
- Ενημερωτικό έντυπο «ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ synopsis» (1996)**, Εθνικό Ινστιτούτο Εργασίας, Ιούλιος.
- Ενημερωτικό έντυπο «ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ synopsis» (1996)**, Εθνικό Ινστιτούτο Εργασίας, Νοέμβριος.
- ΕΟΜΜΕΧ (2006)**, Μάρτιος.



- Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2000)**, Οι γυναίκες συμβάλλουν στην αγροτική ανάπτυξη. Μεριμνώντας για το μέλλον της αγροτικής Ευρώπης, σσ. 4-5 [www.europarl.eu.int](http://www.europarl.eu.int).
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2004)**, Γενική Διεύθυνση Επιχειρήσεων Προώθηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας, Έκθεση Best αριθ.2, European Commission Enterprise Directorate-General 'Crafts and small businesses, cooperatives and mutuals' unit B-1049 Brussels.
- Θανοπούλου Μ., Β. Κωτσοβέλου & Ρ. Παπαρούνη (1999)**, 'Η σχέση επαγγελματικής και οικογενειακής ζωής των γυναικών: διερεύνηση της ελληνικής βιβλιογραφίας'. Σύγχρονα Θέματα, 40:91-101.
- Θεοχαράκης Ν., (2005)**, «Η εξέλιξη της νεοκλασικής θεωρίας της προσφοράς εργασίας», Εισήγηση στο 7ο Συνέδριο Ελλήνων Ιστορικών της Οικονομικής Σκέψης, Εθνικό & Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Αθήνα, 27-28 Μαΐου, [http://conference.het.gr/HET/pdf/7thConference/Theocarakis\\_Labour\\_supply.pdf](http://conference.het.gr/HET/pdf/7thConference/Theocarakis_Labour_supply.pdf)
- Ιακωβίδου Ο., Κουτσού Σ., Συμεωνίδου Π. (2006)**, «Χαρακτηριστικά γυναικών επιχειρηματιών στην ελληνική ύπαιθρο». Εισήγηση στο 9<sup>ο</sup> Πανελλήνιο Συνέδριο Αγροτικής Οικονομίας. Η οικονομία και η κοινωνία μπροστά στις νέες προκλήσεις του παγκόσμιου αγροτροφικού συστήματος, Αθήνα 2-4 Νοεμβρίου.
- Καλανταρίδης Χ., (2004)**, «Χαρακτηριστικά της επιχειρηματικής δραστηριότητας στην ύπαιθρο», Η επιχειρηματικότητα στην ύπαιθρο: Η περίπτωση της Ελλάδας, Λαμπριανίδης, Α., Εκδόσεις Παρατηρητής, Θεσσαλονίκη.
- Κάντας Α. (1998)**, «Οργανωτική- Βιομηχανική Ψυχολογία». Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα. (τόμοι 1,2,3).
- Καραγιάννης Α. Δ. (1999)**, «Επιχειρηματικότητα και Οικονομία», μελέτες, Αθήνα.
- Καρασαββίδου Ε.. (2002)**, «Το προφίλ των γυναικών επιχειρηματιών και οι παράγοντες που επηρεάζουν τη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα: Πρωτογενής Έρευνα στο Νομό Θεσσαλονίκης», Πρόγραμμα AWAKE, Θεσσαλονίκη
- Κασιμάτη Κ., Μ. Θανοπούλου, Π. Τσάρτας (1995)**. Η Γυναικεία Απασχόληση στον Τουριστικό Τομέα: Διερεύνηση της Αγοράς Εργασίας και Επισήμανση

- Προοπτικών. Αθήνα: Κέντρο Κοινωνικής Μορφολογίας και Κοινωνικής Πολιτικής
- Κυπριακό Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο (ΚΕΒΕ) (2005)**, «Το ΚΕΒΕ συμμετέχει σε Ευρωπαϊκό πρόγραμμα για τη γυναικεία απασχόληση», Γραφείο Τύπου, 5 Ιανουαρίου, Λευκωσία, Κύπρος
- Μουσούρου Α. Μ. (1996)**, 'Οι ανάγκες της οικογένειας και η απασχόληση σήμερα'. Στο Οικογένεια και Εργασία: Νέες Τάσεις στην Απασχόληση. Αθήνα: Ίδρυμα Μελετών Λαμπράκη & Εκπαιδευτήρια Κωστεά-Γείτονα.
- Νίνα-Παζαρζή Ε., (1998)**, «Οι σχέσεις των φύλων και η αγορά εργασίας στην Ευρωπαϊκή Ένωση», Τιμητικός Τόμος, Πειραιάς
- Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Πέλλας (1998)**, Ενημερωτικό Φυλλάδιο
- Ομοσπονδία Σωματίων Τουριστικών Καταλυμάτων Χαλκιδικής (2006)**.
- Ονουφρίου Ε.. (αχρονολόγητο)**, «Η Γυναικεία Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα», <http://www.hua.gr/epixeirein/dihm4%20docs/onoufriu.pdf>.
- Ουσταμπασίδης Κ. και Κατσουλάκος Ι. (1999)**, Εφαρμοσμένη Βιομηχανική Οικονομική και Πολιτική, Εκδόσεις Ζυγός, Θεσσαλονίκη.
- Παρασκευόπουλος (1990)**, «Στατιστική εφαρμογή στις επιστήμες της συμπεριφοράς.», τόμοι Α, Β και Γ, Αθήνα.
- Παρταλίδου Μ. (2005)**, « Η προτυποποίηση ως παράγοντας διαχείρισης και προώθησης του αγροτικού τουρισμού», Διδακτορική Διατριβή, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης
- Πετράκης, Π. (2001)**, «Διδασκαλία Επιχειρηματικότητας στα ΤΕΕ- Προγράμματα Συμπληρωματικής Εκπαίδευσης με τη χρήση καινοτόμων μεθόδων εξ' αποστάσεως εκπαίδευσης», Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- Πιπερόπουλος Π. Γ., (2007)** Επιχειρηματικότητα, Καινοτομία και Business Clusters. Εκδόσεις Πανεπιστημίου Μακεδονίας, Θεσσαλονίκη.
- Σαλαμούρης Δ. και Χάλκος Γ. (2001)**, «Προσδιοριστικοί παράγοντες επιτυχίας-αποτυχίας των γυναικείων μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων» Επιθεώρηση Εργασιακών Σχέσεων, σσ. 57-70.
- Σδράλη Δ. (2005)**, «Η επιχειρηματικότητα ως μορφή απασχόλησης για την πρόσβαση της γυναίκας στην αγορά εργασίας», Πρακτικά 3ης Διημερίδας Επιχειρηματικότητας, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο, 15-16 Δεκεμβρίου, Αθήνα.
- Σιάρδος Γ. (1997)**, «Μεθοδολογία κοινωνιολογικής έρευνας», Ζήτη, Θεσσαλονίκη.

- Σκορδίλη Σ. (2005)**, «Ιδιοκτησία και επιχειρηματικότητα στη μεταποίηση, τις υπηρεσίες και το εμπόριο», στο Στρατηγάκη Μ., (επιμ) Επιχειρηματικότητα γυναικών. Όψεις ιδιοκτησίας και διοίκησης, Αθήνα, Gutenberg/ΚΕΚΜΟΚΟΠ.
- Σπιλάνης Ι., Κίζος Α.& Ιωσηφίδης Θ. (2004)**, «Οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές διαστάσεις της ανάπτυξης στις Λιγότερο Ευνοημένες Περιοχές, στο Σπιλάνης κ.ά. (επιμ.), Στρατηγικές ανάπτυξης σε Λιγότερο Ευνοημένες Περιοχές, Gutenberg, Αθήνα, σσ. 13-37
- Στρατηγάκη Μ. (2005)**, «Επιχειρείν και ανατρέφειν:Σωρευτικοί ρόλοι γυναικών», (επιμ) Επιχειρηματικότητα γυναικών. Όψεις ιδιοκτησίας και διοίκησης, Αθήνα, Gutenberg/ΚΕΚΜΟΚΟΠ.
- Συμεωνίδου Χ. (2005)**, «Η κατανομή της απασχόλησης στην αγορά εργασίας και στο νοικοκυριό. Αποτελέσματα πανελλήνιας έρευνας του 1999», Πρακτικά Διεθνούς Συνεδρίου «Το φύλο αλλάζει! Έρευνα, θεωρία και πολιτική της έμφυλης πραγματικότητας στον 21<sup>ο</sup> αιώνα», Πάντειο Πανεπιστήμιο, 2-3 Ιουνίου, Αθήνα.
- Τεκτονίδου (1998)**, «Επιχειρηματικές Προτοβουλίες Γυναικών στην αγορά εργασίας 2000», Πρακτικά Ημερίδας 12/1/1998, ΚΕΝΤΡΟ ΕΡΓΑΝΗ.
- Υπουργείο Γεωργίας, Γραφείο LEADER (1996)**, Τελική Έκθεση Κοινοτικής Προτοβουλίας LEADER I Τεύχος 1, Αθήνα Δεκέμβριος.
- Υπουργείο Γεωργίας, Γραφείο LEADER (1996)**, Εγκύκλιος: Υλοποίηση της Κοινοτικής Προτοβουλίας LEADER II, Αθήνα 6/8/1996.
- Υπουργείο Γεωργίας, (2001)**, Ελληνικό Πρόγραμμα Κοινοτικής Προτοβουλίας LEADER II 1994-1999, Αθήνα.
- Υπουργείο Γεωργίας (2002)**, Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Κοινοτικής Προτοβουλίας LEADER+ (2000-2006), Τόμος Β', Ex-ante αξιολόγηση, Αθήνα, [www.minagric.gr](http://www.minagric.gr)
- Χασσιδ Γ. & Καραγιάννης Δ. (1999)**, «Η επιχειρηματικότητα στην ελληνική οικονομία», Interbooks, Αθήνα
- Χρήστου Ε. (1999)**, «Έρευνα τουριστικής αγοράς», Interbooks, Αθήνα.

## ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Ab. Aziz Y., Perumal S., Faizuniah P. (2005)**, Principles of Entrepreneurship. Petaling Jaya: Prentice Hall
- Adaman F.& Devine P. ( 2002)**, “A Reconsideration of the Theory of Entrepreneurship: a participatory approach”, in Review of Political Economy, Volume 14, Number 3/July 01, Publisher Routledge.
- Aquinas T. (1996)**, Summa Theologia (Latin and English) Eyre and Spottiswoode, London.
- Aryee S. (1992)**, «Antecedents and outcomes of work-family conflict among married professional women: Evidence from Singapore», Human Relations, 45(8), 813-837.
- Backhouse R (1985)**, “A History of Modern Economic Analysis”, Blackwell, Oxford.
- Barrett P. (2000)**, “Achieving strategic facilities management through strong relationships”, Facilities, Vol. 18 Nos. 10/11/12.
- Barrett G., Jones T. and McEvoy D, (1996)**, Ethnic minority business: theoretical discourse in Britain and North America, Urban Studies, 33, 783-809.
- Basu A (1995)**, “Asian Small Businesses in Britain: An Exploration of Entrepreneurial Activity”, paper presented to the Second International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research Conference, Malvern 18-20 July.
- 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.
- Beggs J., Haines V. & Hurlbert J. (1996)**, «Revisiting the rural-urban contrast: Personal networks in non-metropolitan and metropolitan settings», Rural Sociology 61(2): 306-25.
- Binks M and Vale P (1990)**, “An Alternative Approach to a Theory of Entrepreneurship” paper presented at the Eleventh National Small Firms and Research Conference, Blackpool.
- Birley S., Moss C. and Sanders P. (1987)**, Do women entrepreneurs require different training ?, American Journal of Small Business, 11 (4) Summer: 27-35.
- Bock B. B. (1999)**, «Woman and rural development in Europe: Appreciated but undervalued», Paper presented at the Conference: Gender and Rural

- Transformations in Europe: Past, Present and Future Prospects. Wageningen, The Netherlands, 14-17 October.
- Boyce G. & Ville S. (2005)**, Η εξέλιξη των σύγχρονων επιχειρήσεων, (εκδ. Αλεξάνδρεια).
- Brockhaus R. H. (1980)**, Risk taking propensity of entrepreneurs. *Academy of Management Journal*.
- Bruni A., Gherardi S., & Poggio B. (2004)**, Doing Gender, Doing Entrepreneurship: An Ethnographic Account of Intertwined Practices. *Gender, Work and Organization*, 11(4), 406-429
- Brush C. G. (1992)**, Research of women business owners: past trends, a new perspective, future directions. *Entrep. Theory pract.* 16 4, pp. 5-30.
- Brush C.G. & Hisrich R.D. (1991)**, Antecedent influences on women-owned businesses. *Journal of Managerial Psychology*, 6(2), 9-16.
- Byrd W. A. (1987)**, Entrepreneurship, capital and ownership, Washington, D. C. The World Bank, Mimeo.
- Cannon T., Carter S., Rosa P., Baddon L., & McClure R. (1988)**, Female entrepreneurship. Scottish Enterprise Foundation, Department of Business and Management, University of Stirling.
- Cantillon R. (1755)**, Essai sur la nature du commerce en général. INED 1952.
- Cassell C. (1997)**. The Business Case for Equal Opportunities: Implication for Women in Management. *Women in Management Review*, 12(1), 11-16.
- Casson M., (1982)**, The Entrepreneur – An Economic Theory, Oxford, Martin Robertson.
- Casson M. (1990)**, “Introduction”, in: M. Casson, M. (Ed.) *Entrepreneurship* (Aldershot, Edward Elgar).
- Clark T. & James F. (1992)**, «Women owned businesses: Dimensions and policy issues», *Economic Development Quarterly* 6(1): 25^0
- Cloke P. (1989)**, «Rural geography and political economy», In *New Models in Geography*, Vol. 1.
- Cloke P. (1995)**, «Rural poverty and the welfare state: A discursive transformation in Britain and the USA», *Environment and Planning A* 27:1001-16
- Cromie S., Hayes J. (1988)**, "Towards a typology of female entrepreneurs", *Sociological Review*, Vol. 36 No.1.

- Dahlstrom Robert, Kevin McNeilly, and Thomas Speh (1996)**, “Buyer-Seller Relationships in the Procurement of Logistical Services,” *Journal of the Academy of Marketing Science* 24 (2).
- DiBenedetto B. & Tittle C. K., 1990**, «Gender and adult roles: Role commitment of women and men in a job-family trade-off context», *Journal of Counseling Psychology*, 37(1), 41-48
- Drucker Peter (1985)**, *Innovation and Entrepreneurship*, Heinemann, London:
- Eagly A.H., Karau S.J. & Makhijani M.G. (1995)**, «Gender and the effectiveness of leaders: a meta-analysis», *Psycho!. Bull*, 117 1, pp. 125-145
- Fischer E. M., A. R. Reuber, and L.S. Dyke (1993)** A theoretical overview and extension of research on sex, gender and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 8 (2): 51-168.
- Galani - Moutafi, V. (1994)**, ‘From Agriculture to Tourism: Property, Labor, Gender and Kinship in a Greek Island Village (part two)’. *Journal of Modern Greek Studies*, Vol 12, (1): 113-131.
- Gartner W. B. (1990)**, What are we talking about when we talk about entrepreneurship? *Journal of Business Venturing*, 5 (1).
- Gartner W. B. (1988)**, "Who is an Entrepreneur? Is the Wrong Question"*Entrepreneurship: Theory and Practice*.
- Global Entrepreneurship Monitor Reports (GEM), (2004)**.
- GEM (2005)**, Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας,«Δείκτης Διεθνούς Επιχειρηματικότητας»
- GEM (2006)**, Παγκόσμιο Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας,«Δείκτης Διεθνούς Επιχειρηματικότητας»
- Gibbs J. (1972)**, “Issues in Defining deviant Behaviour” in *Theoretical Perspective on Deviance*, edited by Scott, R.A. & Douglas, J.D. New York: basic Books.
- Giovanelli Constanza, Gunnsteinsolottir H. and A. Me 2003**, “The status of statistics on women’s and men’s entrepreneurship in the UNECE region”: conference paper. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD).
- Goffee R. & R. Scase (1983)**, "Business Ownership and Women's Subordination: A Preliminary Study of Female Proprietors," *The Sociological Review*, 3(4), 625-648.

- Gopakumar K. (1995)**, “The Entrepreneur in Economic Thought: A Thematic Overview”. The Journal of Entrepreneurship, 4, 1/1995. Sage Publications. pp. 1-17.
- Gruidl J. (1991)**, «New Businesses in Downstate Illinois”. Macomb: Illinois Institute for Rural Affairs»
- Harley A. E. (1999)** Incorporating feminist theories into sociological theories of entrepreneurship. Women in Management Review, Vol. 14, No. 2, pp. 54-62. MCB University Press.
- Hébert R.F. & Link, A.N. (1988)**, “*The Entrepreneur: mainstream views and radical critiques*”, second edition (New York, Praeger).lin: **Adaman F.& Devine P.(2002)**, “A Reconsideration of the Theory of Entrepreneurship: a participatory approach”, in Review of Political Economy, Volume 14, Number 3/July 01, Publisher Routledge.
- Hisrich R. D., and Brush C. (1984)**, The women entrepreneurs: Management skills and business problems. Journal of Small Business Management 22, No. 1 (January), 31-36.
- Hisrich R. D. & Peters M. P. (1998)**, Entrepreneurship (4th edn.) Boston: McGraw-Hill.
- Hoggart K. et al. (1995)**, Rural Europe: identity and change. London, Arnold.
- 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
- Ianello K.P. (1993)** Decisions without Hierarchy: Feminist Interventions in Organization Theory and Practice. Routledge, New York, NY.
- IFAD (2000)**, “Ghana - Rural Women's Micro and Small Enterprises”. (www.ifad.org)
- ILO (2003)**, Working Paper - Social Dialogue at national Level in the EU Accession Countries.
- Institute for Women’s Policy Research (1995)**, Measuring the Costs of Domestic Violence and the Cost-Effectiveness of Interventions: An Initial Assessment of the State of the Art and Proposals for Future Research. Victim Services, Inc. Unpublished.

- Ionescu V. (1999)**, “Supply-Side Strategy for Productivity, Competitiveness and Convergence between the CEECs and (in) the EU - Romania Case Study”.  
Valentin Ionescu este fost ministru al privatizării;
- Jacques R. (1992)**, Critique and theory building: production knowledge ‘from the kitchen’”. *Academy of Management Review*, Vol. 17, pp. 582-606.
- Jiannakopoulos N.A. & Bernasek A., 1998**, «Are women more risk averse?», *Econ. Inq.* 36 4, pp. 620-630
- Kalleberg Arne L. & Kevin T. Leicht. (1991)** “Gender and Organizational Performance: Determinants of Small Business Survival and Success.” *Academy of Management Journal* 34: 136–161.
- Karayiannis A. (1990)**, “The Platonic Ethico-Economic Structure of Society” *Quaderni Di Storia dell’Economia Politia* vol VII. No 1.
- Karayiannis A. (1992)**, “Entrepreneurship in Classical Greek Literature” *The South African Journal of Economics* Vol 60 (1).
- Khilstrom R., & Laffont J. (1979)**, A general equilibrium entrepreneurial theory of firm formation based on risk aversion. *Journal of Political Economy*, 87.
- Kibas B. (2005)**, «Challenges Facing Women Entrepreneurs in Africa», 3rd Africa Resource Bank Meeting
- Kirzner I. (1967)**, "Methodological Individualism, Market Equilibrium, and Market Process." *Il Politico.* 32: 787-799.
- Kirzner I. (1973)**, “Competition and Entrepreneurship”, Chicago: University of Chicago Press, in Gunning, J.P., “Israel Kirzner's Entrepreneurship”, (2004),[http://www.constitution.org/pd/gunning/subjecti/workpape/kirz\\_ent.pdf](http://www.constitution.org/pd/gunning/subjecti/workpape/kirz_ent.pdf)
- Kirzner I. (1979)**, “Perception, Opportunity, and Profit”, Chicago: University of Chicago Press, in Gunning, J.P., “Israel Kirzner's Entrepreneurship”, (2004),[http://www.constitution.org/pd/gunning/subjecti/workpape/kirz\\_ent.pdf](http://www.constitution.org/pd/gunning/subjecti/workpape/kirz_ent.pdf)
- Kirzner I. (1982)**, "Uncertainty, Discovery, and Human Action: A Study of the Entrepreneurial Profile in the Misesian System." Chapter 12 in Kirzner 's (ed.). *Method, Process, and Austrian Economics*. Lexington, Mass: D. C. Heath and Company.
- Kirzner I. (1987)**, "Austrian School of Economics," in J. Eatwell, M. Milgate, and P. Newman (ed.) *The New Palgrave: a Dictionary of Economics*, London: Macmillan,.



