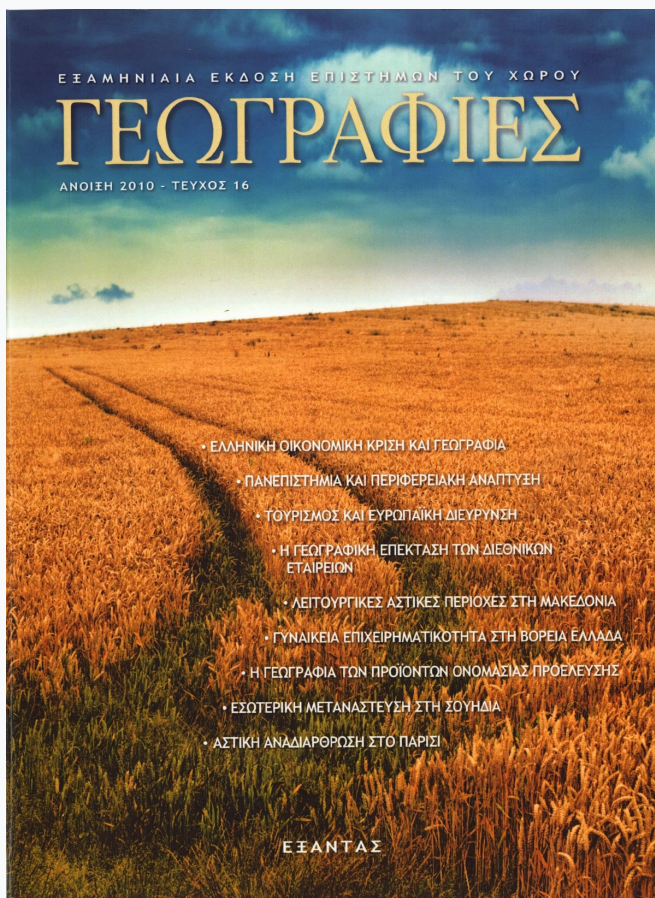


Γεωγραφίες

Αρ. 16 (2010)

Γεωγραφίες, Τεύχος 16, 2010



ΤΥΠΟΛΟΓΙΕΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΥΠΑΙΘΡΟ ΤΗΣ ΒΟΡΕΙΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

*Όλγα Ιακωβίδου, Σταυριανή Κουτσού, Μαρία
Παρταλίδου, Μαρία Αλεμπάκη*

- ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ ΓΕΩΓΡΑΦΙΑ
- ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ
- ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΔΙΕΥΡΥΝΣΗ
- Η ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΤΩΝ ΔΙΕΘΝΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ
- ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΕΣ ΑΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΣΤΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ
- ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗ ΒΟΡΕΙΑ ΕΛΛΑΔΑ
- Η ΓΕΩΓΡΑΦΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΟΝΟΜΑΣΙΑΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ
- ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΜΕΤΑΝΑΣΤΕΥΣΗ ΣΤΗ ΣΟΥΔΙΑ
- ΑΣΤΙΚΗ ΑΝΑΔΙΑΡΡΟΣΗ ΣΤΟ ΠΑΡΙΣΙ

ΕΞΑΝΤΑΣ

ΤΥΠΟΛΟΓΙΕΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΥΠΑΙΘΡΟ ΤΗΣ ΒΟΡΕΙΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ¹

Όλγα Ιακωβίδου,* Σταυριανή Κουτσού, Μαρία Παρταλίδου,***
Μαρία Αλεμπάκη******

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Τα βασικά χαρακτηριστικά της υπαίθρου αποτελούν πολλές φορές εμπόδιο για την ανάπτυξη επιχειρηματικών δράσεων. Ωστόσο σε πολλές αγροτικές περιοχές υπερνικούνται τα εμπόδια που τίθενται και αναπτύσσονται επιχειρηματικές πρωτοβουλίες. Στο άρθρο αυτό διερευνάται ο τρόπος με τον οποίο ο τόπος, όπως αυτός εκφράζεται μέσα από τα γεωμορφολογικά του χαρακτηριστικά, την τοπική οικονομία και το επίπεδο ανάπτυξής του, διαμορφώνει τη γυναικεία επιχειρηματικότητα και καθορίζει τύπους επιχειρήσεων. Η έρευνα στηρίχθηκε σε επιτόπια έρευνα σε 516 γυναικείες επιχειρήσεις, σε πέντε αγροτικές περιοχές της χώρας, με διαφορετικό προσανατολισμό και επίπεδο ανάπτυξης της τοπικής οικονομίας, διαφορετική γεωμορφολογία και γεωγραφική απομόνωση. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι η τυπική γυναικεία επιχείρηση είναι μικρή ατομική επιχείρηση, με μικρή πελατεία, και δραστηριοποιείται σε αντικείμενα που συνδέονται με την καθημερινή εξυπηρέτηση του τόπου. Δεν δημιουργεί θέσεις απασχόλησης πέραν αυτής της ιδιοκτήτριας και στηρίζεται στην οικογενειακή εργασία. Η τυπική γυναίκα επιχειρηματίας στην ελληνική ύπαιθρο είναι μέσης ηλικίας, παντρεμένη, μέσου μορφωτικού επιπέδου, δεν έχει μεγαλώσει σε οικογένεια με επιχειρηματική δραστηριότητα και δημιούργησε την επιχείρηση χωρίς υψηλό ρίσκο.

Different Types of Women Entrepreneurs in Rural Areas in Northern Greece

Olga Iakovidou, Stavriani Koutsou, Maria Partalidou, Maria Alebaki

ABSTRACT

Many argue that the basic characteristics of rural areas are an obstacle to the development of entrepreneurial activities. However, rural areas have successfully overcome those drawbacks and given rural women opportunities for developing their own businesses. This paper focuses on the spatial aspects of rural areas and their influence on women's entrepreneurship. Elements such as geomorphology and the level of economic development play a significant role. Research was based on data gathered from 516 women's enterprises in five rural areas, with differing orientations and levels of development, with a different geomorphology and degree of isolation. Results indicate that women create small, privately owned businesses servicing everyday life in the local community. They do not create jobs (besides their own) and depend heavily on family labour. The women in charge are mostly middle-aged, married, with an average education, and they have not been raised in families with any significant entrepreneurial background. Finally, findings indicate that the spatial aspects of rural areas influence women's entrepreneurship either individually or in combination, thus determining different types of businesses and women entrepreneurs.

1. Το άρθρο στηρίζεται στα ευρήματα του ερευνητικού έργου «ΠΥΘΑΓΟΡΑΣ ΙΙ. Η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην ελληνική ύπαιθρο. Θέσεις-πολιτικές-προοπτικές», που υλοποιήθηκε από το ΑΠΘ και συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο και το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο.

* Καθηγήτρια, Τομέας Αγροτικής Οικονομίας, Γεωπονική Σχολή, ΑΠΘ, e-mail: olg@agro.auth.gr.

** Επίχ. καθηγήτρια, Τμήμα Διοίκησης Γεωργικών Εκμεταλλεύσεων, Σχολή Τεχνολογίας Γεωπονίας, ΑΤΕΙΘ, e-mail: skoutsou@farm.teithe.gr.

*** Επιστημονική ερευνήτρια (Δρ.), Τομέας Αγροτικής Οικονομίας, Γεωπονική Σχολή, ΑΠΘ, e-mail: prog1@halkidiki.gov.gr.

**** Υποψ. Διδάκτωρ (MSc), Τομέας Αγροτικής Οικονομίας, Γεωπονική Σχολή, ΑΠΘ, e-mail: mariale@agro.auth.gr

1. Εισαγωγή

Βασικά χαρακτηριστικά της υπαίθρου, όπως η χαμηλή πληθυσμιακή πυκνότητα και η γεωγραφική απομόνωση, αποτελούν πολλές φορές εμπόδιο για την ανάπτυξη επιχειρηματικών δράσεων. Ωστόσο πολλές αγροτικές περιοχές είναι σε θέση να υπερνικήσουν τα εμπόδια που τίθενται και να συμβάλουν στην ανάπτυξη σημαντικών επιχειρηματικών πρωτοβουλιών (OECD 1996). Έχει διαπιστωθεί ότι η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας σε μια περιοχή καθορίζεται από μια σειρά παράγοντες, όπως τα γεωμορφολογικά της χαρακτηριστικά, η οικονομική της βάση, το επίπεδο ανάπτυξής της, οι μορφές τοπικής διακυβέρνησης, τα κοινωνικά πρότυπα, ο βαθμός ανάπτυξης του κοινωνικού κεφαλαίου κ.λπ. (Ανθοπούλου 2006, Verheul et al. 2006, Γιδαράκου κ.ά. 2005, Λαμπριανίδης 2005). Οι παράγοντες αυτοί διαφοροποιούνται έντονα μεταξύ των διαφόρων περιοχών της υπαίθρου (Λαμπριανίδης 2005), γεγονός που σημαίνει ταυτοχρόνως και την έντονη διαφοροποίηση της επιχειρηματικότητας από περιοχή σε περιοχή.

Ειδικά για τις αγροτικές περιοχές, η επιχειρηματικότητα αποτελεί καθοριστικό παράγοντα ανάπτυξης, καθώς, πέραν του γεγονότος ότι προωθεί την απασχόληση και αυξάνει το εξωγεωργικό εισόδημα των γεωργών, αποτελεί και στρατηγική για την αποτροπή της εγκατάλειψης της υπαίθρου (Petrin 1994). Ειδικά η γυναικεία επιχειρηματικότητα εντάσσει στην ενεργό οικονομική και κοινωνική ζωή ένα σημαντικό κομμάτι του αγροτικού πληθυσμού, τον γυναικείο πληθυσμό, ο οποίος, λόγω των πρόσφατων εξελίξεων στον πρωτογενή τομέα, έχει απομονωθεί από τον παραγωγικό ιστό της υπαίθρου.

Από τις αρχές της δεκαετίας του 1980 παρατηρείται αύξηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας στις χώρες-μέλη του Οργανισμού για την Οικονομική Συνεργασία και Ανάπτυξη (OCDE 2000), η οποία σε ορισμένες περιοχές υπερβαίνει ακόμη και την ανδρική επιχειρηματικότητα (St-Cyr & Gagnon 2004). Είναι τέτοιος ο δυναμισμός που επιδεικνύουν οι γυναίκες στον επιχειρηματικό τομέα, ώστε ορισμένοι ερευνητές υποστηρίζουν ότι «οι χώρες που δεν ενθαρρύνουν σημαντικά τις γυναίκες να δημιουργήσουν επιχειρήσεις και να τις αναπτύξουν αγνοούν το επιχειρηματικό τους δυναμικό» (Reynolds et al. 2000).