- Kirzner I. (1992)**, “The Meaning of the Market Process: Essays in the Development of Modern Austrian Economics”, London and New York: Routledge, in Gunning, J.P., “Israel Kirzner's Entrepreneurship”, (2004), [http://www.constitution.org/pd/gunning/subjecti/workpape/kirz\\_ent.pdf](http://www.constitution.org/pd/gunning/subjecti/workpape/kirz_ent.pdf).
- Knight F. H. (1921)**, *Risk, Uncertainty and Profit*. Houghton Mifflin, Boston
- Kraus- Harper U. (1998)**, «From Despondency to Ambitions, Women's Changing Perceptions of Self- Employment: Cases from India and other developing countries», Ashagate Publishing Company
- Kutanis R. O., & Bayraktaroglu (2003)**, Female entrepreneurs: social feminist insights for overcoming barriers. Retrieved December 18th, 2007, from <http://www.mngt.waikato.ac.nz/research/ejrot/cmconference/203/proceedings/gender/kutanis.pdf>
- Lindsey L. (1990)**. *Gender Roles: A Sociological Perspective*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lorber J. (1993)**, «Believing is seeing: Biology as ideology», *Gender & Society*, 7(4), 568-581.
- Loscocco K. A. & Leicht K. T. (1993)**, «Gender, work-family linkages, and economic success among small business owners», *Journal of Marriage and the Family*, 55, 875-887, November.
- Loscocco K. A. & Robinson J. (1991)**, «Barriers to small business success among women» *Gender and society*.
- Loscocco K. A., Robinson J., Hall R. H. & Allen I K. (1991)**, «Gender and small business success: An inquiry into women's relative disadvantage», *Social Forces*, 70(1), 65-85.
- Lumpkin G. T., & Dess G. G. (1996)**, Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *The academy of management review*.
- McKay S., & Mazurana D. (2001)**, *Raising Women's Voices for Peacebuilding: Vision, Impact, and Limitations of Media Technologies*. London: International Alert.
- Mankelov G., Merrilees B. and Gardoll H. (1999)**, “A Profile Of Rural Women Small Business Owners: A Case Study”. University of Newcastle, Australia.
- Marlow S. (1997)**, Self-employed women—new opportunities, old challenges? *Entrepreneurship and Regional Development*, 9, 199–210.

- Martin P. Y. (1993)** Feminist practice in organizations: implications for management. In: Lawrwood, L., Gutec, B.A. and Stromberg, A. (Eds), *Women and Work: An Annual Review*, Sage, Newbury Park, CA.
- Marshall A (1920 – first published 1890)**, “Principles of Economics”, 8<sup>th</sup> edition, Macmillan, London.
- Mc Dermott, L. (1993)**, “Cómo enseñamos y cómo aprenden los estudiantes: ¿Un desajuste?” *Revista de enseñanza de la Física*, Vol. 6, Nº 1, pp.19- 33.
- Morgan G. (1997)**. “Images of Organization. Thousand Oaks”. CA: Sage Publications.
- Mules J. (2006)**. “Rural Women twice as likely to form Starts-ups”. *Financial Times.com*.
- National Foundation for Women Business Owners (NFWBO) (1998)**, «Entrepreneurial ideals motivate women to start businesses».
- Nina-Pazarzi E. & Giannacourou M. (2003)**, «Female entrepreneurship in Greece», In the report of the German Ministry of Economic Affairs: Female entrepreneurship in five countries
- Nelson R. and Neck P. (1982)**, *The practice of entrepreneurship: International Labour Office*, Geneva.
- Oberhauser A. (1995)**, «Towards a gendered regional geography: Women and work in rural Appalachia», *Growth and Change* 26 (Spring): 217-44.
- Oberhauser A., Waugh L. & Weiss C. (1996)**, «Gender analysis and economic development in West Virginia», *West Virginia Public Affairs Reporter* 13(2):2-13
- OCDE (2000)**, Données disponibles en entrepreneuriat féminin, Document de support de l’ atelier no 4, Deuxième conférence sur l’ entrepreneuriat féminin.
- OECD (2001)**, *Realizing The Benefits Of Globalization And The Knowledge-Based Economy. Proceedings of the Second OECD Conference on Women Entrepreneurs in Small and Medium-Sized Enterprises*. Paris, France: OECD.
- OECD (2004)**, Recommendation of the Council on Broadband Development, adopted by the Council at its 1077th Session on 12 February 2004, C(2003)259/FINAL, 27-Feb-2004,
- Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) (1996)** *Territorial Indicators of Employment: Focusing on Rural Development*. Paris.

- O'Hare, W. and Larson, J. (1991).** "Women in Business: Where, What, and Why". American Demographics, July 1991, 34-38.
- Peters A. & MacDonald H. (1994),** «The work trips of rural non-metropolitan women in Iowa», Growth and Change 25(3): 335-52
- 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.
- Petrin T. and A. Gannon (1997),** Rural development through entrepreneurship. Rome
- Pizam A. (1994),** Planning a tourism research investigation. In B. Ritchie and C. Goeldue (Eds). «Travel, tourism, and hospitality research. A handbook for Managers and researches», (2<sup>nd</sup> ed), John Wiley & Sons, Inc.
- Phizacklea A. (1990),** Unpacking the Fashion Industry, Routledge and Kegan Paul, London.
- Ram M. (1992),** "Coping with racism: Asian employers in the inner city", Work, Employment and Society, 6, 4.
- Reynolds J. E., R. S. Wells and S. D. Eide (2000),** The Bottlenose Dolphin. Gainesville, Florida, University Press of Florida
- Ripsas S. (1998),** "Towards an Interdisciplinary Theory of Entrepreneurship"
- Richardson K. (2004),** «The challenges of growing small businesses: insights from women entrepreneurs in Africa», SEED Working paper No 47, International Labour Office, Geneva
- Rooney J., Lero D., Korabi K., & Whitehead D. L. (2003),** Self-employment for women: Policy options that promote equality and economic opportunities. Ottawa: Status of Women Canada.
- Rosa P. & D. Hamilton (1994, Spring).** "Gender and Ownership in UK Small Firms," Entrepreneurship: Theory and Practice, 18(3), 11-27.
- Rotter J. B. (1954),** Social Learning and Clinical Psychology. Prentice-Hall.
- Saraceno E. (1995),** Recent trends in rural development and their conceptualization. Journal of Rural Studies, v.10 n.4.
- Sawicka J. (2001),** «The role of rural women in agriculture and rural development in Poland», Journal of Polish Agricultural Universities, Economics, Vol. 4, Issue 2

- Scannell E., Wang, O. and Halbrecht C. (2004)**, “Small Entrepreneurial Business: A Potential Solution To Female Poverty In Rural America”. The University of Vermont
- Scott M., Rosa P. (1996)**, "Has firm level analysis reached its limits? Time for a rethink", *International Small Business Journal*, Vol. 14 No.4, pp.81-9.
- Schwartz Eleanor B. (1976)**, 'Entrepreneurship: A New Female Frontier', *Journal of Contemporary Business* (Winter), pp. 47–76.
- Schumpeter J. (1939)**, “Business Cycles”, New York.
- Schumpeter J., (1934, this edition 1993)**, “The Theory of Economic Development”, Transaction, New Brunswick.
- Schumpeter J., (1982 – 1954 edition)**, “History of Economic Analysis”, Allan and Unwin”, London.
- Shane S. (2000)**, Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities. *Organization Science* 11(4), 448-469
- Shelleman J. and Shields, J. (2003)**, “What Does "Rural" Mean? An Investigation Of The Effects Of Context On Women's Businesses”. University of Southern Maine.
- Sexton D. L., & Bowman N. B. (1986)** Validation of a personality index: Comparative psychological characteristics analysis of female entrepreneurs, managers, entrepreneurship students and business students. *Frontiers of Entrepreneurship Research* 1986, 40-51.
- Sheikh A. (2003)**, The legal regime of foreign private investment in Sudan and Saudi Arabia. Second Edition, Cambridge University Press, USA.
- Simpson J. R. (1993)**, Urbanization, agro-ecological zones and food production sustainability. *Outlook Agric.* 22
- Sitkin S. B., & Pablo A. L. (1992)** Reconceptualizing the determinants of risk behaviour. *Academy of Management Review*, 17: 9-39.
- Smith Herbert L. (1999)**, “Notes on the Design of the INCRC Surveys.” Population Studies Center, University of Pennsylvania.
- Smith N. R. (1967)** The entrepreneur and his firm: The relationship between type of man and type of company. East Lansing: Michigan State University.
- Smith-Hunter A. & L. Boyd R. (2004)**. Applying Theories of Entrepreneurship to a Comparative Analysis of White and Minority Women Business Owners. *Women in Management Review*, 19(1), 18-28.

- Société Conseil BPS Inc., (2004)**, Fonds d'investissement pour l'entrepreneurship au féminin (2004); Coopérative de consultation en développement, (2003); Louise St-Cyr et al., (2001).
- St-Cyr L., Gagnon St., (2004)**, Les entrepreneurs québécoises : Taille des entreprises et performance, 7<sup>ème</sup> CIFEPME (Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME), 27-29 Octobre 2004, Montpellier.
- Stevenson H. & Jarillo J. (1986)**, "Preserving Entrepreneurship: Entrepreneurial Management; Strategic Management Journal 11.
- Still L. V. and Simmons V. (2005)**, "Women's Enterprise in Rural, Regional and Remote Australasia", Discussion Paper Series. University of Western Australia.
- Still L. V. & Timms W. (2000)**, Women's Business: The Flexible Alternative Work Style for Women. *Women in Management Review*, 15(5-6), 272-282.
- Stoner C., Hartman R. & Arora R. (1990)**, "Work-home Conflict in Female Owners of Small Businesses: An Exploratory Study." *Journal of Small Business Management*. 28(1) pp. 30-38.
- Sullivan P., C. Halbrendt Q. Wang E. Scannell (1997)**, Exploring female entrepreneurship in rural Vermont and its implications for rural America. *Economic Development Review* 15(3): 37-43
- Talves K. & Laas A. (2004)**, «Rural women's entrepreneurship», Female Entrepreneurs' Meeting in the Baltic Sea Region, Tartu
- Taylor R., (1998)**, «Exceptional entrepreneurial women: Strategies for success», Plenum Press, USA
- Thomas P. (2000)**, "Appalachian Knitters Try to Reinvent Cottage Industry - Technology Eases Constraints of Rural Economies" Streamlines Production. *Wall Street Journal*, May, 9, 2000, B2.
- Tigges L. M. & Green G. P. (1994)**, «Small business success among men and women owned firms in rural areas», *Rural Sociology*, 59(2), 289-309.
- Tyson L. D'A., Petrin T. & Rogers H. (1994)**, Promoting entrepreneurship in Eastern Europe. *Small Business Economics*, 6, 171.
- Valencia M. (2005)**, Female –entrepreneurs: Past, present and Future. *Leadership Magazine for Managers*. Available at: [revistaleadership.com/textos/FEMALE%20ENTREPRENEURS.doc](http://revistaleadership.com/textos/FEMALE%20ENTREPRENEURS.doc)

- Venkataraman S. (1997)**, The distinctive domain of entrepreneurship research: An editors perspective in advances in entrepreneurship, Firm Emergence and growth. J. Katz, R. Brockhaus, eds. JAI Press, Greenwich, CT.
- Verheul I., Van Stel A. & Thurik R. (2006)**, «Explaining female and male entrepreneurship at the country level», *Entrepreneurship & Regional Development*, 18:151-183.
- Wartman M.S. Jr. (1990)**, "A Unified Approach for Developing Rural Entrepreneurship in the U.S.," *Agribusiness*, 6(3), 221-236.
- Weber M. (1930)**, «Η Προτεσταντική ηθική και το πνεύμα του Καπιταλισμού», μετάφραση Μ. Γ. Κυπραίου, εκδ. Gutenberg, Αθήνα 1993
- Weeks J. R. (2000)**, What do ethnographers believe? A reply to Jones. *Human Relations*, 53(1), 153–71.
- Winn W. D. (1997)**. Learning in hyperspace. Invited Keynote Address at the workshop, The Potential of the Web. University of Maryland University College, College Park, MD, May. Available: <http://faculty.washington.edu/billwinn/papers/baltpape.htm>  
<http://elearn.elke.uoa.gr/petrakis/tutorials/dialexi1-3-2005-part1.ppt>

## ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- [www.drasesis-gynaikes.gr](http://www.drasesis-gynaikes.gr)
- <http://www.economics.gr> : «Νομοί της Ελλάδος», 10/2005.
- <http://www.economics.gr> : «Οι Νομοί της Ελλάδος», 2007
- <http://eeep.pspa.uoa.gr/econ/econ67a.htm>
- <http://el.wikipedia.org>,2007
- [http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%91%CF%8C%CF%81%CE%B1%CF%84%CE%BF\\_%CE%A7%CE%AD%CF%81%CE%B9](http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%91%CF%8C%CF%81%CE%B1%CF%84%CE%BF_%CE%A7%CE%AD%CF%81%CE%B9)
- <http://en.wikipedia.org/wiki/Entrepreneurship>
- <http://www.dream.net.gr>
- [www.equal-greece.gr](http://www.equal-greece.gr)
- <http://faculty.washington.edu/ktupper/w200w3.html>.
- [www.het.gr/HET/pdf/dimosiefseis/Chap1\\_Neoclassical\\_Theory.pdf](http://www.het.gr/HET/pdf/dimosiefseis/Chap1_Neoclassical_Theory.pdf)
- <http://www.istoselides.gr/istoselides/article.php?sid=609>
- [www.oecd.org/dataoecd/31/38/29892925.pdf](http://www.oecd.org/dataoecd/31/38/29892925.pdf).

<http://www.pella.gr/econ/ecdtgr.html>

<http://www.philoxenous.gr>

[www.prosonolotahos.gr](http://www.prosonolotahos.gr)

<http://www.samothraki.gr>

<http://www.statistics.gr>, 2007

[http://www.telecom.ntua.gr/ees/downloads/edtk/Parous\\_01\\_EMP\\_DefinitInnov\\_07032005.ppt#90](http://www.telecom.ntua.gr/ees/downloads/edtk/Parous_01_EMP_DefinitInnov_07032005.ppt#90)

[www.unipi.gr/katsanevas/arthra/scientific%20articles/104.doc](http://www.unipi.gr/katsanevas/arthra/scientific%20articles/104.doc)

<http://www.xanthi.ilsp.gr/thraki/per/perivallon.asp>, 2007

<http://www.xanthi.ilsp.gr/thraki/tour/tour1.asp>, 2007

[www.ypan.gr](http://www.ypan.gr)

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι**



ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ  
ΣΧΟΛΗ ΓΕΩΤΕΧΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ  
ΤΟΜΕΑΣ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

---

Υπεύθυνη έρευνας:

**Όλγα Ιακωβίδου** (Καθηγήτρια ΑΠΘ): 2310998813

A/A

**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΓΥΝΑΙΚΕΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

Αγαπητή φίλη,

Η παρούσα έρευνα γίνεται στο πλαίσιο του ερευνητικού προγράμματος ΠΥΘΑΓΟΡΑΣ ΙΙ και αφορά στη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην ύπαιθρο. Προς την κατεύθυνση αυτή η δική σας συμβολή, με τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου που ακολουθεί, είναι εξαιρετικά σημαντική.

Σας διαβεβαιώνουμε ότι τα στοιχεία που θα μας δώσετε θα χρησιμοποιηθούν μόνο για επιστημονικούς σκοπούς. Σας παρακαλούμε να απαντήσετε στις ερωτήσεις που ακολουθούν με προθυμία και ειλικρίνεια.

Σας ευχαριστούμε εκ των προτέρων για τη βοήθειά σας.

**Όνομα / Επίθετο**.....

**Στοιχεία επικοινωνίας (τηλ. ή δ/νση)** .....

**Ημερομηνία Συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου** ...../...../.....

**Τόπος συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου (Δημοτικό διαμέρισμα/ Δήμος / Νομός)**

...../...../.....

**A. ΑΤΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ**

1. Ονοματεπώνυμο επιχειρηματία: \_\_\_\_\_
2. Τόπος μόνιμης κατοικίας επιχειρηματία: \_\_\_\_\_
3. Πριν εγκατασταθείτε στο σημερινό τόπο κατοικίας σας, διαμένετε κάπου αλλού;  
 Ναι  Όχι
- (Εάν όχι, πήγαινε στην ερώτηση 7)*
4. Εάν ΝΑΙ, που; \_\_\_\_\_
5. Πριν από πόσα χρόνια μετακινηθήκατε στο σημερινό τόπο κατοικίας σας;  
 \_\_\_\_\_
6. Ποιος ήταν ο κυριότερος λόγος της μετακίνησης σας αυτής;  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_
7. Τόπος καταγωγής επιχειρηματία: \_\_\_\_\_
8. Χρονολογία γέννησης επιχειρηματία: \_\_\_\_\_
9. Οικογενειακή κατάσταση:  
 Ανύπαντρη  Παντρεμένη  Άλλο \_\_\_\_\_
10. Σχολική εκπαίδευση:  
 Έως 6 χρόνια  7-9 χρόνια  10-12 χρόνια  >12 χρόνια   
 (Ποια Σχολή: \_\_\_\_\_)
11. Γνωρίζετε ξένες γλώσσες: Ναι, καλά  Λίγο  Καθόλου   
 Εάν καλά ή λίγο, ποιες συγκεκριμένα. \_\_\_\_\_
12. Χειρίζεστε Η/Υ: Ναι  Όχι
13. Επάγγελμα πατέρα: \_\_\_\_\_
14. Επάγγελμα μητέρας: \_\_\_\_\_
15. Επάγγελμα συζύγου: \_\_\_\_\_
16. Από πόσα μέλη αποτελείται το νοικοκυριό σας: \_\_\_\_\_
17. Πόσα παιδιά έχετε: \_\_\_\_\_

18. Ποιο είναι το κύριο επάγγελμά σας, αν υπάρχει; \_\_\_\_\_
19. Ποιο είναι το δευτερεύον επάγγελμά σας, εάν υπάρχει; \_\_\_\_\_
20. Πόσο από τον εργάσιμο χρόνο σας διαθέτετε ( σε % )  
 Στο κύριο επάγγελμα \_\_\_\_\_ Στο δευτερεύον επάγγελμα \_\_\_\_\_
21. Ποιος είναι ο κύριος υπεύθυνος της επιχείρησης;  
 Εγώ  Άλλος (ποιος ;) \_\_\_\_\_
22. Εάν δεν είστε εσείς, γιατί η επιχείρηση είναι στο όνομά σας;  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

*(Αν η ερώτηση 21 απαντηθεί ότι υπεύθυνος είναι άλλος να μη συμπληρωθούν οι υπόλοιπες ερωτήσεις)*

### **B. ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ**

23. Πότε λειτούργησε για πρώτη φορά η επιχείρηση γενικά;  
 \_\_\_\_\_
24. Πότε γίνατε για πρώτη φορά επιχειρηματίας;  
 \_\_\_\_\_
25. Συνέβαλαν άλλοι φορείς ή άτομα στην ανάπτυξη της ιδέας αυτής;  
 Ναι  Όχι  *(Εάν όχι, να απαντηθεί η ερώτηση 27)*
26. Εάν ναι, ποιοι συγκεκριμένα;  
 Πατέρας  Μητέρα  Σύζυγος  Άλλο συγγενείς   
 Φίλοι  Αναπτυξιακή Εταιρεία  Δημόσιοι φορείς   
 Άλλος (συγκεκριμένα) \_\_\_\_\_
27. Ποια είναι τα κίνητρό σας για τη δημιουργία της επιχείρησης;  
*Αξιολογείστε ως προς τη σημαντικότητα με βαθμό από 1-5 κάθε ένα από τους παρακάτω παράγοντες (1= καθόλου σημαντικό, 5= πάρα πολύ σημαντικό)*

	1	2	3	4	5
Επιθυμία για απασχόληση					
Οικονομική άνεση					
Αξιοποίηση σχετικής τεχνογνωσίας – χόμπι					
Κοινωνική καταξίωση (κύρος)					
Συνέχιση οικογενειακής επιχείρησης					
Εξασφάλιση δουλειάς για τα παιδιά					
Επιθυμία για ανεξαρτησία					
Άλλοι λόγοι					

28. Ποιος παίρνει αποφάσεις για θέματα που αφορούν την επιχείρηση;  
 Εγώ  Εγώ και ο σύζυγος  Εγώ και ο πατέρας μου   
 Άλλος (συγκεκριμένα) \_\_\_\_\_

29. Ήταν κάποιος από τους γονείς σας επιχειρηματίας;

Ναι  Όχι  (Εάν όχι, ερώτηση 31)

30. Εάν ναι, σας επηρέασε το γεγονός αυτό να ανοίξετε τη δική σας επιχείρηση;

Πάρα πολύ  Πολύ  Μέτρια  Λίγο  Καθόλου

31. Ποιος ήταν ο κύριος λόγος που κάνατε την επιχείρησή σας στον τόπο αυτό;

---



---



---

32. Ποια είναι τα πλεονεκτήματα της εγκατάστασης της επιχείρησης στον τόπο αυτό;

---



---



---

33. Ποια είναι τα μειονεκτήματα της εγκατάστασης της επιχείρησης στον τόπο αυτό;

---



---

34. Πριν ανοίξετε την επιχείρηση αυτή, εργαστήκατε κάπου αλλού;

Ναι  Όχι  (Εάν όχι, ερώτηση 36)

35. Εάν ασχοληθήκατε κάπου συγκεκριμένα συμπληρώστε τον πίνακα:

Επιχείρηση	Διάστημα	Θέση	Λόγοι διακοπής

36. Έχετε παρακολουθήσει κάποιο σεμινάριο σχετικό με την επιχείρησή σας;

Ναι  Όχι  (Εάν όχι, Ερώτηση 40)

37. Αν ναι, ποιο/ά συγκεκριμένα;

Ωρες	Επιδοτούμενο	Φορέας Υλοποίησης	Έτος	Θέμα Σεμιναρίου

38. Πόσο συνέβαλε το/τα σεμινάριο/α αυτό/α στη δημιουργία της επιχείρησης;  
 Πάρα πολύ  Πολύ  Μέτρια  Λίγο  Καθόλου
39. Πόσο συνέβαλε το/τα σεμινάριο/α αυτό/α στη λειτουργία της επιχείρησης;  
 Πάρα πολύ  Πολύ  Μέτρια  Λίγο  Καθόλου
40. Δραστηριοποιείστε σε κάποιο σύλλογο, οργάνωση κλπ; Ναι  Όχι   
 Εάν ναι σε ποια \_\_\_\_\_  
 Τι θέση έχετε: \_\_\_\_\_

### **Γ. ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**

41. Επωνυμία Επιχείρησης \_\_\_\_\_
42. Έτος έναρξης λειτουργίας \_\_\_\_\_
43. Στην επιλογή ποιας νομικής μορφής καταλήξατε για την επιχείρησή σας και γιατί;  
 Ατομική  ΟΕ  ΑΕ  ΕΕ  Κοινοπραξία   
 Διότι \_\_\_\_\_
44. Έχετε συνέταιρο στην επιχείρησή;  
 Ναι  Όχι  (*Αν όχι, ερώτηση 46*)
45. Αν ναι, για ποιο λόγο τον επιλέξατε;  
 Οικονομικούς  Γνώσεων  Ελεύθερος χρόνος   
 Νομικούς/ φορολογικούς  Εργασιακούς (μοίρασμα εργασίας)   
 Άλλο (προσδιορίστε) \_\_\_\_\_
46. Πόσο διάστημα μεσολάβησε από τη στιγμή που αποφασίσατε να κάνετε τη δική σας επιχείρηση μέχρι την έναρξη λειτουργίας της;  
 Λιγότερο από ένα μήνα  Από ένα μήνα έως έξι μήνες   
 Από έξι μήνες έως ένα χρόνο  Περισσότερο από ένα χρόνο
47. Κατά τη διάρκεια της προετοιμασίας της επιχείρησής σας είχατε συμβουλευτική στήριξη;  
 Ναι  Όχι  (*Εάν όχι, ερώτηση 50*)
48. Εάν ναι,  
 από ποιο φορέα/άτομο \_\_\_\_\_  
 σε ποια θέματα \_\_\_\_\_
49. Είστε ικανοποιημένη από τη στήριξη αυτή;  
 Πάρα πολύ  Πολύ  Μέτρια  Λίγο  Καθόλου

50. Ποιες είναι οι δραστηριότητες της επιχείρησής σας; \_\_\_\_\_

51. Πόσο χρονικό διάστημα λειτουργεί μέσα στο χρόνο (να σημειωθούν με κύκλο οι συγκεκριμένοι μήνες) ;

I Φ Μ Α Μ Ι Ι Α Σ Ο Ν Δ

52. Υπάρχει άλλη επιχείρηση με την ίδια δραστηριότητα στην περιοχή που εδρεύει η δική σας επιχείρηση;

Ναι  Όχι  (Εάν όχι, ερώτηση 55)

53. Αν ναι πόσες ακόμη; \_\_\_\_\_

54. Ποιες είναι οι σχέσεις σας με τις επιχειρήσεις αυτές;

Τυπικές (απλά γνωρίζετε την ύπαρξή τους)  Περιστασιακής συνεργασίας

Συνεχούς συνεργασίας  Ανταγωνιστικές

Άλλο \_\_\_\_\_

55. Πόσο καλά γνωρίζετε το αντικείμενο με το οποίο ασχολείται η επιχείρησή σας;

Πάρα πολύ καλά  Πολύ καλά  Μέτρια  Λίγο  Καθόλου

56. Ο χώρος όπου στεγάζεται η επιχείρηση είναι:

Ιδιόκτητος  Με ενοίκιο  Άλλο (προσδιορίστε) \_\_\_\_\_

57. Βρίσκεται κοντά στο σπίτι σας: Ναι  Όχι  (Εάν όχι, ερώτηση 59)

58. Αν είναι κοντά στο σπίτι, γιατί το επιλέξατε;

\_\_\_\_\_

59. Οι πελάτες σας είναι κυρίως:

Ντόπιοι  Έλληνες τουρίστες  Αλλοδαποί τουρίστες

Άλλο (προσδιορίστε) \_\_\_\_\_

60. Πώς ήταν οι πωλήσεις - κίνηση φέτος σε σχέση με πέρυσι:

Αυξημένη πολύ  Αυξημένη ελάχιστα  Περίπου το ίδιο

Μειωμένη ελάχιστα  Μειωμένη πολύ

61. Τι τζίρο είχε η επιχείρηση πέρυσι ;

Μέχρι 5.000 €  5.001 - 10.000 €  10.001 - 15.000 €

15.001 - 20.000 €  20.001 - 30.000€  Πάνω από 30.000 €

62. Σας βοηθάει κάποιο μέλος της οικογένειας χωρίς αμοιβή;

Ναι  Όχι  (Εάν όχι, ερώτηση 65)

63. Εάν ναι, ποιο ακριβώς; \_\_\_\_\_

64. Τι εργασίες κάνει; \_\_\_\_\_

65. Τι προσωπικό απασχολείτε με αμοιβή; \_\_\_\_\_

Άτομα	Φύλο	Ηλικία	Γραμ. Γνώσεις	Αρμοδιότητα	Συγγένεια	Αλλοδαπός
Εποχιακό						
Δεν απασχολώ						

66. Οι επιχειρήσεις με τις οποίες συνεργάζεστε βρίσκονται:

	τομέας προμηθειών	τομέας υπηρεσιών	άλλο
στην περιοχή σας			
στην ευρύτερη περιοχή			
εκτός της περιοχής σας			

67. Αν βρίσκονται εκτός περιοχής γιατί τις επιλέξατε;

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

68. Η λειτουργία της δικής σας επιχείρησης συνέβαλε (Πάρα πολύ = 5, πολύ = 4, μέτρια = 3, λίγο = 2, καθόλου = 1)

	1	2	3	4	5
Στη δημιουργία άλλων νέων επιχειρήσεων στην περιοχή					
Την τόνωση της λειτουργίας υφιστάμενων επιχειρήσεων					
Στην καλύτερη εξυπηρέτηση των μόνιμων κατοίκων					
Στην καλύτερη εξυπηρέτηση των τουριστών					
Στη δημιουργία θέσεων εργασίας για τον τοπικό πληθυσμό					
Στη δημιουργία συμπληρωματικών εισοδημάτων για την οικογένεια					
Στη βελτίωση των βασικών υποδομών					
Στη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών στην τοπική κοινωνία					

#### **Δ. ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ**

69. Ποια ήταν τα κυριότερα προβλήματα που αντιμετωπίσατε στο ξεκίνημα της επιχείρησής σας;

---



---

70. Η εγκατάσταση της επιχείρησής σας στον αγροτικό χώρο ενίσχυσε τα προβλήματα αυτά;

Πάρα πολύ  Πολύ  Μέτρια  Λίγο  Καθόλου

71. Ποιες οι κυριότερες δυσκολίες που αντιμετωπίζετε στη λειτουργία της επιχείρησής σας;

---



---

72. Σας στηρίζει η οικογένειά σας στη λειτουργία της επιχείρησής σας;

Πάρα πολύ  Πολύ  Μέτρια  Λίγο  Καθόλου

73. Η τοπική κοινωνία στηρίζει την επιχείρησή σας;

Πάρα πολύ  Πολύ  Μέτρια  Λίγο  Καθόλου

74. Οι τοπικοί φορείς στηρίζουν την επιχείρησή σας;

Πάρα πολύ  Πολύ  Μέτρια  Λίγο  Καθόλου

#### **Ε. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ - ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ**

75. Από πού αντλήσατε τα κεφάλαια για την επιχείρησή σας;

Από προσωπικές οικονομίες  Επιδότηση από πρόγραμμα



Ποιο; \_\_\_\_\_

Με χρήματα της οικογένειας  Δανεισμός  (από πού) \_\_\_\_\_

Αλλού \_\_\_\_\_

76. Αν επιχειρήσατε να χρηματοδοτηθείτε, ποια πηγή χρηματοδότησης προσεγγίσατε και ποιά σας χρηματοδότησε τελικά;

Πηγή Προσέγγισης \_\_\_\_\_

Πηγή Χρηματοδότησης \_\_\_\_\_

77. Τι ποσοστό της επένδυσης προήλθε από:

Επιδότηση του προγράμματος; \_\_\_\_\_

Δάνειο από τράπεζα; \_\_\_\_\_

Ίδια κεφάλαια; \_\_\_\_\_

78. Αντιμετωπίσατε προβλήματα εκταμίευσης της επιδότησης;

Ναι  Όχι  (Εάν όχι, ερώτηση 82)

79. Εάν ναι, ποια συγκεκριμένα \_\_\_\_\_

80. Τι είδους επενδύσεις αφορούσε η χρηματοδότηση; \_\_\_\_\_

81. Τι επενδύσεις κάνατε μέχρι σήμερα και πότε;

Είδος

Χρονιά

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

### **ΣΤ. ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ - ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**

82. Θα θέλατε κάποιο από τα παιδιά σας να ασχοληθεί με την επιχείρησή σας;

Ναι  Όχι  (Εάν όχι, ερώτηση 87)

83. Εάν ναι, ποιο συγκεκριμένα;

Αγόρι  Ηλικία \_\_\_\_\_ Κορίτσι  Ηλικία \_\_\_\_\_

Γιατί το συγκεκριμένο. παιδί; \_\_\_\_\_

84. Το προετοιμάζετε κατάλληλα (εκπαίδευση – επιμόρφωση) για την επιχείρηση;

Ναι  Όχι

85. Ποιο είναι τα μελλοντικά σας σχέδια για την επιχείρηση;

- Εκσυγχρονισμός της υφιστάμενης επιχείρησης
- Πρόσληψη προσωπικού για την υφιστάμενη επιχείρηση
- Επέκταση της υφιστάμενης επιχείρησης σε νέες δραστηριότητες
- Κλείσιμο
- Έναρξη νέας επιχείρησης ή να κάνετε μια νέα επιχείρηση
- Διατήρηση της υφιστάμενης κατάστασης
- Άλλο

86. Σε περίπτωση που σκέφτεστε να επεκταθείτε σε νέες δραστηριότητες, πως καταλήξατε στην απόφαση αυτή ;

- Από έρευνα αγοράς
- Από γενική πληροφόρηση
- Από ειδική πληροφόρηση
- Από μακροπρόθεσμο σχεδιασμό

87. Αν ναι, οι νέες δραστηριότητες της επιχείρησής σας, αφορούν:

- την τοπική αγορά  την αναζήτηση νέων αγορών

88. Από πού σκέφτεστε να αντλήσετε τα απαιτούμενα κεφάλαια για τα μελλοντικά σας σχέδια; \_\_\_\_\_

89. Πιστεύετε ότι έχετε ανάγκη από επιμόρφωση σχετική με την επιχείρησή σας;

- Ναι  Όχι  (Εάν όχι, ερώτηση 96)

90. Εάν ναι, σε ποιους τομείς συγκεκριμένα; \_\_\_\_\_

91. Που πιστεύετε ότι πρέπει να πραγματοποιηθεί το σεμινάριο αυτό; \_\_\_\_\_

92. Τι διάρκειας πρέπει να είναι \_\_\_\_\_

93. Εάν πρέπει να πληρώσετε για τη συμμετοχή σας, θα το παρακολουθήσετε;

- Ναι  Όχι  Άλλο \_\_\_\_\_

## **Z. ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΑΠΟ ΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**

94. Από τότε που ασχολείστε με την επιχείρηση έχει βελτιωθεί

	Πάρα πολύ	Πολύ	Μέτρια	Λίγο	Καθόλου
Η θέση σας στην οικογένεια	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Η θέση σας στην τοπική κοινωνία	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Η καθημερινή ζωή	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Τα οικονομικά	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

95. Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τα έργα υποδομής και την παροχή κοινωνικών υπηρεσιών του τόπου εγκατάστασης της επιχείρησης

	Πάρα πολύ	Πολύ	Μέτρια	Λίγο	Καθόλου
Δίκτυο μεταφορών	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Συγκοινωνία	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Τηλεπικοινωνίες	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ταχυδρομείο	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Κατάσταση δρόμων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αστυνομική προστασία	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ευκαιρίες απασχόλησης στην περιοχή	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ιατρική περίθαλψη	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ευκολίες αγοράς ειδών πρώτης ανάγκης	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αποτελεσματική τοπική αυτοδιοίκηση	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μέσα ψυχαγωγίας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Δίκτυο ύδρευσης	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

96. Ποια είναι η άποψή σας για τις παρακάτω προτάσεις.

(Όπου ΣΑ= συμφωνώ απόλυτα, Σ= συμφωνώ, ΔΕΓ= δεν έχω γνώμη, Δ= διαφωνώ, ΔΡ= διαφωνώ ριζικά.)

	ΣΑ	Σ	ΔΕΓ	Δ	ΔΡ
Το να είσαι επιχειρηματίας είναι ευχάριστο					
*Δε θα έλεγα ότι είμαι ξετρελαμένη με το ότι είμαι επιχειρηματίας					
*Η επιχείρησή έχει ρίσκο					
Μου αρέσει η επιχείρησή ως τρόπος ζωής					
Ήθελα από μικρή να γίνω επιχειρηματίας					
* Το να είναι κάποιος επιχειρηματίας απαιτεί πολύ δουλειά					
Η απασχόληση με την επιχείρησή με φέρνει σε επαφή με πολύ κόσμο					
Είμαι περισσότερο ευτυχισμένη με την επιχείρησή απ' ό,τι αν ασχολούμουν οπουδήποτε αλλού					
*Έγινα επιχειρηματίας από ανάγκη					
Μου αρέσει που δουλεύω κατά τρόπο ανεξάρτητο					
Να είσαι επιχειρηματίας έχεις ικανοποιητικό εισόδημα					
Η επιχειρηματικότητα ευνοεί τις φιλοδοξίες μου					
*Με κουράζει πολύ η επιχείρησή μου					

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ ΠΟΛΥ

## Οι μεταβλητές της έρευνας

### A/A ΜΕΤΑΒΛΗΤΗ

- 1 Περιοχή
- 2 Αντικείμενο επιχείρησης
- 3 Τόπος εγκατάστασης επιχειρηματία
- 4 Τόπος μόνιμης κατοικίας
- 5 Προηγούμενη εγκατάσταση επιχειρηματία
- 6 Τόπος προηγούμενης εγκατάστασης
- 7 Χρονικό διάστημα μετακίνησης
- 8 Αιτία μετακίνησης
- 9 Τόπος καταγωγής επιχειρηματία
- 10 Ηλικία
- 11 Οικογενειακή κατάσταση
- 12 Μορφωτικό επίπεδο
- 13 Μόρφωση σχετική με επιχείρηση
- 14 Γνώση ξένων γλωσσών
- 15 Είδος ξένων γλωσσών
- 16 Χειρισμός Η/Υ
- 17 Επάγγελμα πατέρα
- 18 Επάγγελμα μητέρας
- 19 Επάγγελμα συζύγου
- 20 Μέγεθος νοικοκυριού
- 21 Αριθμός παιδιών
- 22 Κύριο επάγγελμα
- 23 Κύριο επάγγελμα η επιχείρηση
- 24 Δευτερεύον επάγγελμα
- 25 Εργάσιμος χρόνος στο κύριο επάγγελμα
- 26 Εργάσιμος χρόνος στο δευτερεύον επάγγελμα
- 27 Υπεύθυνος επιχείρησης
- 28 Αιτία αλλαγής διαχειριστή
- 29 Ηλικία επιχείρησης
- 30 Έτη επιχειρηματικής εμπειρίας
- 31 Συμμετοχή φορέων στην επιχειρηματική ιδέα
- 32 Άτομο/φορέας επιχειρηματικής ιδέας
- 33 Κίνητρο απασχόληση
- 34 Κίνητρο οικονομική άνεση
- 35 Κίνητρο τεχνογνωσία
- 36 Κίνητρο κοινωνική καταξίωση
- 37 Κίνητρο συνέχιση οικογενειακής επιχείρησης
- 38 Κίνητρο δουλειάς για τα παιδιά
- 39 Κίνητρο ανεξαρτησία
- 40 Κίνητρο άλλο
- 41 Λήψη αποφάσεων
- 42 Οικογενειακή επιχειρηματική παράδοση
- 43 Επίδραση οικογενειακής επιχειρηματικής παράδοσης
- 44 Αιτία εγκατάστασης επιχείρησης
- 45 Πλεονεκτήματα
- 46 Μειονεκτήματα
- 47 Προηγούμενη απασχόληση
- 48 Είδος επιχείρησης
- 49 Διάρκεια απασχόλησης
- 50 Είδος απασχόλησης
- 51 Λόγοι διακοπής

- 52 Επιμόρφωση
- 53 Διάρκεια σεμιναρίων
- 54 Επιδότηση
- 55 Φορέας επιδότησης
- 56 Χρόνος παρακολούθησης
- 57 Θέμα σεμιναρίου
- 58 Συμβολή επιμόρφωσης στη δημιουργία επιχείρησης
- 59 Συμβολή επιμόρφωσης στη λειτουργία επιχείρησης
- 60 Συμμετοχή σε συλλόγους
- 61 Είδος συλλόγου
- 62 Θέση στο σύλλογο
- 63 Ηλικία επιχείρησης
- 64 Νομική μορφή
- 65 Συλλογική επιχείρηση
- 66 Αιτίες συλλογικής επιχείρησης
- 67 Διάστημα μέχρι την έναρξη λειτουργίας
- 68 Συμβουλευτική στήριξη
- 69 Φορέας συμβουλευτικής στήριξης
- 70 Ικανοποίηση από τη συμβουλευτική στήριξη
- 71 Δραστηριότητες επιχείρησης
- 72 Χρονική διάρκεια λειτουργίας
- 73 Ομοειδής επιχειρήσεις
- 74 Σχέσεις με ομοειδής επιχειρήσεις
- 75 Γνώση αντικειμένου
- 76 Ιδιοκτησιακό καθεστώς
- 77 Απόσταση από το σπίτι
- 78 Λόγοι συγκεκριμένης επιλογής
- 79 Πελατεία
- 80 Πωλήσεις συγκριτικά
- 81 Τζίρος
- 82 Συμβοηθούντα μέλη οικογένειας
- 83 Είδος εργασίας
- 84 Συνολικός αριθμός απασχολουμένων
- 85 Μόνιμο δυναμικό
- 86 Εποχικό δυναμικό
- 87 Φύλο μόνιμου δυναμικού
- 88 Ηλικία μόνιμου δυναμικού
- 89 Μορφωτικό επίπεδο μόνιμου δυναμικού
- 90 Αρμοδιότητα μόνιμου δυναμικού
- 91 Συγγένεια μόνιμου δυναμικού
- 92 Εθνικότητα μόνιμου δυναμικού
- 93 Φύλο εποχιακού δυναμικού
- 94 Ηλικία εποχιακού δυναμικού
- 95 Μορφωτικό επίπεδο εποχιακού δυναμικού
- 96 Αρμοδιότητα εποχιακού δυναμικού
- 97 Συγγένεια εποχιακού δυναμικού
- 98 Εθνικότητα εποχιακού δυναμικού
- 99 Τόπος εγκατάστασης συνεργαζόμενων επιχειρήσεων -προμήθειες
- 100 Τόπος εγκατάστασης συνεργαζόμενων επιχειρήσεων-υπηρεσίες
- 101 Τόπος εγκατάστασης συνεργαζόμενων επιχειρήσεων-άλλο
- 102 Αιτία επιλογής συνεργαζόμενων επιχειρήσεων
- 103 Συμβολή στη δημιουργία νέων επιχειρήσεων
- 104 Συμβολή στην τόνωση λειτουργίας υφισταμένων
- 105 Συμβολή στην εξυπηρέτηση μόνιμων κατοίκων