Το άρθρο παρουσιάζει τα αποτελέσματα έρευνας η οποία είχε στόχο τη διερεύνηση των σχέσεων μεταξύ βασικών χαρακτηριστικών της ελληνικής υπαίθρου και των χαρακτηριστικών της επιχείρησης και της επιχειρηματία, προκειμένου να αναδειχθούν διακριτοί τύποι γυναικείων επιχειρήσεων στην ύπαιθρο.

Δεδομένου ότι η ύπαιθρος δεν είναι ενιαία και ομοιογενής ως προς τα γεωμορφολογικά της χαρακτηριστικά και το επίπεδο ανάπτυξης των διαφόρων τομέων της οικονομίας, υποθέτουμε ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες της υπαίθρου και οι επιχειρήσεις που δημιουργούν δεν αποτελούν ομοιογενή ομάδα, αλλά διακρίνονται σε ομάδες-τύπους με διαφορετικά επιμέρους χαρακτηριστικά. Η ύπαρξη διαφορετικών τύπων γυναικείας επιχειρηματικότητας καθορίζεται από εξωτερικούς παράγοντες, οι οποίοι επικεντρώνονται στα γεωμορφολογικά χαρακτηριστικά και τη γεωγραφική απομόνωση της περιοχής όπου είναι εγκατεστημένη η επιχείρηση, καθώς και στον προσανατολισμό και το επίπεδο ανάπτυξης της τοπικής οικονομίας.

2. Τυπολογίες γυναικείας επιχειρηματικότητας: βιβλιογραφική ανασκόπηση

Σύμφωνα με την υπάρχουσα βιβλιογραφία, από πολύ νωρίς έγινε φανερό ότι η γυναικεία επιχειρηματικότητα δεν χαρακτηρίζεται από έναν μόνο συγκεκριμένο τύπο γυναίκας επιχειρηματία ή επιχείρησης. Η πραγματικότητα είναι αρκετά πολυδιάστατη και οι αρχικοί διαχωρισμοί σε «παραδοσιακού τύπου επιχειρήσεις» και «σύγχρονου τύπου επιχειρήσεις» κρίθηκαν πολύ απλοϊκοί, καθώς δεν περιγράφουν πλήρως την πραγματική εικόνα της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Αρκετοί ερευνητές υποστήριξαν ότι απαιτείται ενδελεχής διερεύνηση των τύπων σύμφωνα με χαρακτηριστικά της επιχειρηματία και της επιχείρησης.

Προς αυτή την κατεύθυνση, μια έρευνα των Cannon et al. (1988) θεωρεί τα ατομικά χαρακτηριστικά των γυναικών (ηλικία, επάγγελμα, μορφωτικό επίπεδο, οικογενειακά βάρη και άλλα στοιχεία της οικογένειας) βασικούς 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· 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· και οι «*παραδοσιακές*» γυναίκες άνω των 45 ετών, οι οποίες από πάντα δούλευαν σε μια οικογενειακή επιχείρηση.

Ο Ionescu (1999) διέκρινε τέσσερις διαφορετικούς τύπους γυναικών επιχειρηματιών σύμφωνα με τα κίνητρα, το βαθμό ανεξαρτησίας και το μέγεθος της επιχείρησης: την «*παρακινούμενη επιχειρηματία*», κατηγορία που περιλαμβάνει μορφωμένες γυναίκες, που έχουν διαμορφωμένη επιχειρηματική ιδέα για να αναπτύξουν ή αναζητούν την αυτοεκπλήρωση μέσω των δραστηριοτήτων τους· τη «*γυναίκα συν-επιχειρηματία*», κατηγορία που αναφέρεται στις γυναίκες που είναι μέλη οικογενειακής επιχείρησης και μπορούν να εμφανίζονται επίσημα ως ιδιοκτήτριες της επιχείρησης, αλλά δεν είναι αναγκαστικά αυτές που κατέχουν και διαχειρίζονται την επιχείρηση· την «*επιχειρηματία του Σαββατοκύριακου*», κατηγορία η οποία 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 κ.λπ.· τέλος, την κατηγορία «*μία δουλειά – μία επιχειρηματίας*», που αφορά –για να διαφοροποιηθεί από την πρώτη κατηγορία– κυρίως σε 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.

Μία διαφορετική τυπολογία της γυναικείας επιχειρηματικότητας παρουσίασε η Barrett (2000), ομαδοποιώντας τις γυναίκες επιχειρηματίες σε οκτώ τύπους: τις «*αυτοαπασχολούμενες*», όταν ασκούν ελεύθερο επάγγελμα ή δημιουργούν ατομικές επιχειρήσεις (π.χ. γιατροί, δικηγόροι κ.λπ.), οπότε δεν έχουν συνεργάτες, ούτε απασχολούν εργαζόμενους, αλλά ούτε υπάρχει και οικογενειακή συμμετοχή· τις «*άμισθες βοηθούς*», όταν απασχολούνται δυναμικά στην οικογενειακή επιχείρηση του πατέρα ή του συζύγου τους, αλλά δεν αμείβονται ούτε έχουν ασφάλιση· τις «*συν-επιχειρηματίες*», όταν ο σύζυγος και η σύζυγος δημιουργούν μαζί την επιχείρηση και είναι συνέταιροι σ' αυτήν, αλλά οι διοικητι-

κές και λειτουργικές διαδικασίες της επιχείρησης αποφασίζονται από τον σύζυγο· τις «εικονικές επιχειρηματίες», 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)· τις «αφανείς επιχειρηματίες», 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 αυτήν δυστυχώς δεν μπορεί να ερευνηθεί, καθώς δεν υπάρχουν στοιχεία)· τις «επιχειρηματίες ή αυτοαπασχολούμενες στην ανεπίσημη οικονομία», όταν η επιχειρηματίας εργάζεται στο σπίτι της και δεν είναι δηλωμένη επίσημα στην εφορία (στην περίπτωση αυτήν ανήκουν οι καθηγήτριες που πραγματοποιούν ιδιαίτερα, οι γυναίκες που δουλεύουν φασόν κ.λπ. και δεν είναι δυνατός ο εντοπισμός, η καταγραφή και η μελέτη της επιχειρηματικότητάς τους)· τις «επιχειρηματίες-συνεταιρίστριες», όταν η γυναίκα συμμετέχει μέσω της συνεργασίας της με άλλες γυναίκες στη λειτουργία της επιχείρησης, που στην περίπτωση αυτήν έχει τη μορφή συνεταιρισμού· τέλος, τις «κλασικές επιχειρηματίες», όταν η γυναίκα δημιουργεί μόνη της την επιχείρησή της, η οποία νομικά της ανήκει, και αναλαμβάνει η ίδια τη διοικητική, οικονομική και λειτουργική ανάπτυξή της.

Οι McKay & Mazurana (2001) συνέβαλαν στην επέκταση της σχετικής βιβλιογραφίας διερευνώντας τύπους γυναικών επιχειρηματιών μεγαλύτερης ηλικίας ως ιδιαίτερη ομάδα. Υποστήριξαν ότι η πίεση της δημιουργίας οικογένειας πολλές φορές τις αποθαρρύνει από το να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά, καθώς τοποθετούν τις ανάγκες της οικογένειας πάνω από τις προσωπικές/επαγγελματικές. Ως εκ τούτου, όταν περάσουν τα χρόνια και οι οικογενειακές υποχρεώσεις δεν υφίστανται πλέον, αναλαμβάνουν επιχειρηματική δραστηριότητα. Ακόμη όμως και σε αυτή την περίπτωση δεν αποτελούν ομοιογενή ομάδα, καθώς κίνητρα, ηλικία, μορφωτικό επίπεδο και εμπειρία είναι δυνατόν να διαφοροποιούνται και να συνιστούν διαφορετικούς τύπους.

Η Gagnon (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. Κατά πρώτον, την «καθιερωμένη», με χαρακτηριστικά παρόμοια με αυτά των ανδρών επιχειρηματιών. Αυτός ο τύπος γυναίκας επιχειρηματία λειτουργεί προκειμένου να πετύχει μια μεγάλη καριέρα και επιθυμεί ακόμη μεγαλύτερη οικονομική επιτυχία. Είναι έμπειρη, με υψηλό μορφωτικό επίπεδο και αναπτύσσει δραστηριότητα στο εμπόριο και στις υπηρεσίες. Επιτυγχάνει υψηλά έσοδα, απασχολεί υπαλλήλους, παίρνει ρίσκα και καταφέρνει να διαχειριστεί τέλεια το χρόνο της. Ο δεύτερος τύπος γυναίκας επιχειρηματία 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 κ.λπ.), είναι χαμηλού μορφωτικού επιπέδου και τα έσοδα που επιτυγχάνει δεν είναι χαμηλά. Ο τρίτος τύπος είναι η «νοικοκυρά» και αναφέρεται στις γυναίκες επιχειρηματίες που δίνουν προτεραιότητα στην οικογένεια, αφιερώνοντας στην επιχείρηση το χρόνο που περισσεύει μετά την οικογένεια.

Στην ίδια έρευνα η Gagnon (2002) προέβη και σε μία άλλη τυπολογία χρησιμοποιώντας γενικά χαρακτηριστικά. Σύμφωνα με αυτήν, εντόπισε τρεις τύπους γυναικών επιχειρηματιών: τις «πρωτοπόρες», που έχουν περιορισμένη πρόσβαση στο κεφάλαιο και στην εκπαίδευση και ιδρύουν επιχειρήσεις σε καθαρά γυναικείους τομείς· τις «απελευθερωμένες», που είναι γυναίκες με προηγούμενη επιχειρηματική εμπειρία και διαφορετικό επίπεδο εκπαίδευσης, λειτουργούν σε μια ποικιλία αντικειμένων και είναι δυνατόν να συγκριθούν ακόμη και με τους άντρες επιχειρηματίες· και τις «επιχειρηματίες με εμπειρία», που έχουν πρόσβαση σε σημαντικά κέντρα απόφασης και επηρεάζουν τις επόμενες γενεές γυναικών επιχειρηματιών.

Όπως προέκυψε από την ανασκόπηση της υπάρχουσας βιβλιογραφίας, ελάχιστοι είναι οι ερευνητές που ξεχώρισαν τις γυναίκες της υπαίθρου όσον αφορά σε έρευνες τυπολογίας. Αν και ιστορικά ο αγροτικός χώρος έχει συνδεθεί κυρίως με τη γεωργία και οι περισσότερες πολιτικές ανάπτυξης εστίαζαν στην ανάπτυξη του πρωτογενούς τομέα, η ολοκληρωμένη αγροτική ανάπτυξη συνδέεται όλο και περισσότερο με την ανάπτυξη και των άλλων τομέων της οικονομίας, του δευτερογενούς και του τριτογενούς, και ειδικότερα με την άληψη επιχειρηματικής δράσης εκτός γεωργίας.