- 106 Συμβολή στην εξυπηρέτηση τουριστών
- 107 Συμβολή στη δημιουργία θέσεων απασχόλησης
- 108 Συμβολή στο συμπληρωματικό οικογενειακό εισόδημα
- 109 Συμβολή στη βελτίωση βασικών υποδομών
- 110 Συμβολή στη βελτίωση παρεχόμενων υπηρεσιών
- 111 Προβλήματα στην αρχή της επιχείρησης
- 112 Ενίσχυση προβλημάτων λόγω εγκατάστασης στην ύπαιθρο
- 113 Δυσκολίες στη λειτουργία της επιχείρησης
- 114 Στήριξη λειτουργίας της επιχείρησης από την οικογένεια
- 115 Στήριξη λειτουργίας της επιχείρησης από την τοπική κοινωνία
- 116 Στήριξη λειτουργίας της επιχείρησης από τους τοπικούς φορείς
- 117 Άντληση κεφαλαίων
- 118 Χρηματοδότηση από πηγή προσέγγισης
- 119 Ύψος επιδότησης
- 120 Ύψος δανείου
- 121 Ύψος ίδιας συμμετοχής
- 122 Προβλήματα εκταμίευσης επιδότησης
- 123 Συγκεκριμένα προβλήματα εκταμίευσης
- 124 Επενδύσεις χρηματοδότησης
- 125 Συνολικές επενδύσεις διαχρονικά
- 126 Επιθυμία για διαδοχή στην επιχείρηση
- 127 Φύλο διαδόχου
- 128 Προετοιμασία διαδόχου
- 129 Μελλοντικά σχέδια για την επιχείρηση
- 130 Πληροφόρηση για ανάπτυξη επιχείρησης
- 131 Είδος νέων δραστηριοτήτων
- 132 Πηγές άντλησης κεφαλαίων χρηματοδότησης
- 133 Ανάγκη για επιμόρφωση
- 134 Αναγκαίοι τομείς επιμόρφωσης
- 135 Τόπος πραγματοποίησης επιμόρφωσης
- 136 Διάρκεια επιμόρφωσης
- 137 Παρακολούθηση επιμόρφωσης με δαπάνη
- 138 Βελτίωση θέσης στην οικογένεια
- 139 Βελτίωση θέσης στην τοπική κοινωνία
- 140 Βελτίωση καθημερινής ζωής
- 141 Βελτίωση οικονομικών
- 142 Ικανοποίηση από δίκτυο μεταφορών
- 143 Ικανοποίηση από συγκοινωνία
- 144 Ικανοποίηση από τηλεπικοινωνίες
- 145 Ικανοποίηση από ταχυδρομείο
- 146 Ικανοποίηση από κατάσταση δρόμων
- 147 Ικανοποίηση από αστυνομική προστασία
- 148 Ικανοποίηση από ευκαιρίες απασχόλησης
- 149 Ικανοποίηση από ιατρική περίθαλψη
- 150 Ικανοποίηση από αγορά ειδών πρώτης ανάγκης
- 151 Ικανοποίηση από τοπική αυτοδιοίκηση
- 152 Ικανοποίηση από μέσα ψυχαγωγίας
- 153 Ικανοποίηση από δίκτυο ύδρευσης
- 154 Ευχαρίστηση επιχειρηματία
- 155 Δυσaréσκεια επιχειρηματία
- 156 Ρίσκο η επιχείρηση
- 157 Ευχάριστος τρόπος ζωής
- 158 Όνειρο η επιχείρηση
- 159 Πολύ δουλειά η επιχείρηση

- 160 Επαφή με κόσμο
- 161 Περισσότερο ευτυχισμένη από επιχείρηση
- 162 Επιχειρηματίας από ανάγκη
- 163 Ανεξάρτητη ως επιχειρηματίας
- 164 Ικανοποιητικό εισόδημα ως επιχειρηματίας
- 165 Ικανοποίηση φιλοδοξιών
- 166 Κουραστική εργασία



**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ**

## ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΣΤΙΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

### A) Περιοχή Βόρα

1	2	3	4	5		6	7	κατανομή δείγματος
Στρώμα (δημοτικό διαμέρισμα)	$N_h$	$p_h$	$q_h$	$N_h p_h q_h$	$p_h q_h$	root $p_h q_h$	$N_h$ (root $p_h q_h$ )	
Αριδαίας								0,000
Αλώρου								0,000
Αψάλου								0,000
Βορεινού								0,000
Γαρεφείου								0,000
Δωροθέας								0,000
Λουτρακίου								0,000
Λυκοστόμου								0,000
Μεγαπλατάνου								0,000
Ξιφιανής								0,000
Όρμης								0,000
Πιπεριών								0,000
Πολυκαρπίου								0,000
Προμάχων								0,000
Σαρακηνών								0,000
Σωσάνδρας								0,000
Τσάκων								0,000
Αρνίσσης								0,000
Αγ Αθανασίου								0,000
Γραμματικού								0,000
Παναγίτσας								0,000
Περαίας								0,000
Άγρα								0,000
Βρυτών								0,000
Καρυδιάς								0,000
Νησίου								0,000
Σωτήρας								0,000
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>643</b>			<b>143,941</b>			<b>303,782</b>	<b>84</b>

$$(303,782)^2$$

$$n = \frac{(303,782)^2}{643^2 \times 0,0026 + 143,941}$$

$$n = 76 + (10\%) = 84$$

## B) Περιοχή Παϊκου

1	2	3	4	5	6	7	8	κατανομή δείγματος
Στρώμα (δημοτικό διαμέρισμα)	N <sub>h</sub>	p <sub>h</sub>	q <sub>h</sub>	N <sub>h</sub> p <sub>h</sub> q <sub>h</sub>	p <sub>h</sub> q <sub>h</sub>	root p <sub>h</sub> q <sub>h</sub>	N <sub>h</sub> (root p <sub>h</sub> q <sub>h</sub> )	
ΓΡΙΒΑ	8	0,125	0,875	0,875	0,109	0,331	2,646	2,063
ΣΤΑΘΗ	3	0,150	0,850	0,383	0,128	0,357	1,071	0,835
ΚΑΣΤΑΝΕΡΗ	4	0,286	0,714	0,816	0,204	0,452	1,807	1,409
ΦΙΛΥΡΙΑ	6	0,400	0,600	1,440	0,240	0,490	2,939	2,292
ΓΕΡΑΚΩΝΑ	5	0,455	0,545	1,240	0,248	0,498	2,490	1,941
ΚΑΡΠΗ	4	0,400	0,600	0,960	0,240	0,490	1,960	1,528
ΒΑΛΤΟΤΟΠΙ	5	0,357	0,643	1,148	0,230	0,479	2,396	1,868
ΡΙΖΙΑ	11	0,297	0,703	2,298	0,209	0,457	5,028	3,921
ΧΑΜΗΛΟ	1	0,500	0,500	0,250	0,250	0,500	0,500	0,390
ΣΚΡΑ	3	0,750	0,250	0,563	0,188	0,433	1,299	1,013
ΓΟΡΓΟΠΗ	19	0,268	0,732	3,724	0,196	0,443	8,412	6,559
ΚΑΜΠΟΧΩΡΙ	3	0,375	0,625	0,703	0,234	0,484	1,452	1,133
ΠΛΑΓΙΑ	5	0,455	0,545	1,240	0,248	0,498	2,490	1,941
ΠΗΓΗ	4	0,500	0,500	1,000	0,250	0,500	2,000	1,560
ΕΙΔΟΜΕΝΗ	4	0,500	0,500	1,000	0,250	0,500	2,000	1,560
ΦΑΝΟΣ	3	0,333	0,667	0,667	0,222	0,471	1,414	1,103
ΑΓΙΟΣ ΠΕΤΡΟΣ	57	0,310	0,690	12,188	0,214	0,462	26,357	20,553
ΜΕΣΙΑ	5	0,417	0,583	1,215	0,243	0,493	2,465	1,922
ΤΟΥΜΠΑ	8	0,242	0,758	1,469	0,184	0,429	3,428	2,673
ΠΟΛΥΠΕΤΡΟ	8	0,400	0,600	1,920	0,240	0,490	3,919	3,056
ΠΛΑΓΙΑΡΙ	5	0,333	0,667	1,111	0,222	0,471	2,357	1,838
ΛΑΚΚΑ	10	0,345	0,655	2,259	0,226	0,475	4,753	3,707
ΑΧΛΑΔΟΧΩΡΙ	3	0,188	0,813	0,457	0,152	0,390	1,171	0,913
ΑΡΑΒΗΣΣΟΣ	43	0,277	0,723	8,620	0,200	0,448	19,252	15,013
ΑΞΟΣ	20	0,121	0,879	2,130	0,107	0,326	6,527	5,090
ΑΡΧΑΓΓΕΛΟΣ	10	0,400	0,600	2,400	0,240	0,490	4,899	3,820
ΕΞΑΠΛΑΤΑΝΟΣ	14	0,368	0,632	3,258	0,233	0,482	6,753	5,266
ΘΕΟΔΩΡΑΚΙ	5	0,385	0,615	1,183	0,237	0,487	2,433	1,897
ΘΗΡΙΟΠΕΤΡΑ	1	0,333	0,667	0,222	0,222	0,471	0,471	0,368
ΙΔΑ	5	0,278	0,722	1,003	0,201	0,448	2,240	1,746
ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΑ	8	0,400	0,600	1,920	0,240	0,490	3,919	3,056
ΜΗΛΕΑ	7	0,389	0,611	1,664	0,238	0,487	3,412	2,661
ΝΕΡΟΜΥΛΟΣ	1	0,333	0,667	0,222	0,222	0,471	0,471	0,368
ΝΟΤΙΑ	2	0,400	0,600	0,480	0,240	0,490	0,980	0,764
ΠΕΡΙΚΛΕΙΑ	3	0,375	0,625	0,703	0,234	0,484	1,452	1,133
ΠΡΟΔΡΟΜΟΣ	1	0,333	0,667	0,222	0,222	0,471	0,471	0,368
ΡΙΖΟΧΩΡΙ	8	0,400	0,600	1,920	0,240	0,490	3,919	3,056
ΦΙΛΩΤΕΙΑ	13	0,394	0,606	3,104	0,239	0,489	6,352	4,953
ΦΟΥΣΤΑΝΗ	2	0,400	0,600	0,480	0,240	0,490	0,980	0,764
ΧΡΥΣΗ	5	0,385	0,615	1,183	0,237	0,487	2,433	1,897
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>332</b>			<b>69,640</b>			<b>151,319</b>	<b>118,000</b>

$$(121,701)^2$$

$$n = \frac{\quad}{\quad}$$

$$249^2 \times 0,001276 + 59,563$$

$$n = 106,828 (+10\%) = 118$$

## Γ) Περιοχή Σαμοθράκης

1	2	3	4	5	6	7	κατανομή δείγματος	
Στρώμα (δημοτικό διαμέρισμα)	N <sub>h</sub>	p <sub>h</sub>	q <sub>h</sub>	N <sub>h</sub> p <sub>h</sub> q <sub>h</sub>	p <sub>h</sub> q <sub>h</sub>	root p <sub>h</sub> q <sub>h</sub>	N <sub>h</sub> (root p <sub>h</sub> q <sub>h</sub> )	
ΚΑΡΙΩΤΕΣ	9	0,500	0,500	2,250	0,250	0,500	4,500	<b>6,954</b>
ΚΑΜΑΡΙΩΤΙΣΣΑ	46	0,351	0,649	10,481	0,228	0,477	21,957	<b>33,933</b>
ΘΕΡΜΑ	19	0,317	0,683	4,111	0,216	0,465	8,838	<b>13,659</b>
ΑΛΟΝΙΑ	2	0,286	0,714	0,408	0,204	0,452	0,904	<b>1,396</b>
ΑΝΩ ΜΕΡΙΑ	1	1,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	<b>0,000</b>
ΠΑΛΛΙΑΠΟΛΗ	0	0,000	1,000	0,000	0,000	0,000	0,000	<b>0,000</b>
ΠΡΦ ΗΤΛΙΑΣ	3	0,429	0,571	0,735	0,245	0,495	1,485	<b>2,294</b>
ΧΩΡΑ	6	0,207	0,793	0,985	0,164	0,405	2,430	<b>3,756</b>
ΛΑΚΩΜΑ	3	0,250	0,750	0,563	0,188	0,433	1,299	<b>2,008</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>89</b>			<b>19,532</b>			<b>41,413</b>	<b>64</b>

$$n = \frac{(41,413)^2}{89^2 \times 0,001276 + 19,532}$$

$$n = \mathbf{61,072 (+10\%) = 64}$$

## Δ) Περιοχή Σερρών

1	2	3	4	5	6	7	8	κατανομή δείγματος
Στρώμα (δημοτικό διαμέρισμα)	N <sub>h</sub>	p <sub>h</sub>	q <sub>h</sub>	N <sub>h</sub> p <sub>h</sub> q <sub>h</sub>	p <sub>h</sub> q <sub>h</sub>	root p <sub>h</sub> q <sub>h</sub>	N <sub>h</sub> (root p <sub>h</sub> q <sub>h</sub> )	
Αγ. Ελένη	6	0,250	0,750	1,125	0,188	0,433	2,598	<b>1,395</b>
Αγ. Πνεύμα	17	0,340	0,660	3,815	0,224	0,474	8,053	<b>4,326</b>
Αγ. Ιωάννης	4	0,211	0,789	0,665	0,166	0,408	1,631	<b>0,876</b>
Αδελφικό	3	0,250	0,750	0,563	0,188	0,433	1,299	<b>0,698</b>
Αμμουδιά	11	0,200	0,800	1,760	0,160	0,400	4,400	<b>2,363</b>
Αμπελοι	7	0,583	0,417	1,701	0,243	0,493	3,451	<b>1,854</b>
Αναγέννηση	10	0,256	0,744	1,907	0,191	0,437	4,367	<b>2,345</b>
Ανθή	10	0,400	0,600	2,400	0,240	0,490	4,899	<b>2,631</b>
Ανω Καμήλα	11	0,344	0,656	2,481	0,226	0,475	5,225	<b>2,806</b>
Βαλτερό	22	0,407	0,593	5,311	0,241	0,491	10,810	<b>5,806</b>
Βαλτοτόπι	11	0,239	0,761	2,001	0,182	0,427	4,692	<b>2,520</b>
Βαμβακιά	2	0,077	0,923	0,142	0,071	0,266	0,533	<b>0,286</b>
Βαμβακούσα	5	0,417	0,583	1,215	0,243	0,493	2,465	<b>1,324</b>
Βαμβακόφυτο	19	0,333	0,667	4,222	0,222	0,471	8,957	<b>4,811</b>
Γεφυρούδι	11	0,333	0,667	2,444	0,222	0,471	5,185	<b>2,785</b>
Γόνιμο	11	0,524	0,476	2,744	0,249	0,499	5,494	<b>2,951</b>
Δασοχώρι	9	0,265	0,735	1,752	0,195	0,441	3,971	<b>2,133</b>
Ελαιώνας	4	0,308	0,692	0,852	0,213	0,462	1,846	<b>0,992</b>
Εμμ. Παππά	6	0,207	0,793	0,985	0,164	0,405	2,430	<b>1,305</b>
Επτάμυλοι	9	0,281	0,719	1,819	0,202	0,450	4,046	<b>2,173</b>
Ζευγόλατο	2	0,333	0,667	0,444	0,222	0,471	0,943	<b>0,506</b>
Θερμοπηγή	2	0,182	0,818	0,298	0,149	0,386	0,771	<b>0,414</b>
Καλά Δένδρα	19	0,322	0,678	4,148	0,218	0,467	8,878	<b>4,769</b>

Καλόκαστρο	3	0,273	0,727	0,595	0,198	0,445	1,336	<b>0,718</b>
Καμαρωτό	4	0,211	0,789	0,665	0,166	0,408	1,631	<b>0,876</b>
Καρπερή	15	0,294	0,706	3,114	0,208	0,456	6,835	<b>3,671</b>
Κάτω Καμήλα	22	0,361	0,639	5,073	0,231	0,480	10,564	<b>5,674</b>
Κοίμηση	15	0,211	0,789	2,500	0,167	0,408	6,123	<b>3,289</b>
Κουβούκλιο	4	0,444	0,556	0,988	0,247	0,497	1,988	<b>1,068</b>
Κουμαρία	7	0,412	0,588	1,696	0,242	0,492	3,445	<b>1,850</b>
Κωνσταντινάτο	3	0,333	0,667	0,667	0,222	0,471	1,414	<b>0,760</b>
Λιβαδοχώρι	7	0,467	0,533	1,742	0,249	0,499	3,492	<b>1,876</b>
Λιθότοπος	8	0,308	0,692	1,704	0,213	0,462	3,692	<b>1,983</b>
Μελενικίτσι	8	0,308	0,692	1,704	0,213	0,462	3,692	<b>1,983</b>
Μετόχι	2	0,667	0,333	0,444	0,222	0,471	0,943	<b>0,506</b>
Μονοβρύση	4	0,333	0,667	0,889	0,222	0,471	1,886	<b>1,013</b>
Μονοκκλησιά	5	0,556	0,444	1,235	0,247	0,497	2,485	<b>1,335</b>
Νεα Τυρολόη	12	0,286	0,714	2,449	0,204	0,452	5,421	<b>2,912</b>
Νεοχώρι	17	0,293	0,707	3,522	0,207	0,455	7,738	<b>4,156</b>
Οινούσα	4	0,222	0,778	0,691	0,173	0,416	1,663	<b>0,893</b>
Ορεινή	12	0,353	0,647	2,740	0,228	0,478	5,735	<b>3,080</b>
Παλαιόκαστρο	9	0,346	0,654	2,037	0,226	0,476	4,282	<b>2,300</b>
Παραλίμνιο	12	0,400	0,600	2,880	0,240	0,490	5,879	<b>3,158</b>
Πεπονιά	11	0,440	0,560	2,710	0,246	0,496	5,460	<b>2,933</b>
Ποντισμένο	23	0,383	0,617	5,437	0,236	0,486	11,183	<b>6,006</b>
Προβατάς	27	0,303	0,697	5,706	0,211	0,460	12,412	<b>6,667</b>
Σκοτούσα	16	0,286	0,714	3,265	0,204	0,452	7,228	<b>3,882</b>
Στρυμονικό	26	0,419	0,581	6,331	0,243	0,493	12,830	<b>6,891</b>
Τούμπα	12	0,364	0,636	2,777	0,231	0,481	5,773	<b>3,101</b>
Τριανταφυλλιά	6	0,261	0,739	1,157	0,193	0,439	2,635	<b>1,415</b>
Χαρωπό	15	0,259	0,741	2,876	0,192	0,438	6,568	<b>3,528</b>
Χείμαρος	10	0,400	0,600	2,400	0,240	0,490	4,899	<b>2,631</b>
Χορτερό	12	0,375	0,625	2,813	0,234	0,484	5,809	<b>3,120</b>
Χριστός	3	0,231	0,769	0,533	0,178	0,421	1,264	<b>0,679</b>
Χρυσοχώραφα	16	0,364	0,636	3,702	0,231	0,481	7,697	<b>4,134</b>
Ψυχικό	14	0,350	0,650	3,185	0,228	0,477	6,678	<b>3,587</b>
Ψωμοτόπι	1	0,333	0,667	0,222	0,222	0,471	0,471	<b>0,253</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>576</b>			<b>125,244</b>			<b>268,093</b>	144,000

$$n = \frac{(268,093)^2}{576^2 * 0,001276 + 125,244}$$

$$n = \mathbf{131,054 (+10\%) = 144}$$

## Ε) Περιοχή Κασσάνδρας

1	2	3	4	5		6	7	κατανομή δείγματος
Στρώμα (δημοτικό διαμέρισμα)	$N_h$	$p_h$	$q_h$	$N_h p_h q_h$	$p_h q_h$	root $p_h q_h$	$N_h$ (root $p_h q_h$ )	
Αφυτος	58	0,284	0,716	11,79	0,203344	0,451	26,15	<b>12,409</b>
Καλάνδρα	16	0,258	0,742	3,06	0,191436	0,438	7,00	<b>3,321</b>
Ποσειδί	9	0,300	0,700	1,89	0,21	0,458	4,12	<b>1,957</b>
Καλλιθέα	67	0,229	0,771	11,83	0,176559	0,420	28,15	<b>13,357</b>
Κασσανδρεία	64	0,234	0,766	11,47	0,179244	0,423	27,10	<b>12,856</b>
Εάνη	1	0,333	0,667	0,22	0,222111	0,471	0,47	<b>0,224</b>
Σ'ανη	4	0,333	0,667	0,89	0,222111	0,471	1,89	<b>0,894</b>
Σιβηρη	15	0,242	0,758	2,75	0,183436	0,428	6,42	<b>3,048</b>
Κασσανδρινό	7	0,318	0,682	1,52	0,216876	0,466	3,26	<b>1,547</b>
Μόλα Καλύβα	1	0,067	0,933	0,06	0,062511	0,250	0,25	<b>0,119</b>
Κρυσπηγή	20	0,217	0,783	3,40	0,169911	0,412	8,24	<b>3,911</b>
Ν. Φώκαια	33	0,256	0,744	6,29	0,190464	0,436	14,40	<b>6,833</b>
Φούρκα	45	0,278	0,722	9,03	0,200716	0,448	20,16	<b>9,565</b>
Αγ. Παρασκευή	10	0,192	0,808	1,55	0,155136	0,394	3,94	<b>1,869</b>
Ν. Σκιώνη	36	0,275	0,725	7,18	0,199375	0,447	16,07	<b>7,627</b>
Παλιούρι	19	0,241	0,759	3,48	0,182919	0,428	8,13	<b>3,855</b>
Πευκοχώρι	94	0,236	0,764	16,95	0,180304	0,425	39,91	<b>18,937</b>
Πολύχρονο	77	0,297	0,703	16,08	0,208791	0,457	35,18	<b>16,693</b>
Χανιώτη	60	0,230	0,770	10,63	0,1771	0,421	25,25	<b>11,980</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>636</b>			<b>120,06</b>			<b>276,11</b>	<b>131</b>

$$n = \frac{(276,11)^2}{636^2 \times 0,00128 + 120,06}$$

$$n = 119 (+10\%) = 131$$

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙΙ**

## ΠΙΝΑΚΕΣ ΣΥΧΝΟΤΗΤΩΝ

**Πίνακας 1: Περιοχές έρευνας**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid ΠΑΙΚΟ	60	17,8
ΧΑΛΚΙΔΙΚΗ	76	22,5
ΒΟΡΡΑΣ	59	17,5
ΣΑΜΟΘΡΑΚΗ	56	16,6
ΣΕΡΡΕΣ	87	25,7
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 2: Τόπος διαμονής επιχειρηματία**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid στο χωριό που είναι η επιχείρηση όλο το χρόνο	270	79,9
στο χωριό που είναι η επιχείρηση σε περίοδο αιχμής	34	10,1
σε άλλο χωριό όλο το χρόνο	34	10,1
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 3: Τόπος διαμονής πριν εγκατασταθεί στο χωριό**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid πρωτεύουσα νομού ή άλλο χωριό	68	20,1
Θεσσαλονίκη	42	12,4
Αθήνα	10	3
εξωτερικό	33	9,8
αλλού	31	9,2
πάντα έμενα εδώ	154	45,6
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 4: Χρόνια παραμονής στο χωριό**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid 1 με 5 χρόνια	34	10,1
6 με 10 χρόνια	33	9,8
11 με 20 χρόνια	59	17,5
21 με 30 χρόνια	39	11,5
πάνω από 30 χρόνια	19	5,6
πάντα έμενα εδώ	154	45,6
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 5: Λόγοι αλλαγής τόπου διαμονής**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid οικονομικοί	29	8,6
κοινωνικοί	47	13,9
γάμος	81	24
άλλο	27	8
πάντα έμενα εδώ	154	45,6
Σύνολο	338	100