Πράγματι, την τελευταία εικοσαετία και ιδιαίτερα την τελευταία δεκαετία παρατηρείται μια έντονη κινητοποίηση των γυναικών της υπαίθρου στη δημιουργία επιχειρήσεων. Το γεγονός αυτό αποδίδεται τόσο στη μείωση των γεωργικών εισοδημάτων, λόγω των αναμορφώσεων της ΚΑΠ και της παγκοσμιοποίησης της αγοράς των γεωργικών προϊόντων, όσο και στις πολιτικές ανάπτυξης της υπαίθρου (Κουτσού κ.ά. 2006). Οι τελευταίες προωθούν την επιχειρηματικότητα μέσω προγραμμάτων επιδοτήσεων, στο πλαίσιο της στρατηγικής της οικονομικής ανάπτυξης της υπαίθρου, υποβοηθώντας την ενσωμάτωση των γυναικών στην τοπική οικονομία (Lordkipanidze 2002).

Πολλά προγράμματα, τόσο εθνικά όσο και κοινοτικά, ενισχύουν από τις αρχές της δεκαετίας του 1990 τη γυναικεία επιχειρηματικότητα. Τα προγράμματα αυτά είτε τις αφορούν άμεσα είτε έμμεσα, με τη μοριοδότηση που τους δίνουν. Αξίζει να αναφερθούν οι κοινοτικές πρωτοβουλίες LEADER, NOW, EQUAL, τα Περιφερειακά Ολοκληρωμένα Προγράμματα Ανάπτυξης Αγροτικού Χώρου, το Πρόγραμμα Ενίσχυσης Νέων Ελεύθερων Επαγγελματιών, προγράμματα Ενίσχυσης της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας (λιγότερο το πρόγραμμα Ενίσχυσης της Νεανικής Επιχειρηματικότητας) και το Πρόγραμμα Ενίσχυσης των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων από τα ΠΕΠ. Σύμφωνα με στοιχεία που παραχωρήθηκαν από τους φορείς διαχείρισης των παραπάνω προγραμμάτων, διαπιστώνεται ότι τα προγράμματα που διαχειρίζεται ο ΟΑΕΔ προτιμούνται από τις γυναίκες, γιατί ανταποκρίνονται καλύτερα στις προθέσεις και δυνατότητές τους (επιθυμία δημιουργίας μικρής επιχείρησης, χαμηλού επενδυτικού κόστους, μη καταβολή ίδιας συμμετοχής, καταβολή της ενίσχυσης προκαταβολικά και όχι απολογιστικά, λιγότερες γραφειοκρατικές διαδικασίες).

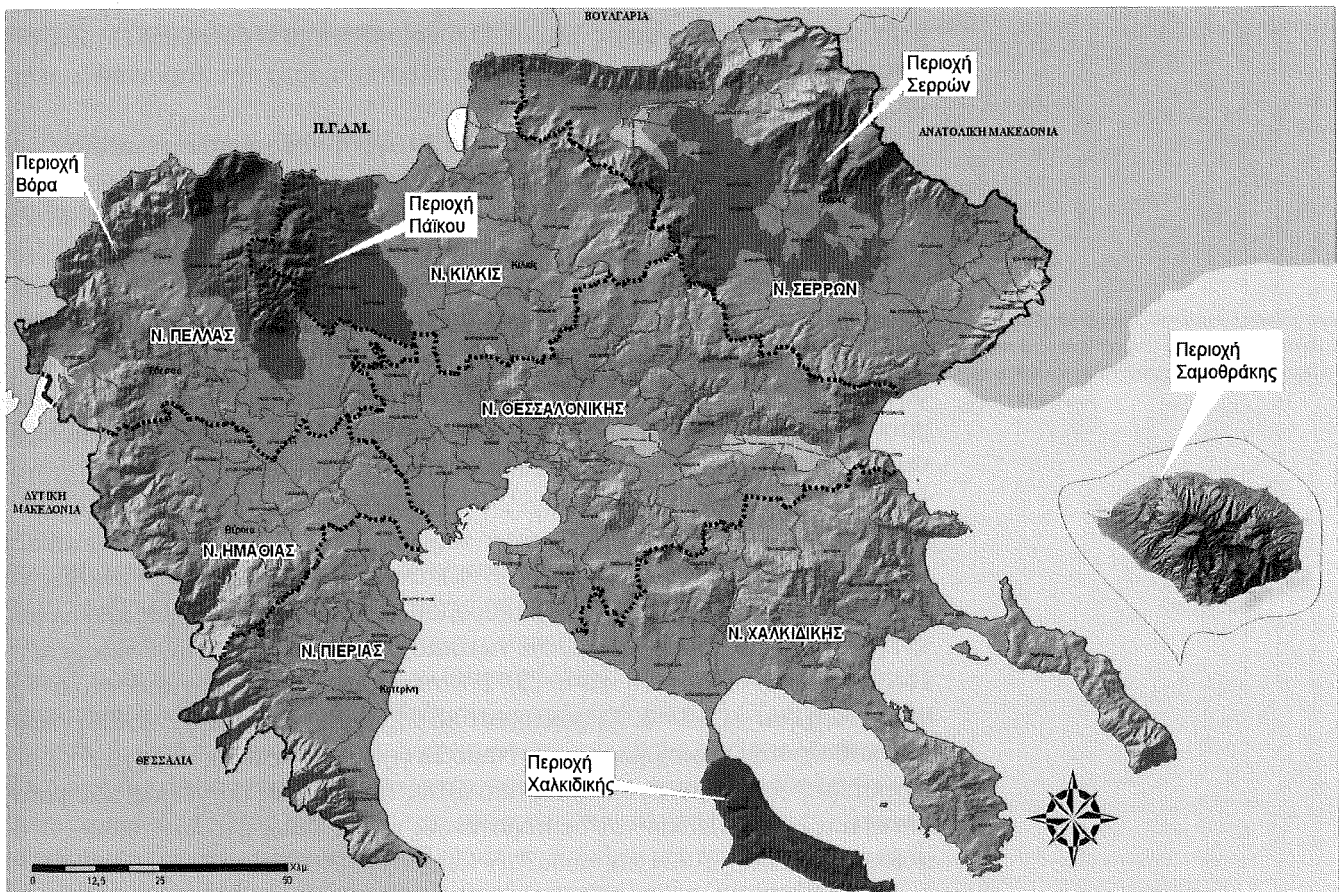
Είναι γεγονός ότι ο εκσυγχρονισμός της γεωργίας απομάκρυνε τη γυναίκα της υπαίθρου, μερικά ή ολοκληρωτικά, από τη γεωργική εκμετάλλευση (Gidarakou 1999) και μετέβαλε τις εργασιακές σχέσεις στο εσωτερικό του αγροτικού νοικοκυριού. Η εξέλιξη αυτή, σύμφωνα με τον Brandth (2002), οδήγησε τη γυναίκα στην αναζήτηση απασχόλησης εκτός γεωργικής εκμετάλλευσης. Εξάλλου και ο Weber (1930), στη θεωρία του για την εργασία, αναφέρει ότι γενικά τα άτομα που αποκλείονται από την κύρια οικονομική δραστηριότητα σε

μα περιοχή συχνά στρέφονται στην αυτοαπασχόληση και στη συμμετοχή σε επιχειρηματικές δραστηριότητες.

Σε κάθε περίπτωση πάντως, χαρακτηριστικά των περιοχών δραστηριοποίησης των γυναικών, όπως π.χ. η γεωμορφολογία, το επίπεδο οικονομικής ανάπτυξης κ.ά., δεν έχουν εντοπιστεί ως μεταβλητές σε έρευνες. Το ερώτημα που τίθεται λοιπόν είναι σε ποιο βαθμό οι γυναίκες της υπαίθρου που αναπτύσσουν επιχειρηματική δραστηριότητα ταιριάζουν με τους υφιστάμενους γενικούς τύπους επιχειρηματιών, ή κατά πόσον χρειάζονται νέες προσεγγίσεις και προσδιορισμός διαφορετικών παραγόντων που καθορίζουν νέους τύπους γυναικών επιχειρηματιών για την περίπτωση της υπαίθρου.

3. Η περιοχή της έρευνας

Για τη διερεύνηση των στόχων της έρευνας επιλέχθηκαν πέντε διαφορετικές περιοχές της ελληνικής υπαίθρου, με βάση τα γεωμορφολογικά τους χαρακτηριστικά καθώς και τα χαρακτηριστικά και το επίπεδο ανάπτυξης της οικονομίας τους (βλ. χάρτη). Επιλέχθηκαν δύο ορεινές περιοχές, μία στον ορεινό όγκο του Πάικου, που ανήκει διοικητικά στους Νομούς Κιλκίς και Πέλλας, η οποία χαρακτηρίζεται από την επικράτηση του πρωτογενούς τομέα, και μία άλλη στον ορεινό όγκο του Βόρα, που ανήκει διοικητικά στον Νομό Πέλλας, όπου εκτός του πρωτογενούς τομέα εμφανίζεται και ιδιαίτερη ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού. Επιλέχθηκε, ακόμη, μία πεδινή περιοχή του Νομού Σερρών, ό-



που, παράλληλα με την έντονη ανάπτυξη της εντατικής γεωργίας, είναι ανεπτυγμένος και ο δευτερογενής τομέας. Τέλος, επιλέχθηκαν και δύο τουριστικά ανεπτυγμένες περιοχές. Η πρώτη είναι η χερσόνησος της Κασσάνδρας του Νομού Χαλκιδικής, που χαρακτηρίζεται από υψηλό επίπεδο τουριστικής ανάπτυξης, με κυρίαρχο το μοντέλο του μαζικού τουρισμού, και σχετική ανάπτυξη του πρωτογενούς τομέα, με κυρίαρχη τη γεωργία. Η δεύτερη βρίσκεται στο νησί Σαμοθράκη του Νομού Έβρου, που χαρακτηρίζεται από ήπια τουριστική ανάπτυξη και ανάπτυξη του πρωτογενούς τομέα με κυρίαρχη την κτηνοτροφία.