**Πίνακας 6: Τόπος καταγωγής επιχειρηματία**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid ίδιος με αυτόν της έδρας της επιχείρησης	194	57,4
από άλλο χωριό της περιοχής	77	22,8
από αλλού	67	19,8
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 7: οικογενειακή κατάσταση**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid ανύπαντρη	20	5,9
παντρεμένη	285	84,3
άλλο	33	9,8
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 8: μόρφωση σχετική με επιχείρηση**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid σχετική	28	8,3
μή σχετική	310	91,7
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 9: γνώση ξένων γλωσσών**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid καθόλου	182	53,8
λίγο	66	19,5
καλά	90	26,6
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 10: χειρισμός Η/Υ**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid ναι	82	24,3
όχι	256	75,7
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 11: επάγγελμα πατέρα**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid ελεύθερος επαγγελματίας	58	17,2
υπάλληλος	16	4,7
γεωργός	179	53
τεχνίτης/εργάτης	47	13,9
συνταξιούχος	9	2,7
χωρίς επάγγελμα	7	2,1
δημόσιος υπάλληλος	22	6,5
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 12: επάγγελμα μητέρας**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid ελεύθερος επαγγελματίας	24	7,1
υπάλληλος	10	3
αγρότισσα	107	31,7
εργάτρια	15	4,4
οικιακά	167	49,4
συνταξιούχος	7	2,1
δημόσιος υπάλληλος	8	2,4
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 13: επάγγελμα συζύγου**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid ελεύθερος επαγγελματίας	69	20,4
υπάλληλος	28	8,3
γεωργός	113	33,4
τεχνίτης /εργάτης	38	11,2
συνταξιούχος	19	5,6
χωρίς επάγγελμα	1	0,3
δημόσιος υπάλληλος	31	9,2
χωρίς σύζυγο	20	5,9
άλλο	19	5,6
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 14: μέγεθος νοικοκυριού**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid ένα άτομο	20	5,9
από 2 έως 4 άτομα	257	76
περισσότερα από 4 άτομα	61	18
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 15: αριθμός παιδιών**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid κανένα	34	10,1
ένα ή δύο	239	70,7
τρία και άνω	65	19,2
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 16: κύριο επάγγελμα**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid υπάλληλος	1	0,3
παροχή υπηρεσιών	327	96,7
αγρότισσα	8	2,4
οικιακά	1	0,3
συνταξιούχος	1	0,3
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 17: δευτερεύον επάγγελμα**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid υπάλληλος	2	0,6
ελεύθερος επαγγελματίας	27	8
αγρότισσα	35	10,4
εργάτρια	1	0,3
οικιακά	19	5,6
χωρίς δευτερεύον επάγγελμα	254	75,1
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 18: έτη λειτουργίας επιχείρησης**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid έως 5 έτη	99	29,3
6 έως 15 έτη	127	37,6
16 έως 25 έτη	60	17,8
26 έως 35 έτη	29	8,6
36 και άνω	23	6,8
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 19: έτη επιχειρηματικής εμπειρίας**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid έως 5 έτη	106	31,4
6 έως 15 έτη	121	35,8
16 έως 25 έτη	81	24
26 έως 35 έτη	21	6,2
36 και άνω	9	2,7
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 20: Ποιός συνέβαλε στην ληψη της επιχειρηματικής ιδέας**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid πατέρας	12	3,6
μητέρα	1	0,3
σύζυγος	105	31,1
άλλοι συγγενείς	29	8,6
φίλοι	8	2,4
άλλος	46	13,6
δεν απάντησαν	3	0,9
ήταν δική μου ιδέα	134	39,6
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 21: Ποιός παίρνει αποφάσεις στην επιχείρηση**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid εγώ	163	48,2
εγώ και ο σύζυγος	137	40,5
εγώ και ο πατέρας μου	6	1,8
εγώ μαζί με την οικογένεια	14	4,1
εγώ και ο συνétairos	6	1,8
άλλο	12	3,6
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 22: οικογενειακή επιχειρηματική παράδοση**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid ναι	81	24
όχι	257	76
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 23: επίδραση οικογενειακής επιχειρηματικής παράδοσης**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid καθόλου	16	4,7
λίγο	6	1,8
μέτρια	9	2,7
πολύ	16	4,7
πάρα πολύ	34	10,1
δεν αποτελεί οικογενειακή παράδοση	257	76
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 24: αιτία εγκατάστασης επιχείρησης**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid ιδιόκτητος χώρος	77	22,8
τόπος διαμονής	119	35,2
τόπος καταγωγής	44	13
αναπτυγμένη περιοχή	13	3,8
τοπικές ιδιαιτερότητες	24	7,1
άλλο	39	11,5
Δεν απάντησαν	22	6,5
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 25: πλεονεκτήματα**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid ιδιοκτησία	51	15,1
προοπτικές ανάπτυξης περιοχής	64	18,9
εύκολη πρόσβαση	31	9,2
πελατεία	76	22,5
κανένα	30	8,9
άλλο	67	19,8
Δεν απάντησαν	19	5,6
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 26: μειονεκτήματα**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid ελλειπίες υποδομές	28	8,3
οικονομικές ιδιαιτερότητες, χαμηλοί τζίροι	92	27,2
μικρή τουριστική περίοδος, ερήμωση στις μή τουριστικές	56	16,6
κανένα	56	16,6
άλλο	84	24,9
δεν απάντησαν	22	6,5
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 27: προηγούμενη απασχόληση**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid ναι	206	60,9
όχι	132	39,1
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 28: είδος επιχείρησης**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid ίδια επιχείρηση με αυτή που έχει τώρα	63	18,6
διαφορετική επιχείρηση από αυτή που έχει τώρα	143	42,3
δεν είχα προηγούμενη απασχόληση	132	39,1
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 29: επιμόρφωση**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid ναι	66	19,5
όχι	272	80,5
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 30: νομική μορφή**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid ατομική	325	96,2
Ο.Ε.	7	2,1
Ε.Ε.	3	0,9
κοινοπραξία	1	0,3
άλλο	2	0,6
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 31: Λειτουργία κατά τη διάρκεια του έτους**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid από 1 έως 4 μήνες	31	9,2
από 5 έως 8 μήνες	51	15,1
από 9 έως 12 μήνες	249	73,7
άλλο	7	2,1
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 32: σχέσεις με ομοειδείς επιχειρήσεις**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid τυπικές	106	31,4
περιστασιακής συνεργασίας	47	13,9
συνεχούς συνεργασίας	49	14,5
ανταγωνιστικές	14	4,1
άλλο	41	12,1
δεν έχουμε σχέσεις	81	24
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 33: γνώση αντικειμένου**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid καθόλου	6	1,8
λίγο	1	0,3
μέτρια	26	7,7
πολύ καλά	145	42,9
πάρα πολύ καλά	160	47,3
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 34: ιδιοκτησιακό καθεστώς**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid ιδιόκτητος	210	62,1
ενοικιαζόμενος	120	35,5
άλλο	8	2,4
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 35: Η επιχείρηση είναι κοντά στο σπίτι**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid ναι	258	76,3
όχι	80	23,7
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 36: Γιατί επιλέξατε τη συγκεκριμένη θέση**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid οικογενειακοί	21	6,2
πρακτικοί	69	20,4
διαμονή-ιδιοκτησία	110	32,5
χωρίς λόγο	28	8,3
άλλο	110	32,5
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 37: πελατεία**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid ντόπιοι	193	57,1
έλληνες τουρίστες	66	19,5
αλλοδαποί τουρίστες	5	1,5
ντόπιοι και έλληνες τουρίστες	27	8
άλλο	47	13,9
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 38: πωλήσεις συγκριτικά**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid μειωμένη πολύ	114	33,7
μειωμένη ελαχιστα	62	18,3
περίπου το ίδιο	79	23,4
αυξημένη ελάχιστα	38	11,2
αυξημένη πολύ	15	4,4
δεν γνωρίζω	30	8,9
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 39: τζίρος**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid μέχρι 10.000	135	39,9
10.001-30.000	105	31,1
πάνω από 30.000	50	14,8
δεν γνωρίζω	48	14,2
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 40: συμβοηδούντα μέλη οικογένειας**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid γονείς	17	5
σύζυγος	82	24,3
παιδιά	52	15,4
σύζυγος και παιδιά	49	14,5
άλλο	28	8,3
δεν βοηθά κανείς	110	32,5
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 41: Σε ποιές εργασίες σας βοηθούν**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid σε όλες	143	42,3
στην καθαριότητα	7	2,1
στο ταμείο, σέρβις, πωλήσεις	47	13,9
στην κουζίνα	1	0,3
στις προμήθειες	6	1,8
άλλο	24	7,1
δεν με βοηθά κανείς	110	32,5
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 42: μόνιμο δυναμικό**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid κανέναν	309	91,4
1 με 2 άτομα	27	8
3 και άνω	2	0,6
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 43: προβλήματα στην αρχή της επιχείρησης**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid γραφειοκρατία	30	8,9
υποδομές	10	3
έλλειψη εμπειρίας	38	11,2
οικονομικά	104	30,8
προμήθειες	17	5
κανένα	72	21,3
άλλο	67	19,8
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 44: ενίσχυση προβλημάτων λόγω εγκατάστασης στην ύπαιθρο**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid καθόλου	117	34,6
λίγο	32	9,5
μέτρια	40	11,8
πολύ	38	11,2
πάρα πολύ	40	11,8
δεν απάντησαν	71	21
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 45: στήριξη λειτουργίας της επιχείρησης από την οικογένεια**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid καθόλου	11	3,3
λίγο	9	2,7
μέτρια	27	8
πολύ	92	27,2
πάρα πολύ	199	58,9
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 46: στήριξη λειτουργίας της επιχείρησης από την τοπική κοινωνία**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid καθόλου	40	11,8
λίγο	19	5,6
μέτρια	76	22,5
πολύ	122	36,1
πάρα πολύ	81	24
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 47: στήριξη λειτουργίας της επιχείρησης από τους τοπικούς φορείς**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid καθόλου	123	36,4
λίγο	46	13,6
μέτρια	82	24,3
πολύ	64	18,9
πάρα πολύ	23	6,8
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 48: άντληση κεφαλαίων**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid προσωπικές οικονομίες	112	33,1
επιδότηση από πρόγραμμα	10	3
οικογένεια	63	18,6
δανεισμός	12	3,6
συνδυασμός	141	41,7
Σύνολο	338	100



**Πίνακας 48: επιθυμία για διαδοχή στην επιχείρηση**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid ναι	108	32
όχι	200	59,2
δεν ξέρω	30	8,9
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 49: φύλο διαδόχου**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid αγόρι	59	17,5
κορίτσι	27	8
και τα δύο	8	2,4
χωρίς διάδοχο προς το παρόν	124	36,7
δεν απάντησαν	120	35,5
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 50: ανάγκη για επιμόρφωση**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid ναι	115	34
όχι	198	58,6
ίσως, δεν ξέρω	25	7,4
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 51: αναγκαίοι τομείς επιμόρφωσης**

	Συχνότητα	Ποσοστό
Valid γενικά	37	10,9
διοίκηση, διαχείριση	22	6,5
προώθηση	17	5
τεχνογνωσία	33	9,8
άλλο	6	1,8
δεν υπάρχει αναγκαιότητα	223	66
Σύνολο	338	100

**Πίνακας 52: Συμβολή της επιχείρησης σε διάφορους τομείς (%)**

Συμβολή σε	καθόλου	λίγο	μέτρια	πολύ	πάρα πολύ	δεν απάντησαν	Σύνολο
δημιουργία νέων επιχειρήσεων	55,9	7,4	9,2	10,9	12,7	3,8	100
τόνωση λειτουργίας υφισταμένων	47,6	11,8	10,9	16,9	7,4	5,3	100
εξυπηρέτηση μόνιμων κατοίκων	17,5	3,6	10,7	28,1	37,3	3	100
εξυπηρέτηση τουριστών	39,1	7,4	8,9	13	24,3	7,4	100
δημιουργία θέσεων απασχόλησης	64,5	6,5	6,8	8,9	8,3	5	100
συμπληρωματικό οικογενειακό εισόδημα	5,6	4,7	11,5	24,6	49,7	3,8	100
βελτίωση βασικών υποδομών	46,7	10,4	11,8	13,6	13	4,4	100
βελτίωση παρεχόμενων υπηρεσιών	22,2	7,4	18	27,5	21	3,8	100

**Πίνακας 53: Βελτίωση συνθηκών από την επιχείρηση (%)**

						Σύνολο
	λίγο	μέτρια	πολύ	πάρα πολύ	δεν απάντησαν	
βελτίωση θέσης στην οικογένεια	7,7	25,4	24,9	15,7	3,6	100
βελτίωση θέσης στην τοπική κοινωνία	8	24,6	30,5	15,7	3,3	100
βελτίωση καθημερινής ζωής	12,4	19,8	24	12,4	2,7	100
βελτίωση οικονομικών	11,5	25,1	32,8	23,1	1,2	100

**Πίνακας 54: ικανοποίηση από την περιοχή (%)**

από δίκτυο μεταφορών	17,8	13,3	26,3	24	13,3	5,3	100
από συγκοινωνία	19,2	11,2	23,4	29	13,9	3,3	100
από ευκαιρίες απασχόλησης	44,7	23,7	14,8	9,5	2,1	5,3	100
από ιατρική περίθαλψη	13,3	17,5	26,9	30,5	8,9	3	100
από αγορά ειδών πρώτης ανάγκης	5,3	7,1	18,3	38,8	26	4,4	100
από τοπική αυτοδιοίκηση	26,9	13,9	33,7	16,9	5,3	3,3	100
από μέσα ψυχαγωγίας	30,2	20,1	22,8	15,1	9,2	2,7	100
από δίκτυο ύδρευσης	18	8,3	18,9	30,8	21,9	2,1	100

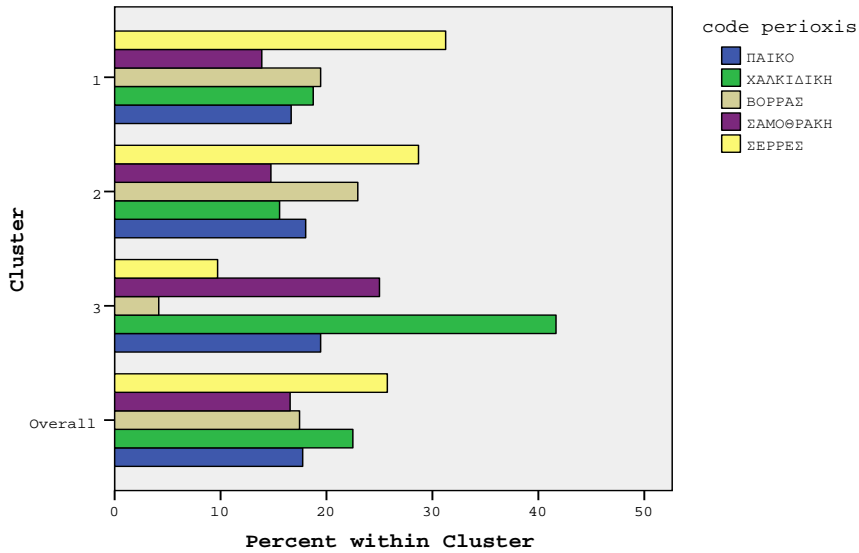
**Πίνακας 55: Ποια είναι η άποψή σας για τις παρακάτω προτάσεις (%)**

	συμφωνώ απόλυτα	συμφωνώ	δεν έχω γνώμη	διαφωνώ	διαφωνώ ριζικά	δεν απάντησαν	Σύνολο
ευχαρίστηση επιχειρηματία	4,7	14,5	11,5	42	24,9	2,4	100
δυσaréσκεια επιχειρηματία	8,3	32	7,1	35,8	13,9	3	100
ρίσκο η επιχείρηση	60,1	25,4	1,5	3,6	6,2	3,3	100
ευχάριστος τρόπος ζωής	5,6	15,4	8,3	40,2	28,4	2,1	100
όνειρο η επιχείρηση	22,2	34,9	14,5	12,4	13,6	2,4	100
πολύ δουλειά η επιχείρηση	67,8	17,5	0,6	3,8	8,3	2,1	100
επαφή με κόσμο		5	3,3	2,7	23,7	63,3	2,1
περισσότερο ευτυχημένη από επιχείρηση	8,3	16,9	14,5	27,2	31,4	1,8	100
επιχειρηματίας από ανάγκη	31,4	25,7	5,6	26	8,9	2,4	100
ανεξάρτητη ως επιχειρηματίας	2,7	2,1	6,8	34,6	52,1	1,8	100
ικανοποιητικό εισόδημα ως επιχειρηματίας	6,2	25,7	17,5	32,2	13	5,3	100
ικανοποίηση φιλοδοξιών	8,3	19,2	21,9	30,2	18	2,4	100
κουραστική εργασία	35,5	29	5,3	18,9	9,5	1,8	100

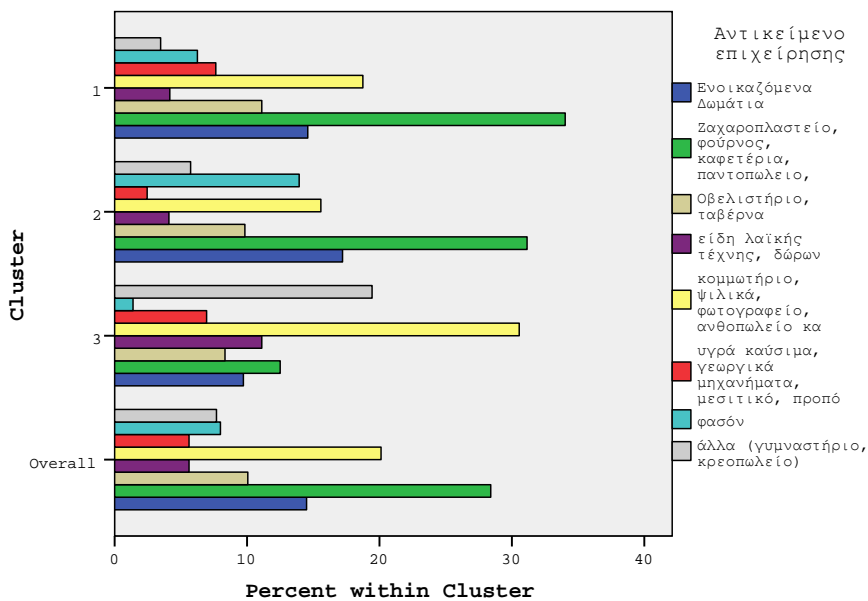
**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙV**