Στις παραπάνω περιοχές επιλέχθηκαν οι αγροτικοί οικισμοί, που σύμφωνα με την ΕΣΥΕ είναι οικισμοί με πληθυσμό κάτω των 2.000 κατοίκων (ως εκ τούτου εξαιρούνται τα αστικά κέντρα). Σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία από την ιστοσελίδα της ΕΣΥΕ (<http://www.statistics.gr>) καθώς και την ιστοσελίδα <http://www.economics.gr>, οι περιοχές της έρευνας παρουσιάζουν το ακόλουθο συνοπτικό προφίλ.

Η περιοχή του Πάικου περιλαμβάνει 40 αγροτικούς οικισμούς με συνολικό πληθυσμό 22.510 κατοίκους. Τα σημαντικότερα πληθυσμιακά κέντρα τοπικού χαρακτήρα είναι η Γουμένισσα και τα Γιαννιτσά. Ο γυναικείος πληθυσμός αντιπροσωπεύει το 49,64% του συνολικού πληθυσμού της περιοχής. Ο οικονομικά ενεργός πληθυσμός αποτελεί το 42,47% του πληθυσμού, από το οποίο το 55,20% απασχολείται στον πρωτογενή τομέα, το 16,13% στο δευτερογενή και το 23,72% στον τριτογενή, ενώ η ανεργία ανέρχεται στο 4,95%. Στην περιοχή επικρατεί ο πρωτογενής τομέας, ο οποίος χαρακτηρίζεται από την κυριαρχία των εκτατικών καλλιεργειών. Ο δευτερογενής τομέας περιλαμβάνει μεταποιητικές μονάδες που σχετίζονται κυρίως με τον πρωτογενή τομέα (οινοποιεία, τυροκομεία, μονάδες επεξεργασίας ξύλου). Ο τουρισμός στην περιοχή του Πάικου δεν είναι ανεπτυγμένος, παρά τα συγκριτικά πλεονεκτήματα που παρουσιάζει η περιοχή για τις ειδικές μορφές τουρισμού.

Η περιοχή του Βόρα περιλαμβάνει 30 αγροτικούς οικισμούς με συνολικό πληθυσμό 22.433 κατοίκους (49,69% του πληθυσμού αποτελούν οι γυναίκες) και σημαντικότερα πληθυσμιακά κέντρα τοπικού χαρακτήρα την Αριδαία και την Έδεσσα. Το 44,84% του πληθυσμού αντιπροσωπεύει τον οικονομικά ενεργό πληθυσμό. Στον πρωτογενή τομέα απασχολείται το 55,90%, στον δευτερογενή το 13,80% και στον τριτογενή το 29,10%, ενώ η ανεργία ανέρχεται στο 4,15%. Ο πρωτογενής τομέας της περιοχής χαρακτηρίζεται από την επικράτηση δενδρωδών καλλιεργειών, ο δευτερογενής αφορά σε μικρές μονάδες επεξεργασίας ξύλου και άλλων προϊόντων και ο τριτογενής τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, με επίκεντρο το θερμαλισμό στην περιοχή Λουτρακίου και τη χιονοδρομία στην περιοχή Παναγίτσας Αγίου Αθανασίου.

Η πεδινή περιοχή της έρευνας περιλαμβάνει 57 αγροτικούς οικισμούς του Νομού Σερρών με πληθυσμό 47.874 κατοίκους το 2001, με τις γυναίκες να αντιπροσωπεύουν το 49,86% του πληθυσμού. Ο οικονομικά ενεργός πληθυσμός ανέρχεται σε 42,47%, με το 55,20% να απασχολείται στον πρωτογενή τομέα, το 16,13% στον δευτερογενή και το 23,72% στον τριτογενή, ενώ το ποσοστό ανεργίας ανέρχεται σε 5,34%. Χαρακτηριστικό της περιοχής είναι η εντατική γεωργία, καθώς στην περιοχή, και στον Νομό Σερρών γενικότερα, υπάρχουν οι περισσότερες αρδευόμενες εκτάσεις από όλους τους νομούς της χώρας, και η σταδιακή απαξίωση κλάδων του δευτερογενούς τομέα, όπως η αλλαντοποιία, οι οποίοι κατά το παρελθόν παρουσίαζαν ιδιαίτερη δυναμική.

Η περιοχή έρευνας που περιλαμβάνει τη χερσόνησο της Κασσάνδρας ανή-

κει στον Νομό Χαλκιδικής και αποτελείται από τους 19 αγροτικούς οικισμούς της, οι οποίοι συγκεντρώνουν πληθυσμό 15.889 κατοίκους. Ο γυναικείος πληθυσμός αντιπροσωπεύει το 47,30% του συνολικού πληθυσμού. Το 46,41% του πληθυσμού αποτελεί τον οικονομικά ενεργό πληθυσμό, με το 49,80% αυτού να δραστηριοποιείται στον τριτογενή τομέα, το 29,45% στο δευτερογενή και το 16,20% στον πρωτογενή. Η επικράτηση του τριτογενούς τομέα στην απασχόληση της περιοχής αποδίδεται στη μεγάλη τουριστική ανάπτυξη των τελευταίων δεκαετιών, με τη δημιουργία πολυτελών ξενοδοχειακών μονάδων ικανών να προσφέρουν υψηλής ποιότητας υπηρεσίες. Στην περιοχή, σύμφωνα με στοιχεία της Ένωσης Ξενοδόχων Νομού Χαλκιδικής (2007), συγκεντρώνονται 254 ξενοδοχειακές μονάδες δυναμικότητας 23.481 κλινών, αντιπροσωπεύοντας το 52,3% των ξενοδοχειακών μονάδων του νομού. Επίσης, μεγάλη ανάπτυξη σημειώνει η δημιουργία τουριστικών καταλυμάτων σε επίπεδο ενοικιαζόμενων δωματίων, ενώ παράλληλα αναπτύσσεται ένα δίκτυο υποστηρικτικών μονάδων εστίασης και αναψυχής.

Στο νησί Σαμοθράκη η περιοχή έρευνας αφορά σε 9 αγροτικούς οικισμούς, συγκεντρώνοντας 2.624 κατοίκους (96,64% του συνολικού πληθυσμού). Ο γυναικείος πληθυσμός αποτελεί το 43,80% του συνολικού πληθυσμού. Ο οικονομικά ενεργός πληθυσμός ανέρχεται στο 40,10%, από το οποίο ο πρωτογενής τομέας αντιπροσωπεύει το 44,70%, ο δευτερογενής το 13,20% και ο τριτογενής το 38,30%, ενώ η ανεργία ανέρχεται στο 3,10%. Το υψηλό ποσοστό του τριτογενούς τομέα αποδίδεται στην απασχόληση στη δημόσια διοίκηση, στην άμυνα, στην κοινωνική ασφάλιση, στην εκπαίδευση κ.α. (49,2%), αλλά και σε επαγγέλματα που συνδέονται με τον τουρισμό (23,7%), ο οποίος αναπτύσσεται την τελευταία 20ετία, χωρίς τη δημιουργία όμως μεγάλων εγκαταστάσεων και με σχετικά περιορισμένη κίνηση.

4. Μεθοδολογία έρευνας

Τα δεδομένα της έρευνας συγκεντρώθηκαν από έρευνα πεδίου στις πέντε περιοχές. Το δειγματοληπτικό πλαίσιο της έρευνας ήταν οι κατάλογοι των εγγεγραμμένων μελών των κατά τόπους Εμπορικών και Βιομηχανικών Επιμελητηρίων.² Από το σύνολο των 2.276 γυναικών επιχειρήσεων που προέκυψαν από τους παραπάνω καταλόγους στις περιοχές έρευνας επιλέχθηκε, με βάση την διαστρωματωμένη τυχαία δειγματοληψία κατά Neyman, δείγμα 516 επιχειρήσεων, το οποίο επιμερίστηκε στις πέντε περιοχές της έρευνας.

Η συλλογή των δεδομένων έγινε με τη βοήθεια ειδικά συντεταγμένου ερωτηματολογίου, το οποίο συμπληρώθηκε με προσωπικές συνεντεύξεις. Το ερωτηματολόγιο περιλάμβανε 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: ερωτήσεις τύπου «ναι»/«όχι», ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής (multiple choice), κλίμακας Likert, κλίμακας σπουδαιότητας (importance scale) και κλίμακας βαθμονόμησης (rating scale) (Χρήστου 1999). Η συμπλήρωση των ερωτηματολογίων πραγματοποιήθηκε από τον Μάρτιο του 2006 έως τον Φεβρουάριο του 2007 με προσωπικές συνεντεύξεις. Επιλέχθηκε ο συγκεκριμένος τρόπος συλλογής των στοιχείων και πληροφοριών για λόγους μεγαλύτερης αξιοπιστίας των αποτελεσμάτων, παρά τα μειονεκτήματα του υψηλού κόστους και της αυξημένης προσωπικής απασχόλησης (Pizam 1994).

2. Ως εκ τούτου, δεν ήταν δυνατός ο εντοπισμός των επιχειρήσεων που φαίνεται να ανήκουν σε άνδρες αλλά τις διαχειρίζονται γυναίκες.

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 τους αποδίδαμε. Η συνέντευξη 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 κτήριο-αποθήκη του οικοπέδου, χωρίς διακριτή ταμπέλα/πινακίδα. Δυσκολευτήκαμε, επίσης, να εντοπίσουμε και το πρατήριο άρτου της κυρίας Μαρίας: «Γιατί να βάλω ταμπέλα... ε-δώ με γνωρίζουν όλοι, ακόμα και οι πέτρες!»

Μετά την ολοκλήρωση των συνεντεύξεων έγινε έλεγχος ως προς την πληρότητα, τη συνέπεια και την αληθοφάνεια των απαντήσεων, οι οποίες στη συνέχεια κωδικοποιήθηκαν και μεταφέρθηκαν σε ειδικά διαμορφωμένη κοινωνιολογική μήτρα του στατιστικού πακέτου για τις κοινωνικές επιστήμες SPSS, έκδοση 12. Η επεξεργασία των δεδομένων της έρευνας ξεκίνησε με την εφαρμογή της περιγραφικής στατιστικής ανάλυσης, με κατανομές συχνοτήτων των μεταβλητών τόσο της επιχείρησης όσο και της επιχειρηματία. Στη συνέχεια εφαρμόστηκε η Διβηματική Ανάλυση σε Συστάδες (Two-Step Cluster Analysis) προκειμένου να καθοριστούν συστάδες-τύποι ομοειδών επιχειρήσεων (τυπολογία επιχειρήσεων) με βάση τις εξής μεταβλητές: τόπος εγκατάστασης της επιχείρησης, αιτία εγκατάστασης στον συγκεκριμένο τόπο, αντικείμενό της, ηλικία της επιχείρησης, ιδιοκτησιακό καθεστώς, συνολικός αριθμός απασχολούμενων, μόνιμο και εποχικό προσωπικό, απασχόληση μελών της οικογένειας, λειτουργία κατά τη διάρκεια του έτους, είδος της πελατείας, μανάτζμεντ της επιχείρησης και δυσκολίες κατά τη λειτουργία.