## 1<sup>η</sup> Τυπολογία Γυναικών Επιχειρηματιών στην Ύπαιθρο με Βάση τα Δημογραφικά και Κοινωνικό-Οικονομικά Χαρακτηριστικά τους

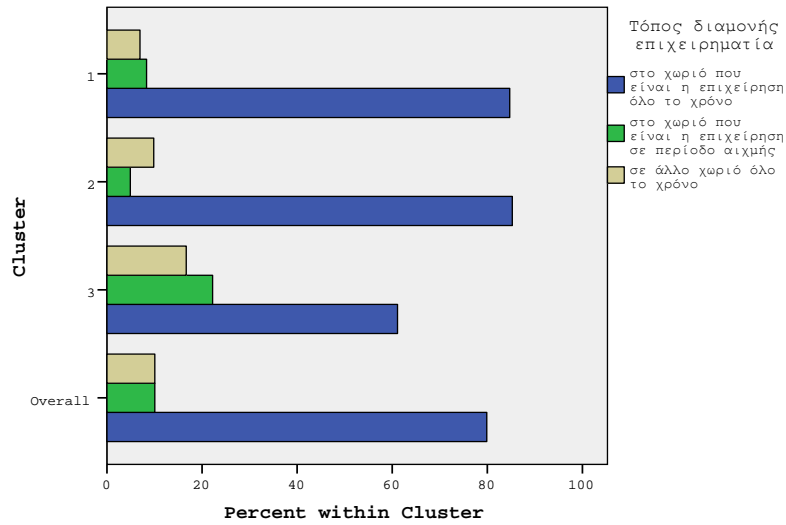
Within Cluster Percentage of code perioxis



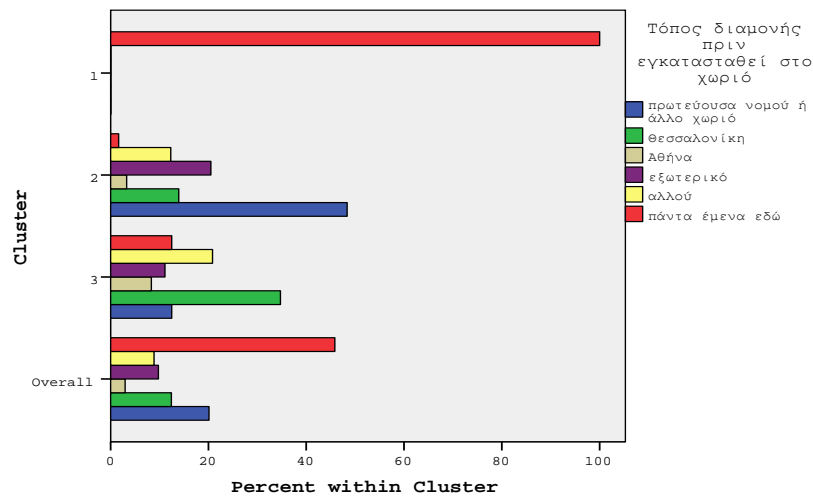
Within Cluster Percentage of Αντικείμενο επιχείρησης



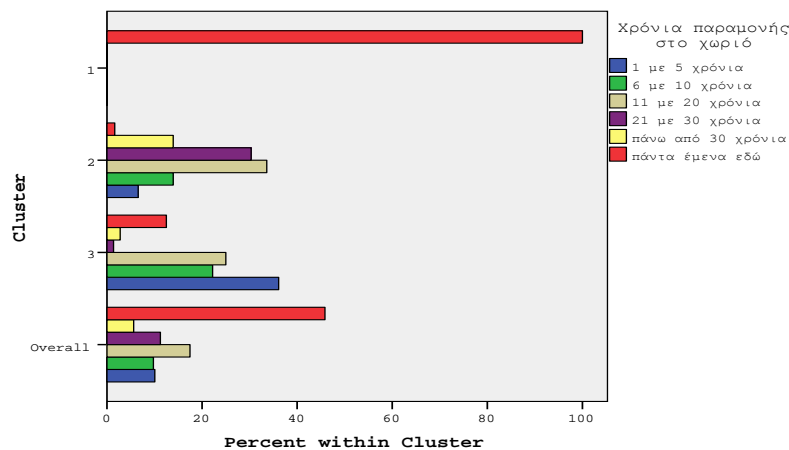
Within Cluster Percentage of Τόπος διαμονής επιχειρηματία



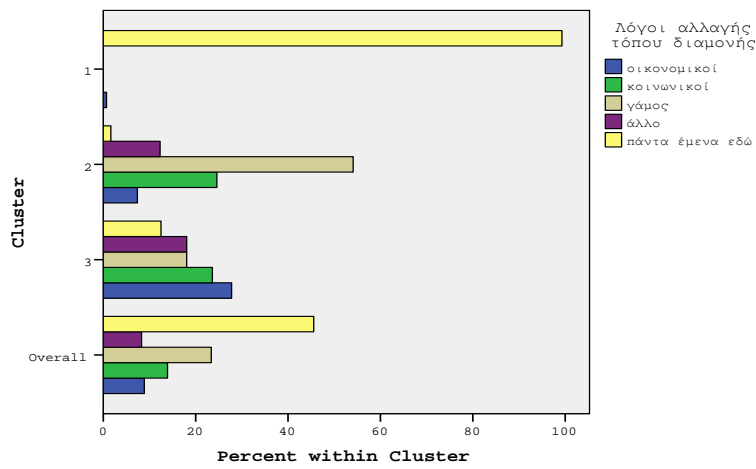
Within Cluster Percentage of Τόπος διαμονής πριν εγκατασταθεί στο χωριό



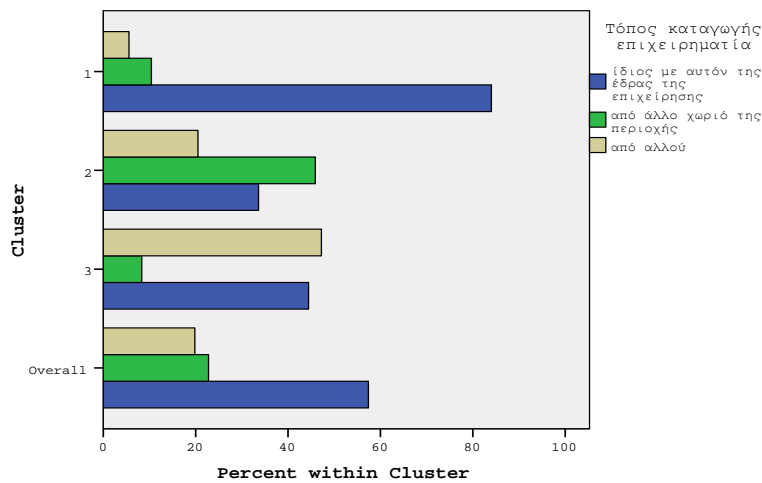
Within Cluster Percentage of Χρόνια παραμονής στο χωριό



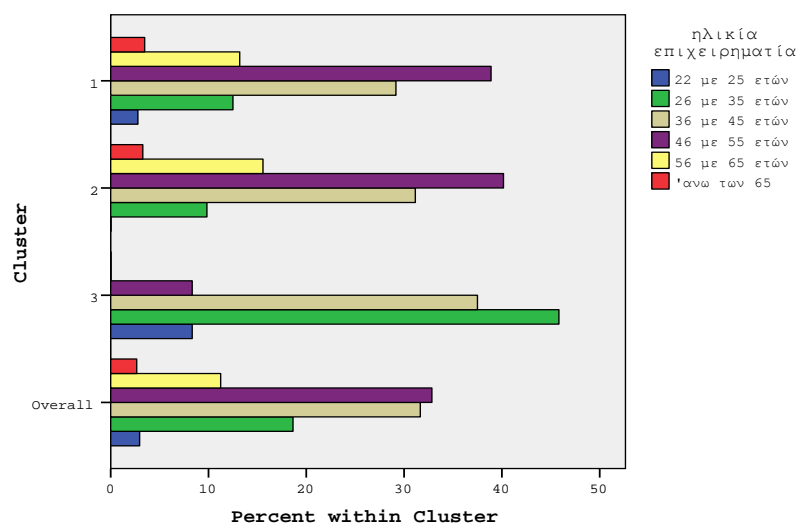
Within Cluster Percentage of Λόγοι αλλαγής τόπου διαμονής



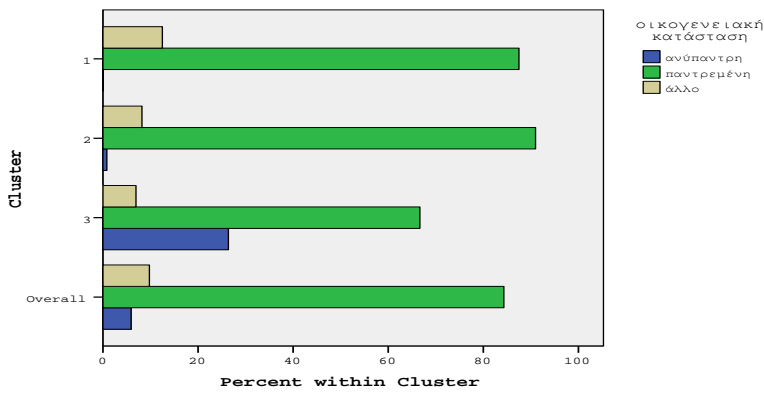
Within Cluster Percentage of Τόπος καταγωγής επιχειρηματία



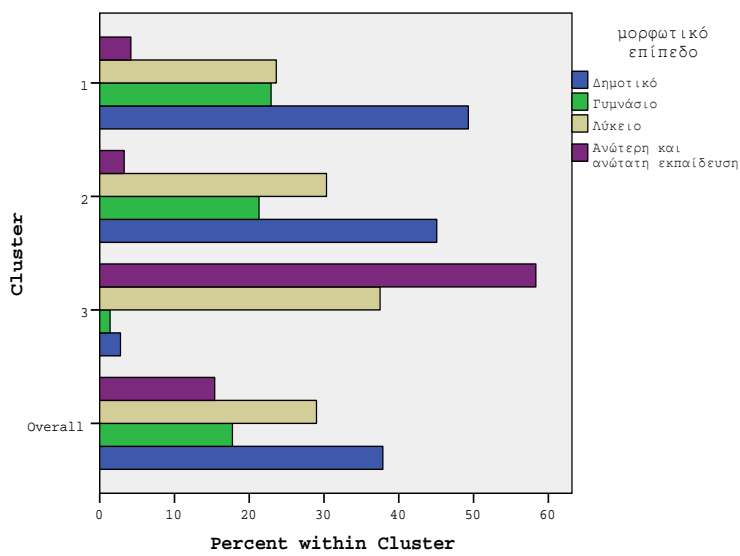
Within Cluster Percentage of ηλικία επιχειρηματία



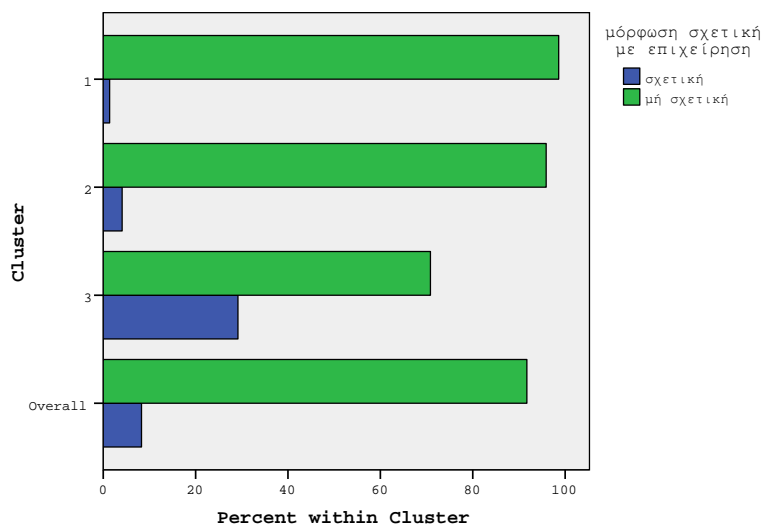
Within Cluster Percentage of οικογενειακή κατάσταση



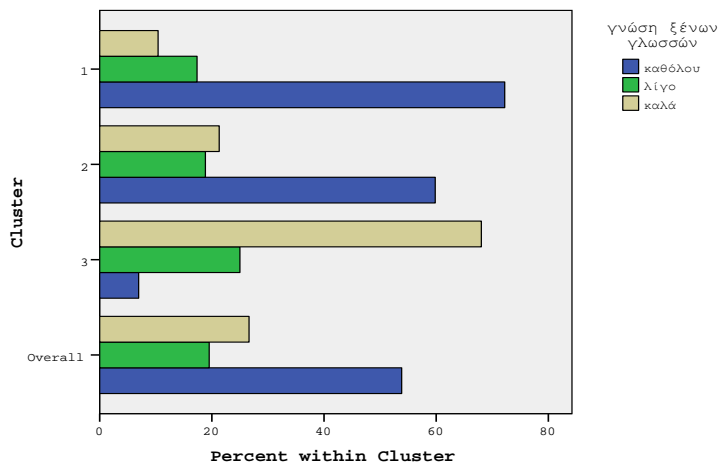
Within Cluster Percentage of μορφωτικό επίπεδο



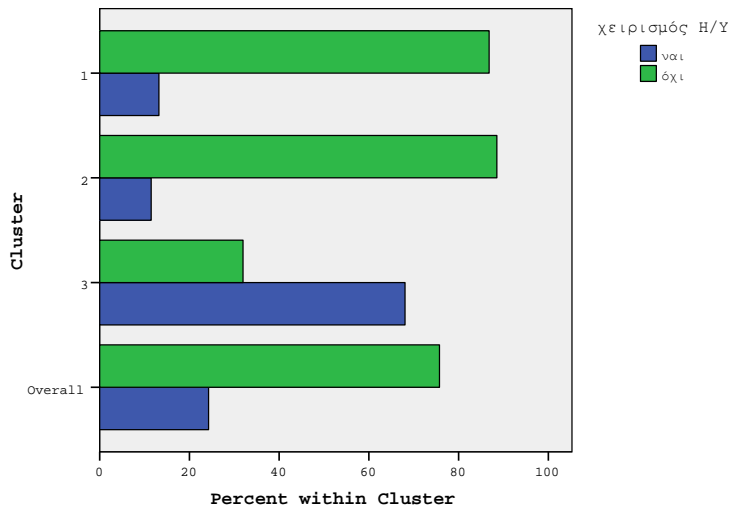
Within Cluster Percentage of μόρφωση σχετική με επιχείρηση



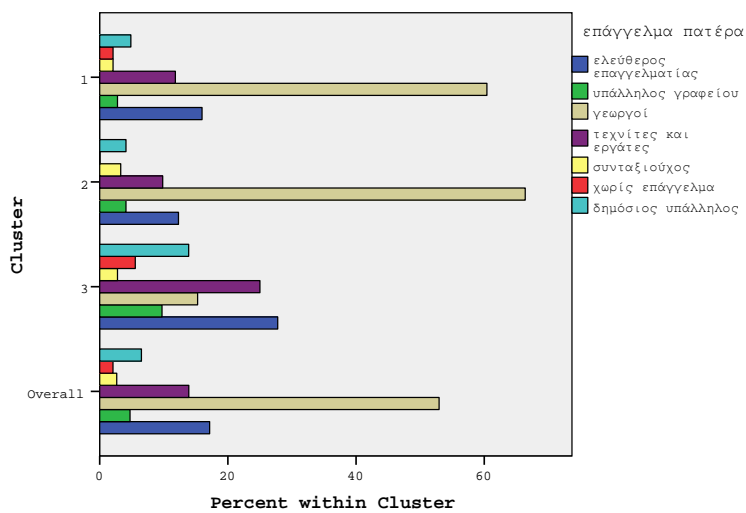
Within Cluster Percentage of γνώση ξένων γλωσσών



Within Cluster Percentage of χειρισμός Η/Υ

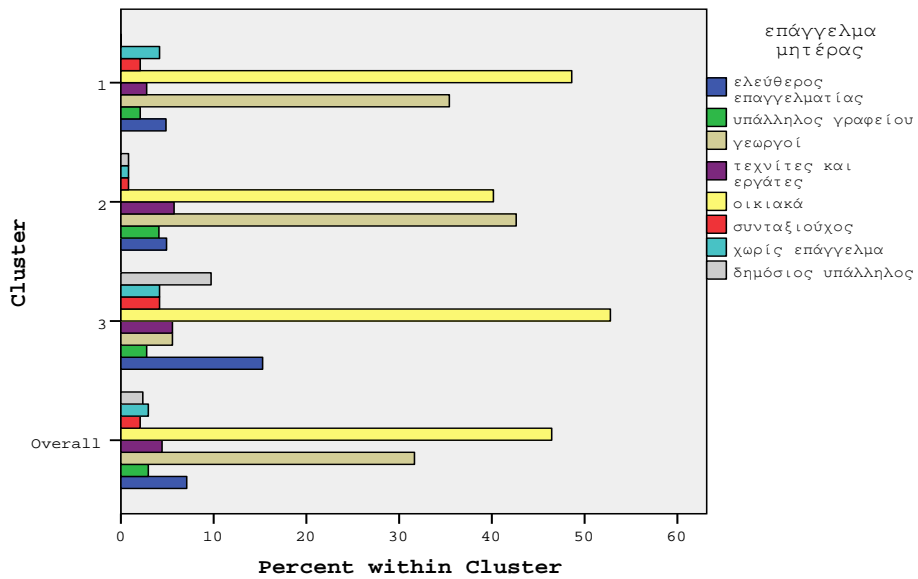


Within Cluster Percentage of επάγγελμα πατέρα

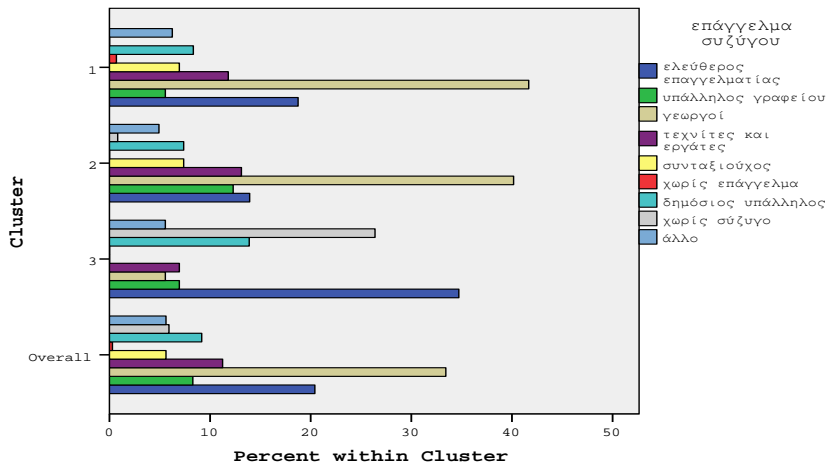




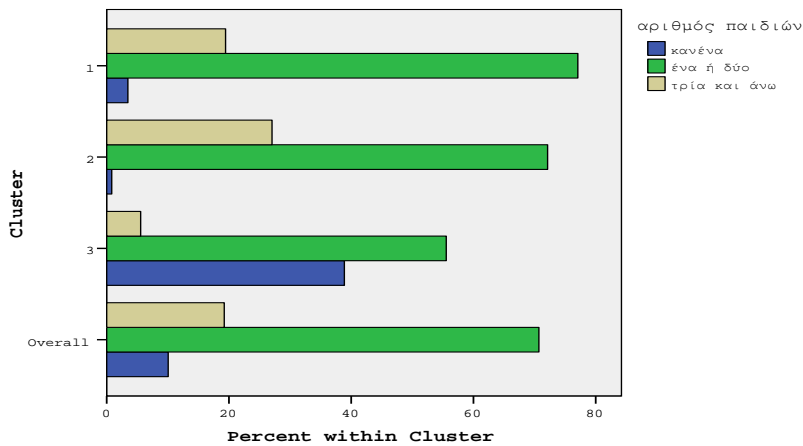
Within Cluster Percentage of επάγγελμα μητέρας