Για την επιλογή του άριστου αριθμού των συστάδων χρησιμοποιήθηκε το κριτήριο πληροφόρησης κατά Bayes (BIC) του Schwartz (Σιάρδος 2004). Μετά το σχηματισμό των τριών συστάδων εφαρμόστηκαν οι έλεγχοι χ^2 των Pearson, Mann-Whitney και Kruskal-Wallis κατά περίπτωση – προκειμένου να διασταυρωθούν οι τύποι των επιχειρήσεων που προέκυψαν με κοινωνικά 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. Αυτή η ανάλυση συμβάλλει στην πληρέστερη εικόνα του προφίλ της ίδιας της γυναίκας επιχειρηματία σε κάθε τύπο επιχείρησης.

5. Αποτελέσματα έρευνας

Από τα αποτελέσματα της περιγραφικής στατιστικής ανάλυσης προέκυψε ότι από το σύνολο των 516 γυναικείων επιχειρήσεων του δείγματος σε 178 περιπτώσεις (34,5%) η ιδιοκτησία της επιχείρησης ανήκει τυπικά μόνο σε γυναίκα. Ουσιαστικά η διαχείριση ανήκει σε κάποιον άνδρα, συνήθως του στενού οικογενειακού της περιβάλλοντος: σύζυγο (56,7%), γιο (20,2%), πατέρα (5,1%) ή άλλον (18%). Πρόκειται δηλαδή για «κατ' όνομα» γυναικείες επιχειρήσεις, οι οποίες εκ των πραγμάτων δεν συμμετείχαν στην ανάλυση που ακολούθησε.

Αξίζει ωστόσο να επισημάνουμε ορισμένα χαρακτηριστικά τους. Οι «κατ' όνομα» γυναίκες επιχειρηματίες είναι γυναίκες μέσης ή μεγάλης ηλικίας, σχετικά χαμηλού μορφωτικού επιπέδου, παντρεμένες με δύο παιδιά μεγάλης ηλικίας, διαμένουν στον τόπο εγκατάστασης της επιχείρησης από τότε που γεννήθηκαν και κατάγονται από αγροτικές οικογένειες. Η μελέτη της γεωγραφικής κατανομής των «κατ' όνομα» γυναικείων επιχειρήσεων έδειξε ότι στο Πάικο αντιπροσωπεύουν το 44% των επιχειρήσεων, στις Σέρρες και τη Χαλκιδική το 36%, στον Βόρα το 29,8%, ενώ στη Σαμοθράκη το 18,9%. Το αντικείμενο των επιχειρήσεων αυτών αφορά κατά κύριο λόγο σε «ανδρικά» επαγγέλματα (εμπορία γεωργικών μηχανημάτων, πρατήρια υγρών καυσίμων, πρακτορεία ΠΡΟ-ΠΟ κ.λπ.), τα οποία αντιπροσωπεύουν το 29,8% των περιπτώσεων, ή «δύσκολα», όπως δήλωσαν οι ίδιες, επαγγέλματα (φούρνοι, καφενεία, καφεζαχαροπλαστική), τα οποία αντιπροσωπεύουν το 22,5% των περιπτώσεων. Οι λόγοι για τους οποίους η ιδιοκτησία των επιχειρήσεων αυτών ανήκει σε γυναίκες εντάσσονται στη στρατηγική της οικογένειας για αύξηση ή αποφυγή μείωσης των εισοδημάτων της. Οι πραγματικοί υπεύθυνοι της επιχείρησης δεν θα μπορούσαν να είναι και ιδιοκτήτες της, διότι το 41,6% αυτών είναι γεωργοί και θα είχαν μειωμένη πρόσβαση στις επιδοτήσεις της ΚΑΠ, ως κάτοχοι επιχειρήσεων εκτός της γεωργικής, το 15,2% αυτών ασκεί άλλο επάγγελμα και δεν θα μπορούσε να εμφανίζεται ως κάτοχος ατομικής επιχείρησης λόγω νομικού κωλύματος και, τέλος, το 14% των αυτών είναι συνταξιούχοι και έχουν το ίδιο πρόβλημα.

Η στατιστική ανάλυση που ακολουθεί περιλαμβάνει μόνο τις 338 γυναικείες επιχειρήσεις (65,5% του δείγματος), στις οποίες οι γυναίκες έχουν τόσο την ιδιοκτησία όσο και τη διαχείρισή της. Από αυτές οι 87 λειτουργούν στην ευρύτερη βιομηχανική περιοχή των Σερρών, οι 76 και 56 στις τουριστικά ανεπτυγμένες περιοχές της Χαλκιδικής και της Σαμοθράκης αντίστοιχα, και οι 60 και 59 στις ορεινές περιοχές του Πάικου και του Βόρα αντίστοιχα.

5.1. Χαρακτηριστικά της επιχείρησης

Από την ανάλυση των στοιχείων των 338 επιχειρήσεων, για το σύνολο των περιοχών έρευνας, διαπιστώνεται ότι το 92% των γυναικών-επιχειρηματιών ασχολείται στον τριτογενή τομέα (υπηρεσίες και εμπόριο) και μόνο το 8% στον δευτερογενή. Τα αντικείμενα που επιλέγουν σχετίζονται με υπηρεσίες που εξυπηρετούν την καθημερινή ζωή του τόπου και αφορούν κυρίως σε παραδοσιακές γυναικείες ασχολίες (58% των περιπτώσεων), πιο συγκεκριμένα τη μαγειρική και εστίαση (30% των επιχειρήσεων), τη φιλοξενία και άλλες παρεμφερείς δραστηριότητες (16%), τη ραπτική (8%) και την κομμωτική (4%). Οι υπόλοιπες γυναίκες (42% των περιπτώσεων) επιλέγουν αντικείμενα όχι καθαρά γυναικεία, όπως παντοπωλεία, μεσιτικά γραφεία, εμπορικά καταστήματα κ.λπ. (Πίν. 1).

Η επιμέρους ανάλυση των στοιχείων δείχνει ότι μόνο σε δύο περιοχές παρατηρείται έντονο ενδιαφέρον των γυναικών προς κάποιο συγκεκριμένο είδος δραστηριότητας: στη Σαμοθράκη και στον Βόρα, όπου το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών έχει επιχείρηση ενοικιαζόμενων δωματίων (46% και 24% αντίστοιχα). Παρόλο που το ίδιο θα ήταν αναμενόμενο και για την περίπτωση της Χαλκιδικής (λόγω της έντονης ανάπτυξης του τουρισμού), ωστόσο ένα μικρό μόνο ποσοστό γυναικών, της τάξης του 8%, έχει επιχείρηση ενοικιαζόμενων δωματίων. Στις Σέρρες και στο Πάικο οι γυναίκες προσανατολίζονται στα ε-

μπορικά καταστήματα, κυρίως προς αυτά που έχουν να κάνουν με είδη ζαχαροπλαστικής και φούρνου (21% και 22% αντίστοιχα) και επιχειρήσεις «φασόν», που ανέρχονται στο 17% στις Σέρρες και στο 8% στο Πάικο. Θα πρέπει να αναφερθεί ότι οι επιχειρήσεις «φασόν» γνώρισαν ιδιαίτερη ακμή κατά τις δεκαετίες του 1980 και 1990 στις περισσότερες αγροτικές περιοχές της Κεντρικής Μακεδονίας. Από τα τέλη όμως της δεκαετίας του 1990 ο τομέας αντιμετωπίζει πολύ μεγάλη κρίση, με αποτέλεσμα να κλείσει ένας σημαντικός αριθμός των επιχειρήσεων αυτών.

Όσον αφορά στην ηλικία των επιχειρήσεων, σε όλες τις περιοχές εκτός των Σερρών τα μεγαλύτερα ποσοστά κατέχουν οι νεοσύστατες επιχειρήσεις, κάτω των πέντε ετών (Πίν. 2). Τα ποσοστά των νέων επιχειρήσεων είναι άνω του

Πίνακας 1.
Αντικείμενο επιχείρησης

Αντικείμενο	Επιχειρήσεις / περιοχή										
	Πάικο		Βόρας		Σέρρες		Χαλκιδική		Σαμοθράκη		Σύνολο
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Ενοικιαζόμενα δωμάτια	0	0,00	14	23,73	0	0,00	7	9,21	28	50,00	49
Ζαχαροπλαστείο, φούρνος, καφετέρια, παντοπωλείο	23	38,33	17	28,81	30	34,48	18	23,68	8	14,29	96
Ταβέρνα/εστιατόριο	7	11,67	3	5,08	10	11,49	8	10,53	6	10,71	34
Κομμωτήριο, ψιλικά, φωτογραφείο, ανθοπωλείο κ.ά.	12	20,00	5	8,47	16	18,39	27	35,53	8	14,29	68
Υγρά καύσιμα, γεωργικά μηχανήματα, μεσιτικό, ΠΡΟ-ΠΟ	1	1,67	5	8,47	8	9,20	4	5,26	1	1,79	19
Φασόν	5	8,33	7	11,86	15	17,24	0	0,00	0	0,00	27
Άλλα	12	20,00	8	13,56	8	9,20	12	15,79	5	8,93	45
Σύνολο	60	100	59	100	87	100	76	100	56	100	338

Πίνακας 2.
Ηλικία επιχείρησης

Κλάσεις ηλικιών	Επιχειρήσεις / περιοχή										
	Πάικο		Βόρας		Σέρρες		Χαλκιδική		Σαμοθράκη		Σύνολο
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
< 5	19	31,67	19	32,20	16	18,39	29	38,16	16	28,57	99
6-15	21	35,00	29	49,15	31	35,63	28	36,84	18	32,14	127
16-25	9	15,00	5	8,47	20	22,99	11	14,47	15	26,79	60
26-35	6	10,00	3	5,08	9	10,34	7	9,21	4	7,14	29
> 35	5	8,33	3	5,08	11	12,64	1	1,32	3	5,36	23
Σύνολο	60	100	59	100	87	100	76	100	56	100	338

40% στη Χαλκιδική, στον Βόρα και στο Πάικο και 30% στη Σαμοθράκη, γεγονός που δείχνει ότι ο τουρισμός σε όλες του τις μορφές (μαζικός, ήπιος, αγροτουρισμός) είναι ένας τομέας που δημιουργεί μια τοπική δυναμική τα τελευταία χρόνια στις περιοχές όπου αναπτύσσεται. Στις Σέρρες συναντάμε τις αρχαιότερες γυναικείες επιχειρήσεις (37% είναι άνω των 15 ετών). Το γεγονός αυτό μπορεί να αποδοθεί αφενός στη δημιουργία των επιχειρήσεων «φασόν» κατά τη δεκαετία του 1980 και αφετέρου στο γενικότερο κλίμα δραστηριοποίησης των γυναικών στον τομέα των επιχειρήσεων που επικράτησε στην περιοχή την ίδια εποχή.