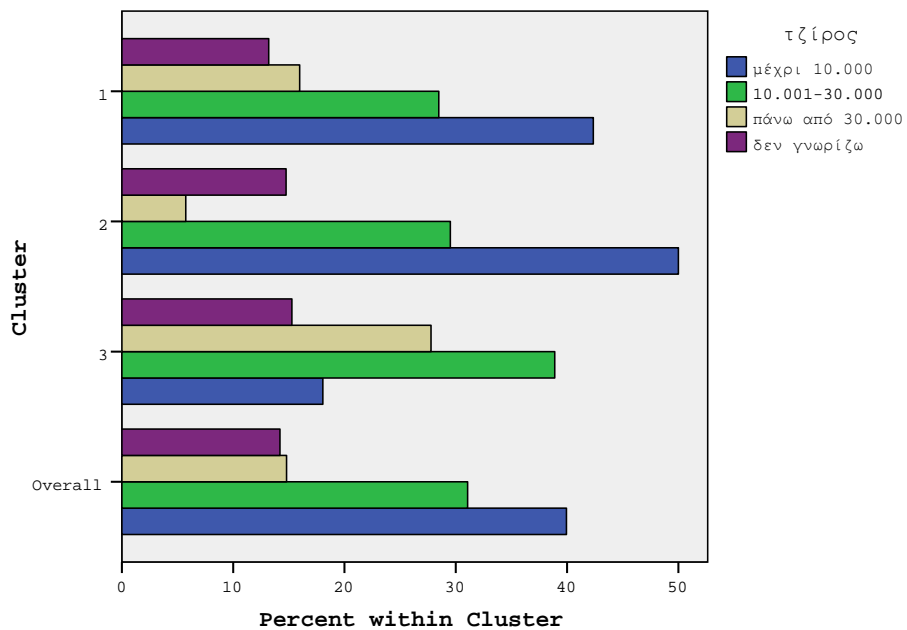
Within Cluster Percentage of επάγγελμα συζύγου



Within Cluster Percentage of αριθμός παιδιών

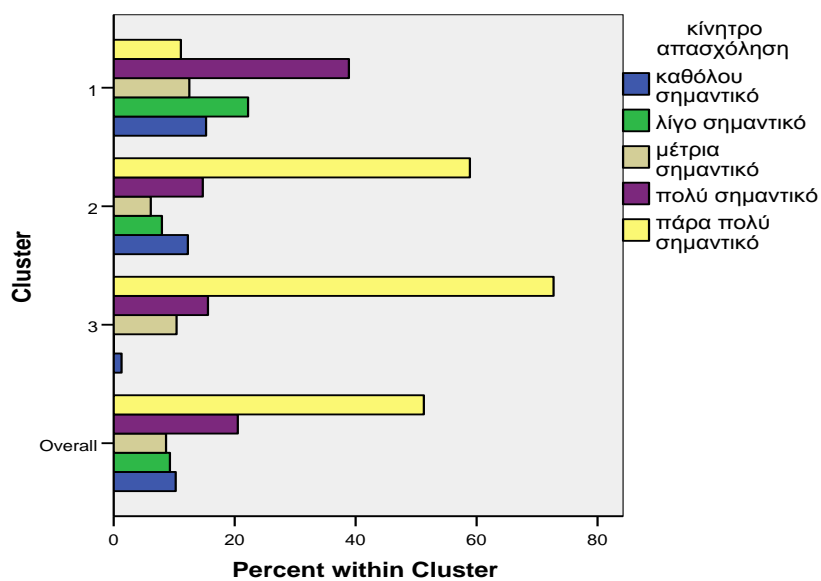


Within Cluster Percentage of τζίρος

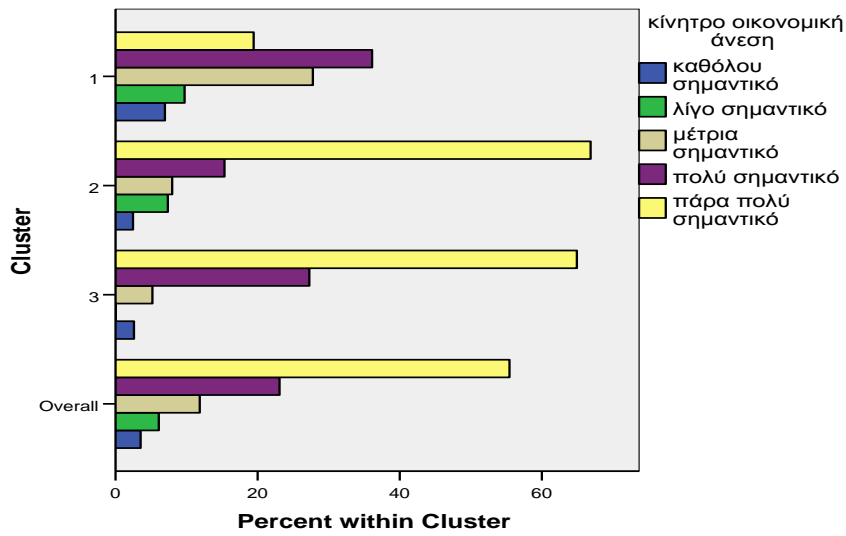


## 2<sup>η</sup> ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΓΥΝΑΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ ΣΤΗΝ ΎΠΗΙΘΡΟ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΑΝΑΛΗΨΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΗΣ

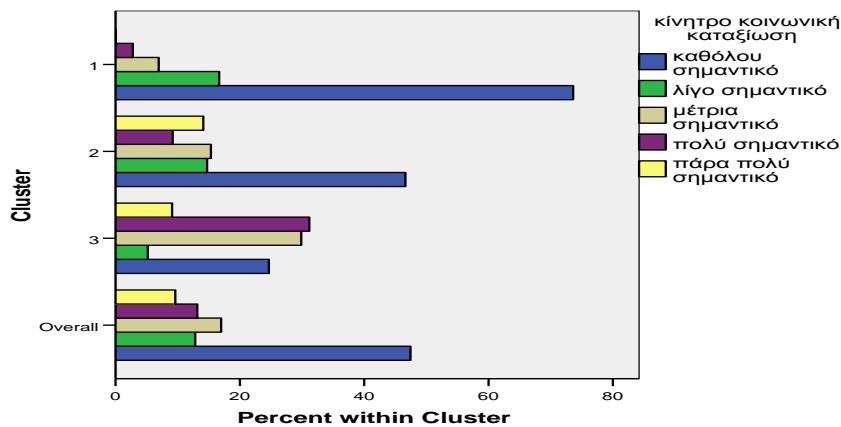
Within Cluster Percentage of κίνητρο απασχόληση



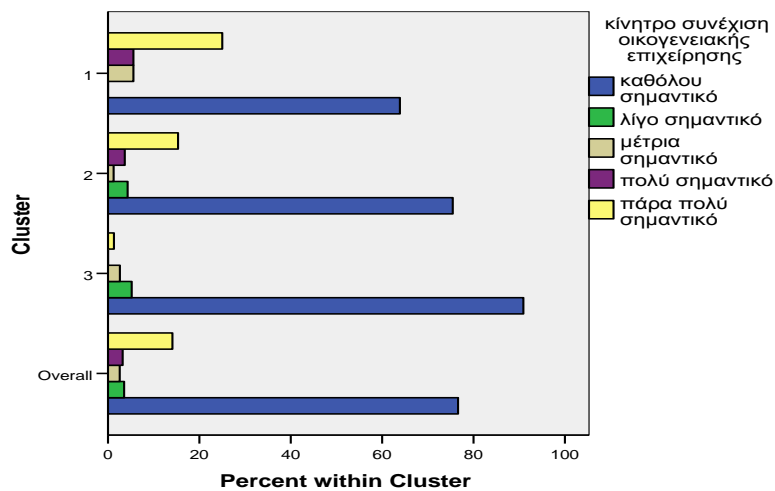
**Within Cluster Percentage of κίνητρο οικονομική άνεση**



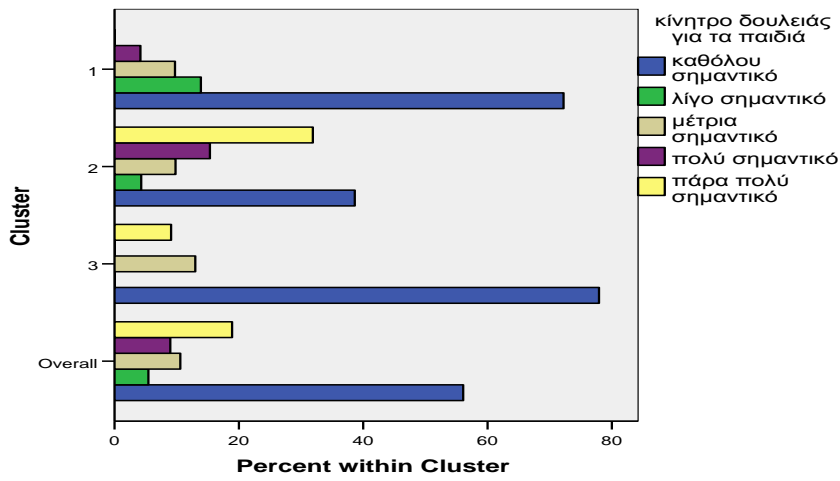
**Within Cluster Percentage of κίνητρο κοινωνική καταξίωση**



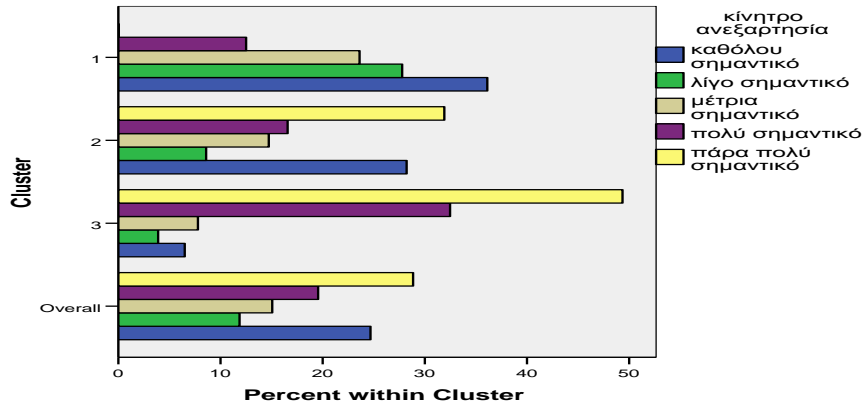
**Within Cluster Percentage of κίνητρο συνέχιση οικογενειακής επιχείρησης**



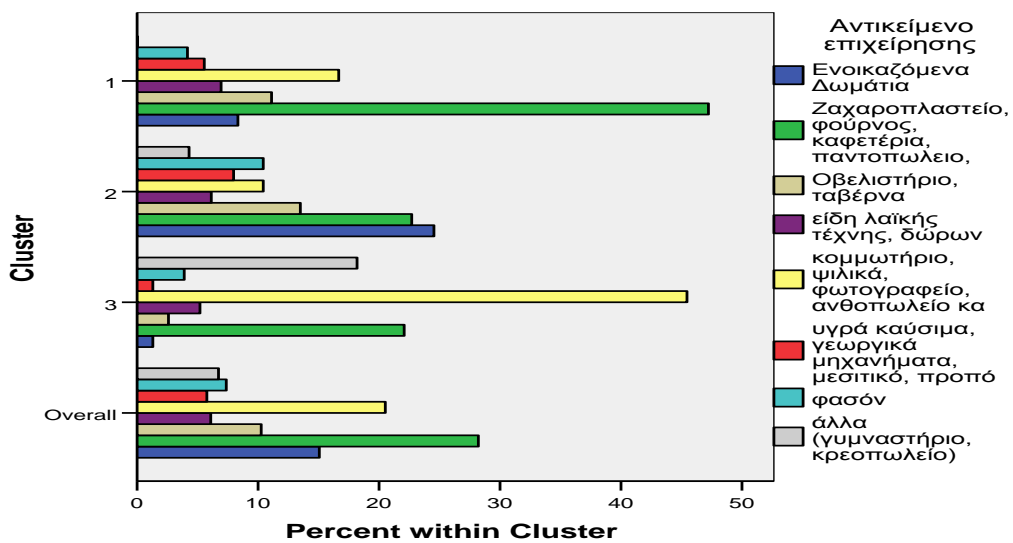
**Within Cluster Percentage of κίνητρο δουλειάς για τα παιδιά**



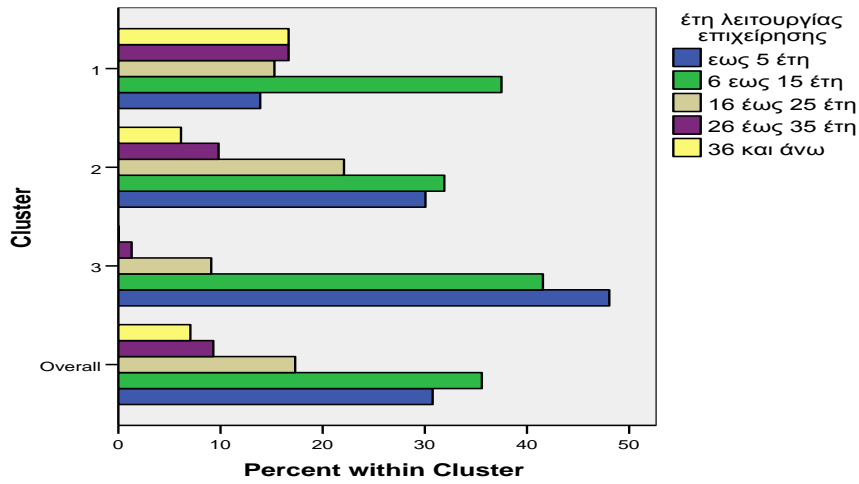
**Within Cluster Percentage of κίνητρο ανεξαρτησία**



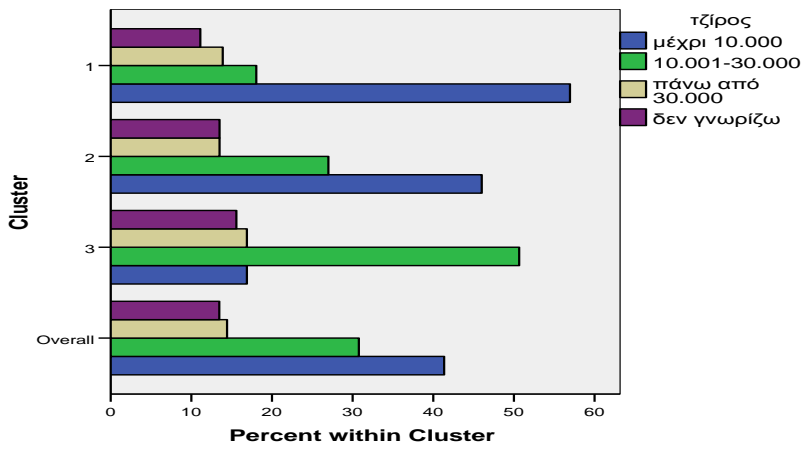
**Within Cluster Percentage of Αντικείμενο επιχείρησης**



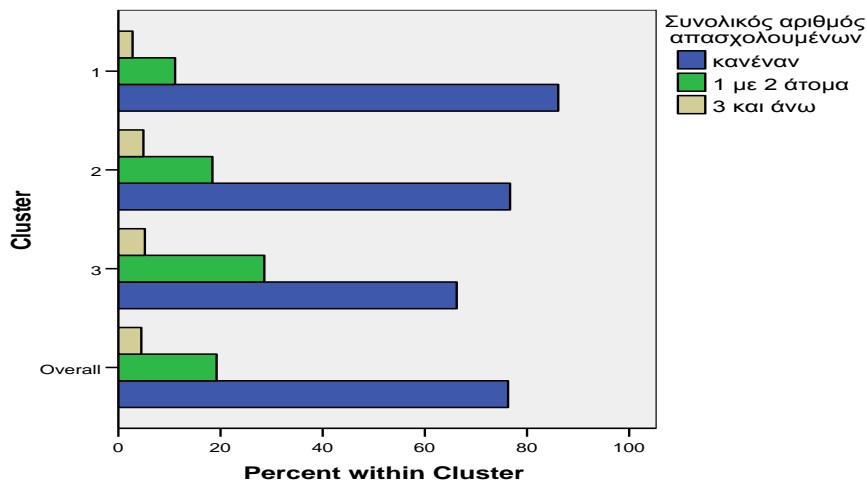
**Within Cluster Percentage of έτη λειτουργίας επιχείρησης**



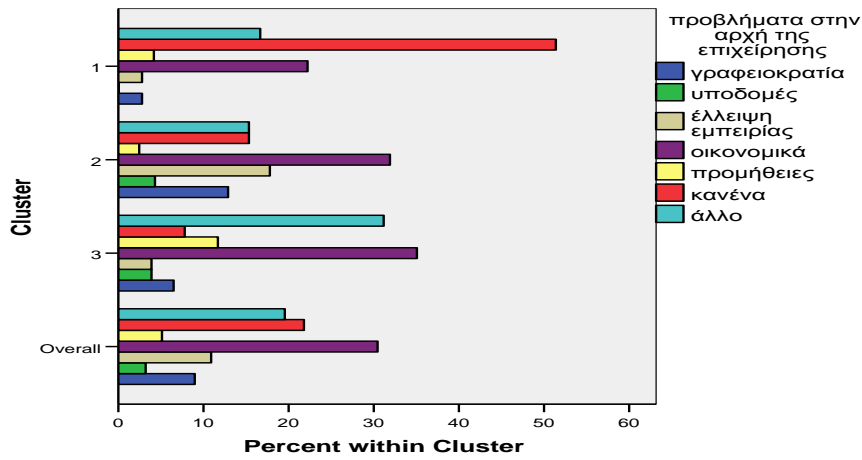
**Within Cluster Percentage of τζίπος**



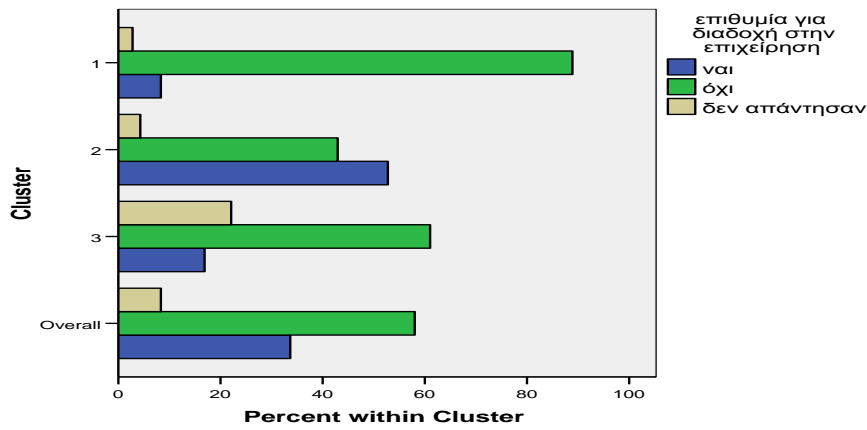
**Within Cluster Percentage of Συνολικός αριθμός απασχολουμένων**



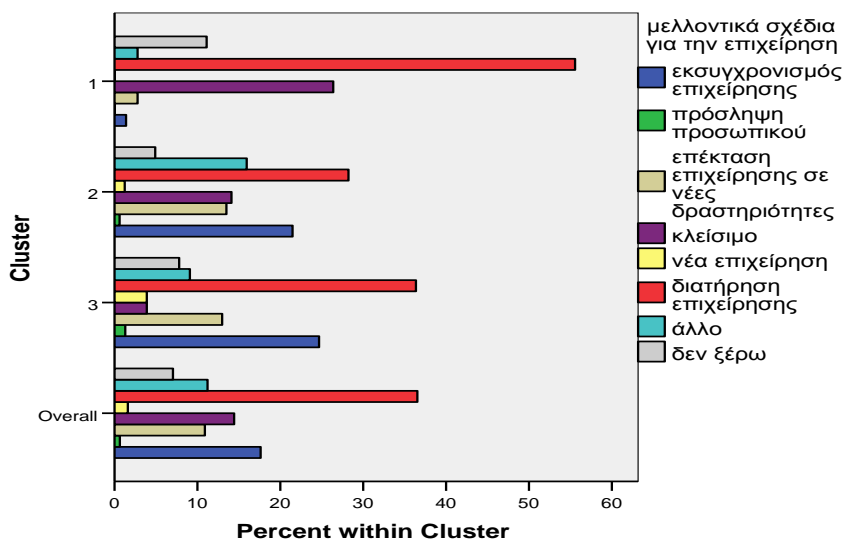
**Within Cluster Percentage of προβλήματα στην αρχή της επιχείρησης**