Σχεδόν το σύνολο των επιχειρήσεων (325 στις 338) είναι ατομικές επιχειρήσεις. Ο αριθμός των Ο.Ε. και Ε.Ε. είναι αμελητέος (7 και 3 αντίστοιχα). Η ατομική μορφή της επιχείρησης φαίνεται ότι ανταποκρίνεται καλύτερα στην επιθυμία των γυναικών για ελαστικότητα και περιορισμό των δεσμεύσεων. Οι ατομικές επιχειρήσεις είναι χαρακτηριστικές της υπαίθρου και εν μέρει είναι συνέπεια 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 Ο.Ε. ή Ε.Ε. εντοπίζονται στις περιοχές της Χαλκιδικής και της Σαμοθράκης και πρόκειται για επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται κατά κύριο λόγο στον τουρισμό.

Ειδική αναφορά στο σημείο αυτό θα πρέπει να γίνει στους γυναικείους αγροτουριστικούς συνεταιρισμούς, μια συλλογική μορφή επιχειρηματικότητας στην ελληνική ύπαιθρο που έχει αναπτυχθεί τα τελευταία χρόνια. Στην παρούσα έρευνα καταγράφηκαν μόνο τρεις συνεταιρισμοί, και συγκεκριμένα οι Γυναικείοι Αγροτουριστικοί Συνεταιρισμοί στη Σαμοθράκη, στο Πάικο (Αρχάγγελο) και στην περιοχή των Σερρών (Νέα Ζίχνη).

Για τη μεγάλη πλειοψηφία των γυναικών της έρευνας (τρεις στις τέσσερις), σε όλες τις περιοχές, με εξαίρεση τη Χαλκιδική, η έδρα της επιχείρησης είναι πολύ κοντά στο σπίτι, ορισμένες δε φορές το ίδιο το σπίτι. Σύμφωνα με τις απαντήσεις που δόθηκαν, δύο ήταν οι σημαντικότεροι λόγοι που οδήγησαν σ' αυτή την επιλογή: η ιδιοκτησία του χώρου και η γειννίασή του με το σπίτι της οικογένειας. Τον πρώτο λόγο ανέφερε το 32,5% των γυναικών (κυρίως στις Σέρρες και στον Βόρα), ωστόσο το ποσοστό των γυναικών που έχουν την ιδιοκτησία του χώρου της επιχείρησής τους 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 συνεπικουρεί. Οικογενειακούς και πρακτικούς λόγους (καλύτερη ανταπόκριση στις οικογενειακές ανάγκες) ανέφερε το 23,6% των γυναικών.

Αντίθετα από ό,τι θα περιμέναμε, ο λόγος αυτός δεν έχει μεγάλη βαρύτητα στην επιλογή του τόπου εγκατάστασης της επιχείρησης. Εξάλλου 80 επιχειρηματίες (μία στις τέσσερις), οι περισσότερες από τις οποίες εντοπίζονται στη Χαλκιδική, επέλεξαν να εγκαταστήσουν την επιχείρησή τους αρκετά ή πολύ μακριά από το σπίτι τους. 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 κ.ά.

Το 57,1% των γυναικείων επιχειρήσεων εξυπηρετούν αποκλειστικά τους ντόπιους κατοίκους, ενώ το 29,0% αυτών εξυπηρετούν ταυτόχρονα και τους τουρίστες (στη μεγάλη τους πλειοψηφία Έλληνες) και το 13,9% μόνο τουρίστες. Στη Σαμοθράκη οι μισές περίπου επιχειρήσεις απευθύνονται αποκλειστικά σε

τουρίστες, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό στη Χαλκιδική και στον Βόρα είναι 27,6% και 28,8% αντίστοιχα.

Στοιχείο άμεσα συνδεδεμένο με την πελατεία της επιχείρησης είναι η εποχικότητα της λειτουργίας της. Το 73,7% των επιχειρήσεων λειτουργεί όλο το χρόνο. Το ποσοστό αυτό γίνεται σημαντικότερο στις Σέρρες και στο Πάικο, όπου ξεπερνάει το 90%. Στη Σαμοθράκη και στη 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, το 30,3% των επιχειρήσεων λειτουργεί μέχρι τέσσερις μήνες το χρόνο και το 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%. Στον Βόρα οι επιχειρήσεις είναι λιγότερο συνδεδεμένες με τον τουρισμό (ή η τουριστική περίοδος διαρκεί περισσότερο), δεδομένου ότι 81,3% αυτών λειτουργούν όλο το χρόνο και οι υπόλοιπες (18,7%) εποχιακά.

Στο σύνολο των επιχειρήσεων της έρευνας τρεις στις τέσσερις δεν απασχολούν εργατικό δυναμικό και αποτελούν αυτοαπασχολούμενες επιχειρηματίες (Πίν. 3). Το ποσοστό αυτών των επιχειρήσεων είναι σημαντικότερο στον Βόρα, στις Σέρρες και στο Πάικο (περίπου 80%), ενώ στη Χαλκιδική και στη Σαμοθράκη αντιπροσωπεύουν το 67,1% και 62,5% της κάθε περιοχής αντίστοιχα. Το ξένο εργατικό δυναμικό συνήθως δεν ξεπερνά τα 1-2 άτομα (18,9%) και σπανιότερα τα 3 άτομα (4,7%), και στις περισσότερες περιπτώσεις είναι εποχιακό. Από τις 80 συνολικά επιχειρήσεις που απασχολούν ξένο εργατικό δυναμικό, μόνο η μία στις τρεις απασχολεί μόνιμο προσωπικό, 1-2 άτομα.

Δύο στις τρεις επιχειρήσεις (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 καθαρά 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.

Η εμπλοκή του συζύγου στις εργασίες της επιχείρησης ταυτίζεται και με την εμπλοκή του στη διαχείρισή της, δεδομένου ότι το 40% των γυναικών δηλώνει ότι ο σύζυγος εμπλέκεται ενεργά στη διαχείριση και οι αποφάσεις λαμβάνονται από κοινού. Ωστόσο 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).

5.2. Χαρακτηριστικά της επιχειρηματία

Το μεγαλύτερο ποσοστό των γυναικών της έρευνας (43,5%), είναι 30-45 ετών (Πίν. 4). Ένα επίσης σημαντικό ποσοστό, 32,8%, ανήκει στην ηλικιακή ομάδα των 46-55 ετών, ενώ πολύ μικρό είναι το ποσοστό, περίπου 10%, των πολύ νέων γυναικών επιχειρηματιών (<30 ετών) και αντίστοιχο το ποσοστό (11,2%) των η-

Πίνακας 3.
Απασχολούμενοι στην επιχείρηση

Συνολικός αριθμός	Επιχειρήσεις / περιοχή										
	Πάικο		Βόρας		Σέρρες		Χαλκιδική		Σαμοθράκη		Σύνολο
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Κανείς	47	78,33	53	89,83	N	82,76	51	67,11	35	62,50	258
1-2	12	20,00	6	10,17	72	11,49	22	28,95	14	25,00	64
3 και άνω	1	1,67	0	0,00	10	5,75	3	3,95	7	12,50	16
Σύνολο	60	100	59	100	87	100	76	100	56	100	338

Πίνακας 4.
Ηλικία επιχειρηματία

Κλάσεις ηλικιών	Αριθμός επιχειρηματιών/ Περιοχή										
	Πάικο		Βόρας		Σέρρες		Χαλκιδική		Σαμοθράκη		Σύνολο
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
22-25	0	0,00	2	3,39	0	0,00	7	9,21	1	1,79	10
26-35	16	26,67	10	16,95	12	13,79	17	22,37	8	14,29	63
36-45	22	36,67	16	27,12	27	31,03	25	32,89	17	30,36	107
46-55	16	26,67	24	40,68	37	42,53	23	30,26	11	19,64	111
56-65	4	6,67	6	10,17	9	10,34	4	5,26	15	26,79	38
> 65	2	3,33	1	1,69	2	2,30	0	0,00	4	7,14	9
Σύνολο	60	100	59	100	87	100	76	100	56	100	338

Πίνακας 5.
Μορφωτικό επίπεδο επιχειρηματία

Σπουδές	Αριθμός επιχειρηματιών/ Περιοχή										
	Πάικο		Βόρας		Σέρρες		Χαλκιδική		Σαμοθράκη		Σύνολο
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Δημοτικό	17	28,33	31	52,54	42	48,28	14	18,42	24	42,86	128
Γυμνάσιο	10	16,67	7	11,86	19	21,84	17	22,37	7	12,50	60
Λύκειο	24	40,00	14	23,73	17	19,54	30	39,47	13	23,21	98
Ανώτερη, Ανώτατη	9	15,00	7	11,86	9	10,34	15	19,74	12	21,43	52
Σύνολο	60	100	59	100	87	100	76	100	56	100	338

λικιωμένων γυναικών (56-65 ετών). Η ανάλυση των στοιχείων κατά περιοχές μελέτης δείχνει ότι στις περιοχές με ανεπτυγμένο τον τουρισμό, όπως η Χαλκιδική, η Σαμοθράκη και ο Βόρας, το ποσοστό των νέων γυναικών είναι σημαντικά υψηλότερο σε σχέση με τις περιοχές όπου ο τουρισμός δεν είναι ανεπτυγμένος (Σέρρες και Πάικο). Η παρατήρηση αυτή μας οδηγεί στη διαπίστωση ότι ο τουρισμός είναι μια δραστηριότητα που προσελκύει περισσότερες νέες γυναίκες.

Το μορφωτικό επίπεδο του συνόλου των γυναικών της έρευνας διαμορφώνεται ως εξής (Πίν. 5): το 37,9% των γυναικών είναι απόφοιτες Δημοτικού,

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

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

Ο τόπος μόνιμης κατοικίας για το σύνολο σχεδόν (πάνω από 90%) των γυναικών των περιοχών με έντονο τον αγροτικό χαρακτήρα (Σέρρες, Βόρας, Πάικο) είναι ο τόπος εγκατάστασης της επιχείρησης. Για τις δύο περιοχές στις οποίες επικρατεί ο παραθαλάσσιος τουρισμός (Χαλκιδική και Σαμοθράκη), υπάρχει ένα ποσοστό γυναικών που ο τόπος μόνιμης κατοικίας τους είναι είτε άλλος οικισμός της ευρύτερης περιοχής (11,8% και 28,6%), είτε εκτός νομού (22,4% και 19,6%). Οι γυναίκες αυτές επέλεξαν να εγκαταστήσουν την επιχείρησή τους στις συγκεκριμένες περιοχές καθαρά με επιχειρηματικά κριτήρια. Πρόκειται για επιχειρήσεις που λειτουργούν εποχιακά και το αντικείμενό τους έχει σχέση με τον τουρισμό. Ο τόπος καταγωγής των γυναικών αυτών είναι για το 42,1% των επιχειρηματιών της Χαλκιδικής και το 18% των επιχειρηματιών της Σαμοθράκης εκτός νομού. Το αντίστοιχο ποσοστό για τις Σέρρες και τον Βόρα είναι ιδιαίτερα χαμηλό (4,6% και 13,6% αντίστοιχα), όμως σχετικά υψηλό για το Πάικο (20%).

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

Με την παραδοχή ότι το οικογενειακό περιβάλλον επηρεάζει σε σημαντικό βαθμό τις επαγγελματικές επιλογές των παιδιών, διερευνήθηκε και το επάγγελμα των γονιών των γυναικών επιχειρηματιών. Η ανάλυση των στοιχείων καταδεικνύει ότι η παραπάνω υπόθεση δεν επαληθεύεται στην ελληνική ύπαιθρο, δεδομένου ότι τα ποσοστά των γονιών που είναι ή ήταν ελεύθεροι επαγγελματίες είναι ιδιαίτερα χαμηλά, συγκεκριμένα 17% για τον πατέρα και 7,1% για τη μητέρα. 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). Οι μισές γυναίκες (49,4%) δήλωσαν ότι η μητέρα τους ασχολείται (ή ασχολούνταν) με τα οικιακά και το 31,7% είναι (ή ήταν) αγρότισσα. 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%, στον Βόρα 61%, στο Πάικο 55%, στη Σαμοθράκη 42,8%, ενώ στη Χαλκιδική περιορίζεται στο 27,6%.

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 ανέρχονται στο 37,8% και 26,9% αντίστοιχα. Στις υπόλοιπες όμως περιοχές οι μισοί περίπου σύζυγοι είναι γεωργοί (52,6% στο Πάικο, 50% στον Βόρα, 48,3% στις Σέρρες), ενώ τα ποσοστά των συζύγων ελευθέρων επαγγελματιών είναι χαμηλά, περίπου 15%. Τα παραπάνω στοιχεία δείχνουν ότι στις περιοχές με ανεπτυγμένο τον παραθαλάσσιο τουρισμό (Χαλκιδική, Σαμοθράκη) είναι ελάχιστο το ποσοστό των γυναικών των οποίων ο σύζυγος είναι γεωργός. Αντίθετα, στις περιοχές αυτές 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 συγκεκριμένες περιοχές 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. Σε 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 (Βόρας – 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 κατεξοχήν ευκαιρία για πολυδραστηριότητα των αγροτισσών) δεν κινητοποιεί τις γυναίκες αγρότισσες περισσότερο σε σχέση με αυτές που ζουν σε μια περιοχή όπου δεν είναι ανεπτυγμένες 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 στον δευτερογενή τομέα (βιομηχανική περιοχή Σερρών) ως εργάτες, τεχνίτες κ.λπ., το ποσοστό αυτό είναι σχετικά χαμηλό, μόλις 14,1%. Πιθανόν σε αυτές τις περιοχές οι γυναίκες σύζυγοι των ανδρών που απασχολούνται στον δευτερογενή τομέα δεν δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά.

Η σύνδεση της γυναικείας επιχειρηματικότητας με τη γεωργία ήταν ένα ζήτημα το οποίο επίσης διερευνήθηκε στην παρούσα έρευνα. 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 στον Βόρα), το 8% είναι ελεύθερες επαγγελματίες (εντοπίζονται κυρίως στη Σαμοθράκη) και το 2% υπάλληλοι. Διαπιστώθηκε 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, ιδιαίτερα στις τουριστικά ανεπτυγμένες.

Έχει ενδιαφέρον να διερευνηθεί πώς τα παραπάνω χαρακτηριστικά, τόσο της γυναικείας επιχειρηματίας όσο και της επιχείρησής της, διαμορφώνονται χωρικά σε τύπους, ανάλογα και με τον προσανατολισμό της τοπικής οικονομίας και το επίπεδο ανάπτυξης της, τις κοινωνικές ανάγκες του τοπικού πληθυσμού, τη γεωμορφολογία και τη γεωγραφική απομόνωση.

5.3. Τυπολογία γυναικείων επιχειρήσεων

Πέραν της περιγραφικής ανάλυσης στα δεδομένα της έρευνας, εφαρμόστηκε και το πρόγραμμα της διβηματικής ανάλυσης σε συστάδες προκειμένου να γίνει αυτόματη ταξινόμηση των επιχειρήσεων σε τύπους, σύμφωνα με τις 12 μεταβλητές που αφορούν σε χαρακτηριστικά της επιχείρησης. Η ανάλυση αυτή έδωσε 3 (τρεις) συστάδες ως άριστη λύση. Από τις 338 επιχειρήσεις οι 59 (ποσοστό 17,5%) εντάσσονται στην πρώτη συστάδα-τύπο, οι 140 (ποσοστό 41,7%) στη δεύτερη και οι 138 (ποσοστό 40,8% των γυναικείων επιχειρήσεων του δείγματος) στην τρίτη.

Οι στατιστικοί έλεγχοι σημαντικότητας (Προσαρμογή κατά Bonferroni) για το σχηματισμό κάθε μίας από τις παραπάνω συστάδες μάς οδηγούν στις ακόλουθες διαπιστώσεις:

– Για την πρώτη συστάδα, η τιμή του στατιστικού χ^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 απασχολούμενων» 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.

– 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», «ιδιοκτησιακό καθεστώς», «συνολικός αριθμός απασχολούμενων», «συμβοηθούντα μέλη». Η «λήψη αποφάσεων» είναι στα όρια της κριτικής τιμής.

– Όσον αφορά, τέλος, στην τρίτη συστάδα, 7 μεταβλητές εξέρχονται των

ορίων της κριτικής τιμής και προκύπτουν σημαντικές για το σχηματισμό της. Οι μεταβλητές αυτές είναι: «αντικείμενο της επιχείρησης», «πελατεία», «περιοχή εγκατάστασης της επιχείρησης», «απασχολούμενο προσωπικό», «συνολικός αριθμός απασχολούμενων», «συμβοηθούντα μέλη» και «λειτουργία της επιχείρησης».

Από τη διασταύρωση των τριών παραπάνω τύπων με τα κοινωνικά χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών, με την εφαρμογή του ελέγχου χ^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 του 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, δεν βρέθηκε να υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ της κάθε συστάδας και του μεγέθους του νοικοκυριού ($\alpha=0,154$).

Το προφίλ της κάθε συστάδας-τύπου γυναικείας επιχειρηματικότητας, σύμφωνα με τους παραπάνω στατιστικούς ελέγχους και αποτελέσματα στατιστικής ανάλυσης, έχει ως εξής:

«Οικογενειακές» επιχειρήσεις. Ο πρώτος τύπος γυναικείων επιχειρήσεων (με μικρότερη εμφάνιση σε σχέση με τους άλλους δύο) εντοπίζεται χωρικά στο νησί της Σαμοθράκης και αφορά κυρίως σε επιχειρήσεις ενοικιαζόμενων δωματίων, οι οποίες λειτουργούν τουλάχιστον μία δεκαετία και για περιορισμένο διάστημα κατά τη διάρκεια του έτους (1-4 μήνες). Οι τοπικές ιδιαιτερότητες αλλά και η ιδιοκτησία του επαγγελματικού χώρου αποτέλεσαν τις κύριες αιτίες ίδρυσης των επιχειρήσεων αυτών στη συγκεκριμένη περιοχή. Η οικογένεια της γυναίκας επιχειρηματία σε αυτή τη συστάδα συμμετέχει ενεργά στη λειτουργία της επιχείρησης, καθώς οι αποφάσεις λαμβάνονται σε συνεργασία με τον 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 μεγάλες σε ηλικία, στην πλειοψηφία τους διαμένουν σε άλλο χωριό όλο το χρόνο, κατάγονται από κάποιο άλλο χωριό της περιοχής και ο πατέρας τους είναι τεχνίτης ή εργάτης.

«Δυναμικές» επιχειρήσεις. Στον δεύτερο τύπο επιχειρήσεων (ο οποίος εμφανίζεται να είναι ο κυρίαρχος, με μικρή όμως διαφορά από τον τρίτο) συναντάμε επιχειρήσεις εξυπηρέτησης της καθημερινής ζωής των κατοίκων του τόπου (κομμωτήρια, ψιλικά κ.ά.), που λειτουργούν από 5 μήνες έως και όλο το χρόνο, σε ενοικιαζόμενους χώρους, και απασχολούν μόνιμο και εποχιακό προσωπικό (1-2 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 όπου είναι εγκατεστημένη η επιχείρηση μόνο σε περιόδους αιχμής των εργασιών, κατάγονται από άλλες περιοχές και ο πατέρας τους είναι ιδιωτικός υπάλληλος.

«Παραδοσιακές» επιχειρήσεις. Ο τρίτος τύπος επιχειρήσεων εντοπίζεται γεωγραφικά στις περιοχές των Σερρών, του Βόρα και του Πάικου και είναι επιχειρήσεις παροχής 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 συμβοηθού 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 όλο το χρόνο στο χωριό όπου βρίσκεται η επιχείρηση, ο τύπος 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.

6. Συζήτηση αποτελεσμάτων

Η έρευνα για τη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην ελληνική ύπαιθρο έδειξε ότι οι γυναικείες επιχειρήσεις δεν αποτελούν ομοιογενή ομάδα, αλλά διακρίνονται με βάση τα χαρακτηριστικά τους σε τρεις ομάδες-τύπους: τις «οικογενειακές», με κατεύθυνση την παροχή υπηρεσιών στον τουρισμό, οι οποίες απαντώνται στη Σαμοθράκη· τις «δυναμικές», με κατεύθυνση την εξυπηρέτηση της καθημερινής ζωής των κατοίκων και επισκεπτών της περιοχής, που βρίσκονται στη Χαλκιδική· και τις «παραδοσιακές», που έχουν την ίδια κατεύθυνση με τον προηγούμενο τύπο και βρίσκονται στο Πάικο, στον Βόρα και στις Σέρρες.