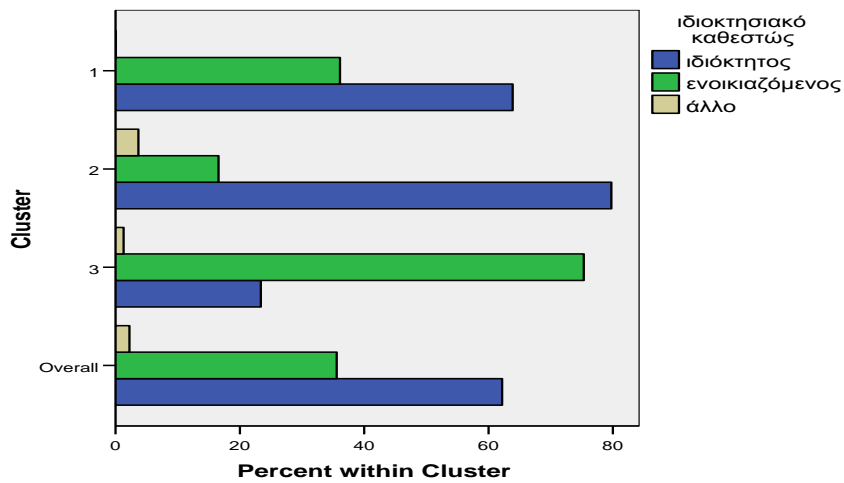
**Within Cluster Percentage of επιθυμία για διαδοχή στην επιχείρηση**



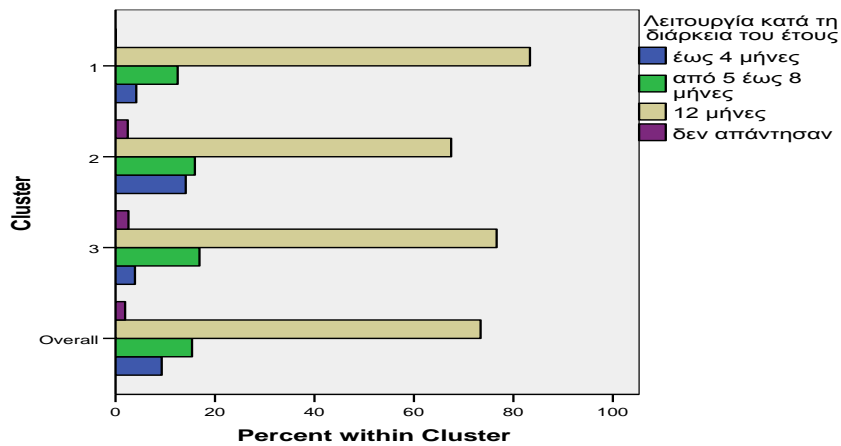
**Within Cluster Percentage of μελλοντικά σχέδια για την επιχείρηση**



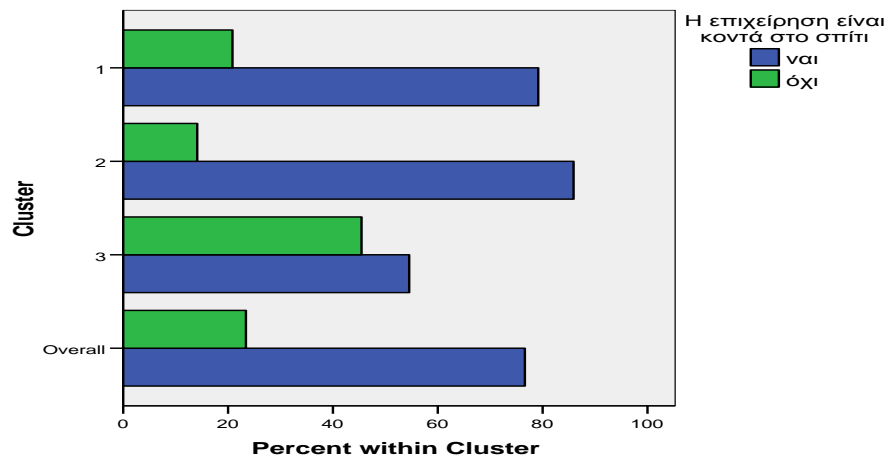
### Within Cluster Percentage of Ιδιοκτησιακό Καθεστώς



### Within Cluster Percentage of Λειτουργία κατά τη διάρκεια του έτους

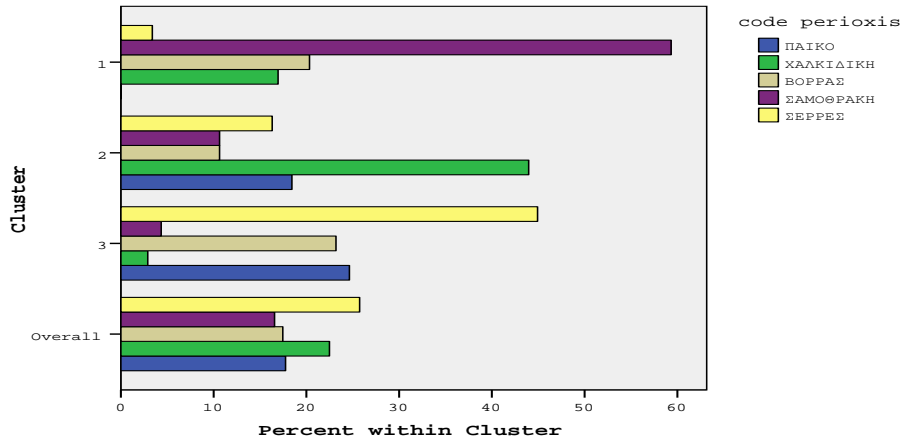


### Within Cluster Percentage of Η επιχείρηση είναι κοντά στο σπίτι

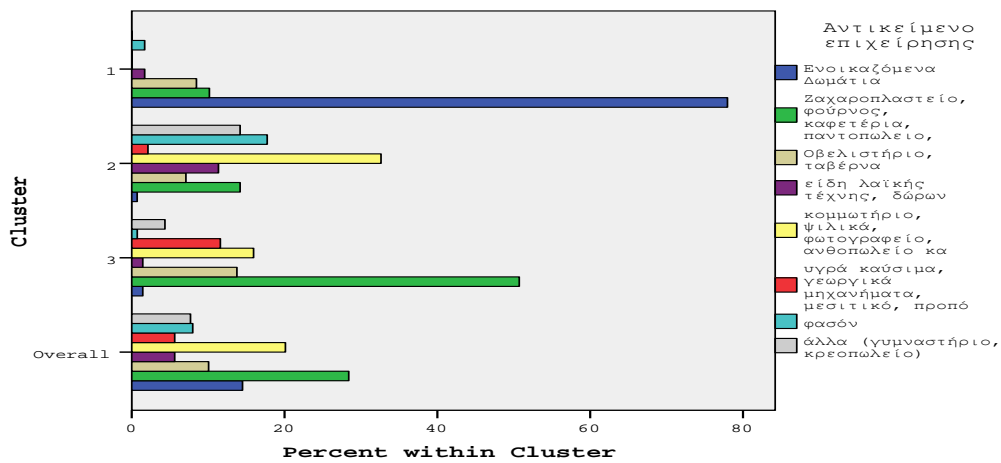


### 3<sup>η</sup> ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΓΥΝΑΙΚΕΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΎΠΗΛΙΘΡΟ

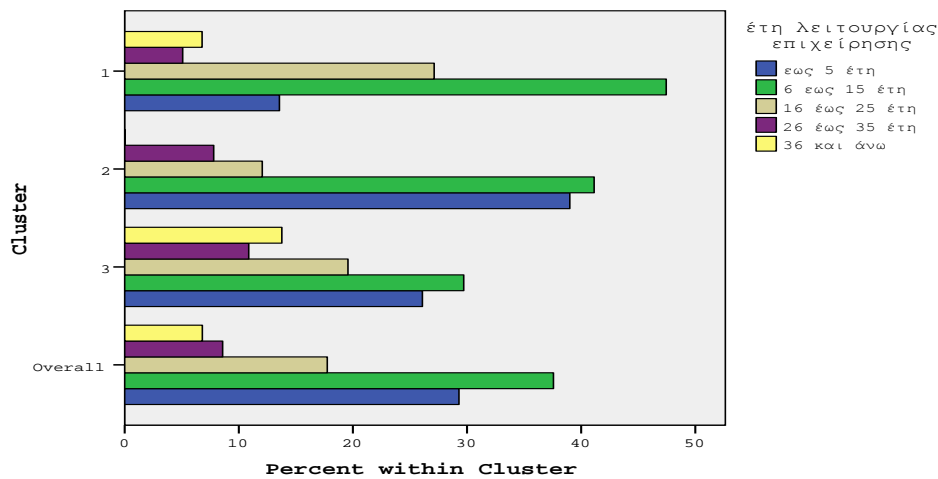
Within Cluster Percentage of code perioxis



Within Cluster Percentage of Αντικείμενο επιχείρησης

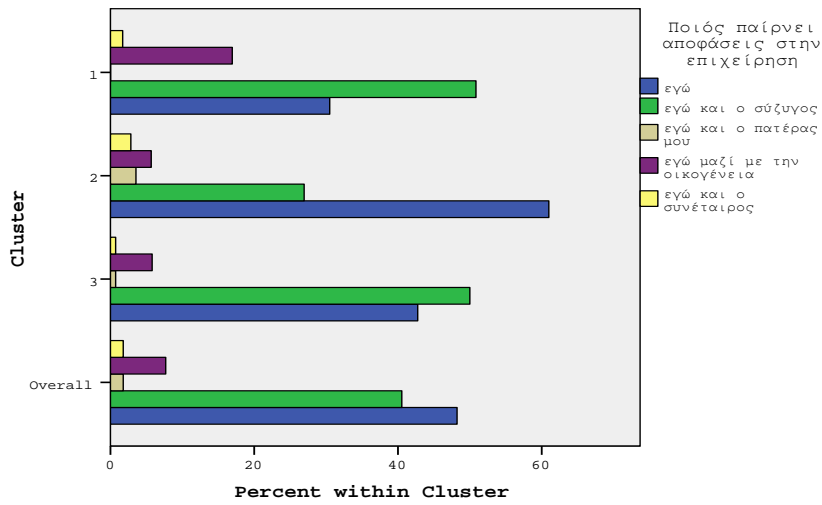


Within Cluster Percentage of έτη λειτουργίας επιχείρησης

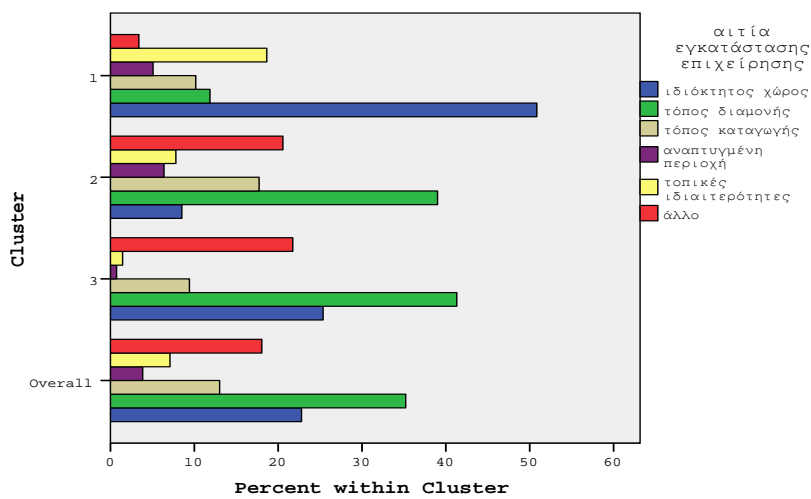




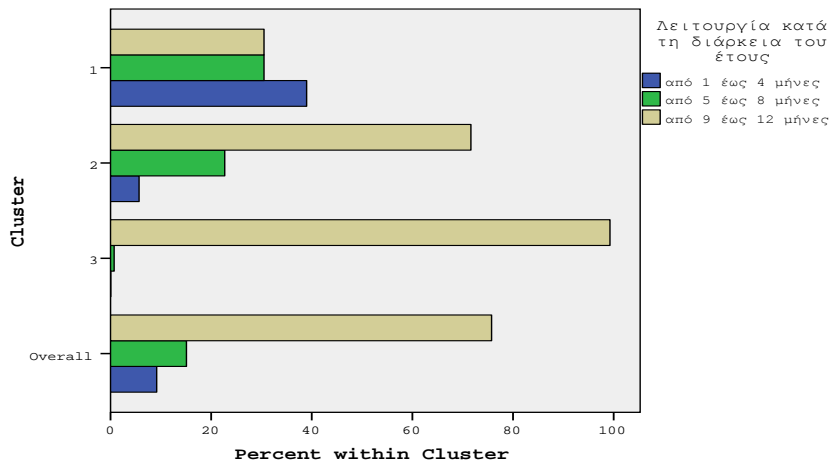
Within Cluster Percentage of Ποιός παίρνει αποφάσεις στην επιχείρηση



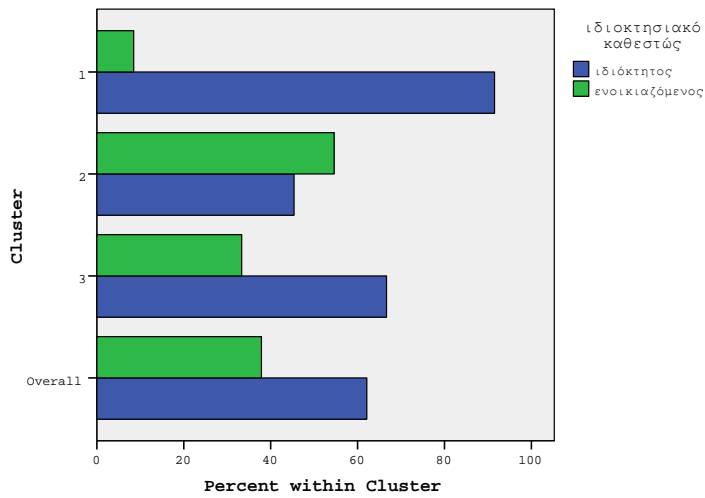
Within Cluster Percentage of αιτία εγκατάστασης επιχείρησης



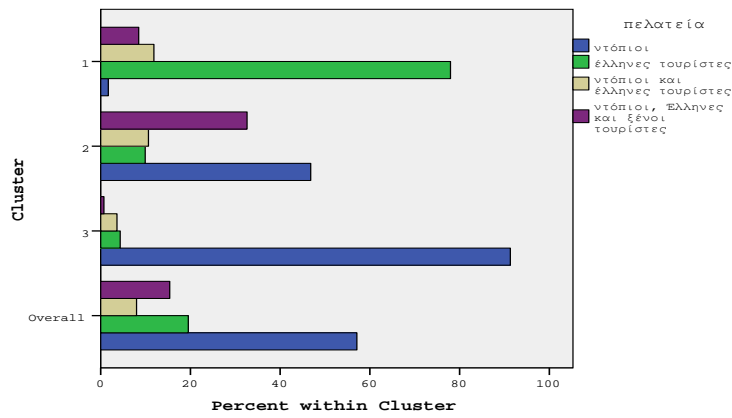
Within Cluster Percentage of Λειτουργία κατά τη διάρκεια του έτους



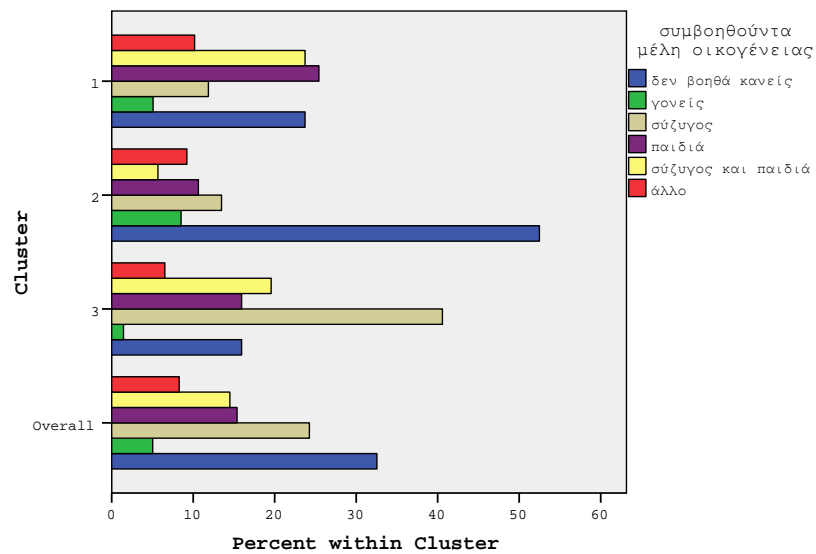
Within Cluster Percentage of ιδιοκτησιακό καθεστώς



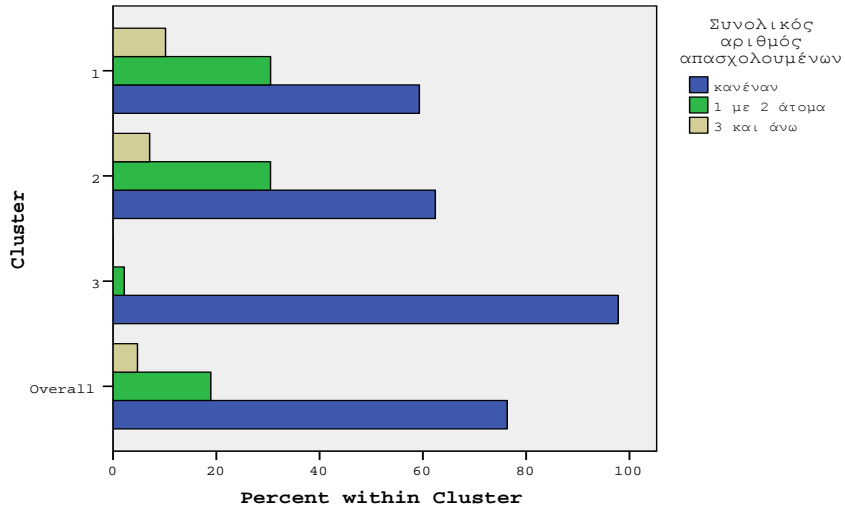
Within Cluster Percentage of πελατεία



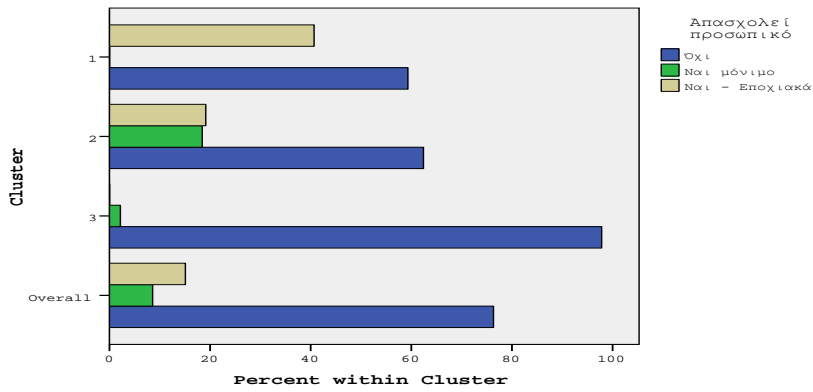
Within Cluster Percentage of συμβοηθούντα μέλη οικογένειας



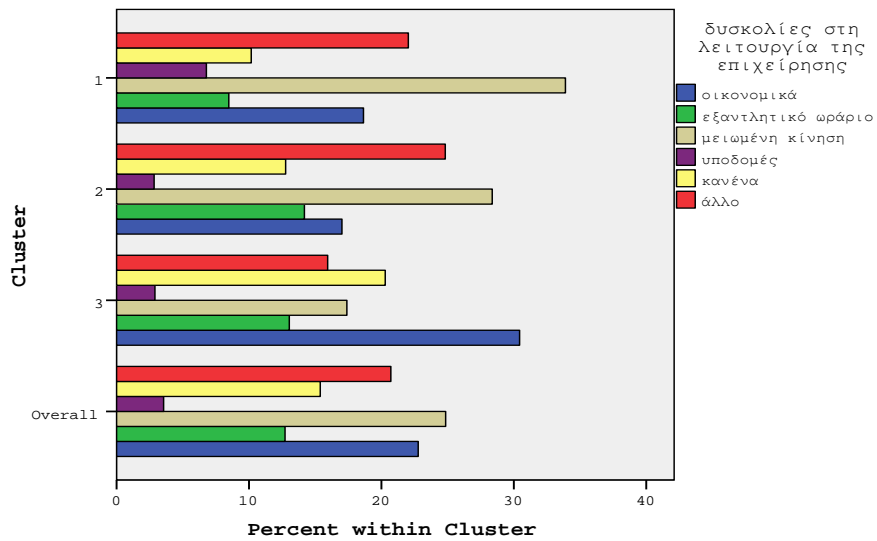
Within Cluster Percentage of Συνολικός αριθμός απασχολουμένων



Within Cluster Percentage of Απασχολεί προσωπικό



Within Cluster Percentage of δυσκολίες στη λειτουργία της επιχείρησης





**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