Τα χαρακτηριστικά της γυναικείας επιχείρησης καθώς και τα χαρακτηριστικά της γυναίκας επιχειρηματία δεν φαίνεται να διαφοροποιούνται από τον παράγοντα «γεωμορφολογία της περιοχής», εφόσον περιοχές με διαφορετική γεωμορφολογία (πεδινές, ημιορεινές, ορεινές, Σέρρες-Πάικο-Βόρας αντίστοιχα) ανήκουν στον ίδιο τύπο επιχειρήσεων. Διαφοροποιούνται όμως ανάλογα με το επίπεδο ανάπτυξης της, τις ανάγκες της τοπικής κοινωνίας και τη γεωγραφική απομόνωση της κάθε περιοχής.

Στην περιοχή 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 (1-4 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.

Οι πιο δυναμικές επιχειρηματίες, σε σχέση με τα χαρακτηριστικά τους, οι οποίες έγιναν επιχειρηματίες από επιλογή, εμφανίζονται στις τουριστικά ανεπτυγμένες περιοχές (Χαλκιδική). Ωστόσο ο προσανατολισμός της τοπικής οικο-

νομίας προς τον τουρισμό, με υψηλό το επίπεδο ανάπτυξης του (μαζικός-παρθαλάσσιος), φαίνεται να μην έχει καθορίσει τον προσανατολισμό των 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 σε αντικείμενα άμεσα συνδεδεμένα με τον τουρισμό (ενοικιαζόμενα δωμάτια, εστίαση), αντικείμενα με τα οποία, προφανώς, ασχολούνται οι άνδρες επιχειρηματίες. Πρόκειται για νέες επιχειρήσεις, που λειτουργούν κυρίως εποχιακά και δημιουργούν εποχιακές (έως 5 μήνες) θέσεις εργασίας. Οι επιχειρηματίες έχουν κάποια σχέση με τον τόπο, καθώς κατάγονται από αυτόν, αλλά διαμένουν μόνιμα σε μεγάλα αστικά κέντρα (κυρίως στη Θεσσαλονίκη), είναι νέες, μορφωμένες, ανύπαντρες και αναλαμβάνουν επιχειρηματικό ρίσκο. Εμφανίζονται δηλαδή ως «κοσμοπολίτισσες» και «αστικοποιημένες».

Στις περιοχές που κυριαρχεί ο πρωτογενής τομέας (Σέρρες, Βόρας, Πάικο), οι οποίες χαρακτηρίζονται και από σχετική γεωγραφική απομόνωση, θα ήταν αναμενόμενο οι γυναικείες επιχειρήσεις να επικεντρώνουν τις δραστηριότητές τους στη μεταποίηση των γεωργικών προϊόντων, ως συνέπεια του προσανατολισμού της τοπικής οικονομίας. Αυτό όμως δεν φαίνεται να συμβαίνει, καθώς 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 και/ή ανήκουν σε αγροτικές οικογένειες.

Η τυπική γυναικεία επιχείρηση στην ελληνική ύπαιθρο είναι πολύ μικρή –«νανο-ατομική» επιχείρηση– με κανέναν ή σπανίως με μικρό αριθμό απασχολούμενων, που στηρίζεται στην απασχόληση συμβοηθούτων και μη αμειβόμενων μελών της οικογένειας, έχει μικρό κύκλο εργασιών, μικρή προσαρμοστικότητα στις νέες συνθήκες και απαιτήσεις της αγοράς, εξασφαλίζει χαμηλά εισοδήματα στην επιχειρηματία και δραστηριοποιείται στον τριτογενή τομέα, συμβάλλοντας στην εξυπηρέτηση της καθημερινότητας των συμπολιτών τους και των επισκεπτών του τόπου τους. Η τυπική γυναίκα επιχειρηματίας είναι μέσης ηλικίας, παντρεμένη, μέσου μορφωτικού επιπέδου, δεν έχει μεγαλώσει σε οικογένεια με επιχειρηματική δραστηριότητα και δημιούργησε την επιχειρηματική ευκαιρία για αυτοαπασχόληση, για να ικανοποιήσει οικογενειακές και προσωπικές της ανάγκες, χωρίς επιχειρηματικό ρίσκο.

Η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην ελληνική ύπαιθρο δεν εντάσσεται στο πλαίσιο της πολυδραστηριότητας της γεωργικής οικογένειας, καθώς ελάχιστο είναι το ποσοστό των γυναικών των οποίων ο σύζυγος είναι γεωργός, ενώ, παρ'όλα αυτά, ελάχιστο είναι το ποσοστό των γυναικών που ασκούν και το γεωργικό επάγγελμα, είτε ως κύριο είτε ως δευτερεύον. Τα στοιχεία αυτά δείχνουν την αδύναμη σχέση της γεωργίας με τη γυναικεία επιχειρηματικότητα σε όλες τις περιοχές, ιδιαίτερα στις τουριστικά ανεπτυγμένες. Οι γυναικείες επιχειρήσεις στην ελληνική ύπαιθρο μπορεί να μην είναι πάντα βιώσιμες και ανταγωνιστικές με οικονομικούς όρους. Είναι όμως επιχειρήσεις οι οποίες επιτελούν σημαντικό ρόλο για την ίδια τη γυναίκα, για την οικογένειά 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

- Ανθοπούλου, Θ. (2006), *Όψεις γυναικείας επιχειρηματικότητας στην ύπαιθρο στον τομέα παραγωγής τροφίμων. Μια πρώτη εμπειρική προσέγγιση από την Περιφέρεια Πελοποννήσου*, εισήγηση στο 9ο Πανελλήνιο Συνέδριο ΕΤΑΓΡΟ «Οικονομία και κοινωνία μπροστά στις νέες προκλήσεις του παγκόσμιου αγροτροφικού συστήματος». Αθήνα, 1-4 Νοεμβρίου.
- Barrett, P. (2000), «Achieving Strategic Facilities Management through Strong Relationships», *Facilities*, 18, τ. 10/11/12.
- Brandth, B., (2002), «Gender Identity in European Family Farming: A Literature Review», *Sociologia Ruralis*, 42(3): 182-200.
- Γιδαράκου, Ι., Δημοπούλου, Ε., Καζακόπουλος, Α. (2005), «Ιδιοκτησία και επιχειρηματικότητα στον πρωτογενή τομέα», στο Στρατηγάκη, Μ. (επιμ.), *Επιχειρηματικότητα γυναικών*, Gutenberg, σσ. 105-139.
- Cannon, T., Carter, S., Rosa, P., Baddon, L., McClure, R. (1988), *Female Entrepreneurship*, Scottish Enterprise Foundation, Department of Business and Management, University of Stirling.
- Gagnon, S. (2002), *Un nouveau portrait des femmes entrepreneurs: entre motivations et générations*, Cahier de recherche no. 02-01, Chaire de développement et de relève de la PME, Ecole des HEC.
- Gidarakou, I. (1999), «Young Women's Attitudes towards Agriculture and Women's New Roles in the Greek Countryside: A First Approach», *Journal of Rural Studies*, 15(2): 147-158.
- Ionescu V. (1999), *Supply-Side Strategy for Productivity, Competitiveness and Convergence between the CEECs and the EU – Romania Case Study*, Bucarest.
- Κουτσού, Σ., Νόττα, Ο., Σαμαθρακής, Β. (2006), *Γυναικείος αγροτουρισμός στην Ελλάδα: σύγκριση ιδιωτικών και συνεταιριστικών επιχειρήσεων*, ανακοίνωση στο Διεθνές Συνέδριο με θέμα «Innovation, Entrepreneurship and Competitiveness Conference in Balkan and Black Sea Countries», Καβάλα, 3-4 Νοεμβρίου.
- Λαμπριανίδης, Α. (2005), *Η επιχειρηματικότητα στην ευρωπαϊκή ύπαιθρο: η περίπτωση της Ελλάδας*, Αθήνα: Πατάκης.
- Lordkipanidze, M. (2002), *Enhancing Entrepreneurship in Rural Tourism for Sustainable Regional Development. The Case of Söderslätt Region, Sweden*, IIIIE Reports 002:10, The International Institute for Industrial Environmental Economics, Lund University.
- McKay, S., Mazurana, D. (2001), *Raising Women's Voices for Peacebuilding: Vision, Impact, and Limitations of Media Technologies*, London: International Alert.
- OCDE (2000), *Données disponibles en entrepreneuriat féminin*, Document de support de l'atelier no. 4, Deuxième conférence sur l'entrepreneuriat féminin.
- OECD (1996), *Territorial Indicators of Employment: Focusing on Rural Development*, Paris: OECD.
- Petrin, T. (1994), *Entrepreneurship and Supporting Institutions: An Analytical Approach. Entrepreneurship as an Economic Force in Rural Development*, παρουσίαση στο Seventh FAO/REU International Rural Development Summer School, Herrsching (Γερμανία), 8-14 Σεπτεμβρίου, FAO Regional Office for Europe, Ρώμη.
- Pizam, A. (1994), «Planning a Tourism Research Investigation», στο Ritchie, B., Goeldne, C. (επιμ.), *Travel, Tourism and Hospitality Research. A Handbook for Managers and Researchers*, β' έκδ., John Wiley & Sons, σσ. 91-104.
- Reynolds, J. E., Wells, R. S., Eide S. D. (2000), *The Bottlenose Dolphin*, Gainesville, FL: University Press of Florida.
- Σιάρδος, Γ. (2004), *Μέθοδοι πολυμεταβλητής στατιστικής ανάλυσης με την επίλυση ασκήσεων μέσω του στατιστικού πακέτου SPSS, Μέρος Α: «Διερεύνηση σχέσεων μεταξύ μεταβλητών»*, γ' έκδ., Θεσσαλονίκη: Ζήτη.
- St-Cyr, L., Gagnon, S. (2004), *Les Entrepreneurs québécoises: taille des entreprises et performance*, ανακοίνωση στο 7ο CIFERME (Congrès International Francophone en Entrepreneuriat et PME), Montpellier, 27-29 Οκτωβρίου.
- Verheul, I., Van Stel, A., Thurik, R. (2006), «Explaining Female and Male Entrepreneurship at the Country Level», *Entrepreneurship & Regional Development*, 18: 151-183.
- Weber, M. (1930), *Η προτεσταντική ηθική και το πνεύμα του καπιταλισμού*, μτφρ. Μ. Γ. Κυπραίου, Αθήνα: Gutenberg, 1993.
- Χρήστου, Ε. (1999), *Έρευνα τουριστικής αγοράς*, Αθήνα: Interbooks.

Διαδικτυακοί τόποι

<http://www.statistics.gr>

<http://www.economics.gr>